



وزارة التعلم العالی و البحث العلمی  
جامعة القادسیة  
كلية الإدارة و الاقتصاد  
قسم إدارة الأعمال

عنوان البحث

## (( إدارة الجودة الشاملة ودورها في ولاء الزبون ))

بحث مقدم الى عمادة كلية الإدارة و الاقتصاد قسم إدارة الأعمال  
وهو جزء من متطلبات نيل شهادة البكالوريوس في علوم إدارة الأعمال

بإشراف

م. م . بتول عبد علي غالي

أعداد الطالب

محمد موسى ناصر

## الشكر و التقدير

أتقدم بأسمى آيات الشكر و الأمتنان إلى الأستاذة بتول عبد علي غالي للتوجيهات العلمية التي حظيت بها من لديها طيلة فترة البحث و الدراسة وأتقدم بخالص الشكر و التقدير الى من لم تسعفني الذاكرة في ذكره من أهل الفضل واسأل الله للجميع دوم الموفقية مع فائق تقديري .

## المقدمة

من اجل التفوق و التميز يتجه التسابق الى التحسين و التطوير و الابتكار و التجديد في كل ما تقوم به المنظمة من أنشطه و ما تطبق من أساليب وتقنيات و ما تقدمه من مخرجات في شكل سلع او خدمات و مع زيادة العناية بالمجتمع و العملاء فأن الجودة هي العنصر الفارق في تحديد مراكز المنظمات في الأسواق . و الجودة تتطلب ان تحاول كل منظمة تجمع كل قدراتها وتوظيف كل مواردها لتحقيق أهدافها بكفاءة وفاعلية . لقد أصبح مفهوم الجودة الشاملة اليوم من أهم مفاهيم لأداره انتشاراً على مستوى العالم .

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع	ت
	الإهداء	1
	الشكر	2
	قائمة المحتويات	3
	قائمة الجداول	4
	المقدمة	5
	المبحث الأول	6
	منهجية البحث	
	اولا : مشكلة البحث	7
	ثانيا : فرضيات البحث	8
	ثالثاً : أهمية البحث	9
	رابعا : أهداف البحث	10
	خامسا : مجتمع البحث وعينة البحث	11
	سادسا : الأدوات الإحصائية المعتمدة	12
	المبحث الثاني	13
	اولا : إدارة الجودة الشاملة	
	أ: مفهوم إدارة الجودة الشاملة	14
	ب: مبادئ إدارة الجودة الشاملة	15
	ج: أهداف ادارة الجودة الشاملة	16
	د: أبعاد الجودة	17
	ثانيا : ولاء الزبون	18
	أ : مفهوم ولاء الزبون	19
	ب : ابعاد الولاء	20
	ج : تطوير ولاء الزبون	21
	د : مستويات ولاء الزبون	22
	هـ : مراحل ولاء الزبون	23

الصفحة	الموضوع	ت
	المبحث الثالث	24
	الجانب التطبيقي	
	أولا : نبذة تاريخية عن الشركة العامه للصناعات النسيجية في الحلة	25
	ثانيا : تحليل إجابات أفراد العينة	26
	المبحث الرابع	27
	الاستنتاجات و التوصيات	

## قائمة الجداول

ت	عنوان الجدول
1	المتوسطات الحسابية و الانحراف المعياري الجديد لمتغير التزام الإدارة العليا بالجودة
2	المتوسطات الحسابية و الانحراف المعياري الجديد لمتغير بناء الفريق
3	المتوسطات الحسابية و الانحراف المعياري الجديد لمتغير تركيز على الزبون
4	المتوسطات الحسابية و الانحراف المعياري الجديد لمتغير التحسين المستمر
5	المتوسطات الحسابية و الانحراف المعياري الجديد لمتغير مشاركة العاملين واتخاذ القرارات
6	المتوسطات الحسابية و الانحراف المعياري الجديد لمتغير ولاء الزبون

## المبحث الأول : منهجية البحث

### أولا : مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث بالإجابة على التساولين الآتيين :

- 1- هل هناك تأثير لإدارة الجودة الشاملة في ولاء الزبون ؟
- 2- هل هناك علاقة بين إدارة الجودة الشاملة وولاء الزبون ؟

### ثانيا : فرضيات البحث

ينطلق البحث من فرضيتين رئيسيتين وكالاتي :

- 1- هناك تأثير لإدارة الجودة الشاملة في ولاء الزبون .
- 2- هناك علاقة بين ادارة الجودة الشاملة وولاء الزبون .

### ثالثا : اهمية البحث

يحتل موضوع ادارة الجودة الشاملة أهمية كبيرة بالنسبة لإدارات المنظمات الإنتاجية لأنه يمكنها من تحقيق الارباح بدرجة أكبر و البقاء في ميدان المنافسة . ولذا جاء البحث الحالي ليدرس ما تأثير إدارة الجودة الشاملة في ولاء الزبون .

## رابعاً : اهداف البحث

يستهدف البحث الحالي الوصول الى الأهداف الآتية : -

- 1- تبيان طبيعة إدارة الجودة الشاملة وتأثيرها في ولاء الزبون .
- 2- دراسة العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة و ولاء الزبون .
- 3- تقديم بعض التوصيات و المقترحات لإدارة المنظمة المبحوثة .

## خامساً : مجتمع البحث وعينة البحث :

تم اختيار ( 40 ) موظف يعملون في قسم الغزل في معمل نسيج الحلة كعينة للبحث .

## \* مجتمع البحث

تم اختيار معمل نسيج الحلة كموقع لإجراء البحث وتم اختيار الموظفين العاملين فيه كمجتمع للبحث .

## سادساً : الأدوات الإحصائية المعتمدة

تم الاعتماد على الأدوات الإحصائية الآتية :

- 1- الوسط الحسابي .
- 2- الانحراف المعياري .



المبحث الثاني :

اولاً: إدارة الجودة الشاملة

أ :- مفهوم إدارة الجودة الشاملة :

يرى ( حمود ، 2000 : 75 ) ان إدارة الجودة الشاملة تعني :

( بأنها نظام اداري يضع رضا العمال على رأس قائمة الأولويات بدلاً من التركيز على الأرباح ذات الأمد القصير ، اذ ان هذا الاتجاه يحقق أرباح على المدى الطويل أكثر ثباتاً واستقراراً بالمقارنة مع المدى الزمني القصير )

وعرفها أيضا كل من ( الترتوري و جويحان ، 2006 : 30 ) على أنها :

( فلسفة ادارية تقوم على أساس رضا المستفيد و التصميم المتقن للخدمات او المنتجات ، و التأكد من استمرارية هذا المنتج )

ويرى كل من ( الوادي ونزال ، 2010 : 21 ) ان إدارة الجودة الشاملة هي :

( منهج تطبيقي شامل يهدف لتحقيق حاجات وتوقعات العميل باستخدام الأساليب الكمية من اجل التحسين المستمر في العمليات وخدمه المنظمة )

وعرف أيضا ( عطية ، 2009 : 64 ) الجودة الشاملة هي :

( تلبية رغبات العميل او تحقيق توقعاته ورضاه من خلال تضافر جهود جميع الأعضاء سواء أكانوا داخل المؤسسة ام خارجها )

ويرى آخرون ( الدرادكه و الشبلي ، 2011 : 18 ) إدارة الجودة الشاملة هي :

( التفوق في الأداء لإسعاد المستهلكين عن طريق عمل المديرين و الموظفين مع بعضهم

البعض من أجل تزويد المستهلكين بجودة ذات قيمة من خلال تأدية العمل الصحيح و بالشكل

الصحيح ومن المرة الأولى وفي كل وقت )

## ب : مبادئ إدارة الجودة الشاملة

يرى كل من ( الترتوري وجويحان ، 2006 : 35 ) ان مبادئ إدارة الجودة الشاملة تتلخص على النحو التالي :

1- التفهم الكامل و الالتزام وروح المشاركة من قبل الإدارة العليا يجعل الجودة في المقام الاول من اهتمامها .

2- الاستمرارية في العمل من أجل تحسين العمليات التي تؤدي الى تحسين الجودة .

3- التنسيق و التعاون بين الإدارات و الأقسام في المؤسسة مع التأكيد على استخدام فرق العمل .

4- اشتراك جميع الموردين في جهود تحسين الجودة من خلال تعاون المؤسسة مع هؤلاء الموردين على استعمال برامج إدارة الجودة الشاملة .

5- بناء ودعم ثقافة في المؤسسة تهدف الى التحسين المستمر وخلق علاقات عمل بين أفرادها وضرورة التمييز بين الجهود الفردية و الجماعية .

6- اشتراك جميع أعضاء المؤسسة في الجهود الرامية الى تحسين الجودة .

7- تركيز الجودة على تلبية حاجات المستهلك .

## ج : أهداف إدارة الجودة الشاملة

يرى ( عطية ، 2009 : 85 ) ان أهداف إدارة الجودة الشاملة تتلخص بالتالي :

- 1- تحسين جودة المخرجات ( المنتجات) بشكل مستمر .
- 2- خلق بيئة لدعم التطوير المستمر و المحافظة عليـة .
- 3- تقليل الهدر في الجهد و الوقت .
- 4- اشراك الجميع في عملية التطوير .
- 5- تطوير أدوات قياس الاداء و الجودة .
- 6- كسب ثقة العملاء و المحافظة عليها باستمرار .
- 7- زيادة كفاية العاملين .
- 8- تمكين العاملين من تحديد المشكلات وتحليلها ووضع الخطط اللازمة لمنع حدوثها ، و القدرة على اتخاذ القرار .
- 9- تقليل المهام و الفعاليات قليلة الفائدة .
- 10- جذب العملاء و القدرة على التنافس في السوق .

يرى ( د . د يمنغ و روبيرت هاغستروم ، 2009 : 9 ) ان الهدف الرئيسي للجودة يشمل ثلاث فوائد رئيسية وهي :

**1- خفض التكاليف :** ان الجودة تتطلب عمل الأشياء الصحيحة بالطريقة الصحيحة من أول مرة وهذا يعني تقليل الأشياء التالفة او إعادة إنجازها وبالتالي تقليل التكاليف .

**2- تقليل الوقت اللازم لانجاز المهمات للعميل :** فالإجراءات التي وضعت من قبل المؤسسة لانجاز الخدمات للعميل قد ركزت على تحقيق الأهداف ومراقبتها و بالتالي جاءت هذه الإجراءات طويلة وجامدة في كثير من الأحيان مما أثر تأثيراً سلبياً على العميل .

**3- تحقيق الجودة :** وذلك بتطوير المنتجات و الخدمات حسب رغبة العملاء ان عدم الاهتمام بالجودة يؤدي لزيادة الوقت لأداء وأنجاز المهام وزيادة أعمال المراقبة وبالتالي زيادة شكوى المستفيدين من هذه الخدمة .

## د : ابعاد الجودة

اشار ( التميمي ، 2008 : 19-20 ) للجودة أبعاد عدة تعرف من خلالها تتعلق برضا المستهلك

وهي :

1- الأداء : ويشير هذا البعد الى الخصائص الأساسية للمنتج او الخدمة مثل التشطيب النهائي و السرعة و التنافسية .

2- الاعتمادية : وتشير الى الاتساق و الثبات في الاداء .

3- الديمومه او الصلاحية : وتشير الى مدة بقاء المنتج او الخدمة .

4- الخصائص الخاصة : ويشير هذا البعد الى خصائص إضافية للمنتج او الخدمه مثل الامان ، او سهولة الاستخدام او التكنولوجيا العالية .

5- التوافق : وهذا البعد يشير الى المدى الذي يتوافق فيه المنتج او الخدمه مع توقعات

المستهلك . و الاداء الصحيح من اول مرة . وما له من أثر على تحسين وفاعليه العملية التسويقية .

6- خدمات ما بعد البيع : اما هذا البعد فيشير الى بعض انواع خدمات ما بعد البيع مثل

معالجة شكاوى المستهلكين او التأكد من رضاهم .

## ثانيا: ولاء الزبون

### أ : مفهوم ولاء الزبون

يرى ( العارضي ، 2006 : 43 ) ولاء الزبون على انه :

(تكرار الزبون للشراء من المنظمة نفسها و الالتزام بموقف ايجابي من قبل الزبون تجاه مقدم المنتج او خدمه .

و عرف كل من ( الطائي و العبادي ، 2009 : 258 ) ولاء الزبون بأنه :

( معاودة او تكرار الشراء لدى زبون معين لمنتج معين من المنظمة نفسها )

و عرف آخرون ( جلاب و العبادي . 2010 : 706 ) على انه :

( مقياس لدرجة معاودة الشراء من علامه معينة من قبل الزبون )

ويرى ( القيسي ، 2008 : 89 ) ولاء الزبون بأنه :

( أستعداد المستهلك لبذل الطاقة للوفاء لمنظمات الاعمال بحيث تظهر درجة تطابق الزبون مع

المنظمة التي يتعامل معها ودرجة ارتباطه بها )

و عرف ( ياسين ، 2010 : 52 ) ولاء الزبون بانه :

( استراتيجيه تهدف الى زيادة رضا الزبائن وزيادة إقبالهم على عملية الشراء وانتمائهم الى التعامل مع المنظمة نفسها من دون غيرها من المنظمات المنافسة الاخرى )

ب : أبعاد الولاء

اشارت ( الخالدي ، 2013 : 55 ) الى وجود بعدين لولاء الزبون هما :

1- البعد السلوكي : فانه يشير الى سلوك الزبون القائم على تكرار الشراء وتفضيل علامه ما لفترة زمنية طويله تتطلب معرفة هذا البعد قياس المشتريات المتحققه في الماضي لعلامه واحده او عدة علامات ، وكذلك قياس الربح التي قد ستحقق في المستقبل فضلاً عن التركيز على سلوكيات الشراء المتكرر .

2- البعد الموقفي : يشير هذا البعد الى موقف الزبون القائم على اهتمامه باعادة الشراء و الالتزام باتجاه التعامل مع منظمة ما دون غيرها الامر الذي يمثل مؤشراً جيداً لتشخيص الزبون المخلص للمنظمة .



## ج : تطوير ولاء الزبون

أشار كل من ( جلاب و العبادي ، 2010 : 707 ) الى ان هناك عدة طرق باستطاعة المنظمة ان تستخدمها من اجل تطوير ولاء الزبون هي :

1- الاستخدام التدريجي : ففي الغالب يلاحظ ان المنتجات تطرح بسعر منخفض في بداية تسويقها ، وتكون الغاية من هذا السعر المنخفض هي جذب الزبون حتى يقوم بتجربه السلعة الجديدة .

2- الإعلان : ان دور الاعلان في تطوير الولاء السلعي يتم عن طريق تكرار الإعلان نفسه في وسائل الإعلان فالإعلانات المتكررة قد تقوي الزبون الى درجة من القناعة بأن هذه السلعة التي يتم الإعلان عنها هي افضل المنتجات وأكثرها إشباعا للحاجات .

3- مجموعات العمل : او ما يسمى بالجماعات الاجتماعية و التي لها دور في تطوير الولاء السلعي بحيث ، فإذا وجد الزبون أن جماعه العمل او اي جماعه ينتمي اليها او يتعامل معها تقوم باستخدام سلعه معينة او علامة فأن ذلك يؤثر عليه ونجده يميل تلقائيا نحو استعمال نفس السلعة او نفس العلامة وقد يتكون لديه الولاء السلعي لهذه العلاقة الجيدة .

## د : مستويات ولاء الزبون

اشار ( الجنابي ، 2006 : 56 ) الى وجود أربعة مستويات من ولاء الزبون هي :

- 1- **التحيزي** : بموجب هذا المستوى تكون هناك علامة تجارية واحده مفضله لدى الزبون من خلال إجراء موازنه مع خصائص العلامة التجارية الفاتنة ومميزاتها .
- 2- **الانفعالي** : اي الارتباط إزاء العلامه التجارية ويكون تطوره عبر سلسله مواقف متعددة.
- 3- **الميوولي** : المرحلة الانفعالية مع التعبير عن نيه إعادة الشراء .
- 4- **الفعل** : المرحلة الميوولية زائداً الرغبة الفعلية للتغلب على المؤشرات الموقفية .

## ه : مراحل ولاء الزبون

حدد ( stsble , 2000; 8 ) اربع مراحل يمر بها ولاء الزبون وهي :

1- مرحلة الثقة و الرضا : تعد مرحلة الثقة والرضا مرحلة البدايه لتكوين ولاء الزبون . اذ

يولد في هذه المرحلة مستوى معين من الألتزام تجاه منتجات و خدماتها المنظمة و

تحقيق الرضا تجاه العروض التي تقدمها المنظمة .

2- مرحلة الثقة وتكرار الشراء ( ولاء سلوكي ) : في هذه المرحلة تترجم مستويات الألتزام

و الثقة التي يحققها الزبون تجاه المنتجات و الخدمات الى سلوك ممثلاً بأعادة شراء

المنتج نفسه من المنظمة نفسها .

3- مرحلة الولاء العقلي : بعد ان تحقق مستوى معين من الولاء السلوكي في المرحلة

السابقة يتحقق في هذه المرحلة الولاء العقلي او الولاء الداخلي للزبون المتمثل بالعمليات

الإدراكية و الذهنية التي تحدث داخل الزبون مكونه بذلك ولاءً داخلياً للزبون تجاه

عروض المنظمة .

4- مرحلة الولاء التعاوني : تمثل مرحلة الولاء التعاوني المرحلة الاخيرة من مراحل ولاء

الزبون ويقصد بالولاء التعاوني تحقق مستويين من الولاء ( السلوكي و العقلي ) وفيما

يشعر الزبون بولاء موقفي داخلي تجاه المنتج و خدمه وولاء سلوكي ممثلاً بسلوك

تكرار الشراء للمنتج نفسه او خدمه .

## المبحث الثالث : الجانب التطبيقي

اولاً : نبذة تاريخية عن الشركة العامه للصناعات النسيجية في الحله : تأسست هذه الشركة في عام (1969) بأسم الشركة العامه للنسيج الناعم في الحله ومررت بمراحل متعددة من الهيكلية و التنظيم حتى عام ( 2005 ) صار اسمها الشركة العامه للصناعات النسيجية في الحلة حسب قانون الشركات المرقم ( 22 لعام 1997 ) وهي تظم هيكلها اربعة معامل .  
يصل عدد المنتسبين فيها ( 9000 ) منتسباً .

- 1- مصنع النسيج للأقمشة القطنية .
- 2- معمل بابل للقديفة و الخياطة .
- 3- مصنع نسيج الديوانية لإنتاج الاقمشة القطنية في الديوانية .
- 4- معمل الألبسة الرجالية في النجف الأشرف .

ثانيا : تحليل أجابات أفراد العينة

1- ادارة الجودة الشامله .

أ- التزام الادارة العليا .

جدول ( 1 )

ت	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تتوفر القناعه لدى الادارة العليا بأهمية مفهوم ادارة الجودة الشاملة	3,6	0,7
2	تشارك الإدارة العليا في انشطه الشركه المتعلقة بالجودة	3,7	0,7
3	تتم متابعه انشطة الجودة في اجتماعات الادارة العليا	3,7	0,7

- نلاحظ من الجدول اعلاه ان الفقرة رقم (2) و الفقرة رقم ( 3 ) قد حصلتا على اعلى

وسط حسابي مقداره ( 3,7 ) وبأنحراف معياري مقداره ( 0,7 ) وقد حصلت الفقرة

رقم ( 1 ) على أدنى وسط حسابي قدره ( 3,6 ) وبانحراف معياري قدره ( 0,7 )

وهذا يشير الى ان تتوافر القناعه لدى الادارة العليا بأهمية مفهوم ادارة الجودة

الشامله.

ب- بناء الفريق .

جدول ( 2 )

ت	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	يرغب العاملون في الشركة في العمل الجماعي و المشاركة الطوعية في حل مشاكل الجودة	3,4	0,7
2	تعمل الشركة على تحفيز العمل الجماعي وتنمية الأواصر الجماعية	3,9	0,7
3	يتم تشكيل فرق عمل من مستويات تنظيميه مختلفة لتحسين الجودة	3,4	0,7

- نلاحظ من الجدول اعلاه ان الفقرة رقم (2) قد حصلت على اعلى وسط حسابي

مقدارة ( 3,9 ) وبأنحراف معياري مقدارة ( 0,7 ) وقد حصلت الفقرتين رقم ( 3 )

ورقم ( 1 ) على أدنى وسط حسابي مقداره ( 3,4 ) وبانحراف معياري قدره ( 0,7 )

وهذا يشير الى ان العاملون يرغبون في العمل الجماعي داخل الشركة .

ج- تركيز على الزبون .

جدول ( 3 )

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارات	ت
0.7	3,6	تستجيب الشركة لحاجات ورغبات الزبون و المستخدمين من منتجاتها .	1
0,7	3.8	تتعرض الشركة على مدى رضا الزبون عند السلع و الخدمات المقدمة له	2
0,7	3,6	تتابع الشركة مشاكل التعامل مع الزبون و المستخدمين وتتخذ الإجراءات التصحيحية بما يطمئن تحقيق رضا الزبون .	3

- نلاحظ من الجدول اعلاه ان الفقرة رقم (2) قد حصلت على اعلى وسط حسابي

وانحراف معياري مقداره ( 0,7 ) الوسط الحسابي ( 3,8 ) وقد حصلت الفقرتين رقم

( 3 ) ورقم ( 1 ) على أدنى وسط حسابي مقداره ( 3,6 ) وبانحراف معياري قدره

( 0,7 ) وهذا يشير ان الشركة تستجيب لحاجات ورغبات الزبائن و المستخدمين من

منتجاتها .

د- التحسين المستمر .

جدول ( 4 )

ت	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تشجع الشركة الالتزام بالتحسين المستمر وتطوير الأفكار	3,6	0,7
2	تعمل الشركة على تحسين مستوى مهارة العاملين ورفع كفاءتهم .	3,6	0,7
3	تعمل الشركة على تحديث النظام و الأساليب المعتمدة في الجودة .	3,7	0,7

- نلاحظ من الجدول اعلاه ان الفقرة رقم (3) قد حصلت على اعلى وسط حسابي

مقداره ( 3,7 ) وبانحراف معياري قدره ( 0,7 ) وقد حصلت الفقرتين رقم ( 1 ) ورقم

( 2 ) على أدنى وسط حسابي مقداره ( 3,6 ) وبانحراف معياري قدره ( 0,7 ) وهذا

يشير الى ان الشركة تشجع الالتزام بالتحسين المستمر وتطوير الأفكار .



هـ - مشاركة العاملين وأخذ القرارات .

جدول ( 5 )

ت	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	يتحمل العاملون المسؤولية المتعلقة بمخرجات عملياتهم .	3,7	0,7
2	تهتم الشركة برفع معنويات العاملين.	3.6	0,7
3	تشجع الشركة العاملين على تقديم المقترحات التي تدعم برامج الجودة	3,7	0,7

- نلاحظ من الجدول اعلاه قد حصلت الفقرة رقم (1) و الفقرة رقم ( 3 ) بأعلى وسط

حسابي مقداره ( 3,7 ) وبانحراف معياري قدره ( 0,7 ) وقد حصلت الفقرتين رقم

( 2 ) على أدنى وسط حسابي مقداره ( 3,6 ) وبانحراف معياري قدره ( 0,7 ) وهذا

يشير الى ان العاملون يتحملون مسؤولية المتعلقة بمخرجات عملياتهم .

2- ولاء الزبون .

جدول ( 6 )

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارات	ت
0,7	4	يرغب زبائننا في الاستمرار باقتناء منتجات الشركة .	1
0,7	3,6	في حاله طرح منتجات جديدة في الاسواق يفضل زبائننا التعامل مع الشركة	2
0,7	3,5	يستمر زبائننا بالتعامل مع الشركة حتى في حاله وجود منتجات أخرى منافسة ذات اسعار منخفضة وجودة أعلى	3
0,7	3,7	يتحدث زبائننا بالإيجاب عن الشركة ومنتجاتها الى الآخرين .	4
0,7	3,6	يحدث زبائننا أصدقائهم ومعارفهم على أقتناء منتجات الشركة .	5
0,7	3,7	يعتقد زبائننا بأن الشركة قادرة على تزويدهم بأفضل المنتجات بشكل مستمر	6

- نلاحظ من الجدول اعلاه ان الفقرة رقم (1) قد حصلت على اعلى وسط حسابي

مقداره ( 4 ) وبانحراف معياري قدره ( 0,7 ) وقد حصلت الفقرة رقم ( 3 ) على أدنى

وسط حسابي مقداره ( 3,5 ) وبانحراف معياري قدره ( 0,7 ) وهذا يشير الى ان

الزبائن يرغب في الاستمرار باقتناء منتجات الشركة .

**المبحث الرابع : الاستنتاجات و التوصيات .**

**أولاً : الاستنتاجات .**

1- ارتفاع درجة الوعي لمفاهيم ادارة الجودة الشاملة على مستوى الادارة العليا في

الشركة العامه للصناعات النسيجية في الحلة الامر الذي يوفر الاساس الموضوعي

للتخطيط بشكل جيد لتطبيق هذه المفاهيم .

2- انخفاض درجة الوعي بمفاهيم واهمية تطبيق ادارة الجودة الشاملة على مستوى

العاملين مقارنة بالإدارة العليا الامر الذي يوجب تبصير العاملين بفوائد هذه المفاهيم .

3- عدم بلوغ مستوى المشاركة للعاملين بالشركة حول صناعه القرارات المستوى

المطلوب و الذي ينسجم مع متطلبات ادارة الجودة الشاملة .

4- سيادة تطبيق المفاهيم التقليدية في مجال الرقابه على الجودة حيث لا تزال مسؤولية

الجودة تقع على وحدة مراقبة الجودة فقط في حين أن مفهوم ادارة الجودة الشاملة

الجودة مسؤولية الجميع .

5- تسعى الشركة للوفاء بمتطلبات الجودة المعدده من قبل الجهاز المركزي للتقيس و

السيطرة النوعية وضمن الحدود المقررة في جدول المواصفة النوعية .

## ثانيا : التوصيات

- 1- قيام الإدارة العليا في الشركة محل البحث برفع درجة الوعي عند العاملين بأهمية تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة كأسلوب أداري يعمل على تحسين مستوى الاداء و الجودة وزيادة الإنتاجية وتخفيض التكاليف وتحقيق الميزة التنافسية ومن ثم تحقيق رضا الزبون.
- 2- السعي لتوفير واستخدام أجهزة وأدوات حديثة لمراقبة وقياس الجودة و الحرص على تدريب العاملين على استخدامها وصيانتها وفقاً لمفهوم الصيانة الوقائية .
- 3- القيام بالمراجعات الشاملة وتقويم أداء المراقبين للجودة وإشعارهم بأهمية وأثر الدور الذي يمارسونه واتخاذ الإجراءات التصحيحية بناء على نتائج المراجعات .
- 4- فسح المجال لكافة العاملين على المشاركة الفعالة في عملية صنع واتخاذ القرار وتشجيع العاملين على الانفتاح وعرض أفكارهم و التخلص من الشك و الخوف ليتمكن كل فرد من وضع إمكانياته وطاقاته في خدمة الشركة .
- 5- أن تزايد أهمية الجودة في قرارات الشراء للزبائن تستدعي ان تواجه اهتماماً متزايداً من قبل الشركة نحو تحسين الجودة وفقاً لمتطلبات حاجة الزبون وبما يشبع رغباته ويحقق ولائه .

## قائمة المصادر

- 1- احسان دهش جلاب ، هاشم فوزي دباس ، التسويق وفق منظور فلسفي ومعرفي معاصر ، 2010 .
- 2- خضير كاظم حمود ، ادارة الجودة الشاملة ، 2000 .
- 3- د . ديمنج وروبيرت هاغستروم ، ادارة الجودة الشاملة ، 2009 .
- 4- فوزي التميمي ، احمد الخطيب ، ادارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للايزو ( 2009 ) ، ( 2008 ) .
- 5- محسن علي عطية ، الجودة الشاملة و التدريس ، 2009 .
- 6- مصطفى كمال السيد ، معايير الجودة الشاملة ، 2013 .
- 7- محمود حسين ، عبد الله أبراهيم ، حسين محمد ، ادارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية ، 2010 .
- 8- محمد عوض ، اغادير عرفات ، ادارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي و المكتبات ومراكز المعلومات ، 2006 .
- 9- مؤمن الدرادكه ، طارق الشبلي ، الجودة في المنظمات الحديثة 2010 .
- 10- نهلة عبد الامير ، علاقات الشركة وتأثيرها قيمة وولاء الزبون ، 2013 .

تحية طيبة

يرجى التكرم بالاطلاع على الفقرات الاستبانة والإجابة عليها علما ان المعلومات تستخدم لأغراض البحث العلمي كجزء من المتطلبات لنيل درجة البكالوريوس في إدارة الاعمال ..... مع التقدير

القسم الاول :

البيانات الشخصية : تتم الاجابة بوضع علامه  في المربع المناسب .

1- الجنس  ذكر  أنثى .

2- العمر  25 سنة فأقل  من 26-30 سنة .

من 31-35 سنة  من 36-40 سنة

من 40 فأكثر .

3- المؤهل العلمي

4- التخصص  إدارة  علوم

اقتصاد  هندسة

سياسة وقانون  أخرى

5- سنوات الخدمة  اقل من 3 سنة  3-6 سنة

7-10 سنة  11-15 سنة

15 سنة فأكثر

القسم الثاني :

ارجوا التكرم بوضع علامة  مقابل كل فقرة من الفقرات وفقا للحكم الذي يعبر عن رأيك

ت	فقرات لاستبانه	اتفق جدا	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق جدا
	<b>التزام الإدارة العليا بالجودة</b>					
<b>1</b>	تتوفر القناعة لدى الإدارة العليا بأهمية مفهوم إدارة الجودة الشاملة					
<b>2</b>	تشارك الإدارة العليا في أنشطة الشركة المتعلقة بالجودة					
<b>3</b>	تتم متابعة أنشطة الجودة في اجتماعات الإدارة العليا					
	<b>بناء الفريق</b>					
<b>1</b>	يرغب العاملون في المشاركة بالعمل الجماعي و المشاركة الطوعية في حل مشاكل الجودة					
<b>2</b>	تعمل الشركة على تحفيز العمل الجماعي وتنمية الأواصر الجماعية					
<b>3</b>	يتم تشكيل فريق عمل من مستويات تنظيمية مختلفة لتحسين الجودة					
	<b>تركيز على الزبون</b>					
<b>1</b>	تستجيب الشركة لحاجات ورغبات الزبائن و المستفيدين من منتجاتها وخدماتها					
<b>2</b>	تتعرف الشركة على مدى رضا الزبون عن السلع و الخدمات المقدمة له					
<b>3</b>	تتابع الشركة مشاكل التعامل مع الزبون و المستفيد وتتخذ الإجراءات التصحيحية بما يضمن تحقيق رضا الزبون					
	<b>التحسين المستمر</b>					
<b>1</b>	تشجع الشركة الالتزام بالتحسين المستمر وتطوير الافكار					