

أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على شركة الاتصالات السعودية STC

The impact of the application of total quality management in achieving competitive advantage by applying to the Saudia Telecom Company STC

د. عرفه جبريل أبو نصيب
جامعة المجمعة_ المملكة العربية السعودية
Nassub15790@gmail.com

د. محمد مختار إبراهيم أحمد*
جامعة كردفان_ السودان
Dr.mohmukh@gmail.com

د. مجاهد عبد القادر فضل السيد
جامعة كردفان_ السودان
mugaheid@yahoo.com

تاريخ الاستلام: 2022/03/01 تاريخ القبول: 2022/04/25 تاريخ النشر: 2022/04/30

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على شركة الاتصالات السعودية STC، واستخدم المنهج الوصفي. وصممت استبانة لجمع البيانات، حيث تم توزيع عدد (210) استبانة، واعتمدت الدراسة على عينه مسيرة (غير احتمالية). وأهم النتائج التي توصلت لها الدراسة: توجد علاقة معنوية إيجابية جزئية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة والأبداع، توجد علاقة معنوية إيجابية جزئية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة والاستجابة للعميل. وأهم توصيات الدراسة: ضرورة ان تتبع شركة الاتصالات السعودية استراتيجية لتقليل التكاليف الثابتة مقارنة مع المنافسين.

الكلمات المفتاحية: الاستجابة للعميل، الأبداع، إدارة الجودة الشاملة، التركيز على تحسين الخدمات

تصنيف JEL: M11, M12, M51

Abstract :

The study aimed to identify the impact of the application of total quality management in achieving competitive advantage by applying to the Saudi Telecom Company (STC), and used the descriptive approach. A questionnaire was designed to collect data, where (210) questionnaires were distributed, and the study relied on a sample (non-probability) process. The most important findings of the study: There is a partial positive moral relationship between the application of total quality management and creativity, there is a partial positive moral relationship between the application of total quality management and the response to the customer. The most important recommendations of the study: The need for STC to follow a strategy to reduce fixed costs compared to competitors..

Key words : Customer response, innovation, total quality management, focus on service improvement.

JEL classification codes : M11, M12, M51

1. مقدمة:

إن المنافسة بين المنظمات حتمت عليها وضع مجموعة من الاستراتيجيات والمخططات التي تمكنها من الوقوف في وجه المنافسين من خلال إنشاء علاقة وطيدة مع زبائنها والسيطرة عليهم وجلب أكبر عدد من زبائن منافسيها من جهة أخرى، من أجل ذلك كان لابد من تبني منهج جديد يساعد المؤسسات من تحقيق ميزة تنافسية ومكانة مرموقة في السوق. (هاجر، 2012). وتحتاج المنظمات إلى أن يكون لديها القدرة على الاختيار من بين البدائل المتاحة، وأشار بعض المديرين إلى أن فشل العديد من المنظمات يعود لعدم قدرتها على التكيف البيئي وافتقارها لاستراتيجيات محددة ومرونة استراتيجية تمكنها من تحقيق ميزة تنافسية. (روان، 2015).

أصبح مفهوم إدارة الجودة الشاملة من المفاهيم التي تتبناها الإدارة من أجل تحقيق الأداء المرجو منها خاصة في هذا المحيط الذي يميزه التحولات السريعة والتكنولوجيات الحديثة، التي تتطلب مواكبتها باستمرار حيث أن إدارة الجودة الشاملة تشمل كل الخصائص وكل التغيرات بداية من جودة المواد الأولية إلى جودة الموارد البشرية وصولاً إلى تلبية رغبات وحاجات الزبائن بأقصى قدر ممكن من الفعالية، لذا على المؤسسة أن تتمعن هذا المفهوم بشكل يحقق لها ميزة تنافسية، وتُعد جودة المنتجات والخدمات من أهم المتغيرات التي تسعى المؤسسات لتحقيقها لضمان تحقيق رضا عملائها و ولائهم، ذلك أن إسعاد وإرضاء العملاء من شأنه أن يحقق للمؤسسة زيادة في الربحية وتعزيزاً لمركزها التنافسي، وضمان بقائها واستمرارها في الأسواق المحلية، كما تساهم الجودة في منحها لفرضة للمؤسسة لدخول الأسواق العالمية و احتلال مراكز قوية فيها مقارنة بمنافسيها. (مهدي، 2009).

1.2 مشكلة الدراسة:

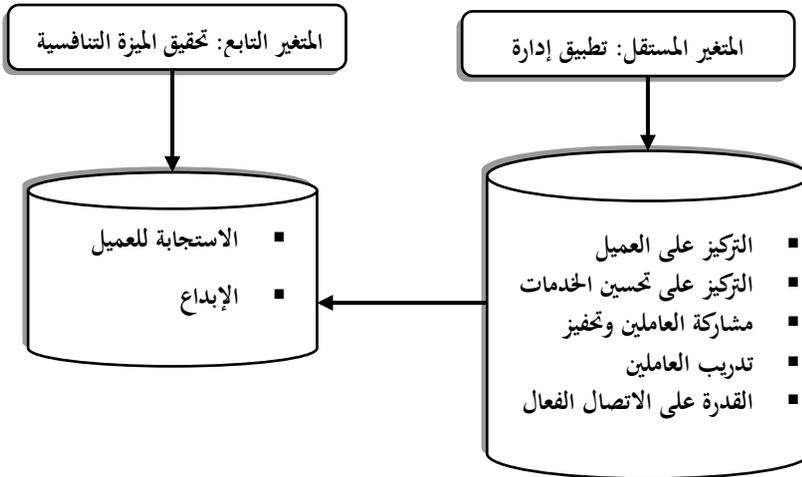
إن متطلبات الأسواق العالمية في تغير دائم، مما دفع الشركات إلى تبني المفاهيم الإدارية الحديثة والتي تعتبر إدارة الجودة الشاملة أهمها، حيث تساهم في مواجهة حدة المنافسة الحالية. فالجودة أصبحت تمثل أداة استراتيجية لأنها لم تعد مرتبطة بالمنتج فحسب، بل أيضاً ببيئته وبكفاءة وظائف المؤسسة. (دهنون، 2015). والجودة تتطلب أن تحاول كل منظمة تجميع كل قدراتها وتوظيف كل مواردها لتحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية.

أصبح مفهوم إدارة الجودة الشاملة اليوم من أهم مفاهيم الإدارة انتشاراً على مستوى العالم وفي ظل حدة التنافس التي تسود الأسواق، تواجه الشركات تحديات كبيرة أهمها كيف تصل المؤسسات الى تعزيز ميزة تنافسية تسمح لها باحتلال مركز تنافسي قوي والمحافظة عليه وتعظيمه، وتُعد الاستراتيجية التنافسية من أهم العوامل التي تعتمد عليها المؤسسات في مواجهة منافسيها في ضمان وفاء عملائها، وتحقيق الريادة على هؤلاء المنافسين (روان، 2015) لذلك تتنافس المنظمات الناجحة في أساليب دعم الأداء وتطويره أكثر من تنافسها في أي مجال آخر، فقد أصبح دعم وتطوير أداء المنظمات ومناهجه المختلفة قضية الإدارة الأولى والتحدي الحقيقي الذي يواجه المنظمات على مستوى العالم. وذلك بكيفية استخدام كل الموارد المتاحة لتحسين وتطوير جودة المخرجات. جاءت الدراسة الحالية للتعرف على طبيعة العلاقة بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وتحقيق الميزة التنافسية، وعليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

- ما هو مستوى اهتمام شركة الاتصالات السعودية بتطبيق إدارة الجودة الشاملة؟
- ما مدى التزام شركة الاتصالات السعودية بأبعاد إدارة الجودة الشاملة؟
- ما هو تأثير تطبيق إدارة الجودة الشاملة على شركة الاتصالات السعودية؟
- ما هو أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية؟

1.3 نموذج الدراسة:

شكل (1) يوضح نموذج الدراسة



المصدر: أدبيات الدراسات السابقة (2022م)

1.4 فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وتحقيق الميزة التنافسية (الاستجابة للعميل، الأبداع) بالتطبيق على شركة الاتصالات السعودية STC. وتتفرع منها الفرضيات التالية:

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة والاستجابة للعميل بالتطبيق على شركة الاتصالات السعودية STC.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة والأبداع بالتطبيق على شركة الاتصالات السعودية STC.

1.5 أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية :

- دراسة العلاقة المباشرة بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (الاستجابة للعميل، الأبداع) بشركة الاتصالات السعودية؟
- رفع الغموض عن الجودة، والميزة التنافسية باعتبارها مفهوميين متعددي الأبعاد.
- التأكيد على أهمية تحقيق الجودة وبناء الميزة التنافسية.
- توضيح كيفية تحقيق الميزة التنافسية من خلال الجودة.

1.6 الأهمية العلمية:

تشكل إضافة معرفية نظراً لقلّة الدراسات السابقة لهذا الموضوع وتتجلى أهميتها في كونها تدرس أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على تحقيق الميزة التنافسية بالتطبيق على شركة الاتصالات السعودية، ويتوقع ان تسهم الدراسة في عدة جوانب نظرية تتمثل في :

- اختبار أثر تطبيق أبعاد إدارة الجودة الشاملة على تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (الاستجابة للعميل، الأبداع) بشركة الاتصالات السعودية؟
- التعرف على مفهوم إدارة الجودة الشاملة ومكوناتها.
- معرفة مدى استفادة العملاء والعاملين من تطبيق إدارة الجودة الشاملة.

1.7 الأهمية العملية:

أن دراسة متغيرات إدارة الجودة الشاملة ومعرفة مدى تأثيرها في تحقيق أي من متغيرات الميزة التنافسية أمراً مهم لإدارة شركة الاتصالات السعودية حيث أن مخرجات الدراسة يمكن أن تقدم

رؤية عملية قابلة للتطبيق في تسويق منتجاتها كما تساعد في اتخاذ إجراءات وتدابير للاهتمام بالجودة الشاملة وكيفية تطبيقها من أجل تحسين كفاءة أداءها من نواحي كثيرة، كما تساهم في لفت الانتباه إلى أهمية إدارة الجودة الشاملة في شركة الاتصالات السعودية.

2. الإطار النظري للدراسة:

2.1 تعريف الجودة الشاملة: تميز السلعة أو الخدمة في تلبية كافة مطالب الزبون وتوقعاته (حسن المعاملة، السعر، الوفرة، الخدمات الإضافية، تقديم السلعة، في الوقت المطلوب). (عقبلي، 1998)

2.2 الميزة التنافسية:

تنشأ بوساطة زيادة قيمة المنتج للزبون أو تقليل من تكاليف تقديم المنتج إلى السوق، أي أن الميزة التنافسية تحدد من خلال زيادة قيمة المنتج للزبائن وتقليل تكلفة المنتج وذلك للمنافسة من خلال تقليل سعر المنتج. (عقبلي، 1998)

2.3 الاستجابة للعميل:

تعني توفير الحاجات والرغبات المتعلقة بالزبون من أجل اقتناء الزبون السلعة أو الخدمة، وكيفية إيصالها إلى الزبون عبر سلسلة تجهيز وذلك من أجل مقابلة الزبون في تسليم السلعة أو الخدمة في الوقت المناسب. (روان، 2015).

2.4 الأبداع:

هو القدرة على توليد أفكار جديدة لجمع العناصر الموجودة من أجل استحداث مصادر ذات قيمة. (Chuckie, 2006) كما عرفتها حنان (2009) بأنه تطبيق فكرة طورت داخل المنظمة أو تمت استعارتها من خارج المنظمة سواء كانت تتعلق بالمنتج أو الوسيلة أو النظام أو العملية أو السياسة أو البرامج أو الخدمة وهي جديدة بالنسبة للمنظمة، وأشار (Daft, 2002) إلى أن الأبداع هو القدرة على جمع أو مشاركة المعلومات بغرض تطوير أفكار جديدة.

2.5 تخفيض التكلفة:

تعني قدرة المؤسسة على إنتاج منتج بأقل تكلفة مقارنة بالمنافسين، مما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أكبر، أن الحصول على نفس التكلفة الأقل ليس ممكن في كل الظروف، وبالتالي ضرورة توفر مجموعة من الشروط وهي: (نبيل، 1998)

- وجود طلب مرن على السلعة، حيث يؤدي التخفيض في السعر إلى زيادة مشتريات المستهلكين للسلع.
- عدم وجود طرق كثيرة لتمييز المنتج.
- وجود طريقة واحدة لاستخدام السلعة لكل المشتريين.

كما أن المؤسسة يمكن لها تخفيض التكاليف من خلال الاستخدام الكفء للطاقة الإنتاجية المتاحة لها فضلاً عن التحسين المستمر لجودة المنتجات والإبداع في تصميم المنتجات وإتقان العمليات، إذ يعد ذلك مهم لخفض التكاليف فضلاً عن مساعدة المدراء في دعم وإسناد استراتيجية الشركة ليكون لها تميز في مجال الكلفة. (Evans, ET...al. 2007)

3. الدراسات السابقة:

دراسة (AHMED AND BUTTLE,2001) هدفت هذه الدراسة الى دراسة سبل المحافظة على الزبائن في قطاع الأعمال، حيث بينت ان الفوائد المالية المتحققة نتيجة إتباع سياسة المحافظة باعتبارها سياسة ديناميكية تركز على إدارة روابط متعددة بين البائع والزبائن وباقي عناصر العملية التسويقية كالموزعين وغيرهم، فالأصول الحقيقية لأية شركة هم زبائنها، فعلى هذا الأساس تقود المحافظة على الزبائن الى زيادة الربحية، ومن الضروري توفير استراتيجيات لذي المؤسسات للمحافظة عليهم.

دراسة (Slater&Angle,2000) بعنوان: اثر الاستراتيجيات المتعلقة بالبيئة على الميزة التنافسية في الشركات الماليزية، هدفت الدراسة إلى تقسيم الشركات إلى مجموعتين المجموعة الأولى تؤمن بالاستراتيجيات المتعلقة بالبيئة وهذه الاستراتيجيات في مرتبة متقدمة لديها والأخرى لا تؤمن بالاستراتيجيات المتعلقة بالبيئة وفي مرتبة دنيا بالنسبة لها، وتوصلت الدراسة إلى أن المجموعة الأولى لديها سلوك استباقي لأنها تعتبر أن البيئة لها تأثير كبير على ميزتها التنافسية بينما المجموعة الثانية لديها سلوك تفاعلي لأنها لم تدرك أهمية تأثير البيئة على ميزتها التنافسية وان هنالك اختلاف كبير بين هاتين المجموعتين حيث تعتبر المجموعة الأولى من الشركات الحاصلة على وضع تنافسي يؤهلها لتصبح من الشركات العابرة للحدود مستقلاً.

دراسة (زكي، 2011م) بعنوان: أثر تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة على الأداء التنظيمي، هدفت الدراسة الى التعرف على مستوى تطبيق أبعاد إدارة الجودة الشاملة في المصارف التجارية الفلسطينية، أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة إن المصارف التجارية الفلسطينية تهتم بشكل عام بتطبيق جميع أبعاد إدارة الجودة الشاملة بدرجة متوسطة فقد جاء هذا التطبيق بدرجات ومستويات متفاوتة حيث ارتبط أعلى مستوى تطبيق لتلك الأبعاد على التوالي بالتركيز على العميل ويليه تدريب العاملين وتأهيلهم، ثم القدرة على الاتصال الفعال.

دراسة (صابون، 2012م) بعنوان: الدور الوسيط للعضوية التنظيمية في العلاقة بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وأداء الموارد البشرية بالمصارف السودانية، هدفت الدراسة الى التعرف على تأثير الانتماء التنظيمي على العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة وأداء الموارد البشرية ، أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة إن المصارف التجارية السودانية تتبنى تطبيق أبعاد إدارة الجودة الشاملة إلا أنها لم تكن بالصورة المطلوبة ، أرتبط أعلى مستوى تطبيق بالتركيز على العميل واستمرارية التحسين ، حيث ارتبط أدنى مستوى بتدريب العاملين وتأهيلهم واتخاذ القرارات اعتماداً على البيانات.

4. منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي يهدف إلى وصف طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة المتمثلة في المتغير مستقل تطبيق إدارة الجودة الشاملة والمتغير تابع تحقيق الميزة التنافسية، حيث لا يقتصر هذا المنهج على وصف الظاهرة وإنما يشمل تحليل البيانات وقياسها وتغييرها والوصول إلى وصف دقيق للظاهرة أو المشكلة ونتائجها. ويتمثل مجتمع الدراسة في العاملين بشركة الاتصالات السعودية STC، تم اختيار عينه مسيرة (غير احتمالية) مكونة من (210) مفردة.

الأساليب الإحصائية لتحليل بيانات الدراسة: (مختار، 2017م)

- الإحصاء الوصفي: لوصف خصائص العينة .
- كرو نباخ ألفا قياس الموثوقية والاتساق الداخلي للمتغيرات الرئيسية للدراسة.

- التحليل العاملي الاستكشافي لقياس الاختلافات بين العبارات التي تقيس كل متغير من متغيرات الدراسة.
- التحليل العاملي التوكيدي للوصول إلى جودة توفيق متغيرات نموذج الدراسة حيث تجري تغيرات في النموذج وتعديلات في الفرضيات بناء على نتائج التحليل العاملي.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد الأهمية النسبية لاستجابة أفراد العينة تجاه محاور وأبعاد أداة الدراسة.
- ارتباط بيرسون لمعرفة درجة الارتباط بين المتغيرات الرئيسية.
- تحليل المسار باستخدام برنامج Amos.

5. تحليل البيانات واختبار الفرضيات:

5.1 التحليل العاملي التوكيدي لجميع متغيرات الدراسة:

تم بناء النموذج الأول للدراسة والذي يتكون من متغيرين رئيسيين متغيرات مستقلة وتابعة وتحتوي على سبعة محاور لجميع المتغيرات التي تقيسهم (34) عبارة حسب نتائج التحليل العاملي الاستكشافي، وتم التوصل من التحليل إلى أن أبعاد متغيرات الدراسة تتكون من ستة محاور تقيسهم (21) عبارة، وتم اختبار هذا النموذج بتطبيق التحليل العاملي التوكيدي على بيانات الدراسة وتم قياس بناء النموذج لتوضيح أبعاد العلاقة بين محاور النموذج وكانت مقاييس جودة المطابقة التي تم إدخالها في النموذج الأولي قد أعطت مقاييس جودة ذات صلاحية مقبولة كما في الجدول رقم (1).

الجدول رقم (1) مؤشرات جودة المطابقة لجميع متغيرات الدراسة:

المؤشر	CMIN	DF	CMIN/DF	CFI	GFI	RMSEA	IFI	TLI
النسبة	233.172	179	1.352	.927	.945	.061	.906	.896
التفسير	مقبولة	مقبولة	مقبولة	مقبولة	مقبولة	مقبولة	مقبولة	مقبولة

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية (2022م)

الاعتمادية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة:

يستخدم تحليل الاتساق للعثور على الاتساق الداخلي للبيانات ويتراوح من (0 إلى 1)، تم احتساب قيمة (ألفا كرون باخ) للعثور على اتساق البيانات الداخلي وتشير (Nunnally، 1968) إلى أن المصدقية من 0.50-0.60) تكفي، أما (Hair et al، 2010)

أقترح أن قيمة ألفا كرون باخ يجب أن تكون أكثر من 0.70 ومع ذلك يعتبر ألفا كرونباخ من 0.50 فما فوق مقبولة.

جدول (2) يبين الاعتمادية والانحرافات المعيارية لكل متغيرات الدراسة

المتغيرات	نوع المتغير	عدد العبارات	الاعتمادية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الأهمية النسبية
تدريب ومشاركة العاملين وتحفيز	مستقل	6	.854	0.64	4.42	0.88%
التركيز على العميل	مستقل	6	.837	0.74	4.26	0.85%
القدرة الاتصال الفعال	مستقل	3	.839	1.05	4.18	0.84%
التركيز على تحسين الخدمات	مستقل	2	.687	0.62	4.53	0.91%
الأبداع	مستقل	3	.761	0.70	4.31	0.86%
الاستجابة للعميل	تابع	2	.655	0.50	4.67	0.93%

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية (2022م)

يتضح من نتائج الجدول أعلاه (2) أن اختبار الاعتمادية كان مرتفعاً والانحراف المعياري لكل المتغيرات كانت مرتفعة مما يدل على وجود تجانس بين إجابات المبحوثين. كما يلاحظ في ذات الجدول أن المتوسطات لجميع متغيرات الدراسة اعلى من الوسط الفرضي، والانحراف المعياري أقرب إلى الواحد وهذا يدل على التجانس بين إجابات أفراد العينة عن جميع عبارات المتغيرات، ويمكن ترتيبها وفقاً للأهمية النسبية كالاتي المتغير المستقل تطبيق إدارة الجودة الشاملة: التركيز على تحسين الخدمات، تدريب ومشاركة العاملين وتحفيز، التركيز على العميل، القدرة على الاتصال الفعال. أما المتغير التابع تحقيق الميزة التنافسية: الاستجابة للعميل، الأبداع.

تحليل الارتباط (Person Correlation):

تم استخدام تحليل الارتباط بين متغيرات الدراسة بهدف التعرف على العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، فكلما كانت درجة الارتباط قريبة من الواحد الصحيح فإن ذلك يعني أن الارتباط قوياً بين المتغيرين وكلما قلت درجة الارتباط عن الواحد الصحيح كلما ضعفت العلاقة بين المتغيرين وقد تكون العلاقة طردية أو عكسية، وبشكل عام تعتبر العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة معامل الارتباط اقل من (0.30) ويمكن اعتبارها متوسطة اذا تراوحت قيمة معامل الارتباط بين (0.30 - 0.70) أما اذا كانت قيمة الارتباط أكثر من (0.70) تعتبر العلاقة قوية بين المتغيرين. أوضح اختبار تحليل الارتباط بين متغيرات الدراسة من خلال الجدول (3).

الجدول (3) تحليل الارتباط بين متغيرات الدراسة

متغيرات الدراسة	التقديرات
القدرة على الاتصال الفعال <--> تدريب ومشاركة العاملين وتحفيز	.390
التركيز على تحسين الخدمات <--> تدريب ومشاركة العاملين وتحفيز	.153
الاستجابة للعميل <--> تدريب ومشاركة العاملين وتحفيز	.119
الأبداع <--> تدريب ومشاركة العاملين وتحفيز	.260
التركيز على العميل <--> التركيز على تحسين الخدمات	.170
التركيز على العميل <--> الاستجابة للعميل	.144
التركيز على العميل <--> الأبداع	.347
الاستجابة للعميل <--> القدرة على الاتصال الفعال	.207
الأبداع <--> القدرة على الاتصال الفعال	.326
الاستجابة للعميل <--> لتركيزي على تحسين الخدمات	.125
الأبداع <--> التركيز على تحسين الخدمات	.203
الأبداع <--> الاستجابة للعميل	.134
التركيز على العميل <--> تدريب ومشاركة العاملين وتحفيز	.321
التركيز على العميل <--> القدرة على الاتصال الفعال	.394
التركيز على تحسين الخدمات <--> القدرة على الاتصال الفعال	.228

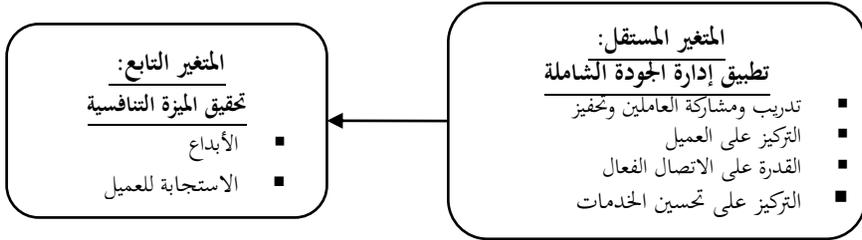
المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية (2022م)

يتبين من الجدول (3) انه توجد علاقة إيجابية قوية بين تدريب ومشاركة العاملين وتحفيز مع المتغيرات (التركيز على العميل، القدرة على الاتصال الفعال، التركيز على تحسين الخدمات، الأبداع، الاستجابة للعميل). كما يلاحظ انه توجد علاقة إيجابية قوية بين التركيز على العميل و(القدرة على الاتصال الفعال، التركيز على تحسين الخدمات، الأبداع، الاستجابة للعميل). و توجد علاقة إيجابية قوية بين القدرة على الاتصال الفعال و(التركيز على تحسين الخدمات، الأبداع، الاستجابة للعميل). و توجد علاقة إيجابية قوية بين التركيز على تحسين الخدمات و(الأبداع، الاستجابة للعميل). و توجد علاقة إيجابية قوية بين الأبداع و الاستجابة للعميل.

5.2 نموذج الدراسة المعدل:

بعد إجراء التحليل العملي الاستكشافي والتوكيدي لمتغيرات الدراسة يتم الاعتماد على النتائج التي يفسر عنها التحليل، حيث أوضحت النتائج أن المتغير المستقل تطبيق إدارة الجودة الشاملة يتكون من أربعة محاور وهي " تدريب ومشاركة العاملين وتحفيز، التركيز على العميل، القدرة على الاتصال الفعال، التركيز على تحسين الخدمات ". أما المتغير التابع تحقيق الميزة التنافسية.

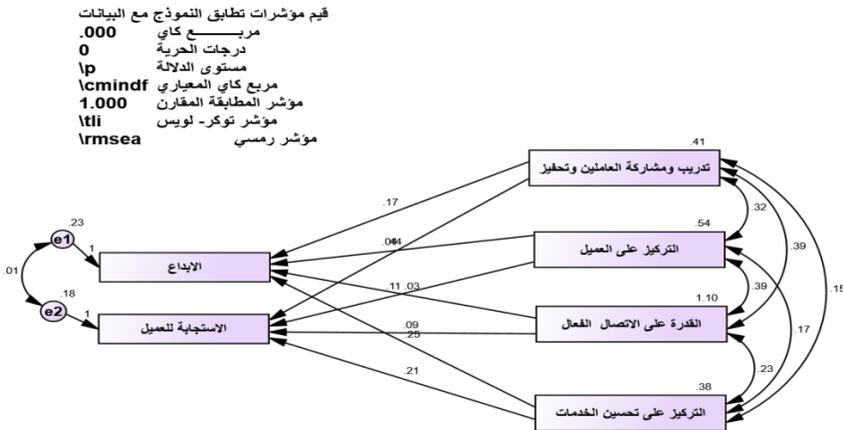
شكل (2) يوضح نموذج الدراسة



المصدر: أدبيات الدراسات السابقة (2022م)

اختبار فرضيات الدراسة: تم الاعتماد في علمية التحليل الإحصائي للبيانات على أسلوب نمذجة المعادلة البنائية [SEM] Structural Equation Modeling وهو نمط مفترض للعلاقات الخطية المباشرة وغير مباشرة بين مجموعة من المتغيرات الكامنة والمشاهدة، وبالتحديد استخدام أسلوب تحليل المسار Path Analysis وهو أحد أساليب نمذجة المعادلة البنائية التي تعني بدراسة وتحليل العلاقات بين متغير أو أكثر من المتغيرات المستقلة سواء كانت هذه المتغيرات مستمرة أو متقطعة ومتغير أو أكثر من المتغيرات التابعة سواء كانت هذه المتغيرات مستمرة أو متقطعة بهدف تحديد أهم المؤشرات أو العوامل التي يكون لها تأثير على المتغير أو المتغيرات التابعة، حيث أن نمذجة المعادلة البنائية تجمع بين أسلوب تحليل الانحدار المتعدد والتحليل العاملي.

اختبار الفرضية الرئيسية: هنالك علاقة إيجابية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وتحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (الأبداع، الاستجابة)، ولاختبار العلاقة بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وتحقيق الميزة التنافسية (الأبداع، الاستجابة)، تم استخدام أسلوب تحليل المسار كما في الشكل رقم (3).
شكل رقم (3) العلاقة بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وتحقيق الميزة التنافسية



المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية (2022م)

جدول رقم (4) المسار من تطبيق إدارة الجودة الشاملة إلى الأبداع (Estimate)

العلاقات	التقديرات Estimates	الخطأ المعيار S.E	القيمة المرجحة CR	الدلالة P	النتيجة		
تدريب ومشاركة العاملين وتخفيف	<-	الأبداع	.172	.077	2.245	.025	دعمت
التركيز على العميل	<-	الأبداع	.252	.059	4.252	***	دعمت
القدرة على الاتصال الفعال	<-	الأبداع	.025	.040	.633	.527	لم تدعم
التركيز على تحسين الخدمات	<-	الأبداع	.441	.063	7.013	***	دعمت

مستوي المعنوية: $p < 0.10$ ، $p < 0.05$ ، $p < 0.001$ ، ***

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية (2022م)

وفقاً للجدول أعلاه رقم (4) ويمكننا ملاحظة الأثر المباشر اعتماداً على معاملات الارتباط المتعدد (R2) والاعتماد على مستوى الدلالة (0.05)، وتشير أوزان معاملات الانحدار في العلاقة بين المتغير المستقل تطبيق إدارة الجودة الشاملة والمتغير التابع الأبداع إلى انخفاض تأثير تدريب ومشاركة العاملين وتخفيف حيث بلغ معامل الانحدار (0.41) ويفسر 0.17 من التباين وهو دال إحصائياً عند مستوى معنوية (0.025)، ارتفاع تأثير التركيز على العميل حيث بلغ معامل الانحدار (0.54) ويفسر 0.44 من التباين وهو دال إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000). ارتفاع تأثير القدرة على الاتصال الفعال حيث بلغ معامل الانحدار (1.10) ويفسر 0.03 من التباين وهو غير دال إحصائياً عند مستوى معنوية (0.527)، انخفاض تأثير تدريب ومشاركة العاملين وتخفيف حيث بلغ معامل الانحدار (0.38) ويفسر 0.25 من التباين وهو دال إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000)، ومن التحليل نجد أنه توجد علاقة معنوية إيجابية جزئية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة والأبداع، وقد تحققت جميع شروط جودة النموذج. كما يلاحظ من الجدول أعلاه رقم (6) ويمكننا ملاحظة الأثر المباشر اعتماداً على معاملات الارتباط المتعدد (R2) والاعتماد على مستوى الدلالة (0.05)، وتشير أوزان معاملات الانحدار في العلاقة بين المتغير المستقل تطبيق إدارة الجودة الشاملة والمتغير والاستجابة للعميل إلى انخفاض تأثير تدريب ومشاركة العاملين وتخفيف حيث بلغ معامل الانحدار (0.41)

ويفسر 0.04 من التباين وهو غير دال إحصائياً عند مستوى معنوية (0.600)، ارتفاع تأثير التركيز على العميل حيث بلغ معامل الانحدار (0.54) ويفسر 0.11 من التباين وهو دال إحصائياً عند مستوى معنوية (0.044). ارتفاع تأثير القدرة على الاتصال الفعال حيث بلغ معامل الانحدار (1.10) ويفسر 0.09 من التباين وهو دال إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000)، انخفاض تأثير تدريب ومشاركة العاملين وتحفيز حيث بلغ معامل الانحدار (0.38) ويفسر 0.21 من التباين وهو دال إحصائياً عند مستوى معنوية (0.011)، ومن التحليل نجد أنه توجد علاقة معنوية إيجابية جزئية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة الاستجابة للعميل، وقد تحققت جميع شروط جودة النموذج.

6. خاتمة

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

النتيجة الرئيسية الأولى: توجد علاقة معنوية إيجابية جزئية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة والأبداع

- توجد علاقة معنوية إيجابية بين تدريب ومشاركة العاملين وتحفيز والأبداع.
- توجد علاقة معنوية إيجابية بين التركيز على العميل والأبداع.
- لا توجد علاقة معنوية إيجابية بين القدرة على الاتصال الفعال والأبداع.
- توجد علاقة معنوية إيجابية بين التركيز على تحسين الخدمات والأبداع.

النتيجة الرئيسية الثانية: توجد علاقة معنوية إيجابية جزئية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة والاستجابة للعميل

- لا توجد علاقة معنوية إيجابية بين تدريب ومشاركة العاملين وتحفيز والاستجابة للعميل.
- توجد علاقة معنوية إيجابية بين التركيز على العميل والاستجابة للعميل.
- توجد علاقة معنوية إيجابية بين القدرة على الاتصال الفعال والاستجابة للعميل.
- توجد علاقة معنوية إيجابية بين التركيز على تحسين الخدمات والاستجابة للعميل.

توصيات الدراسة: توصي الدراسة بالآتي:

- ضرورة ان تتبع شركة الاتصالات السعودية استراتيجية لتقليل التكاليف الثابتة مقارنة مع المنافسين .
- ضرورة ان تقلل الشركة تكاليف عملياتها الوقائية للتفوق على المنافسين.

- ضرورة أن تخصص شركات التأمين مخصصات كافية لجهود البحث وتطوير خدماتها.
- على الشركة الاهتمام بتدريب الموظفين الجدد بشكل يتناسب مع احتياجاتهم الوظيفية مما ينعكس ذلك في سرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء.
- على إدارة الشركة الاهتمام بإدارة الجودة الشاملة مما يؤدي الى زيادة رضا العاملين وتطوير منتجاتها.
- ضرورة ان تستخدم الشركة أدوات الاتصال في تنفيذ المهام لزيادة حصتها السوقية والأبداع.

7. قائمة المراجع.

المؤلفات:

- أحمد عبد الله إبراهيم. (2013). منهجية البحث العلمي، فهرسة المكتبة الوطنية، السودان - الخرطوم.
- أوما سيكاران. (2006). طرق البحث في الإداري مدخل لبناء المهارات البحثية، دار المريخ للنشر، الرياض - المملكة العربية السعودية.
- عقبلي، عمروصفي(د، ت) " المنهجية الكاملة لإدارة الجودة الشاملة، دار وائل للنشر، عمان، ط، 1 ص 35 .
- نبيل مرسي. (1998). الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر.

الأطروحات:

1. هاجر بوعزة. (2012). أثر التسويق بالعلاقات في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة اتصالات الجزائر، رسالة ماجستير منشورة، جامعة قاصدي مرباح.
2. زكي، مرسي أحمد. (2011م). أثر تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة على الأداء التنظيمي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية غزة.
3. صابون، خليل جمعة عثمان. (2012م). الدور الوسيط للعضوية التنظيمية في العلاقة بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وأداء الموارد البشرية بالمصارف السودانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات التجارية.
4. روان باسم عيد الشريف. (2015). أثر المرونة الاستراتيجية في العلاقة بين التعلم الاستراتيجي وتحقيق الميزة التنافسية في شركات التأمين الأردنية، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط.
5. مهند حميد ياسر العطوى. (2009). أثر المرونة الاستراتيجية في ريادة منظمات الأعمال، رسالة ماجستير منشورة.

6. حنان رزق الله. (2009). أثر التمكين على تحسين جودة الخدمة التعليمية بالجامعة: دراسة ميدانية لعينة من كليات جامعة منتوري قسنطينة، جامعة منتوري.

المراجع باللغة الأجنبية

1. Joseph F. Hair, JR. and Others , Multivariate Data Analysis with Readings, Fourth Edition, Prentice-Hall, Inc., New Jersey, USA, (1995)
2. Hair, J. f, Anderson, R.E, Tat ham, R.L and Black, w.c. (2010) "Multivariate Data Analysis"5thed, NJ :Prentice-Hall, Inc., p 10
3. Churchill, G.A. "A paradigm for developing better measures of marketing constructs", Journal (1979).
4. Barbara G. Tabachnick and Linda S. Fidel, Using Multivariate Statistics, Third Edition, HarperCollins College Publishers, USA, (1996)
5. James Latin and Others, Analyzing Multivariate Data, Brooks/Cole, Thomson Learning, Inc., Canada, (2003).
6. Slater, J. & Angel, I. (2000). The Impact and Implications of Environmentally Linked Strategies on Competitive Advantage: A Study Of Malaysian Companies,Journal of Business Research, Vol.47, pp.75-89.
7. Ahmad, R. and Bottle, F. (2001)Retaining business customersthrough adaptation and bonding: a case study of Hot, Journal of Business and Industrial Marketing,vol.16 no.7,pp.553-57.
8. Chuckie, Chutchanok. (2006).“Sustainable Competitive Advantage ofStrategic Corporate Social Responsibility in Thai Companies". Master Thesis, University of Nottingham, United Kingdom.
9. Evans, James Robert; Evans, James Robert & Collier, David A, (2007),”Operations management: an integrated goods and services
10. Daft, R. N. (2002). "Organizational Behavior" Dryden Press Sandie go, HarcourtCollege Publishers, U.S.A.