

جامعة قاصدي مرياح - ورقلة -  
كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية  
قسم علوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ما ستر أكاديمي  
الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية  
الشعبة: علوم التجارية  
التخصص: تسويق الخدمات  
من إعداد الطالبة: لطيفة بالطاهر  
بعنوان:

أبعاد جودة الخدمة في رياض الأطفال وأثرها على رضا الزبون  
"دراسة مقارنة بين مؤسستي روضة الصفاء وروضة الطفل الملك بمدينة تقرت"

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2016/05/24

أمام اللجنة المكونة من السادة:

(أستاذة مساعدة "أ"، جامعة قاصدي مرياح ورقلة) رئيسا	الأستاذة / سعدي سعيدي
(أستاذة مساعدة "أ"، جامعة قاصدي مرياح ورقلة) مشرفتا	الأستاذة / سميرة صالح
(أستاذة مساعدة "أ"، جامعة قاصدي مرياح ورقلة) مناقشا	الأستاذة / كاهي فطيمة

السنة الجامعية 2016 / 2017



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -  
كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية  
قسم علوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ما ستر أكاديمي  
الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية  
الشعبة: علوم التجارية  
التخصص: تسويق الخدمات  
من إعداد الطالبة: لطيفة بالطاهر  
بعنوان:

أبعاد جودة الخدمة في رياض الأطفال وأثرها على رضا الزبون  
"دراسة مقارنة بين مؤسستي روضة الصفاء وروضة الطفل الملك بمدينة تقرت"

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2016/05/24

أمام اللجنة المكونة من السادة:

(أستاذة مساعدة "أ"، جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا	الأستاذة / سعيدي سعيدي
(أستاذة مساعدة "أ"، جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفتا	الأستاذة / سميرة صالح
(أستاذة مساعدة "أ"، جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا	الأستاذة / كاهي فطيمة

السنة الجامعية 2016 / 2017

# الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

( وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون )

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك

ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك

ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد

صلى الله عليه وسلم افضل التسليم

الى من كلمه الله بالهيبة والوقار الى من علمني العطاء بدون انتظار الى من احمل اسمه بكل

افتخار ارجوا من الله ان يمد في عمرك لترى ثمرا قدحان قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك

نجوما اهتدي بها اليوم وغدا والى الابد الى والدي العزيز إلى ملاكي في الحياة الى معنى الحب

ومعنى الحنان والتفاني الى بسمة الحياة وسر الوجود الى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم

جراحي الى الحبيبة امي الى إخوتي و أخواتي و الى أزواجهن الذين كانوا سندي في الحياة و منبع

طاقتي الى من بهم ارى نور الحياة إلى كل من عائلة بالطاهر و عائلة بن عائشة و إلى من كانوا رمزا

للوفاء والسعادة الى كل الاصدقاء

و اخوتي الذين لم تلدهم امي ، و إلى من ساهم في إنجاز هذا

البحث و عمل إنجاحه من قريب و من بعيد

(عيلة مقراني ، ، مديرتي الروضتين، و كل العاملين بهما )

والى كل اساتذتي الكرام وبالأخص الأستاذة صالحى

سميرة والأستاذة بوبكر قواميد و الأستاذ بن تفات

عبد الحق و الأستاذ الضو ناصر وكل طلبة الثانية

ماستر تسويق الخدمات .

لطيفتي

# الشكر

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله كما ينبغي لجلال وجهه العظيم سلطانه والله  
الحمد أولاً وأخيراً لما كان قيد النعم شكرها ومن  
لم يشكر الله لا يشكر الناس بعد فضل الله عز وجل يقتضي  
الواجب من باب الاعتراف بالجميل أن نتقدم بالشكر  
الجزيل والثناء الخالص لكل من ساهم من بعيد أو من قريب في  
إنجاز هذا العمل وأخص بالذكر الأستاذة المشرفة " سميرة صالحى "  
صاحبة العطاء التي لم تدخر  
جهداً في ذلك فجزاها الله عنا كل خير كما لا ننسى المساعدات  
التي قدمت لنا من طرف روضة الصفاء و روضة الطفل الملك  
وخاصة مديرتي الروضتين وكذا كل الموظفين شكر ممزوج بالدعاء  
و الإستغفار لكل الاصدقاء وكل من ساهم في هذا العمل من قريب  
أو من بعيد

## الملخص:

تناولنا في هذه الدراسة مفهوم جودة الخدمة في رياض الأطفال، وحاولنا توضيح تأثيره على رضا الزبون في هذه المؤسسات من خلال معالجتنا للإشكالية التالية: " كيف تؤثر أبعاد جودة الخدمة في رياض الأطفال على رضا الزبائن "، حيث تمت المقارنة بين مؤسستين تابعتين للقطاع الخاص لرياض الأطفال (روضة الطفل الملك بمدينة تقرت، وروضة الصفاء بمدينة تقرت)، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم توزيع إستبانة مكونة من 44 بنداً، كما استخدمنا أسلوباً المقابلة والملاحظة كلما أتاحت لنا الفرصة، أما مجتمع الدراسة فتمثل في جميع الأولياء المنتسبين لروضة الأطفال محل الدراسة، حيث تم إختيار منهم عينة ميسرة شملت 110 مفردة موزعة بالتساوي على المؤسستين محل الدراسة، وبعد جمع البيانات تم تحليلها باستخدام عدداً من الأساليب الإحصائية المناسبة، وذلك بالإستعانة ببرنامج الرزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية SPSS الإصدار 20 ، حيث توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون في مؤسسة رياض الأطفال.

الكلمات المفتاحية : جودة، خدمة، أبعاد الجودة، رضا الزبائن، رياض الأطفال.

## Summary:

We dealt with in this study, the concept of quality of service in kindergarten, and we tried to clarify its impact on customer satisfaction in these institutions through our treatment for the following problem: "How service quality dimensions in kindergarten affect customer satisfaction," where has the comparison between the two institutions belonging to the private sector for kindergarten (Child King kindergarten in Touggourt, and kindergarten serenity in Touggourt), and in order to achieve the objectives of the study were distributed a questionnaire consisting of 44 items, as we used my style interview and observation whenever we had the chance, and the study population represents all the saints associate Rodta children in the study, where was selected them soft sample included 110 single evenly distributed on the two institutions under the study, after the collection of data was analyzed using a number of appropriate statistical methods, using the program of statistical packages for Social Sciences SPSS version 20, where the study found the following results: the presence of a statistically significant relationship between service quality dimensions and customer satisfaction in kindergarten institution. Key words: quality, service, dimensions of quality, customer satisfaction, kindergarten.

## قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
III	الإهداء
IV	الشكر
V	ملخص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
X	قائمة الأشكال البيانية
أ-ج	المقدمة
<b>الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية</b>	
02	المبحث الأول: عموميات حول جودة الخدمة ورضا الزبون
10	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية
<b>الفصل الثاني: دراسة مقارنة بين روضة الطفل الملك وروضة الصفاء</b>	
17	المبحث الأول: الطريقة والأدوات
33	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية
72	الخاتمة
	المصادر والمراجع
	الملاحق
	الفهرس

## قائمة الجداول

الصفحة	العنوان
بالنسبة لروضة الملك	
18	الجدول رقم 01 : حجم العينة المدروسة.
18	الجدول رقم 02: توزيع العينة حسب متغير طبيعة الولي.
19	الجدول رقم 03: توزيع العينة حسب متغير مهنة الأم.
19	الجدول رقم 04: توزيع العينة حسب متغير عدد الأولاد.
22	الجدول رقم 05: توزيع العينة حسب متغير سن الأطفال في الروضة.
21	الجدول رقم 06: توزيع العينة حسب متغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة.
22	الجدول رقم 07 : توزيع العينة حسب متغير الدخل بالنسبة للأولياء.
بالنسبة لروضة الصفاء	
23	الجدول رقم 08: توزيع العينة حسب متغير طبيعة الولي.
23	الجدول رقم 09: توزيع العينة حسب متغير مهنة الأم.
24	الجدول رقم 10: توزيع العينة حسب متغير عدد الأولاد في الروضة.
24	الجدول رقم 11: توزيع العينة حسب متغير سن الأطفال.
25	الجدول رقم 12: توزيع العينة حسب متغير سعر الخدمات.
26	الجدول رقم 13: توزيع العينة حسب متغير الدخل بالنسبة للأولياء.
بالنسبة لروضة الطفل الملك	
31	الجدول رقم 14: معامل ألفا كرونباخ للاستبيانات لروضة الطفل الملك
32	الجدول رقم 15: معامل ألفا كرونباخ لروضة الصفاء
33	الجدول رقم 16: معلومات عامة عن المؤسساتين.
34	الجدول رقم 17: المتوسطات الحسابي , والانحراف المعياري لإجابات حول بعد الملموسة
35	الجدول رقم 18: المتوسطات الحسابي والانحراف المعياري لإجابات حول بعد الإعتمادية.
36	الجدول رقم 19: المتوسطات الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات حول بعد الاستجابة.
36	الجدول رقم 20: المتوسطات الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات حول بعد الأمان.
37	الجدول رقم 21: المتوسطات الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات حول بعد التعاطف.
38	الجدول رقم 22: المتوسطات الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات حول بعد رضا الزبون.
39	الجدول رقم 23: مدى إدراك الزبائن عينة الدراسة لأبعاد جودة الخدمة و ترتيبها حسب أهميتها من وجهة نظرهم.
40	الجدول رقم 24: معامل الارتباط سييرمان بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن.
41	الجدول رقم 25: تحليل تباين الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختيار الفرضية الثالثة.
41	الجدول رقم 26: معامل الارتباط للمتغير التابع والمتغيرات المستقلة



42	الجدول رقم 27: جدول المعاملات.
43	الجدول رقم 28: توزيع اجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير طبيعة الولي.
43	الجدول رقم 29: نتائج اختبار t لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير طبيعة الولي.
44	الجدول رقم 30: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير مهنة الأم.
45	الجدول رقم 31: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير عدد الاولاد.
46	الجدول رقم 32: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير سن الأطفال.
46	الجدول رقم 33: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير السعر.
47	الجدول رقم 34: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير الدخل.
بالنسبة لروضة الصفاء	
48	الجدول رقم 35: المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لبعدها الملموسية
49	الجدول رقم 36: المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لبعدها الإعتدالية
49	الجدول رقم 37: المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لبعدها الاستجابية.
50	الجدول رقم 38: المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لبعدها الأمان.
51	الجدول رقم 39: المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لبعدها التعاطف.
52	الجدول رقم 40: المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لرضا الزبون.
53	الجدول رقم 41: مدى إدراك الزبائن عينة الدراسة لأبعاد جودة الخدمة وترتيبها حسب أهميتها من وجهة نظرهم.
54	الجدول رقم 42: معامل الارتباط سييرمان للمتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة.
54	الجدول رقم 43: تحليل تباين الانحدار لتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية 3.
55	الجدول رقم 44: معامل الارتباط للمتغير التابع والمتغيرات المستقلة.
55	الجدول رقم 45: المعاملات.
57	الجدول رقم 46: توزيع إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير طبيعة الزبون.
57	الجدول رقم 47: نتائج اختبار t لاختبار فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير طبيعة الولي.

58	الجدول رقم 48: نتائج اختبار تحليل التباين لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة حسب متغير مهنة الأم.
58	الجدول رقم 49: نتائج اختبار تحليل التباين لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة حسب متغير عدد الأولاد.
59	الجدول رقم 50: نتائج اختبار تحليل التباين لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة حسب متغير سن الأطفال.
60	الجدول رقم 51: نتائج اختبار تحليل التباين لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة حسب متغير سعر الخدمات.
60	الجدول رقم 52: نتائج اختبار تحليل التباين لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة حسب متغير الدخل بالنسبة للأولياء.
69	الجدول رقم 53: مقارنة المتوسط الحسابي لكلا الروضتين.
69	الجدول رقم 54: مقارنة معامل الارتباط بين الروضتين.

## قائمة الاشكال

الصفحة	العنوان
03	الشكل رقم (01) : مفهوم الجودة.
06	الشكل رقم (02): نموذج لتقييم جودة الخدمة.
18	الشكل رقم (03): توزع أفراد عينة الدراسة حسب متغير طبعة الولي.
19	الشكل رقم (04): توزع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مهنة الأم.
19	الشكل رقم (05): توزيع أفراد الدراسة حسب متغير عدد الأولاد
20	الشكل رقم (06): توزيع أفراد الدراسة حسب متغير سن الأطفال.
21	الشكل رقم (07):توزيع أفراد الدراسة حسب متغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة
22	الشكل رقم (08): توزيع أفراد الدراسة حسب متغير الدخل بالنسبة للأولياء
23	الشكل رقم (09): توزع أفراد عينة الدراسة حسب متغير طبعة الولي.
23	الشكل رقم (10): توزع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مهنة الأم
24	الشكل رقم (11):توزيع أفراد الدراسة حسب متغير عدد الأولاد
25	الشكل رقم (12):توزيع أفراد الدراسة حسب متغير سن الأطفال
26	الشكل رقم (13): توزيع أفراد الدراسة حسب متغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة
27	الشكل رقم (14): توزيع أفراد الدراسة حسب متغير الدخل بالنسبة للأولياء
29	رقم (15): نموذج الدراسة

# المقدمة

### أ. توطئة:

تعد الجودة من أهم القضايا التي تهتم بها المؤسسات اليوم مهما كانت طبيعة نشاطها، لا سيما الخدمية منها، حيث تسعى إلى رفع مستوى أدائها من خلال عمليات تقديم الخدمة وتعزيز مكانتها التنافسية في ظل إشتداد المنافسة، وهذا من خلال تبني إستراتيجية تسويقية تعتمد على تخفيض تكلفة خدماتها أو التركيز على جودتها، حتى تصل إلى درجة التميز في الأداء الذي يعد مثالا يسعى الجميع للوصول إليه.

وتعتبر المؤسسات الإجتماعية عامة ورياض الأطفال خاصة، كغيرها من المؤسسات التي تسعى إلى إرضاء زبائنها والحفاظ عليهم من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية لهذا الزبون الذي يعتبر زبونا غير مباشر (الأولياء)، حيث يستطيع هذا الأخير تقييم جودة الخدمة المقدمة للمستخدم المباشر (أطفالهم) عن طريق عدة معايير أو أبعاد يستطيع من خلالها قياس مستوى جودة هذه الخدمات والمتمثلة في خمس أبعاد رئيسية وهي (الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان، التعاطف)، حيث يختلف مستوى قياس الجودة من شخص لآخر فهو نسبي، وهذا راجع لعدم ملموسية الخدمة من جهة ولخصائصها المعنوية من جهة أخرى.

### ب. طرح الإشكال:

تعتبر جودة الخدمة في مؤسسات رياض الأطفال التي تعتمد على الجودة العالية، السلاح التنافسي الإستراتيجي والرئيسي للسوق الحالي، وذلك من خلال تقديمها الكثير من الخدمات ذات المستوى العالي، والعمل على تطويرها وتحسين جودتها وفقا لرغبات واحتياجات الزبائن، ومحاولة الوصول إلى معرفة أي من أبعاد جودة الخدمة له تأثير أكثر على رضا الزبائن في مؤسسة رياض الأطفال، وفي ظل ما سبق ذكره تتجلى معالم الإشكالية الأساسية لهذا البحث، في السؤال الرئيسي التالي: "كيف تؤثر أبعاد جودة الخدمة في رياض الأطفال على رضا الزبون؟"

حيث على ضوء هذا السؤال الرئيسي تبرز لنا مجموعة الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هو بعد الجودة الأكثر أهمية في نظر الزبائن المبحوثين؟
2. هل يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة؟
3. هل هناك أثر ذا دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة المقدمة من طرف مؤسسات رياض الأطفال على رضا زبائنها؟
4. هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول رضاهم على خدمات رياض الأطفال تعزى للمتغيرات الديموغرافية (طبيعة الولي، مهنة الأم، عدد الأولاد في الروضة، سن الأطفال في الروضة، سعر الخدمة، الدخل).

### ت. فرضيات الدراسة:

وبناء على الأسئلة الفرعية للدراسة، تم صياغة فرضياتها على النحو التالي:

1. يعطي الزبائن الأهمية القصوى لبعد الأمان مقارنة بالأبعاد الأخرى للجودة.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة المقدمة من طرف مؤسسات رياض الأطفال محل الدراسة ورضا زبائنها.
3. يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة.
5. لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول رضاهم على خدمات رياض الأطفال تعزى للمتغيرات الديموغرافية (طبيعة الولي، مهنة الأم، عدد الأولاد في الروضة، سن الأطفال في الروضة، سعر الخدمة، الدخل).

### ث. مبررات اختيار الموضوع:

من الأسباب الموضوعية التي كانت وراء اختيارنا لهذا الموضوع ما يلي:

1. نظراً للأهمية التي يحظى بها هذا الموضوع والرغبة في معرفة مساهمة جودة الخدمات على رضا الزبون، وباعتبار أن الزبون هو مبرر وجود المؤسسة حيث تم إختيار الموضوع للإلمام بالجوانب النظرية للموضوع وسعياً منا في محاولة دراسة ذلك في مؤسسة رياض الأطفال؛
2. المساهمة في إثراء المكتبة الجامعية بمحتويات هذا العمل.

### ج. أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من أنها ستبحث في معرفة نقاط القوة والضعف لأبعاد جودة الخدمة المقدمة، والتي لها تأثير كبير على رضا الزبون، والتعرف على المعايير التي يلجأ لها الزبون عند تقييمه للخدمات المقدمة من طرف رياض الأطفال، الأمر الذي يعطي صورة عن الروضة من خلال تحسين وتطوير جودة خدماتها والعمل على تحقيق أعلى رضا للزبائن للوصول كسب ولائهم، مما سينعكس الأمر إيجابياً على الروضة من خلال استقطاب المزيد من الزبائن المحتملين، كما ينعكس إيجابياً على رضا الزبائن وذلك من مستوى الجودة المقدمة وبالتالي سيتمتع الزبائن بخدمات ذات جودة عالية.

### ح. أهداف الدراسة:

تهدف من خلال هاته الدراسة إلى:

1. الوقوف على مدى الأهمية التي يحظى بها الموضوع والمساهمة في تحسين الخدمة للمؤسسة عينة الدراسة من خلال النتائج والتوصيات المتوصل إليها؛
2. التعرف على مستوى رضا زبائن مؤسسة رياض الأطفال من خلال دراسة العلاقة بين رضا الزبون والأبعاد الخمسة للجودة؛
3. تحديد أي هذه الأبعاد التي لها تأثير كبير في تشكيل جودة الخدمة في رياض الأطفال.

### خ. حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في الحدود المكانية والزمانية والمفاهيمية، وسوف نتكلم عن هذه الحدود في النقاط التالية:

1. الإطار المفاهيمي: تحتم الدراسة الحالية بالمواضيع المرتبطة بجودة الخدمة في رياض الأطفال، ورضا الزبائن عن خدمات هذه المؤسسة؛
2. الحدود المكانية: بما أن هذه الدراسة هي دراسة مقارنة، فقد إقتصرت على مؤسستين خدميتين في القطاع الخاص لرياض الأطفال، وهما مؤسسة روضة الأطفال "الصفاء"، وروضة الأطفال "الطفل الملك" بمدينة تقرت؛
3. الحدود الزمنية: فالجانب النظري تمت معالجته بنظريات ومقاربات علمية حديثة، والجانب التطبيقي فكان من بداية مارس 2016 إلى غاية ماي 2016.

### د. منهج البحث والأدوات المستخدمة:

تم استخدام المنهج الوصفي في الجانب النظري لهاته الدراسة، وهو ما يساهم في تشكيل خلفية علمية يمكن أن تفيد في إثراء الجوانب المختلفة للبحث ، أما فيما يتعلق بالجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على أسلوب دراسة الحالة و المنهج الإحصائي باستعمال برنامج الخدمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss (statistical package for social) الإصدار 20. أما أداة جمع البيانات التي اعتمدت في دراستنا هذه فتمثلت في إستبانة موجهة لزبائن المؤسسات، إضافة إلى أسلوب الملاحظة والمقابلة مع مديرتي الروضتين للوصول إلى نتائج صحيحة ودقيقة.

### ذ. مرجعية الدراسة:

تم الاعتماد على نوعين من المصادر لجمع المعلومات هي:

1. المصادر الثانوية: وتمثل في المؤلفات، المجلات والمذكرات ومداحلات الملتقيات.
2. المصادر الأولية: وتمثل في الإستبانة الموجهة إلى زبائن المؤسسات إضافة إلى الملاحظة والمقابلة.

### ر. صعوبات الدراسة:

بشكل عام تمثلت صعوبات هذه الدراسة فيما يلي:

1. صعوبة الحصول على مؤسسة لتطبيق الدراسة ؛
2. صعوبة في إسترجاع الإستبانات الموزعة وعدم تفهم الكثير من الأولياء لأغراض هذه الدراسة؛
3. وجدنا صعوبة كذلك في تطبيق وتحليل النتائج ببرنامج الرزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية spss.

### ز. هيكل البحث:

بغية معالجة الإشكالية المطروحة واختبار فرضيات الدراسة، قمنا بتقسيمها على النحو التالي:

خصصنا **الفصل الأول** الموسوم ب: "الأدبيات النظرية و التطبيقية" لدراسة الجانب النظري الذي يتضمن مبحثين في المبحث الأول عالجنا مجموعة من المفاهيم المتمثلة في مدخل عام للجودة وعلاقتها برضا الزبون وكذا أبعاد الجودة، ثم تطرقنا في المبحث الثاني إلى الدراسات السابقة التي عالجت موضوع البحث ومقارنتها بالدراسة الحالية واستخلاص أوجه التشابه والاختلاف من حيث الهدف والعينة وطريقة المعالجة والاستنتاجات.

بينما عرضنا في **الفصل الثاني** الذي لدراسة مقارنة لجودة الخدمة في رياض الأطفال وأثرها على رضا، وذلك من خلال مبحثين، خصصنا المبحث الأول لعرض الإجراءات المنهجية المتبعة في دراستنا الميدانية وذلك بتوضيح الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية أما بالنسبة للمبحث الثاني حاولنا فيه عرض ومناقشة نتائج الدراسة.

# الفصل الأول

الأدبيات النظرية

والتطبيقية



تمهيد:

تعتبر جودة الخدمة من المواضيع التي تصدرت إهتمام الباحثين، لكونها تعد العنصر الأساسي الذي يقوم عليه تعامل الزبون مع المؤسسة الخدمية فهي تحدد بشكل رئيسي قرار الشراء وتكراره وبالتالي رضا الزبون وولائه، وذلك بناء على ما يدركه من هذه الجودة في المقام الأول؛ وعليه سيتم التطرق في هذا الفصل إلى أهم المحاور المرتبطة بجودة الخدمة وأبعادها، بدءاً بتحديد مفهوم جودة الخدمة وأهميتها وأبعادها، ثم نقوم بتوضيح ماهية جودة الخدمة في رياض الأطفال، وأخيراً نتناول ماهية رضا الزبون من خلال تعريفه وأهميته وذكر محدداته والسلوكيات الناجمة عنه وصولاً إلى معرفة علاقة جودة الخدمة برضا الزبون. وقد قسم هذا الفصل كما يلي:

المبحث الأول: عموميات حول جودة الخدمة ورضا الزبون.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية.

### المبحث الأول: عموميات حول جودة الخدمة ورضا الزبون.

سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى مفهوم جودة الخدمة، وذلك بعرض بعض التعاريف التي وضعها منظري الجودة، ثم سنحاول إبراز أهميتها سواء بالنسبة للمؤسسة أو للزبون، وكذا سيتم من خلال هذا المبحث تسليط الضوء على رضا الزبون وأبعاده المختلفة.

#### المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة.

تعددت وتباينت التعريفات التي أوردها الباحثون والمنظرون لمصطلح جودة الخدمة، ويرجع السبب في ذلك إلى صعوبة حصر خصائص الخدمة والعوامل المؤثرة فيها، والتي تجعل من عملية قياس جودتها عملية جد صعبة، ومن خلال هذا المطلب سيتم التطرق إلى مفهوم جودة الخدمة وأهميتها إضافة إلى أبعادها وتقييمها.

#### الفرع الأول: تعريف جودة الخدمة وأهميتها.

من خلال هذا الفرع سيتم التطرق إلى تعريف الجودة وأهميتها.

أولاً : تعريف جودة الخدمة.

عرفها كل من زيثمال و باري ( zeithaml & berry ) على أنها: "مدى التناقض ( التباعد) بين توقعات ورغبات الزبائن وبين إدراكهم للخدمة المقدمة"<sup>1</sup>.

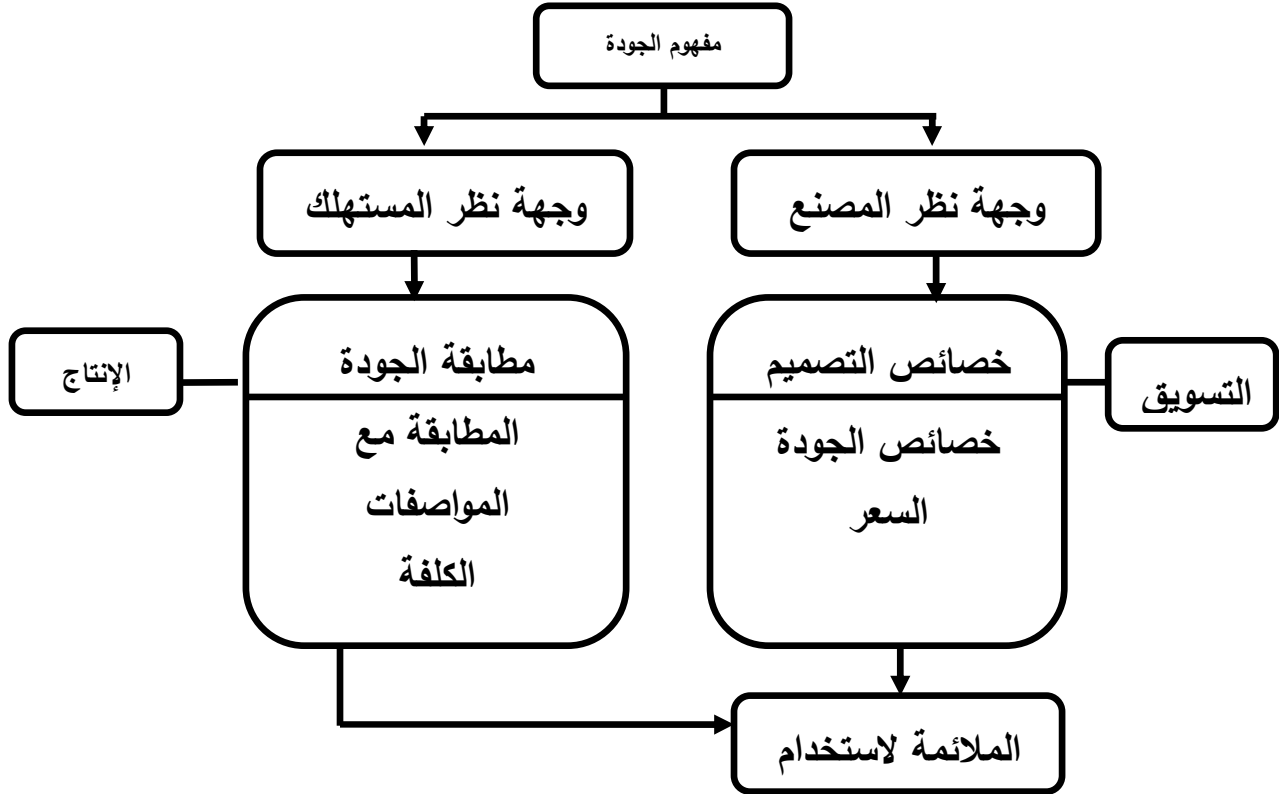
ويرى كل من لويس وبونس ( boons & lewis ) أن الجودة : " ماهية إلا قياس لمدى تطابق مستوى الخدمة المقدمة مع توقعات المستفيد من تلك الخدمة، فتقديم خدمات ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل، مذكرة دكتوراه في العلوم التجارية (غير منشورة)، جامعة تلمسان، 2014، ص 22.

<sup>2</sup> نجم العزاوي ونذيل الحوامدة، قياس إدراك جودة الخدمات الفندقية من وجهة نظر الزبائن، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 20، 2010، ص 149.

بينما يذهب إدوارد ديمينج (deming w. edwards ) إلى أن جودة السلعة أو الخدمة تحدد بما يريده الزبون وما يرغب بأن يدفع ليحصل عليه، مؤكداً على أن: "المستهلك هو الجزء المهم في خط الإنتاج ويجب أن تهدف الجودة إلى تلبية حاجات المستهلك الحالية والمستقبلية"، كما يعرفها البعض من وجهة نظر المصنع على أنها: " تطوير المنتج لخصائص الجودة التي يرغب بها الزبون من تصميم المنتج أو الخدمة ومواصفات التصميم التي يجب أن تحقق الجودة المطلوبة، فبمجرد تحديد تصميم المنتج (الخدمة) يجب التأكد من أن المنتج أنتج وفقاً للتصميم المعد مسبقاً"<sup>1</sup>. والشكل التالي يوضح مفهوم الجودة من وجهة نظر المستهلك والمصنع.

الشكل 01: مفهوم الجودة



المصدر: محمد عبد العال النعيمي وآخرون، إدارة الجودة المعاصرة "مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات"، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، دس، ص ص 32-37.

ومن خلال التعاريف السالفة الذكر يمكن القول بأن جودة الخدمة هي: "مدى تطابق الخدمات المقدمة مع توقعات ورغبات الزبائن، حيث يلعب فيها الزبون الجزء المهم في خط العملية الإنتاجية التي تبني على مواصفات وتصاميم تكون في مستوى توقعاته".

<sup>1</sup> محمد عبد العال النعيمي وآخرون، إدارة الجودة المعاصرة "مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات"، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، دس، ص ص 32-37.

ثانياً: أهمية الجودة.

تكتسي جودة الخدمة أهمية كبيرة سواء بالنسبة للزبائن أو للمؤسسات المنتجة، حيث يمكن بيانها فيما يلي<sup>1</sup>:

- 1- **شهرة المؤسسة:** تستمد شهرة المؤسسة من مستوى الجودة الذي تنتج بها منتجاتها، فهذا يضيف عليها السمعة الحسنة و الإنتشار الواسع لمنتجاتها، و يترتب على فشل الإدارة في إعطاء الإهتمام الكافي بالجودة الإساءة إلى سمعة المؤسسة وربما فقدانها لعدد كبير من زبائنها.
- 2- **المسؤولية القانونية عن المنتج (الخدمة):** إن المؤسسات التي تقوم بتصميم منتجات (خدمات) معينة تكون مسؤولة قانوناً عن كل أذى يحصل نتيجة إستخدام المنتج (الخدمة)، وعليه لا بد من أن تنتج منتجات (خدمات) خالية من العيوب و الأخطاء قدر الإمكان لتتجنب المسائلة القانونية المترتبة من ذلك.
- 3- **التطبيقات الدولية:** من أجل أن تكون المؤسسة في وضع تنافسي على المستوى الدولي فإن عليها الإهتمام بمستوى الجودة، فالمنتج (الخدمة) يجب أن يتوافق وينسجم مع المتطلبات العالمية، حتى تضمن المؤسسة بقائها في بيئة الأعمال .
- 4- **التكاليف والحصة السوقية:** إن تحقيق الجودة الجيدة والتحسين المستمر لها سوف يؤدي إلى جذب أكبر عدد من الزبائن ومن ثم زيادة الحصة السوقية وذلك يؤدي إلى تخفيض التكاليف وزيادة ربحية المنظمة.

الفرع الثاني: مستويات جودة الخدمة.

تصنف جودة الخدمات ضمن عدة مستويات والتي يمكن إدراجها ضمن خمسة أنواع وهي كالتالي<sup>2</sup>:

- 1- **الجودة المتوقعة:** تمثل توقعات الزبون لمستوى جودة الخدمة، وتعتمد على إحتياجات الزبون وخبراته وتجاربه السابقة وثقافته واتصاله بالآخرين، أي الجودة الواجب توفرها عند أداء الخدمة.
- 2- **الجودة المدركة من قبل الإدارة:** وتمثل مدى إدراك المؤسسة لإحتياجات وتوقعات زبائنهم، وتقديم الخدمة بالموصفات التي أدركوها لتكون في المستوى الذي يرضيهم، والتي غالباً تبنى على تجارب سابقة مع زبائن آخرين، وبناء على شكاويهم واقتراحاتهم أيضاً.
- 3- **الجودة المروجة:** وتعني المعلومات الخاصة بالخدمة وخصائصها والتي يتم نقلها إلى الزبائن من خلال المزيج الترويجي من إعلان وبيع شخصي ومطبوعات.
- 4- **الجودة الفعلية المقدمة للعميل:** وهي الجودة التي تؤدي بها الخدمة، وتعني أداء العاملين للخدمة وتقديمها طبقاً للمواصفات التي حددتها المؤسسة وهي تتوقف على مهارات العاملين وحسن تكوينهم وتدريبهم.
- 5- **الجودة المدركة من طرف الزبون:** وهي تقدير لأداء الخدمة الفعلي والتي تعتمد إلى حد كبير على مدى توقع الزبون.

الفرع الثالث: أبعاد جودة الخدمة.

لقد أسهم البحث الذي قام به كل من **زيتمال وباري** سنة 1985 بشكل كبير في إرسال القواعد الأساسية لفهم نوعية الخدمة وكيفية قياسها باستعمال طرق كمية، حيث إختزل هؤلاء المركبات المعقدة في مجموعة من الأبعاد شكلت النموذج المشهور

<sup>1</sup> يوسف حجيم وآخرون، **نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية**، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص73.

<sup>2</sup> حلوز وفاء، مرجع سبق ذكره، ص24.

الذي يدعى **servqual**، والذي وجهت له العديد من الإنتقادات مع مر الزمن، مما حتم على أصحابه إعادة النظر فيه وإحتزلوا أبعاده إلى خمسة أبعاد وهي<sup>1</sup>:

1- **الإعتمادية**: وتعرف بأنها القدرة على الأداء في ما تم تحديده مسبقا بشكل موثوق ودقيق، بمعنى درجة الإعتماد على مورد الخدمة ودقة إنجازها للخدمة المطلوبة.

2- **الإستجابة**: وتعرف بأنها وجود الإدارة المساعدة للزبائن وتزويدهم فوراً بالخدمة، بمعنى سرعة الإنجاز ومستوى المساعدة المقدمة للمستفيد من قبل مورد الخدمة، ويركز هذا البعد على الجاملة واللطف والأصل في التعامل مع طلبات الزبون من الأسئلة والشكاوي والمشاكل.

3- **التعاطف**: ويعرف على أساس أن جوهر التفاعل العاطفي هو الوصول للزبون من خلال علاقة شخصية، ويشير إلى درجة العناية بالمستفيد ورعايته بشكل خاص والإهتمام بمشاكله والعمل على إيجاد حلول لها بطريقة إنسانية راقية<sup>2</sup>.

4- **الأمان**: ويعكس ذلك بالدرجة الأولى خلو المعاملات مع مؤسسة الخدمة من الشك أو المخاطرة.

5- **الملموسية**: وغالبا ما يتم تقييم جودة الخدمة من قبل الزبون في ضوء مظهر التسهيلات المادية مثل (المعدات، الأجهزة والأفراد)<sup>3</sup>.

#### الفرع الرابع: تقييم جودة الخدمة.

إن تقييم جودة الخدمة أمراً صعباً، وذلك للفروقات الموجودة بين المؤسسات الخدمية، لأنه لا يوجد هنالك مجموعة واحدة من العوامل يمكن تصنيفها في إنتاج معايير مميزة ومحددة للخدمة من جهة، وكذا لإختلاف الخدمات من جهة أخرى، فالعنصر الهام في الجودة بغض النظر عن نوعها هو أن الجودة الخدمية تعتمد على إدراك العميل، وبالتالي من المفيد هنا أن نضع بالبال الخصائص التي قد تشترك فيها جميع الخدمات، ومن بينها مثال ذلك<sup>4</sup>:

1- **مشاركة العميل**: يوجد الكثير من الخدمات يشارك الزبائن في عملية إنتاجها.

2- **اللاملموسية**: توجد خدمات غير ملموسة قد تعتمد على عناصر مفاهيمية وفلسفية، تجعل من الصعب على مقدم الخدمة وصفها وعلى الزبون تقييمها.

3- **تلقي الخدمة**: إن الخدمات هي مركب يتألف من عدة أجزاء، وأن مجموع هذه الأجزاء أو التجربة الكلية هي التي يستعملها الزبون لتشكيل أحكامه على الجودة .

4- **التلازم**: إن العديد من الخدمات المتخصصة متلازمة مع مقدمها، وإن خصائص مقدم الخدمة من حيث الخبرة والمعرفة والمهارة هي جزء من مقومات جودة هذه الخدمة.

<sup>1</sup> غيشى عبد العالي، **قياس جودة الخدمات المصرفية في مدينة قسنطينة**، مجلة أبحاث إقتصادية وإدارية، العدد 01، جوان 2007، ص108.

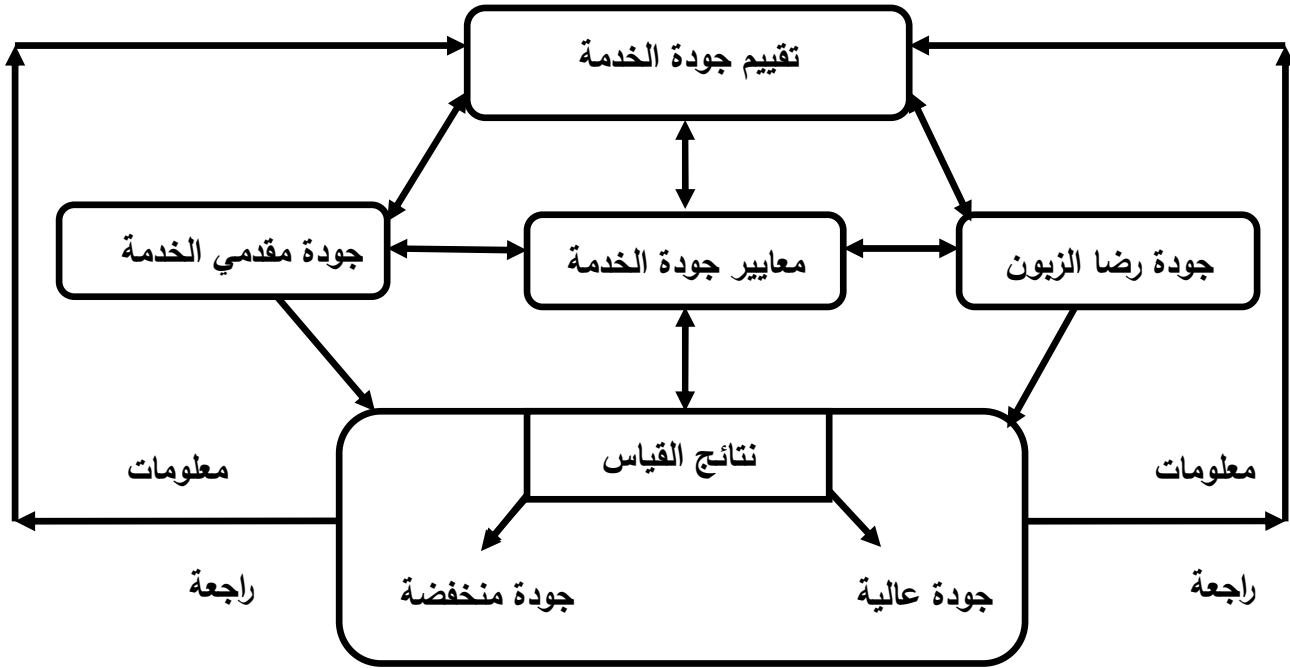
<sup>2</sup> صفاء محمد هادي الجزائري وآخرون، **قياس وتقييم جودة الخدمات الصحية**، دراسة تطبيقية في مستشفى الفيحاء العام، البصرة، صص 20-21.

<sup>3</sup> قاسم نايف علوان المحياوي، **إدارة الجودة في الخدمات ( مفاهيم، عمليات، تطبيقات)**، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط 01، 2006، عمان، الأردن، صص 94-95.

<sup>4</sup> عبلة مقراني، **تأثير أبعاد جودة الخدمة المصرفية في الحفاظ على ولاء الزبائن**، مذكرة ماستر في العلوم التجارية (غير منشورة)، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2015، ص 06.

كما ينظر عادة إلى تقييم جودة الخدمة من وجهتي نظر، إحداهما داخلية تعبر عن موقف الإدارة ومدى إلتزامها بالمواصفات التي صممت الخدمة على أساسها، وأخرى خارجية فتركز على جودة الخدمة المدركة من طرف العميل حيث أن تقييم الجودة يقوم على أساس ملاحظة العميل لخصائص الخدمة وأبعادها ومدى إدراكه لأدائها الفعلي<sup>1</sup>.

الشكل 02: نموذج لتقييم جودة الخدمة.



المصدر: قاسم نايف علوان المعياوي، مرجع سبق ذكره، ص 108.

### المطلب الثاني: ماهية رضا الزبون.

يعتبر الرضا لدى الزبون من أهم المعايير التي تمكن المؤسسة من التأكد من جودة سلعتها وخدماتها، لأنه يعتبر مصدر ولاء الزبائن لها، لذلك تسعى المؤسسة إلى العمل على زيادة درجة الرضا لدى زبائنهم للمحافظة على بقاءها في السوق<sup>2</sup>؛ ومن خلال هذا المطلب سنتطرق إلى مفهوم رضا الزبون وأهميته وعلاقته بالجودة.

### الفرع الأول: مفهوم رضا الزبون.

من خلال هذا الفرع سيتم التطرق إلى تعريف رضا الزبون وأهميته.

#### أولاً: تعريف رضا الزبون.

يعرفه فليب كوتلر (kotler philip) بأنه: "حكم الزبون بالنظر إلى الخبرة الإستهلاكية الناتجة عن توقعاته بالنسبة للمنتج والأداء المدرك"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> بوغنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة الماجستير في العلوم التجارية (غير منشورة)، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2006-2007، ص70.

<sup>2</sup> بوغنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مرجع سبق ذكره، ص 113.

كما عرفه جاتي وتومسون ( getty & thompson ) على أنه: "حالة نفسية موجزة يخوضها المستهلك عند ثبوت أو عدم ثبوت صحة التوقعات فيما يخص تجربة أو تمام خدمة معينة"<sup>2</sup>.

بينما عرفه لافنو (l'afno) على أنه: "رأي العميل الناتج عن الفجوة بين إدراكه للمنتج المستعمل وبين توقعاته"<sup>3</sup>. حيث تضعنا هذه التعاريف أمام ثلاث مستويات للرضا، تعتبر في الواقع دالة الفرق بين الأداء والتوقعات هي:

➤ الأداء الأقل من التوقعات ————— ← الزبون غير راض

➤ الأداء مساوي التوقعات ————— ← الزبون راض .

➤ الأداء أكبر من التوقعات ————— ← الزبون راض وسعيد للغاية

ومن خلال مجموعة التعاريف السابقة نستنتج أن رضا هو: "حالة نفسية تترجم رأي العميل الناتج عن توقعاته للمنتج والأداء المدرك وذلك بالنظر لخبرته الإستهلاكية".

ثانيا : أهمية رضا الزبون .

يحقق رضا الزبون جملة من الفوائد للمؤسسة أهمها<sup>4</sup>:

- 1- كسب ولاء وثقة الزبون.
- 2- تحقيق الحصة السوقية والتفوق التنافسي الذي من خلاله تتوالى الأرباح والنتائج الجيدة.
- 3- يساهم بقوة في تحقيق الإستمرار والبقاء والتطور للمؤسسة.

الفرع الثاني: محددات الرضا وعدم الرضا لدى الزبون.

تمثل محددات الرضا وعدم الرضا لدى الزبون في<sup>5</sup>:

- 1- التوقع: ويقصد بالتوقع تقدير الزبون وقت الشراء أو قبل الإستخدام حول قدرة الخدمة لتوفير منفعة.
- 2- الأداء الفعلي: إن أهمية الأداء للوصول إلى الرضا، هي معيار المقارنة وغالبا ما يفترض أن زيادة الأداء تزيد درجة الرضا.
- 3- المطابقة أو عدم المطابقة: إن عملية المطابقة تتحقق بتساوي الأداء الفعلي للخدمة مع الأداء المتوقع، والتي تولد الشعور بالرضا عن الخدمة، أما حالة عدم المطابقة يمكن تعريفها بأنها درجة إنحراف أداء الخدمة عن مستوى التوقع الذي يظهر قبل عملية الشراء فيتولد عنها عدم الرضا.

<sup>1</sup> أحمد بن عيشاوي، "قياس أبعاد جودة الخدمات من وجهة نظر العملاء"، مجلة الباحث ، العدد 14، جامعة قاصدي مرباح، ص384.

<sup>2</sup> أدريان بالمر ترجمة بهاء شاهين وآخرون، "مبادئ تسويق الخدمات"، مجموعة النيل العربية، 2009، ص 540 .

<sup>3</sup> إبراهيم مخدة، "العوامل المحددة لرضا وولاء الزبون تجاه خدمات الإتصال"، مذكرة الماستر (غير منشورة)، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، سنة 2014، ص 05.

<sup>4</sup> أحمد بن عيشاوي، قياس أبعاد جودة الخدمات من وجهة نظر العملاء، مرجع سبق ذكره، ص384.

<sup>5</sup> عيدات سليمة، تسويق الخدمات البنكية وأثره على رضا الزبون ، مذكرة ماستر في العلوم التجارية (غير المنشورة)، جامعة العقيد أكلي محند أولحاج، 2012، ص59.

الفرع الثالث: السلوكيات الناجمة عن الرضا وعدم الرضا لدى الزبون.

أولاً: السلوكيات الناجمة عن الرضا.

يظهر الزبون الراضي مجموعة من الإستجابات، تترجم حالة ومستوى الرضا الذي حققه من اقتناء المنتج أو العلامة وتمثل هذه السلوكيات فيما يلي<sup>1</sup>:

1- سلوك تكرار الشراء: يختلف سلوك تكرار الشراء عن سلوك الولاء ، فسلوك تكرار لا يشترط أن تكون الشراءات متتالية، في حين أن الولاء يتطلب ذلك إضافة إلى أن الدراسات أثبتت أنه يوجد ارتباط كبير بين مستوى الرضا وظهور نوايا تكرار الشراء لدى الزبون لاحقاً، ويعتبر تأثير الرضا على تكرار الشراء أكبر من تأثير الجودة لأن إدراك جودة مرتفعة لا يقود بالضرورة إلى تكرار الشراء إن لم تؤدي هذه الجودة إلى تحقيق مستوى معين من الرضا، وهذه العلاقة لا تعتبر قطعية، لأن الجودة ليست الضمان الوحيد لرضا الزبون.

2-إتصال إيجابي من الفم إلى الأذن: يعد سلوك التحدث بكلام إيجابي عن المنتج، من أهم السلوكيات الإيجابية الناجمة عن الرضا، إذ يقوم الزبون بتخزين الشعور والإنطباع الإيجابي الناتج عن تجربته الإستهلاكية في ذاكرته، لينقلها إلى الأفراد الذين من حوله، ويشكل هذا النوع من الإتصال وسيلة إعلامية مجانية وذات فعالية كبيرة في جذب زبائن جدد للمؤسسة.

3-الولاء: ما يميز حالة الولاء عن سلوك تكرار الشراء هو أنه إضافة إلى عملية الشراء المتتالية لنفس المنتج أو العلامة، هو وجود نوع من الإرتباط والتعلق ينشأ بين الزبون والعلامة، في حين يكون سلوك تكرار الشراء ناتج فقط عن العادة أو وفرة المنتج بالقرب من الزبون، حيث أن الزبون الراضي يكون لديه إستعداد للولاء للعلامة أو المؤسسة.

ثانياً: السلوكيات المترتبة على عدم الرضا.

يظهر الزبون غير الراضي مجموعة من الإستجابات، تترجم حاله ومستوى عدم الرضا الذي حققه من اقتناء المنتج أو العلامة وتمثل فيما يلي<sup>2</sup>:

1-التحول عن التعامل مع المؤسسة إلى مؤسسة أخرى: يعد تحول الزبون رد فعل سلوكي ناتج عن حدوث عدم الرضا على الخدمة مما ينتج عنه هروب الزبائن.

2- سلوك الشكوى: يعد سلوك الشكوى رد فعل يحدث نتيجة عدم الرضا الذي يشعر به الزبون عن الخدمة، بسبب وجود أخطاء عند تقديم الخدمة، مثل تقديم خدمة لم يطلبها الزبون، عدم توفير ما يطلبه الزبون في الوقت والمكان المتفق عليهما.

3- غياب رد الفعل: هناك زبائن لا يجذبون فكرة تقديم الشكاوي، أي لا يكون لهم سلوك رد الفعل وهنا تكون المؤسسة معرضة لخطر فقدان الزبون.

<sup>1</sup> حاتم نجود، تفعيل رضا الزبون كمدخل إستراتيجي لبناء ولاءه، مذكرة لنيل الماجستير في العلوم التجارية (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2005، ص68.

<sup>2</sup> عبدات سليمة، تسويق الخدمات البنكية وأثره على رضا الزبون، مرجع سبق ذكره، ص61.

الفرع الرابع: العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون.

إن توافق توقعات الزبون مع الجودة المدركة للخدمة المقدمة يحقق له رضا كبير، ذلك لأنه يقيم جودة الخدمة من خلال قياس الإنحراف بين ما يتوقعه من الخدمة (الجودة المتوقعة) وما تقدمه له المؤسسة (الجودة المدركة)<sup>1</sup>. بحيث تؤثر جودة المنتج عموماً سواء كان (سلعة/خدمة) في تحقيق رضا الزبون، أي أن الجودة في غالب الأحيان تؤدي إلى تحقيق الرضا لكن لما يتعلق الأمر بجودة الخدمات خصيصاً، فإن هذه المسألة تزداد صعوبة نظراً لجملة الخصائص التي تميز الخدمات في غالبها ذات أبعاد نفسية كالاعتمادية والتعاطف والأمان وغيرها قصد التأثير في الجودة التي يدركها الزبون فعلاً والتي تؤدي في الأخير إلى تحقيق الرضا لديه<sup>2</sup>.

الفرع الخامس: جودة الخدمة في رياض الأطفال.

إن فكرة ظهور المؤسسات الاجتماعية والتربوية المتخصصة، التي تهتم بالأطفال في مرحلتهم المبكرة ليست وليدة العصر الحديث بل هي فكرة موجودة منذ القدم، لكن مع إزدياد عدد الأفراد في العائلة وتخليها عن وظائفها المتمثلة في التنشئة الاجتماعية أصبحت المدرسة مسؤولة عن التنشئة الاجتماعية للطفل وانتشرت مؤسسات خاصة برعاية الأطفال حتى سن السادسة وقد زاد الإقبال على رياض الأطفال في الأونة الأخيرة وأصبح الإهتمام بطفل ما قبل السادسة يحظى بإهتمام المربين والأباء على حد سواء وإن اختلفت بواعث هذا الإهتمام، ولعل من أهمها إنتشار الوعي في المجتمع بوجود العناية بالطفل في المراحل الأولى من حياته ومن بين المؤسسات التي تهتم بالطفل في مرحلة ما قبل التمدرس رياض الأطفال<sup>3</sup>.

أولاً : تعريف رياض الأطفال.

هي مؤسسة تربوية تستقبل الطفل من 3 سنوات إلى 6 سنوات، وتهتم بتزويد الطفل المدركات والقيم وترافقه عبر برامج تربوية تعليمية متكاملة، وتحتوي على جوانب النمو بهدف تهيئة وتأسيس قاعدة صحيحة وسليمة للتعليم ولتكوين شخصية متوافقة ومتكيفة مع معايير وقيم المجتمع<sup>4</sup>.

ثانياً : أهمية رياض الأطفال .

تبرز أهمية دور رياض الأطفال وضرورتها من مجموعة الأهداف التي تعمل على تحقيقها، والتي يمكن أن نجملها في ثلاث نقاط رئيسية هي:

1- صالح الأطفال أنفسهم.

2- صالح الأمهات.

3- صالح المجتمع الذي يعيشون فيه.

<sup>1</sup> جباري فادية، تأثير جودة الخدمة على رضا العميل، مذكرة دكتوراه في العلوم التجارية، 2010-2011، ص 134.

<sup>2</sup> أحمد بن عيشاوي، قياس أبعاد جودة الخدمات من وجهة نظر العملاء، مرجع سبق ذكره، ص 384.

<sup>3</sup> يخلف رفيقة، دور رياض الأطفال في النمو الاجتماعي، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسبية بن بوعلي، العدد 11، جانفي 2011، ص 10.

<sup>4</sup> نادية بوضياف بن زعموش، برنامج رياض الأطفال وبناء ملامح الهوية الوطنية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 02، جوان 2011، ص 149.



وتجتمع النظريات التربوية والنفسية على الأهمية لمرحلة رياض الأطفال لما لها من أثر بالغ في تطور المهارات اللاحقة للمراحل الأخرى، وهذا ما أوضحه فربال (frobel) قائلاً: "إن السنوات الأولى من حياة الإنسان هي أهم مرحلة في تشكيل شخصيته فيما بعد، لذلك فهي تعد فترة نمو وتعلم وبناء حقيقي لذات الإنسان الجسمية والنفسية والعقلية والاجتماعية، إن حسنت التنشئة فيها وسارت في إتجاهها الإيجابي، فخيرت الطفل في هذه المرحلة لها تأثير إيجابي كبير على حياته في المستقبل"<sup>1</sup>.

ثالثاً: جودة الخدمة في رياض الأطفال.

- تعني تقديم خدمات في مستوى توقعات الزبائن، أي جودة المدخلات المتعلقة بمختلف أبعاد الجودة والتي يستطيع من خلالها الزبون تقييم مستوى الخدمات المقدمة في الروضة والمتمثلة في<sup>2</sup>:
- 1- الجوانب الملموسة للروضة: أي جودة الكوادر المادية من بناء وأثاث وتجهيزات ومرافق.
  - 2- الإتمادية: دقة الخدمات المقدمة والتشريعات والقوانين التي تنظم عمل الروضة، وكذا الخطط والإستراتيجيات وخلوها من الخطأ.
  - 3- الإستجابة: أي التفاعل ما بين الإدارة، المربيات، المعلمات والعاملين في الروضة وكذا الأطفال ( مستخدمي الخدمة ) وأولياهم والإستجابة لطلباتهم.
  - 4- الأمان: خلو الروضة من أجهزة ومرافق خطيرة قد تضر الأطفال مما يشعر الزبائن بعدم الاطمئنان على أولادهم.
  - 5- التعاطف: ويعني مستوى العناية والإهتمام الشخصي بالزبون وبما أن الزبون ليس هو مستخدم الخدمة، فهذا يعني مستوى العناية بالأطفال ومراعاة ظروفهم، بحيث تحصل في الأخير على خدمات في مستوى توقعات الزبون والمتمثلة في المخرجات التي تتناول تخرج أطفال الرياض بمواصفات تنطبق مع الأهداف التربوية لتلك المرحلة.

### المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية.

لقد إهتم العديد من الباحثين في مختلف أنحاء العالم بدراسة موضوع أبعاد جودة الخدمة، من خلال جوانبه مثل مفهومه وأبعاده، وذلك بهدف رفع من مستوى جودة الخدمة لكي تفوق ما يتوقعه الزبون وتزيد رضاه، ومن خلال هذا المبحث سنحاول تسليط الضوء على بعض الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت جودة الخدمة وكذا التي تناولت رضا الزبون.

<sup>1</sup> أحمد إبراهيم أحمد نبان، دور مديرات رياض الأطفال كمشرفات مقيمات في تحسين أداء المعلمات وسبل تطوير في محافظات غزة، دراسة من إشراف فؤاد علي العاجز، سنة 2009، غزة، ص23.

<sup>2</sup> إجتهد الطالبة بعد الإطلاع على مجموعة من الدراسات منها تصور مقترح لضمان جودة البيئة التربوية في رياض الأطفال في الجمهورية العربية السعودية، الدكتورة رانية صاصيلا، كلية التربية، جامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 03، 2016، ص 249، إضافة إلى مجلة الجامعة الإسلامية سلسلة الدراسات الإنسانية، المجلد 13، العدد الأول، ص79، يونيو 2005، بعنوان، قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة، لفارس محمود أبو معمر غزة .

المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بجودة الخدمة.

سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى بعض الدراسات المتعلقة بموضوع جودة الخدمة.

الفرع الأول: البحوث العلمية.

أولاً: دراسة عبد الله بن صالح بن رشود "2008":

دراسة بعنوان: "قياس جودة الخدمة بالمصارف التجارية السعودية" دراسة مسحية لآراء عملاء مصرف الراجحي بمدينة الرياض، وقد حددت الإشكالية الرئيسية للبحث في السؤال التالي: ما مستوى جودة الخدمة في مصرف الراجحي بمدينة الرياض؟ وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى أبعاد جودة الخدمة المصرفية لمصرف الراجحي من وجهة نظر عملائه، ومعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات عملاء مصرف الراجحي حول مستوى جودة الخدمة المصرفية وفقاً لمتغيراتهم الديموغرافية. وتوصلت الدراسة إلى أن تقدير أفراد العينة من الزبائن كانت جيدة حول مستوى الجودة للخدمة من وجهة نظر عملائه إلا أن بعد التعاطف كان ذا تقدير متوسط، كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الأفراد المبحوثين حول (جوانب الملموسية، الإعتمادية، الأمان، الإستجابة) باختلاف متغير العمر.

ثانياً: دراسة عبلة مقراني "2015":

دراسة بعنوان: "تأثير أبعاد جودة الخدمة المصرفية في الحفاظ على ولاء الزبون" دراسة حالة البنك الجزائري الوطني، وحددت الإشكالية الرئيسية للبحث فيما يلي: كيف تؤثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية في الحفاظ على ولاء الزبائن؟، وقد تمثلت الفرضيات الفرعية لهاته الدراسة فيما يلي :

- يعطي الزبائن محل الدراسة الأولوية لبعدها الإستجابة ككل من أبعاد جودة الخدمة.
  - يوجد ارتباط إيجابي ذا دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المصرفية وولاء الزبون.
  - لا يوجد اختلاف ذا دلالة إحصائية لإجابات العينة حول تأثير الأبعاد على ولاء الزبون تعزى للمتغيرات الديموغرافية.
- حيث هدفت الدراسة إلى تحديد أي الأبعاد التي تشكل جودة الخدمة المصرفية، وتم التعرف على العلاقة بين ولاء الزبون وأبعاد جودة الخدمة المصرفية، ومن أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة تم تصميم إستبانة من طرف الباحثة، وقد وزعتها على عينة من زبائن بنك الجزائر الوطني لولاية ورقلة مكونة من 100 زبون، ولمعالجة المعطيات تم استخدام عددا من الأساليب الإحصائية والاستعانة ببرنامج spss 20 .

وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أنه يوجد ارتباط إيجابي بين جودة الخدمة المصرفية وولاء الزبون، حيث يعطي الزبائن المبحوثين الأولوية لبعدها الإستجابة ثم يليها بالترتيب، بعد الأمان ثم بعد الإعتمادية ثم بعد التعاطف ثم الجوانب المادية.

الفرع الثاني: المؤتمرات.

أولاً: وفاء ناصر المبيريك "2002":

مداخلة بعنوان: "جودة الخدمة المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية" دراسة ميدانية لمجموعة البنوك في الرياض حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة آراء وتوجهات العميل نحو جودة هذه الخدمات، حيث تكونت عينة الدراسة من 500 مفردة من عميلات البنوك في الرياض، حيث تم استخدام منهج إختبار الفروض وذلك باستخدام مقياس SERVPERF، وقد أشادت النتائج عن وجود إنطباع إيجابي عن الجودة الكلية للخدمة المصرفية النسائية في المملكة، كما أسفرت النتائج عن وجود علاقة إرتباطية طردية بين أربعة من أبعاد هذا المقياس، وأحقق المقياس في إظهار علاقة ذات دلالة إحصائية للأمان على الجودة الكلية للخدمة المصرفية.

الفرع الثالث: المجالات العلمية.

أولاً: خالد صالح عبود "2012":

دراسة بعنوان: "قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية" دراسة ميدانية على بنك سورية الدولي الإسلامي، دراسة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، وحددت الإشكالية الرئيسية للدراسة فيما يلي: ما مدى رضا العملاء عن مستوى جودة الخدمة المصرفية الإسلامية التي يقدمها بنك سورية الدولي الإسلامي؟. وقد صيغت فرضية الدراسة على النحو التالي: لا توجد فجوة إختلاف بين توقعات العملاء لأبعاد وجودة الخدمة المصرفية المقدمة، وبين إدراكهم لمستوى الأداء الفعلي لتلك الخدمات ببنك سورية الدولي الإسلامي.

وقد هدفت الدراسة إلى الكشف عن المنافع التي يمكن أن يحصل عليها بنك سورية الدولي الإسلامي من وراء قياس جودة خدماته والعمل على تطويرها، وصولاً إلى هدف أساسي ألا وهو زيادة حصته السوقية لتعظيم ربحيته، وإعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات وتحليلها، ووزعت 420 إستبيان على عملاء بنك سورية الدولي الإسلامي واسترجع منها 310 إستبيان، حيث توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها ضعف إهتمام إدارة بنك سورية الدولي الإسلامي بالعمل على نشر مبدأ العمل مع المصارف الإسلامية و ترسيخه وفق أحكام الشريعة الإسلامية لجمهور المتعاملين مع المصارف الإسلامية، مما كان له الأثر السلبي في التقييم.

ثانياً: ديبا إنقال (DEEPA INGAVALE) "2014":

دراسة بعنوان: "دراسة جودة الخدمة في البنوك الريفية في كولها بور مقاطعة مهاراشتر" دراسة لتقييم جودة الخدمة في

البنوك الريفية في البنوك الريفية في كولها بور، وقد إنبثقت فرضيات هذه الدراسة من الحاجة لتقييم جودة الخدمة بإستعمال معايير الجودة في البنوك الريفية، وتمثلت فرضيات الدراسة في مايلي :

- 1- هناك علاقة بين الموثوقية ورضا الزبون ؛
- 2- هناك علاقة بين الأمان ورضا الزبون؛
- 3- هناك علاقة بين بعد الملموسية ورضا الزبون؛
- 4- هناك علاقة بين بعد التعاطف ورضا الزبون؛
- 5- هناك علاقة بين بعد الإستجابة ورضا الزبون.

حيث هدفت هذه الدراسة إلى تقييم الأبعاد الأساسية لجودة الخدمة في البنوك الريفية، وفهم أي بعد من أبعاد الجودة أكثر تأثيراً على رضا الزبون، وبغية التوصل إلى نتائج دقيقة وإثبات صحة الفرضيات، إعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم توزيع إستبيان على 125 زبون، حيث تم التوصل إلى نتيجة مفادها أن البنوك الريفية كاملة تعتمد على جودة الخدمة لإرتباطها برضا الزبون وهذا راجع لإرتفاع المنافسة بين البنوك الخاصة.

المطلب الثاني: الدراسات المتعلقة برضا الزبون.

الفرع الأول: البحوث العلمية.

أولاً: دراسة عبيدات سليمة "2012":

دراسة بعنوان: "تسويق الخدمات البنكية وأثره على رضا الزبون" دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة (458) البويرة، وقد حددت الإشكالية الرئيسية للدراسة كالتالي: إلى أي مدى يؤدي تسويق الخدمات البنكية إلى رضا الزبون في بنك البدر؟ وللإجابة عن هذه الإشكالية المطروحة وضعت الباحثة الفرضيات التالية:

1- التسويق البنكي هو مجموعة الأنشطة التي تقوم على دراسة إحتياجات الزبائن وإشباعها وتحقيق الأهداف المسطرة من طرف البنك.

2- مر التسويق البنكي بعدة مراحل والتي بدأت بمرحلة الترويج وصولاً إلى مراحل المفهوم الإجتماعي.

3- يتمثل المزيج التسويقي البنكي في المنتج، الترويج، التسعير، التوزيع، أي المزيج التسويقي السلعي .

4- ليس هناك تطبيق للتسويق على مستوى بنك البدر وكالة (458) بأتم معنى الكلمة بل هناك تطبيق جزئي يقتصر على سياسة الإتصال.

وهدف هذه الدراسة إلى محاولة إزالة اللبس والغموض الذي يكشف التسويق البنكي، بتحليل الجوانب المتعلقة بالموضوع إضافة إلى دراسة سلوك الزبون إتجاه الخدمات المقدمة في بنك البدر وكالة (458) بالبويرة، وتحليل الممارسة التسويقية فيه، وبغية التوصل إلى نتائج دقيقة وإثبات صحة الفرضيات إعتمدت الباحثة على المنهج الإستنباطي كما وزعت الباحثة إستبيان على 40 فرداً تم إختيارهم عشوائياً من زبائن بنك البدر وكالة (458) ، وقد توصلت النتائج إلى: على الرغم من الدور الذي يلعبه المزيج التسويقي إلا أن التسويق في بنك الفلاحة والتنمية الريفية لم يحضى بالإهتمام الكافي.

الفرع الثاني: المؤتمرات.

أولاً: حاكم جبور الخفاجي "2008":

دراسة بعنوان: "رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون" دراسة حالة في مصرف بابل الأهلي بغداد، حيث تمحورت إشكالية الدراسة فيما يلي: هل قامت المصارف بقياس جودة خدماتها وتشخيص مدى رضا زبائنهم والتعرف على ولائهم؟. وقد تم وضع فرضيات الدراسة على النحو التالي:

1- توجد علاقة إرتباط معنوية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون.

2- توجد علاقة إرتباط إيجابية معنوية بين أبعاد جودة الخدمة وولاء الزبون.

3- توجد علاقة إرتباط إيجابية معنوية بين أبعاد رضا الزبون وولاء الزبون.

حيث هدفت الدراسة إلى إختبار العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية وكل من رضا الزبون وولاءه، حيث تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال توزيع إستبيان مكون من 412 إستمارة موزعة بطريقة عشوائية على عينة من زبائن المصرف، وكانت النتيجة وجود أثر لأبعاد رضا الزبون في العلاقة بين جودة الخدمة وولاء الزبون، وبهدف تحقيق ولاء الزبون يجب الإهتمام برضاه.

المطلب الثالث: الدراسات المتعلقة بجودة الخدمة ورضا الزبون.

الفرع الأول: البحوث العلمية.

أولاً: دراسة زوزو فاطمة الزهرة "2011":

دراسة بعنوان: "دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون" دراسة حالة عيادة الضياء بورقلة، حيث حددت الإشكالية في السؤال التالي: كيف تساهم جودة الخدمة في رضا الزبون؟ وبناءاً عن هذه الإشكالية المطروحة تم وضع الفرضيات التالية:

1- هناك علاقة إرتباط قوية بين جودة الخدمة المقدمة ورضا الزبون؛

2- في الخدمات هناك تناسب طردي بين الجودة والسعر؛

3- يمكن تحديد السعر على أساس القيمة المدركة لزبون الخدمات على ضوء تقييم الزبون لهذه الخدمة؛

4- عائد تسيير العلاقة مع الزبائن على رضا هؤلاء الزبائن هو كسب ولائهم ومنه يتحقق الربح للمؤسسة والرضا للزبون.

وهدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على مدى الأهمية التي يحظى بها تحسين جودة الخدمة للمؤسسة عينة الدراسة ومعرفة درجة رضا زبائنها، وقد إتمتت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من زبائن ( المرضى) المؤسسة وزرع عليهم إستبيان حيث اشتمل حجم العينة على 50 مفردة، وقد أسفرت النتائج عن وجود علاقة طردية بين رضا الزبائن وجودة الخدمات المقدمة، كما أظهرت نتائج الدراسة أن زبائن مصحة الضياء يقيمون جودة الخدمات تقييماً إيجابياً.

ثانياً: دراسة دلال بالأطرش "2015":

دراسة بعنوان: " دور جودة خدمات النقل الجوي في كسب رضا الزبون" دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية بمدينة ورقلة، وقد حددت الإشكالية الرئيسية للبحث فيما يلي: كيف تساعد جودة خدمة النقل الجوي في كسب رضا الزبون؟، وعلى غرار هذه الإشكالية تمت صياغة فرضياتها على النحو التالي:

1- توجد علاقة إرتباط بين جودة الخدمة ورضا الزبون؛

2- توجد علاقة إرتباط بين بعد الإعتمادية ورضا الزبون.

وهدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مستوى رضا الزبائن عن الخدمات التي تقدمها الخطوط الجوية الجزائرية وإختبار مدى تأثير جودة خدمة النقل الجوي في رضا الزبون، وللوصول إلى نتائج دقيقة، إتمتت الدراسة المنهج الوصفي، وقد تم توزيع 100 إستبيان على زبائن المؤسسة، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن أبعاد الجودة ( الملموسية، الإستجابة، التعاطف، والأمان) تؤثر في رضا الزبون بشكل إيجابي، وكان تأثير بعد الإعتمادية على رضا الزبون بشكل ضعيف، في حين أن الخطوط الجوية الجزائرية توفر بشكل جيد بعد الإعتمادية، والأبعاد الأقل تواجد هي بعد الملموسية، الإستجابة، الأمان، التعاطف، وهذا راجع إلى الطبيعة الإحتكارية التي تتميز بها مؤسسات القطاع الحكومي.

الفرع الثاني: المجالات.

أولاً: دراسة أحمد بن عيشاوي " 2014 " :

دراسة بعنوان : "قياس أبعاد جودة الخدمات من وجهة نظر العملاء" دراسة ميدانية لخدمات الهاتف النقال المقدمة من طرف المؤسسات الثلاث ( موبيليس، جيزي، أوريدو) بمدينة ورقلة، وقد حددت الإشكالية الرئيسية للدراسة فيما يلي: ما هي إدراكات العملاء لمستوى أبعاد الجودة المتضمنة لخدمات الهاتف النقال المقدمة من طرف المؤسسات الثلاث ( موبيليس، جيزي، أوريدو) وما هي طبيعة الإرتباط بين تلك الأبعاد وتحقيق الرضا لدى هؤلاء العملاء. ولإجابة عن الإشكالية المطروحة تم وضع الفرضيات التالية:

1- يدرك العملاء أن هناك مستوى معين لأبعاد الجودة ضمن خدمات الهاتف النقال المقدمة من طرف (موبيليس، جيزي، أوريدو).

2- توجد علاقة إرتباط معنوية بين أبعاد جودة الخدمة للهاتف النقال المقدمة من طرف المؤسسات الثلاث ورضا العملاء.

حيث هدفت هذه الدراسة إلى قياس مستوى أبعاد جودة الخدمات من وجهة نظر العملاء، المقدمة من طرف المؤسسات الثلاث (موبيليس، جيزي، أوريدو) بالإعتماد على الأبعاد الخمسة للجودة ( الملموسية، الإستجابة، الأمان والتعاطف)، وتم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث قام الباحث بتوزيع 240 إستمارة إستبيان على عملاء المؤسسات الثلاث بالتساوي، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من بينه الأخذ بعين الإعتبار أن ثمة تفاوت في مستوى تطبيق تلك الأبعاد فيما بينها وفيما بين المؤسسات الثلاث المقدمة للخدمة.

ثانياً: دراسة ناسلين وإلينك كورمان (J.J.Navarat naseelan and P. Elangkumaran) "2014":

دراسة بعنوان : "تأثير جودة الخدمة على رضا الزبون" دراسة حالة عينة زبائن البنك التجاري بمنطقة سيلان، حيث قامت هذه الدراسة بدراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون بإستعمال نموذج SERVQUAL لقياس رضا الزبون، وقد هدفت هذه الدراسة لتحليل ما إذا كانت جودة الخدمة موجودة في البنوك التجارية وكيف كان تأثيرها على رضا الزبون، وللوصول إلى نتائج صحيحة ، تم توزيع إستبيان على 56 زبون بطريقة عشوائية من زبائن البنك التجاري، حيث أظهرت النتائج وجود إرتباط إيجابي بين جودة الخدمة ورضا الزبون، وأظهرت الدراسة أن إرتفاع رضا الزبون هو نتيجة لإرتفاع جودة الخدمة ولهذا أكدت الباحثتين عن ضرورة وجود إتصال بين الإدارة وزبائنها من أجل تلبية حاجاتهم وتحسين خدماتهم.

المطلب الرابع: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة.

يلاحظ من خلال الدراسات السابقة أنها تدور حول جودة الخدمة المصرفية وخدمات الصحة وخدمات النقل ومستوى أداء هذه الخدمات من وجهة نظر الزبائن، ومدى رضاهم عن تلك الخدمات، وقد إستخدمت هذه الدراسات عدة أساليب لقياس جودة الخدمات المقدمة من خلال خمس أبعاد، وكل دراسة إعتمدت على المنهج المناسب لطبيعتها وكذلك كان الإختلاف في مكان وزمان تطبيق الدراسة؛ أما بالنسبة لدراستنا فسنقوم من خلالها بقياس أبعاد جودة الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة رياض الأطفال وأثرها على رضا الزبون، كما أن هذه الدراسة هي دراسة مقارنة لجودة الخدمات المقدمة بين مؤسستين في القطاع الخاص لرياض الأطفال وهما روضة الصفاء وروضة الطفل الملك، حيث سيتم الإعتماد على برنامج الإحصائي SPSS الإصدار 20 لقياس الأبعاد الخمسة للجودة وفق مقياس ليكرت الثلاثي؛ وتتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في كونها أنجزت في فترة زمنية حديثة، وقد طبقت هذه

الدراسة على عينة ميسرة من زبائن رياض الأطفال قدرت ب 110 مفردة من زبائن المؤسستين محل الدراسة روضة الصفاء وروضة الطفل الملك، وستساعد هذه الدراسة من خلال النتائج المتحصل عليها والتوصيات إدارة كل من الروضتين بمعرفة درجة الرضا لدى زبائنهم على خدماتهم وتطويرها من أجل كسب رضاهم وتحقيق ولائهم وجلب زبائن جدد.

#### خلاصة:

اتضح من الفصل الأول من الجانب النظري أن جودة الخدمة تلعب دورا هاما بالنسبة للمؤسسة الخدمية في تحقيق رضا الزبون، وهذا راجع لعدم ملموسية الخدمة وصفاتها المعنوية، كما تم توضيح مفهوم جودة الخدمة في مؤسسة رياض الأطفال و إبراز أهم الأبعاد الرئيسية التي تساعد الزبون (الأولياء) في قياس جودة الخدمة المقدمة للمستخدم (الأطفال)، وتساعد المؤسسة في التمييز عن باقي المؤسسات في هذا المجال، وذلك من خلال عمليات تطويرها وتحسينها وتقديم مستوى متميز من خلال هذه الأبعاد المتمثلة في (الاعتمادية، الاستجابة، الجوانب المادية، الأمان، والتعاطف).

حيث ينبغي على مؤسسة رياض الأطفال السعي المستمر للمحافظة على رضا زبائنهم، من خلال العمل على معرفة حاجاتهم ورغباتهم وتحديد توقعاتهم، وتقديم خدمات تفوق ما يتوقعون للحصول على رضاهم، ومنحهم الثقة من خلال الأخذ بآرائهم.

# الفصل الثاني

دراسة مقارنة بين مؤسستي

روضة الصفاء وروضة الطفل



تمهيد:

بعد استعراضنا في الجانب النظري إلى أهم المفاهيم والجوانب الملمة بموضوع أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون، سنحاول من خلال هذا الفصل إيجاد علاقة تأثير بين جودة الخدمة المقدمة في رياض الأطفال ورضا الزبائن، من خلال المقارنة بين جودة الخدمات المقدمة في "روضة الصفاء" والخدمات المقدمة في "روضة الطفل الملك"، وذلك عن طريق دراسة كيف يقيم الزبون جودة الخدمة المقدمة من طرف الروضة، وهل تؤثر أبعاد جودة الخدمة في رياض الأطفال على رضا الزبون؟ وقد تم تقسيم هذا الفصل كما يلي:

المبحث الأول: الطريقة والأدوات.

المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج.

### المبحث الأول: الطريقة والأدوات.

خصصنا هذا المبحث لعرض طريقة الدراسة الميدانية والأدوات المستخدمة في هذه الدراسة، حيث سنعرض من خلال المطلب الأول لطريقة الدراسة متناولين منهج الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة ومتغيرات الدراسة، أما من خلال المطلب الثاني وتحت عنوان أدوات الدراسة فسنعرض لأداة الدراسة ولمختلف إجراءات التأكد من صدق وثبات هذه الأداة وكذا للمعالجة الإحصائية لمتغيرات الدراسة.

#### المطلب الأول: طريقة الدراسة.

نحاول من خلال هذا المطلب التطرق لمنهج الدراسة أولاً، ثم وصف مجتمع وعينة الدراسة، وبعدها شرح متغيرات الدراسة وكيفية قياس كل منها.

#### الفرع الأول: منهج الدراسة.

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي ودراسة الحالة وهذا خلال مرحلتين رئيسيتين، حيث على صعيد المنهج الوصفي، تم إجراء المسح المكتبي، والإطلاع على الدراسات والبحوث النظرية والميدانية، وهذا لبلورة الفرضيات والمنطلقات الأساسية للدراسة، وكذا الوقوف عند أهم الدراسات السابقة ونتائجها، أما على صعيد دراسة الحالة، إتمدنا على تصميم إستبانة لأغراض هذه الدراسة وتوجيهها إلى عينة ميسرة مكونة من زبائن المؤسستين ( روضة الطفل الملك، وروضة الصفاء)، كما استعملنا أسلوب المقابلة والملاحظة كلما أمكن ذلك، وبعدها قمنا بتحليل كافة البيانات المجمعة من خلال الإجابة على هذه الإستبانة، وهذا باستخدام الطرق الإحصائية المناسبة لإثبات صحة أو عدم صحة فرضيات الدراسة مستعينين ببرنامج الرزم الإحصائية للإحصائية SPSS الإصدار 20، ثم حاولنا تفسير وتحليل نتائج هذه الدراسة على ضوء المقابلات والملاحظات التي أجريناها بالقطاع محل الدراسة إلى جانب نتائج الدراسات السابقة.

الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في جميع زبائن مؤسستين روضة الطفل الملك وروضة الصفاء التابعة للقطاع التربوي بمدينة تقرت بولاية ورقلة؛ ونظرا لطبيعة الدراسة فقد اعتمدنا على العينة الميسرة لمفردات مجتمع الدراسة نظرا لاعتبارات الجهد والوقت، فقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أسلوب المسح باستخدام العينات، حيث بلغ حجم عينة الدراسة الحالية 110 مفردة، مقسمة على زبائن الروضتين بـ 55 إستبانة لكل روضة، والجدول التالي يوضح حجم العينة المدروسة.

جدول 01: حجم العينة المدروسة.

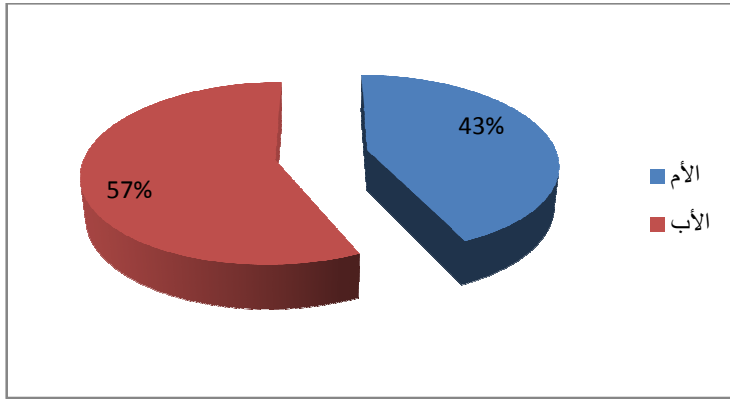
روضة الصفاء	روضة الطفل الملك	
55 إستبيان	55 إستبيان	عدد الإستبيانات الموزعة
33	40	عدد الإستبيانات المستردة
00	03	عدد الإستبيانات المستبعدة
33	37	عدد الإستبيانات المقبولة

المصدر: من إعداد الطالبة.

أولا: دراسة بيانات روضة الطفل الملك.

1. طبيعة الولي:

الشكل 03: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير طبيعة الولي.



الجدول 02: طبيعة الولي.

طبيعة الولي	التكرار	النسبة
الأب	21	56.8
الأم	16	43.2
المجموع	37	100.0

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

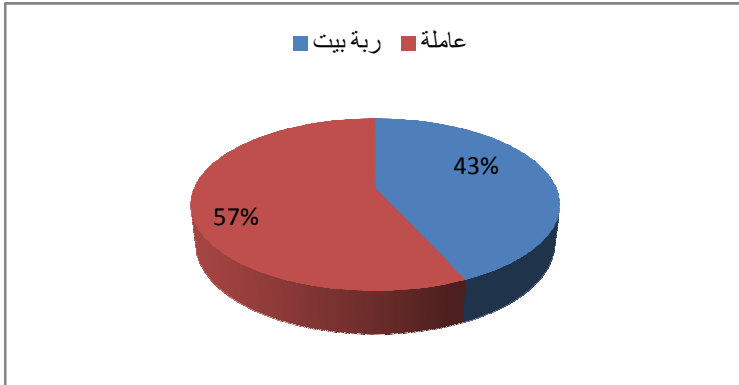
يتبين من خلال الجدول 02 والشكل أعلاه أن نسبة الأباء قد بلغت 43% من مجموع الباحثين و هذا يعني أن أغلبية أفراد العينة آباء، وهذا ما يعكس واقع أن الأباء هم من يحضر الأطفال للروضة، في حين كانت نسبة الأمهات أقل حيث بلغت 57%.

2. مهنة الأم:

الجدول 03: مهنة الأم.

مهنة الأم	التكرار	النسبة
عاملة	21	56.8%
ربة بيت	16	43.2%
المجموع	37	100.0%

الشكل 04: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مهنة الأم.



المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

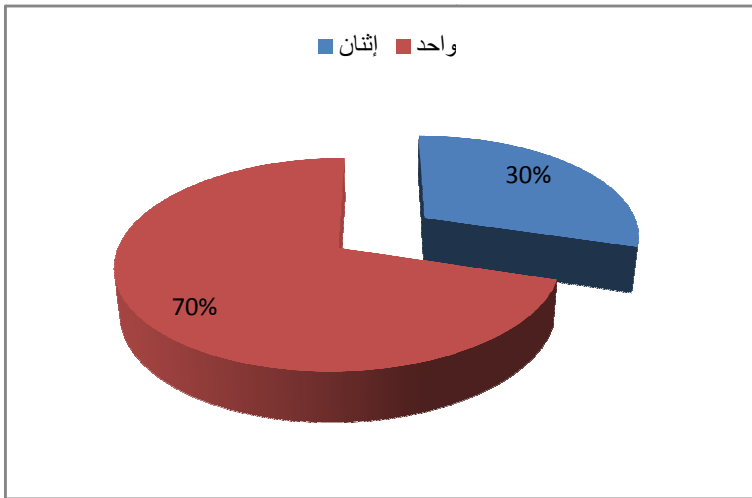
يتبين من خلال الجدول 03 والشكل أعلاه أن نسبة الأمهات العاملات قد بلغت 57% من مجموع المبحوثين، في حين بلغت نسبة ربات البيوت 43%.

3. عدد الأولاد في الروضة:

الجدول 04: عدد الأولاد في الروضة

عدد الأولاد في الروضة	التكرار	النسبة
واحد	26	70.3
إثنان	11	29.7
ثلاثة	00	00.0
المجموع	37	100.0

الشكل 05: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عدد الأولاد.



المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

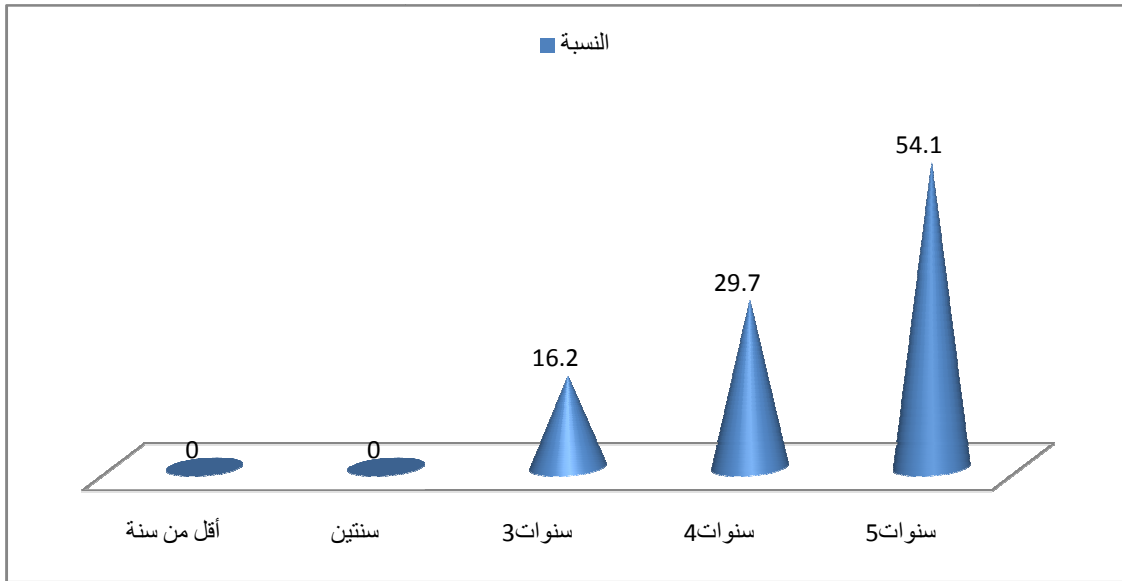
يتبين من خلال الجدول 04 و الشكل أعلاه أن نسبة العائلات التي تضع طفلا واحدا في الروضة قد بلغت 70% من مجموع المبحوثين، وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة تضع طفلا واحدا، وقد بلغت نسبة العائلات التي لديها ولدان في الروضة 30% من مجموع المبحوثين، في حين لم يكن هنالك عائلات تضع ثلاث أولاد.

الجدول 05: سن الأطفال.

النسبة	التكرار	سن الأطفال
0	0	أقل من سنة
0	0	سنتين
16.2	6	3 سنوات
29.7	11	4 سنوات
54.1	20	5 سنوات
100.0	37	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

الشكل 06: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير سن الأطفال.



المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

يلاحظ من خلال الجدول 05 و الشكل أعلاه أن 54.1% من أفراد العينة كان سن أولادهم 5 سنوات، و 29.7% سن أولادهم 4 سنوات، أما نسبة 16.2% سن أولادهم من 3 سنوات، في حين لم يكن هناك أطفال أقل من سنة وستين، وهذا ما يعكس أن أغلب الأطفال في الروضة تتراوح أعمارهم من 3 إلى 5 سنوات.

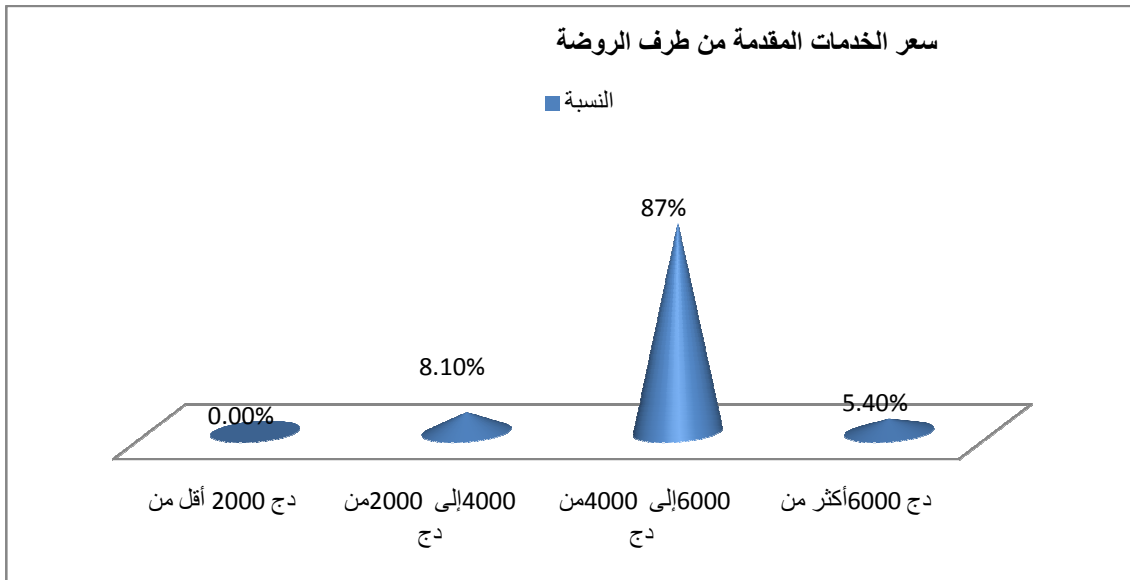
5. سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة:

الجدول 06: سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة.

النسبة	التكرار	سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة
0	0	أقل من 2000 دج
8.1	3	من 2000 إلى 4000 دج
86.5	32	من 4000 إلى 6000 دج
5.4	2	أكثر من 6000 دج
100.0	37	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

الشكل 07: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة.



المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

يلاحظ من خلال الجدول 06 والشكل أعلاه أن 87% من مجموع المبحوثين يدفعون أسعار تتراوح من 4000 إلى 6000 دج مقابل الخدمات التي تقدمها الروضة، و 8.10% يدفعون أسعار تتراوح من 2000 إلى 4000 دج، بينما 5.40% يدفعون أسعار أكثر من 6000 دج، في حين أنه لا يوجد أي زبون يدفع أقل من 2000 دج وهذا يعني أن الأسعار التي تضعها الروضة مقابل الخدمات التي تقدمها أكثر من 2000 دج.

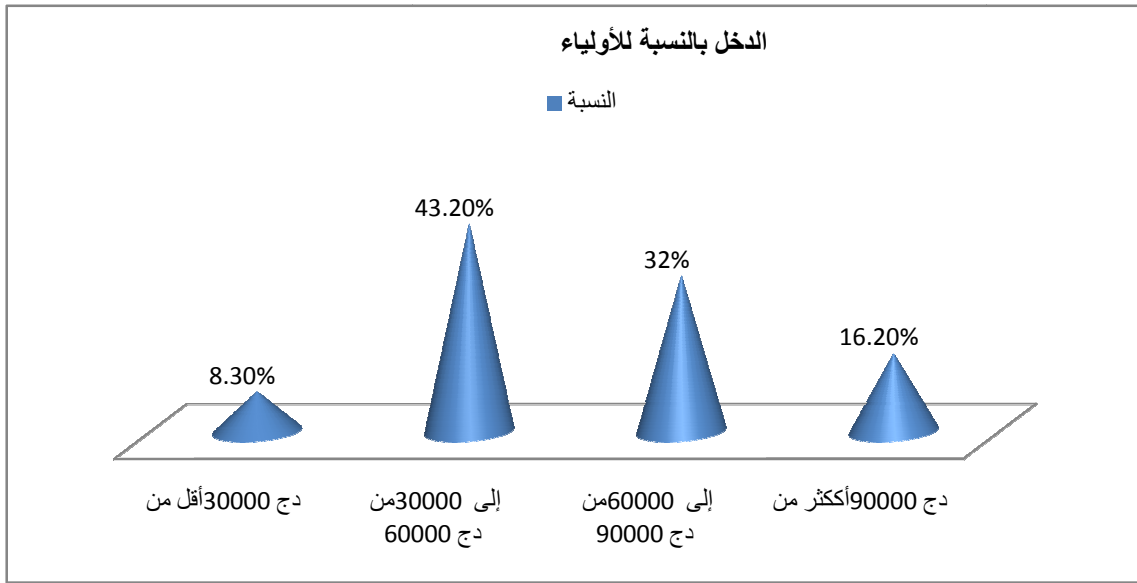
6. الدخل بالنسبة للأولياء:

الجدول 07: الدخل بالنسبة للأولياء.

النسبة	التكرار	الدخل بالنسبة للأولياء
8.1	3	أقل من 30000 دج
43.2	16	من 30000 إلى 60000 دج
32.4	12	من 60000 إلى 90000 دج
16.2	6	أكثر من 90000 دج
100.0	37	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

الشكل 08: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل بالنسبة للأولياء.



المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

يلاحظ من خلال الجدول 07 والشكل أعلاه أن نسبة 43.20% من الأولياء يتراوح دخلهم من 30000 إلى 60000 دج و 32% منهم دخلهم من 60000 إلى 90000 دج، أما نسبة 16.20% من الأولياء فقد كان دخلهم أكثر من 90000 دج، في حين بلغت نسبة الدخل أقل من 30000 دج 8.30% ، وهذا ما يفسر أن أغلب العائلات التي تضع أطفالها في الروضة هي عائلات جيدة الدخل.

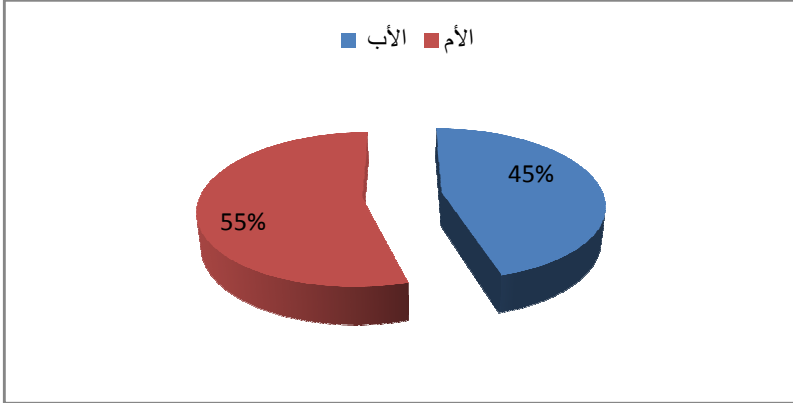
ثانيا: دراسة بيانات روضة الصفاء.

1. طبيعة الولي:

الجدول رقم 08: طبيعة الولي.

النسبة	التكرار	طبيعة الولي
45.5	15	الأب
54.5	18	الأم
100.0	33	المجموع

الشكل 09: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير طبيعة الولي.



المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

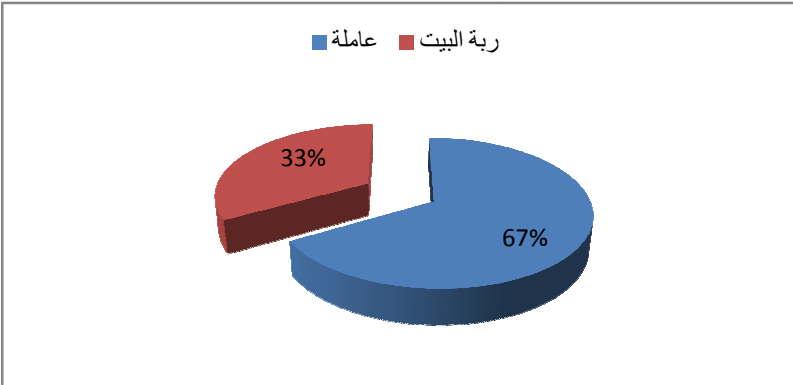
يتبين من خلال الجدول 08 والشكل أعلاه أن نسبة الأمهات قد بلغت 55% من مجموع المبحوثين، وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة أمهات في روضة الصفاء، وهذا ما يعكس واقع أن الأمهات هم من يحضرون الأطفال للروضة، في حين كانت نسبة الآباء أقل حيث بلغت 45%.

2. مهنة الأم:

الجدول 09: مهنة الأم.

النسبة	التكرار	مهنة الأم
66.7	22	عاملة
33.3	11	ربة بيت
100.0	33	المجموع

الشكل 10: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مهنة الأم.



المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

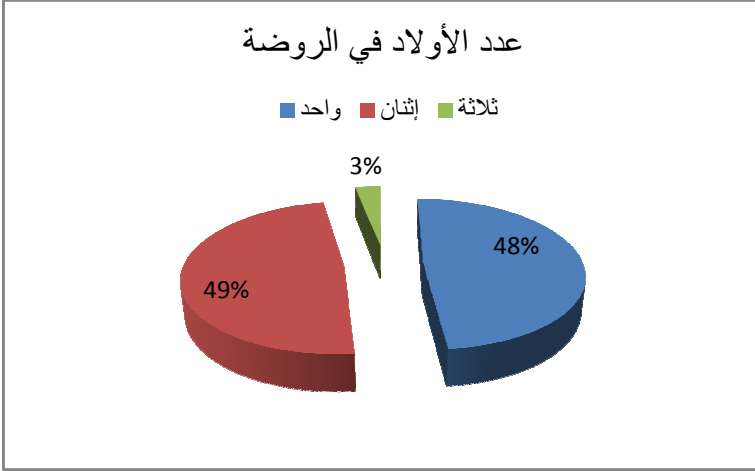
يتبين من خلال الجدول 09 والشكل أعلاه أن نسبة الأمهات العاملات قد بلغت 67% من مجموع المبحوثين في هذه الروضة، في حين بلغت نسبة ربات البيوت 33%.

3. عدد الأولاد في الروضة:

الجدول 10: عدد الأولاد في الروضة.

عدد الأولاد في الروضة	التكرار	النسبة
واحد	16	48.5
إثنان	16	48.5
ثلاثة	1	3.0
المجموع	33	100.0

الشكل 11: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عدد الأولاد.



المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

يتبين من خلال الجدول 10 والشكل أعلاه أن نسبة العائلات التي تضع طفلاً واحداً في الروضة قد بلغت 48% من مجموع المبحوثين، وقد كانت نسبة العائلات التي لديها ولدان في الروضة 49% من مجموع المبحوثين، في حين بلغت نسبة العائلات التي لديها ثلاث أولاد 3%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة المدروسة لديها ولدان في الروضة.

3. سن الأطفال:

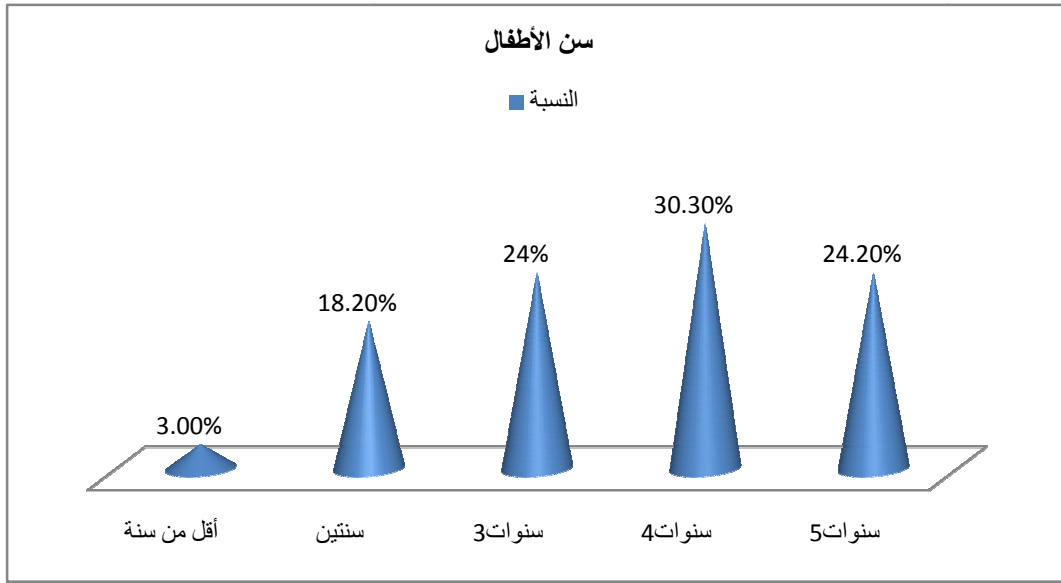
الجدول 11: سن الأطفال.

سن الأطفال	التكرار	النسبة
أقل من سنة	1	3.0
سنتين	6	18.2
3 سنوات	8	24.2
4 سنوات	10	30.3
5 سنوات	8	24.2
المجموع	33	100.0

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.



الشكل 12: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير سن الأطفال.



المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

يلاحظ من خلال الجدول 11 والشكل أعلاه أن 23.20% من أفراد العينة كان سن أولادهم 5 سنوات و 30.30% سن أولادهم 4 سنوات أما نسبة 24% سن أولادهم كان 3 سنوات، و 18.20% سن أولادهم سنتين في حين كانت أقل نسبة 3.00% حيث كان سنهم أقل من سنة، وهذا ما يعكس أن هذه روضة تستقبل الأطفال في مختلف الأعمار.

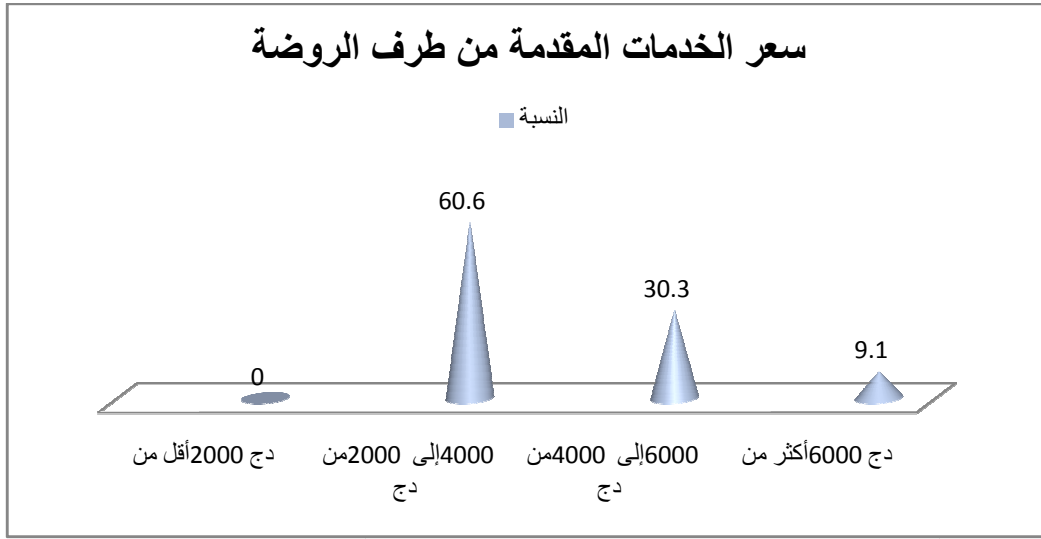
#### 4. سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة:

الجدول 12: سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة.

النسبة	التكرار	سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة
0.0	0	أقل من 2000 دج
60.6	20	من 2000 إلى 4000 دج
30.3	10	من 4000 إلى 6000 دج
9.1	3	أكثر من 6000 دج
100.0	33	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

الشكل 13 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة.



المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

يلاحظ من خلال الجدول 12 والشكل أعلاه أن 24% من مجموع المبحوثين يدفعون أسعار تتراوح من 4000 إلى 6000 دج مقابل الخدمات التي تقدمها الروضة و 18.20% يدفعون أسعار تتراوح من 2000 إلى 4000 دج، بينما 30.30% يدفعون أسعار أكثر من 6000 دج، في حين 3% من أفراد العينة يدفعون أقل من 2000 دج، وهذا يعني أن الروضة تضع أسعار مختلفة أي تعتمد سياسة التمييز السعري للخدمات.

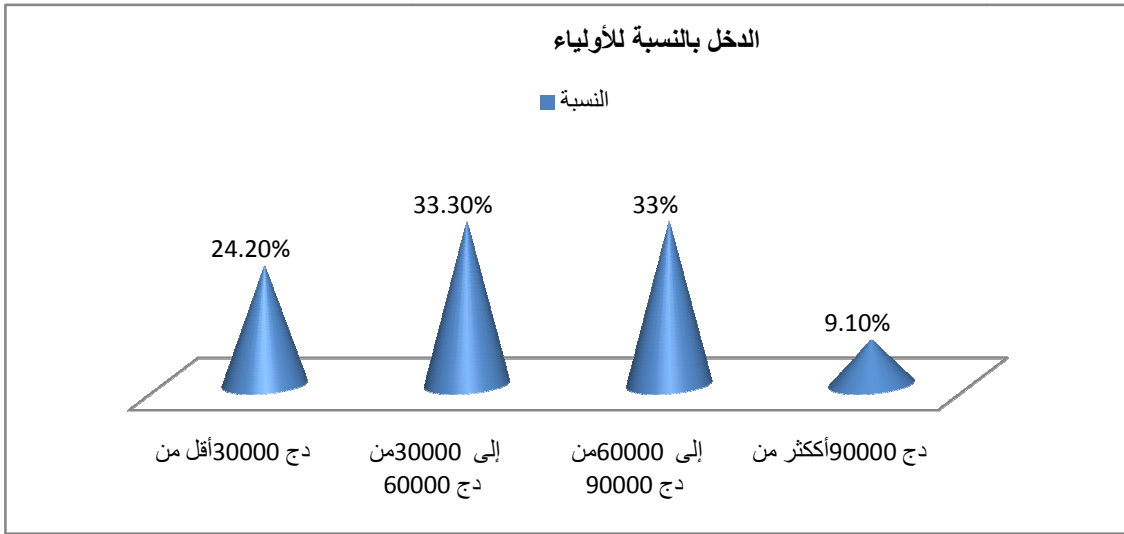
5. الدخل بالنسبة للأولياء:

الجدول 13: الدخل بالنسبة للأولياء.

النسبة	التكرار	الدخل بالنسبة للأولياء
24.2	8	أقل من 30000 دج
33.3	11	من 30000 إلى 60000 دج
33.3	11	من 60000 إلى 90000 دج
9.1	3	أكثر من 90000 دج
100.0	33	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

الشكل 14: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل بالنسبة للأولياء.



المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

يلاحظ من خلال الجدول 13 والشكل أعلاه أن نسبة 33.30% من الأولياء يتراوح دخلهم من 30000 إلى 60000 دج و33% منهم دخلهم من 60000 إلى 90000 دج، أما نسبة 9.10% من الأولياء فقد كان دخلهم أكثر من 90000 دج، في حين بلغت نسبة الدخل أقل من 30000 دج 24.20%، وهذا ما يفسر أن أغلب العائلات التي تضع أطفالها في الروضة هي عائلات ذات دخل جيد.

### الفرع الثالث: متغيرات الدراسة وكيفية قياسها.

إعتمدنا في هذه الدراسة على جملة من المتغيرات المستقلة والتابعة، وهذا حتى تتمكن من الإجابة على فرضيات الدراسة، حيث يمكن إجمالها فيما يلي:

1. **المتغيرات المستقلة:** ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الثاني من الإستبانة كما يلي:
  - أ. **بعد الملموسية:** يقصد به الجوانب المادية، ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الثاني من الإستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 01 إلى غاية السؤال 07 .
  - ب. **بعد الإعتمادية:** يقصد بها القدرة على الأداء و الدقة في إنجاز الخدمة، ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الثاني من الإستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 08 إلى غاية السؤال 14.
  - ج. **بعد الإستجابة:** يقصد بها الإستجابة لطلبات الزبائن و إنشغالهم، ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الثاني من الإستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 15 إلى غاية السؤال 18.
  - د. **بعد الأمان:** يقصد به توفر الأمان و خلو المعاملات من المخاطر، ويتم قياسه بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الثاني من الإستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 19 إلى غاية السؤال 23.

هـ. بعد التعاطف: يقصد به درجة العناية بالزبون و رعايته بشكل خاص، ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الثاني من الإستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 24 إلى غاية السؤال 28.

2. المتغير التابع: ويتمثل المتغير التابع فيما يلي:

أ. رضا الزبون: ويتم قياسه بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الثاني من الإستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 29 إلى غاية السؤال 44.

3. المتغيرات الوسيطة: ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الأول من الإستبانة كما يلي:

أ. طبيعة الولي: ويتم قياسه بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الأول من الإستبانة وينقسم إلى فئتين هما (الأب والأم).

ب. مهنة الأم: ويتم قياسه بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الأول من الإستبانة وينقسم إلى فئتين هما (عاملة وربة بيت).

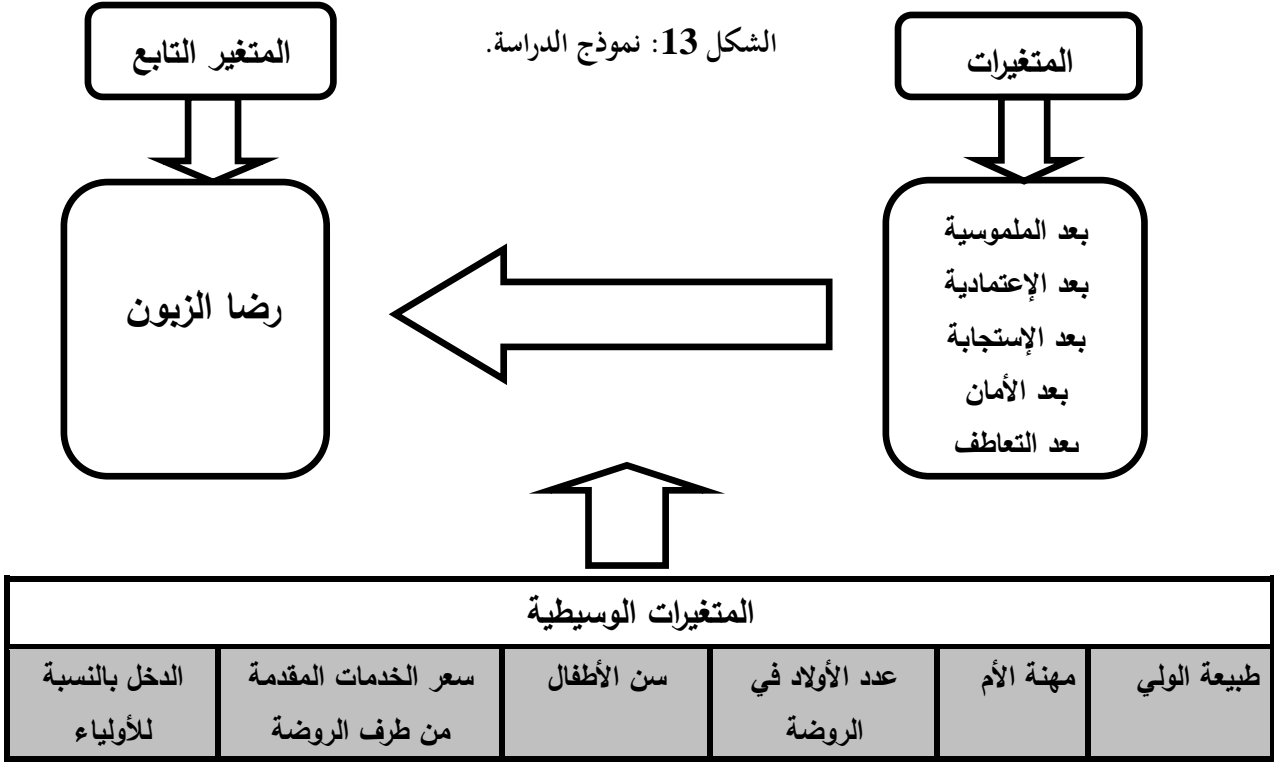
ج. عدد الأولاد في الروضة: ويتم قياسه بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الأول من الإستبانة وينقسم إلى ثلاث فئات وهي (واحد، إثنان، ثلاثة).

د. سن الأطفال: ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الأول من الإستبانة ولها خمس مستويات وهي ( أقل من سنة، سنتين، 3 سنوات، 4 سنوات، 5 سنوات).

هـ. سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة: ويتم قياسه بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الأول من الإستبانة وله خمسة أسعار وهي (أقل من 2000 دج، من 2000 إلى 4000 دج، من 4000 إلى 6000 دج، أكثر من 6000 دج).

و. الدخل بالنسبة للأولياء: ويتم قياسه بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الأول من الإستبانة وله أربعة فئات للدخل وهي (أقل من 30000 دج، من 30000 إلى 60000 دج، من 60000 إلى 90000 دج، أكثر من 90000 دج).

4. نموذج الدراسة: بعد تحديد المتغيرات الخاصة بالدراسة الحالية، اقترحنا النموذج التالي كنموذجاً للدراسة الحالية كما يبين الشكل أدناه.



المصدر: إعداد الباحثة.

### المطلب الثاني: أدوات الدراسة.

تم تقسيم هذا المطلب لثلاث فروع أساسية، فخلال الفرع الأول سنعرض للأداة المستخدمة في هذه الدراسة، أما خلال الفرع الثاني سيتم الوقوف على كيفية التحقق من صدق وثبات هذه الأداة، بينما سنخصص الفرع الثالث للمعالجة الإحصائية لمتغيرات الدراسة.

#### الفرع الأول: الأداة المستخدمة في الدراسة.

إستخدمنا في هذه الدراسة إستبانة صممت لأغراض هذه الدراسة بناء على الإطار النظري والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، وقد تكونت هذه الإستبانة من جزئين رئيسيين، الجزء الأول خاص بمعلومات عامة حول الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة، بينما تضمن الجزء الثاني فقرات الإستبانة، وعلى نحو أكثر تفصيلاً.

**أولاً. الجزء الأول:** ويشمل هذا الجزء معلومات عامة معبرة عن الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة كطبيعة الولي، مهنة الأم، عدد الأولاد في الروضة، سن الأطفال، سعر الخدمات من طرف الروضة والدخل بالنسبة للأولياء، باعتبارها متغيرات أساسية يمكن إستخدامها لقياس مدى التباين في إجابات أولياء الروضتين نحو مجالات الدراسة، وهي كما يلي:

أ. طبيعة الولي: وله فئتان الأب والأم.

ب. مهنة الأم: وهي عاملة أو ربة البيت.

ج. عدد الأولاد في الروضة: إما واحد، إثنان، ثلاثة.

ج. سن الأطفال: وهو إلى خمس فئات كما يلي ( أقل من سنة، سنتين، 3 سنوات، 4 سنوات، 5 سنوات).

د. سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة: وينقسم إلى أربعة أسعار وهي (أقل من 2000 دج، من 2000 إلى 4000 دج، من 4000 إلى 6000 دج، أكثر من 6000 دج).

هـ. الدخل بالنسبة للأولياء: ولها أربعة مستويات وهي ( أقل من 30000 دج، من 30000 إلى 60000 دج، من 60000 إلى 90000 دج، أكثر من 90000 دج).

ثانيا. الجزء الثاني: ويتضمن فقرات الإستبانة وعددها 44 فقرة من 01 إلى 28 خاصة بقياس جودة الخدمة ومن 29 إلى 44 خاصة بمقياس رضا الزبون، تمت صياغتها بالاعتماد على عدة دراسات سابقة منها ( دراسة زوزو فاطمة الزهراء، عبله مقراني) حيث أجريت على فقرات الإستبانة عدة تعديلات بما يناسب أغراض الدراسة الحالية، خاصة بعد خضوعها للتحكيم العلمي، وقد توزعت هذه الفقرات على ستة مجالات رئيسية حسب فرضيات الدراسة كما يلي:

أ. بعد الملموسية: ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الثاني من الإستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 01 إلى غاية السؤال 07.

ب. بعد الاعتمادية: ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الثاني من الإستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 08 إلى غاية السؤال 14.

ج. بعد الإستجابة: ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الثاني من الإستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 15 إلى غاية السؤال 18.

د. بعد الأمان: ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الثاني من الإستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 19 إلى غاية السؤال 23.

هـ. بعد التعاطف: ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الثاني من الإستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 24 إلى غاية السؤال 28.

و. رضا الزبون: ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الجزء الثاني من الإستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 29 إلى غاية السؤال 44،

علما بأن إجابات أفراد العينة ستخضع لمقياس ليكرت الثلاثي لبيان درجة الموافقة، حيث تعطى درجة (1) لعبارة غير موافق، ودرجة (2) لعبارة محايد، بينما تمنح درجة (3) لعبارة موافق؛ وقد تم تحديد الحدود الفاصلة للفئات الثلاثة وفقا للخطوات الإحصائية التالية:

- حساب المدى: المدى = أعلى درجة على المقياس - أدنى درجة على المقياس أي (3-1=2).

- حساب طول الفئة: طول الفئة = المدى / عدد الفئات أي ( 2/3 = 0.66).

- إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للإجابة على الفقرات تتراوح ما بين 1 إلى أقل من 1.66 فإن هذا يدل على مستوى موافقة منخفضة.

- إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للإجابة على الفقرات تتراوح ما بين 1.67 إلى أقل من 2.33 فإن هذا يدل على مستوى موافقة متوسطة.

- إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للإجابة على الفقرات تتراوح ما بين 2.34 إلى غاية 3 فإن هذا يدل على مستوى عال من الموافقة.

#### الفرع الثاني: صدق وثبات أداة الدراسة.

للتأكد من الصدق الظاهري للإستبانة، فقد تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين ومتخصصين في التسويق الخدمي و في إدارة الأعمال وتسيير الموارد البشرية و الإحصاء من جامعة قاصدي مرباح ورقلة إلى أن تمت صياغتها بشكلها النهائي، بعد تعديل بعض أجزائها وفق ما أشارت إليه ملاحظات الأساتذة المحكمين.

وقد تم التأكد من ثبات الإستبانة عن طريق حساب معامل ألفا كرونباخ، وذلك بعد توزيع قوائم الإستبانة على عينة ميسرة قوامها 110 مبحوث من زبائن مؤسستين رياض الأطفال التابعة للقطاع الخاص بمدينة تقرت ، وبعدها تم حساب معامل ألفا كرونباخ لفقرات الإستبانة ومجالاتها وكانت مرتفعة، كما تم حساب معامل ألفا كرونباخ لكافة فقرات الإستبانة بشكل إجمالي حيث بلغت نسبته 77% بالنسبة لروضة الطفل الملك ونسبة 87 % بالنسبة لروضة الصفاء وهي قيمة مرتفعة جدا لثبات الاتساق الداخلي وكافية لأغراض الدراسة والتحليل.

و الجدولين المواليين 14 و 15 يبينان قيمة معامل الثبات للاتساق الداخلي ألفا كرونباخ للأداة ككل ولكل بعد من أبعاد الدراسة. أولاً: معامل ألفا كرونباخ لروضة الطفل الملك.

#### الجدول 14: معامل ألفا كرونباخ للإستبانة ككل ولأبعادها.

المجال	الفقرات	قيمة ألفا الثبات
بعد الملموسية	07-01	0.27
بعد الإعتمادية	14-08	0.45
بعد الإستجابة	18-15	0.77
بعد الأمان	23-19	0.53
بعد التعاطف	28-24	0.61
رضا الزبون	44-29	0.73
المجموع	44	0.77

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

ثانيا: معامل ألفا كرونباخ لروضة الصفاء.

الجدول 15: معامل ألفا كرونباخ للإستبانة ككل ولأبعادها.

المجال	الفقرات	قيمة ألفا الثبات
بعد الملموسية	07-01	0.31
بعد الإعتمادية	14-08	0.56
بعد الإستجابة	18-15	0.83
بعد الأمان	23-19	0.65
بعد التعاطف	28-24	0.47
رضا الزبون	44-29	0.80
المجموع	44	0.87

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS الإصدار 20.

الفرع الثالث: المعالجة الإحصائية لمتغيرات الدراسة.

استخدمنا في هذه الدراسة عدة مقاييس واختبارات إحصائية بمساعدة برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية SPSS

الإصدار 20، ومن بين هذه المقاييس والاختبارات ما يلي:

- معامل ألفا كرونباخ وهذا للوقوف على درجة ثبات الإستبانة ومدى الاتساق الداخلي لمحمل أبعادها وفقراتها.
- القيمة الإجمالية والنسب المئوية وهذا لوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وهذا لحساب متوسط إجابات كل أفراد العينة على كل فقرة من فقرات الإستبانة وكذا الانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة على المتوسط الحسابي، ثم إيجاد الأهمية النسبية لكل فقرة من فقرات الإستبانة وكذا الأهمية النسبية لكل مجالات وأبعاد الإستبانة، ليتسنى لنا ترتيب الفقرات والمجالات والأبعاد حسب أهميتهم النسبية من وجهة نظر عينة الدراسة.
- تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA وهذا لإثبات أو عدم إثبات صحة أنه توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة و رضا الزبون تعزى إلى اختلاف العوامل الديموغرافية الآتية: طبيعة الولي، مهنة الأم، عدد الأولاد في الروضة، سن الأطفال، سعر الخدمات المقدمة، الدخل بالنسبة للأولياء.
- تحليل T-test وهذا لإثبات أو عدم إثبات صحة بأن هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة و رضا الزبون.
- حساب معامل الارتباط سبيرمان للمتغير التابع رضا الزبون على المتغيرات المستقلة (بعد الملموسية، بعد الإعتمادية، بعد الإستجابة، بعد الأمان، بعد التعاطف) وهذا للكشف عن قوة واتجاه العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة.
- تحليل الإنحدار الخطي البسيط لبيان أهمية كل متغير من المتغيرات المستقلة بالنسبة للمتغير التابع.



### المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية.

بعد عرض طريقة الدراسة وكذا أدوات الدراسة، سيخصص هذا المبحث لعرض ومناقشة نتائج هذه الدراسة من خلال مطلبين، يتناول المطلب الأول عرض نتائج الدراسة الميدانية، بينما يتناول المطلب الثاني مناقشة هذه النتائج.

#### المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة الميدانية.

نتناول في هذا المطلب عرض نتائج اختبار فرضيات الدراسة، لكن قبل عرض هذه النتائج رأينا من الضروري عرض تعريف بالمؤسستين التغيير.

الفرع الأول: تعريف بالمؤسستين.

أولاً: روضة الصفاء.

مركز إستقبال الطفولة الصغيرة "روضة الصفاء" مقرها تقرت حي 19 مارس تبسبت، إفتحت في أول أكتوبر 2011، مؤسسة معتمدة ولها سجل تجاري ورقم جبائي، عدد القاعات: 5 قاعات قسم تحضير، 1 قاعة تمهيدي، 1 قاعة للأطفال عمر 3 سنوات، 1 قاعة للأطفال عمر 2 سنوات، 1 قاعة للأطفال حضانة، مطعم، دورة مياه تشمل مستويات 3 أشهر إلى 5 سنوات. ثانياً: روضة الطفل الملك.

هي مؤسسة تربية تأسست سنة 2005، تشمل مستويات من 9 أشهر إلى 5 سنوات، تهتم بكل ما يخص الطفل (النظافة، اللعب، الرعاية، إكتساب المعارف والأداب).

#### الجدول 16: معلومات عامة عن المؤسستين.

روضة الصفاء	روضة الطفل الملك	
5 سنوات	25 سنة	خبرة المديرية
تقني في تربية الطفولة/ علم النفس عيادي وتربوي وإرشاد وتوجيه.	علم إجتماع/ علم النفس/ تربية الطفولة / أمومة.	مستوى المربيات
على أساس الشهادة فقط	مناقشة شفوية / إختبار تطبيقي	طريقة إختيار المربيات
عربية /فرنسية	عربية/ فرنسية/ إنجليزية	اللغات التي تدرس
3 أشهر إلى 5 سنوات	9 أشهر إلى 5 سنوات	السن المحدد لتسجيل الطفل
150 طفل	90 طفل	عدد الأولاد في الروضة
عدد العمال 16 عامل (10 مربيات، 2 مربيات في كل قسم، 2 إستقبال، عاملة نظافة، طبخة، أخصائية نفسانية، المديرية)	10 عمال (1عاملة نظافة، 1 طبخة، 1 سكرتارية، 6 مربيات، المديرية)	عدد العمال

المصدر : من إعداد الباحثة.

الفرع الثاني: عرض نتائج اختبار الفرضيات.

أولاً : عرض نتائج بالنسبة لروضة الطفل الملك.

1- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الملموسية.

الجدول 17: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول بعد الملموسية.

مستوى الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة
عالية	3	0.50	2.76	01. ملائمة المظهر الخارجي للروضة لطبيعة ونوعية الخدمات المقدمة
عالية	2	0.16	2.97	02. موقع الروضة مناسب وقريب من الطريق الرئيسي
عالية	1	0.00	3.00	03. مظهر العمال لائق
متوسطة	6	0.89	1.78	04. تتوفر الروضة على مساحات مفتوحة أو خضراء
عالية	2	0.16	2.97	05. تتوفر الروضة على مطعم
متوسط	5	0.82	2.00	06. توفر وسائل النقل لنقل الأطفال
عالية	4	0.59	2.65	07. وجود ألعاب تسلية للأطفال داخل الروضة
عالية		0.24	2.95	المتوسط العام

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يوضح الجدول أعلاه المتعلق بعد الملموسية أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.95 بانحراف معياري قدره 0.24، وقد احتلت الفقرة رقم 3 (مظهر العمال لائق) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.00 وانحراف معياري بلغ 0.00 ، لتحل المرتبة الثانية الفقرتين رقم 2 و 5 (موقع الروضة مناسب وقريب من الطريق الرئيسي، تتوفر الروضة على مطعم ) بنفس المتوسط الحسابي الذي قدر ب 2.97 ونفس الانحراف المعياري الذي بلغ 0.16 ، في حين جاءت الفقرة رقم 4 ( تتوفر الروضة على مساحات مفتوحة أو خضراء ) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 1.78 وانحراف معياري 0.89 ، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي العام لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية مما يدل على وجود إتفاق عالي لرضا الزبائن المبحوثين حول معظم جوانب الملموسية في هذه الروضة المحددة في الجدول أعلاه.

2- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الاعتمادية.

الجدول رقم 18: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول بعد الاعتمادية.

مستوى الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة
عالية	3	0.23	2.95	08. تمتلك الروضة مربيات أكفاء وذو خبرة مهنية
عالية	1	0.00	3.00	09. يمكن اعتماد على المربيات في الروضة
عالية	4	0.27	2.92	10. تقدم الروضة خدمات جيدة للأطفال
عالية	2	0.16	2.97	11. أوقات عمل الروضة مناسبة
عالية	6	0.61	2.49	12. إنجاز الخدمة بشكل صحيح وسليم وخلوها من الخطأ
متوسط	7	0.81	2.05	13. تقام باستمرار رحلات وأنشطة ترفيهية للأطفال
عالية	5	0.37	2.86	14. هناك تطور واضح في مهارات طفلي منذ دخوله الروضة
عالية		0.21	2.75	المتوسط العام

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يوضح الجدول أعلاه المتعلق ببعدها الاعتمادية أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.75 بانحراف معياري قدره 0.21، وقد احتلت الفقرة رقم 09 ( يمكن الاعتماد على المربيات في الروضة ) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.00 وانحراف معياري بلغ 0.00 ، لتحل المرتبة الثانية الفقرة رقم 11 ( أوقات عمل الروضة مناسبة ) بمتوسط حسابي قدره 2.97 وانحراف معياري بلغ 0.16 ، في حين جاءت الفقرة رقم 13 ( تقام باستمرار رحلات وأنشطة ترفيهية للأطفال ) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 2.05 وانحراف معياري 0.81 ، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي العام لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية مما يدل على وجود إتفاق عالي لرضا الزبون المبحوث حول معظم الإجابات الخاصة ببعدها الاعتمادية المحددة في الجدول أعلاه.

3- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الإستجابة.

الجدول (19): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول بعد الإستجابة.

مستوى الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة
عالية	4	0.57	2.70	15. تهتم الروضة بإنشغالات الزبائن
عالية	2	0.44	2.84	16. تقوم الروضة بالرد الفوري على إستفسارات الزبائن وشكاويهم
عالية	1	0.36	2.92	17. تقوم الروضة بإخباري إذا ما كان هنالك أمر يتعلق بطفلي
عالية	3	0.52	2.70	18. الروضة باستعداد دائم لإستجابة طلبات الزبائن
عالية		0.37	2.79	المتوسط العام

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يوضح الجدول أعلاه المتعلق ببعد الاستجابة أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.79 بانحراف معياري قدره 0.37 ، وقد احتلت الفقرة رقم 17 (تقوم الروضة بإخباري إذا ما كان هنالك أمر يتعلق بطفلي) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.92 وانحراف معياري بلغ 0.36، لتحتل المرتبة الثانية الفقرة رقم 16 (تقوم الروضة بالرد الفوري على إستفسارات الزبائن و شكوايهم) بمتوسط حسابي قدره ب 2.84 و انحراف معياري بلغ 0.44، في حين جاءت الفقرة رقم 18 (الروضة في استعداد دائم لإستجابة لطلبات الزبائن) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 2.70 وانحراف معياري 0.52، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي العام لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية مما يدل على وجود إتفاق عالي لرضا الزبون المبحوث حول معظم الإجابات الخاصة ببعد الإستجابة المحددة في الجدول أعلاه.

#### 4- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الأمان.

الجدول 20: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول بعد الأمان.

الأسئلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
19. أشعر بالأمان في التعامل مع الروضة	2,97	0.16	1	عالية
20. عندي كامل الثقة في طريقة تعامل المربيات	2.95	0.22	2	عالية
21. يتابع العاملین في الروضة حالة طفلي باستمرار	2.89	0.32	3	عالية
22. تمتاز الروضة بسمعة جيدة	2.97	0.16	1	عالية
23. تمتاز الروضة بنظافة كافة المرافق الداخلية	2.86	0.35	4	عالية
المتوسط العام	2.93	0.15		عالية

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يوضح الجدول أعلاه المتعلق ببعد الأمان أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.93 بانحراف معياري قدره 0.15 ، وقد احتلت الفقرتين رقم 19 و 22 (أشعر بالأمان في التعامل مع الروضة، تمتاز الروضة بسمعة جيدة) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.97 وانحراف معياري بلغ 0.16، لتحتل المرتبة الثانية الفقرة رقم 20 (عندي كامل الثقة في طريقة تعامل المربيات) بمتوسط حسابي قدره ب 2.95 وانحراف معياري بلغ 0.22، في حين جاءت الفقرة رقم 23 (تمتاز الروضة بنظافة كافة المرافق الداخلية) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 2.86 وانحراف معياري 0.35، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي العام لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية مما يدل على وجود اتفاق عالي لرضا الزبون المبحوث حول معظم الإجابات الخاصة ببعد الأمان المحددة في الجدول أعلاه.

5- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد التعاطف.

الجدول 21: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول بعد التعاطف.

مستوى الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة
عالية	1	0.16	2.97	24. يمتاز العاملين في الروضة بحسن الإستقبال
عالية	3	0.59	2.65	25. إهتمام العاملين بالزبائن إهتماما شخصيا
عالية	2	0.23	2.95	26. حسن معاملة الزبائن وإحترامهم وتقدير ظروفهم
متوسطة	5	0.77	2.11	27. تقوم المربيات بتقديم جوائز تحفيزية للأطفال
متوسطة	4	0.77	2.27	28. تحتفل الروضة باعياد ميلاد الاطفال
عالية		0.36	2.59	المتوسط العام

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يوضح الجدول أعلاه المتعلق ببعده التعاطف أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.59 بانحراف معياري قدره 0.36، وقد احتلت الفقرة رقم 24 (يمتاز العاملين في الروضة بحسن الإستقبال) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.97 و انحراف معياري بلغ 0.16، لتحتل المرتبة الثانية الفقرة رقم 26 (حسن معاملة الزبائن و إحترامهم و تقدير ظروفهم) بمتوسط حسابي قدره 2.95 وانحراف معياري بلغ 0.23، في حين جاءت الفقرة رقم 27 (تقوم المربيات بتقديم جوائز تحفيزية للأطفال) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 2.11 وانحراف معياري 0.77، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي العام لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية مما يدل على وجود إتفاق عالي لرضا الزبون المبحوث حول معظم الإجابات الخاصة ببعده التعاطف المحددة في الجدول أعلاه.

6- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص رضا الزبون.

الجدول 22: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول رضا الزبون.

درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة
عالية	4	0.40	2.81	29. تسعى الروضة دوماً لتلبية حاجات ورغبات الزبائن
عالية	2	0.32	2.89	30. تسعى الروضة دوماً لتحسين نوعية الخدمات المقدمة
عالية	11	0.65	2.51	31. أعتقد أن خدمات الروضة المقدمة من إختياري الأول
عالية	6	0.45	2.73	32. أنوي أن أتعامل بشكل مكثف مع خدمات الروضة التي تقدمها
عالية	14	0.76	2.38	33. تطرح الروضة باستمرار أسئلة على الزبائن للتعرف على حاجاتهم ورغباتهم
عالية	3	0.37	2.84	34. هناك الكثير من الخدمات الجيدة في الروضة وأنا أعترف بذلك
عالية	8	0.59	2.65	35. تناسبني الأسعار المقدمة من طرف الروضة
عالية	10	0.64	2.62	36. أسعار الروضة متوافقة مع مستوى خدماتها وتعبر عنا بشكل أفضل
عالية	5	0.46	2.81	37. لن يقودني إنخفاض الأسعار في أي روضة منافسة إلى التحول عنها أو تغييرها بسهولة
عالية	13	0.59	2.38	38. تعتبر نوعية الخدمات المقدمة أفضل من توقعات الزبائن
عالية	2	0.32	2.89	39. أشجع أصدقائي وأقاربي ومعارفي وأنصحهم للتعامل مع الروضة
عالية	1	0.23	2.95	40. أرغب بالاستمرار في التعامل مع هذه الروضة في المستقبل
عالية	7	0.66	2.70	41. لن أتقدم بشكوى لإدارة الروضة عن أسلوب تعامل الموظفين أو لأي سبب آخر
عالية	12	0.69	2.49	42. لن أتحوّل إلى أي روضة منافسة حتى إذا واجهتني مشكلة في التعاون مع هذه الروضة
عالية	1	0.23	2.95	43. إذ واجهتني مشكلة في الخدمة التي تقدمها الروضة فسوف أنقلها مباشرة إلى العاملين قصد حلها
عالية	9	0.55	2.62	44. أشعر أن الروضة تضع مصلحة زبائنها فوق كل اعتبار
عالية		0.26	2.69	المتوسط العام

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يوضح الجدول أعلاه المتعلق برضا الزبون أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.69 بانحراف معياري قدره 0.26 ، وقد احتلت الفقرتين رقم 40 و 43 ( أرغب بالإستمرار في التعامل مع هذه الروضة في المستقبل، إذا واجهتني مشكلة في الخدمة التي تقدمها الروضة فسوف أنقلها مباشرة للعاملين قصد حلها ) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.95 و انحراف معياري بلغ 0.23،

لتحتل المرتبة الثانية الفترتين رقم 30 و 39) تسعى الروضة دوما لتحسين نوعية الخدمات المقدمة، أشجع أصدقائي وأقاربي ومعاري وأنصحهم بالتعامل مع الروضة) بمتوسط حسابي قدر ب 2.89 وانحراف معياري بلغ 0.32، في حين جاءت الفقرة رقم 33 (تطرح الروضة باستمرار أسئلة على الزبائن للتعرف على حاجاتهم و رغباتهم ) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 2.38 وانحراف معياري 0.76، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي العام لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية وهذا يعكس الدرجة العالية لرضا الزبائن على خدمات هذه الروضة.

### الفرع الثالث: اختبار الفرضيات ومناقشتها بالنسبة لروضة الطفل الملك.

في ضوء أهداف الدراسة، وفرضياتها، ومتغيراتها، وأساليب القياس، تم الاعتماد على أسلوب الارتباط (معامل ارتباط سبيرمان) والانحدار الخطي لتحديد نوع العلاقة وقوتها بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون، كذلك تم إجراء اختبار فرق المتوسطين (ت) واختبار تحليل التباين .

### أولاً: عرض نتائج اختبار الفرضية الأولى.

نصت الفرضية الأولى للدراسة على أنه: "يعطي الزبائن الأهمية القصوى لبعد الأمان مقارنة بالأبعاد الأخرى للجودة"، وبعد القيام بالدراسة الميدانية تم الحصول على النتائج المبينة في (الجدول 23).

### الجدول 23: مدى إدراك زبائن عينة الدراسة لأبعاد جودة الخدمة وترتيبها حسب أهميتها من وجهة نظرهم.

الأبعاد	المتوسط العام	الترتيب
بعد الملموسية	2.95	1
الإعتمادية	2.75	4
الإستجابة	2.79	3
الأمان	2.93	2
التعاطف	2.59	5

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

تم إختبار صحة هذه الفرضية باستعمال المتوسطات الحسابية والترتيب بناء على قيمة المتوسط الحسابي، ونلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن زبائن عينة الدراسة يولون أهمية لأبعاد جودة الخدمة كمايلي: بعد الملموسية، الأمان، الإستجابة، الإعتمادية، التعاطف، وبمتوسطات حسابية مرجحة (2.95، 2.79، 2.93، 2.75، 2.59) على الترتيب.

ثانيا: عرض نتائج اختبار الفرضية الثانية.

نصت الفرضية الثانية للدراسة على أنه: " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة المقدمة من طرف مؤسسات رياض الأطفال محل الدراسة ورضا زياتهم"، وبعد القيام بالدراسة الميدانية توصلنا للنتائج الموضحة في الجدول أدناه.

الجدول 24: معامل الارتباط سبيرمان للمتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

Correlations								
		لموسية	اعتمادية	استجابية	الامان	التعاطف	الرضا	
سبيرمان	الرضا	Correlation Coefficient	,484**	,444**	,416*	,583**	,443**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,002	,006	,010	,000	,006	.
		N	37	37	37	37	37	37
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر من خلال الجدول 24 أن هنالك علاقة إرتباطية موجبة ومتوسطة ذات دلالة إحصائية بين المتغير التابع (رضا الزبون) وبين المتغيرات المستقلة ( بعد الملموسية، الإعتمادية، الإستجابية، الأمان، والتعاطف) وكانت أقواها بين المتغير التابع و بين بعد الأمان حيث بلغت قيمة معامل الارتباط  $r = 0.583$  عند مستوى المعنوية 0.000، ثم تليها علاقة المتغير التابع ببعء الملموسية بقيمة 0.484 عند مستوى المعنوية 0.002، ثم علاقة المتغير التابع ببعء الإعتمادية بحيث  $r = 0.444$  عند مستوى المعنوية 0.006، بينما سجلت أقل قيمة إرتباط بين المتغير التابع وبعء الإستجابة  $r = 0.416$  عند مستوى المعنوية 0.010، حيث كانت مستويات المعنوية للأبعاد الخمسة أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهو ما يفسر وجود علاقة إرتباط طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن.

ثالثا: عرض نتائج اختبار الفرضية الثالثة.

نصت الفرضية الثالثة للدراسة على أنه: "يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة". وبعد القيام بالدراسة الميدانية تحصلنا على النتائج التالية.

تحليل التباين للانحدار: للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الثالثة نقوم بتحليل التباين للانحدار كما هو مبين في الجدولين رقم (25) و(26).



الجدول 25: تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الثالثة.

ANOVA <sup>a</sup>						
	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوي
1	الانحدار	1,038	5	,208	7,031	,000 <sup>b</sup>
	الخطأ	,916	31	,030		
	المجموع	1,954	36			
a. Dependent Variable: الرضا						
b. Predictors: (Constant), التعاطف, ملموسية, الاستجابة, الامان, واعتمادية						

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

الجدول 26: معامل الارتباط للمتغير التابع والمتغيرات المستقلة.

النموذج	R معامل الارتباط	R Square معامل التحديد	R Square Adjust معامل التحديد المعدل	Std. Error of the Estimate
1	,729 <sup>a</sup>	,531	,456	,17187
a. Predictors: (Constant), التعاطف, ملموسية, الاستجابة, الامان, واعتمادية				

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يتضح من خلال الجدول 25 أن قيمة F المحسوبة تقدر بـ 7.031 وهي قيمة مرتفعة عن قيمتها الجدولية عند مستوى المعنوية ( $0.05 < \alpha$ ) ودرجات الحرية (5,31)، وبما أن مستوى المعنوية 0.000 أقل من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 فإننا نستدل من ذلك على صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الثالثة، كما يظهر الجدول 26 أن المتغيرات المستقلة ( بعد الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف)، تفسر على نحو ما مقداره 53.1% من التباين في المتغير التابع (رضا الزبون)، وهي نسبة تفسير جيدة، أما باقي هذه النسبة أي 46.9% تعني أن هناك متغيرات مستقلة أخرى لم ترد في النموذج بسبب إغفالنا لها وعدم التفطن لها أثناء القيام بهذه الدراسة قد تؤثر في رضا الزبون، أو قد تعود إلى الخطأ العشوائي؛ وكل هذا يؤكد دور وأثر ( أبعاد جودة الخدمة ) في تفسير رضا الزبون بالروضة محل الدراسة، وبناء عليه فالنموذج صالح لاختبار الفرضية الثالثة عن طريق تحليل الانحدار الخطي البسيط.

الجدول 27: جدول المعاملات.

Coefficients <sup>a</sup>						
النموذج		معاملات الانحراف المعياري		Standardized Coefficients	T المحسوبة	مستوى المعنوية
		B	الخطأ المعياري	Beta		
1	الثابت	-,432	,580		-,745	,462
	ملموسية	,214	,146	,217	1,466	,153
	اعتمادية	-,075	,194	-,067	-,387	,701
	استجابة	,082	,088	,131	,931	,359
	الامان	,691	,227	,447	3,047	,005
	التعاطف	,204	,095	,312	2,160	,039

a. Dependent Variable: الرضا

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر من خلال الجدول السابق أن قيمة T المحسوبة للمقدار الثابت قدرت بـ (0.745 -) و قدر مستوى المعنوية المقابل لها بـ 0.462 وبما أنه أكبر من قيمة  $\alpha$  المعتمدة 0.05 فهي قيمة غير دالة إحصائياً وبالتالي يمكن إهمال القيمة الثابتة، بينما قدرت بقية قيم T المحسوبة للمتغيرات المستقلة (بعد الملموسية، بعد الإعتمادية، بعد الإستجابة) بـ (0.931/ 0.387 - / 1.466) على التوالي وهي قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية ( $0.05 \geq \alpha$ ) ، بينما سجل كل من المتغير المستقل بعد الأمان والمتغير المستقل بعد التعاطف قيم T (2.160 / 3.047) على التوالي وهي قيم ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $0.05 \geq \alpha$ ) ومنه نقبل الفرضية التالية لكن بشكل جزئي: يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة، حيث نقبل أنه: يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية لبعدي الأمان والتعاطف على رضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة.

#### رابعاً: عرض نتائج اختبار الفرضية الرابعة.

نصت الفرضية الرابعة للدراسة على أن: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى للمتغيرات الديموغرافية"، ولاختبار صحة هذه الفرضية سنقوم بتجزئتها إلى فرضيات فرعية على النحو التالي:

الفرضية الرابعة 1: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير طبيعة الولي.

الفرضية الرابعة 2: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير مهنة الأم.

الفرضية الرابعة 3: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة.

الفرضية الرابعة 4 : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الطفل.

الفرضية الرابعة 5 : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة

الفرضية الرابعة 6 : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء.

1- إختبار صحة الفرضية الرابعة 1: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير طبيعة الولي". ولاختبار هذه الفرضية نقوم بصياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة على النحو التالي:

$H_0$ : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير طبيعة الولي.

$H_1$ : توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير طبيعة الولي.

الجدول 28: توزيع إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير طبيعة الولي.

	طبيعة الولي	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري
تأثير أبعاد جودة الخدمة	الأب	21	2,7565	,15666	,03419
على رضا الزبون	الأم	16	2,6548	,19466	,04867

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

الجدول 29: نتائج اختبار T لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير طبيعة الولي.

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	Df	Sig. (2-tailed)
تأثير أبعاد جودة	افتراض تساوي التباينات	,7011	,408	1,761	35	,087
الخدمة على رضا الزبون	افتراض عدم تساوي التباينات			1,709	28,290	,098

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر من خلال الجدول 29 أن قيمة F تساوي 0.7011 ومستوى المعنوية المقابل لها أكبر من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 مما يدل على وجود تجانس بين الأباء والأمهات في إجاباتهم حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون، وبالتالي سوف نختار اختبار T في حالة تساوي التباينات، حيث بلغت قيمة T المحسوبة (1.761) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية

$(\alpha \geq 0.05)$ ، ومنه نقبل الفرضية الصفرية (لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير طبيعة الولي).

2- إختبار صحة الفرضية الرابعة 2: التي نصت على أنه: " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير مهنة الأم"، ولاختبار هذه الفرضية نقوم بصياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة على النحو التالي:

$H_0$ : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير مهنة الأم.

$H_1$ : توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير مهنة الأم.

الجدول 30: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير مهنة الأم.

ANOVA					
تأثير أبعاد الجودة الخدمة على رضا الزبون					
	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى المعنوية
بين المجموعات	,064	1	,064	2,067	,159
داخل المجموعات	1,089	35	,031		
المجموع	1,153	36			

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر الجدول 30 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 02.067 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.159 مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد الجودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير مهنة الأم، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير مهنة الأم".

3- اختبار صحة الفرضية الرابعة 3 : التي نصت على أنه: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة"، ولاختبار هذه الفرضية نقوم بصياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة على النحو التالي:

$H_0$ : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة.

$H_1$ : توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة.

الجدول 31: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير عدد الاولاد في الروضة.

ANOVA					
تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون					
	مجموع المربعات	درجة الحريات	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى المعنوية
بين المجموعات	,003	1	,003	,077	,784
داخل المجموعات	1,151	35	,033		
المجموع	1,153	36			

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر الجدول 31 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.077 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.784، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة".

**4-اختبار صحة الفرضية الرابعة:** التي نصت على أنه: " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال"، ولاختبار هذه الفرضية نقوم بصياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة على النحو التالي:

$H_0$ : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال.

$H_1$ : توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال.

الجدول 32: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير سن الأطفال في الروضة.

ANOVA					
تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون					
	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى المعنوية
بين المجموعات	,038	2	,019	,587	,562
داخل المجموعات	1,115	34	,033		
المجموع	1,153	36			

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر الجدول 32 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.587 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.562، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال".

5- إختبار صحة الفرضية الرابعة 5: التي نصت على أنه: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة"، ولاختبار هذه الفرضية نقوم بصياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة على النحو التالي:

H<sub>0</sub>: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة.

H<sub>1</sub>: توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة.

الجدول 33: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة.

ANOVA					
تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون					
	مجموع المربعات	درجة الحريات	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى المعنوية
بين المجموعات	,061	2	,031	,951	,396
داخل المجموعات	1,092	34	,032		
المجموع	1,153	36			

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر الجدول 33 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.951 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.396، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة".

**6- إختبار صحة الفرضية الرابعة 6 :** التي نصت على أنه: " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء"، ولاختبار هذه الفرضية نقوم بصياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة على النحو التالي:

$H_0$ : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء.

$H_1$ : توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء.

الجدول 34 : نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى حسب متغير الدخل بالنسبة للأولياء.

ANOVA					
تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون					
	مجموع المربعات	درجة الحريات	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى المعنوية
بين المجموعات	,059	3	,020	,595	,623
داخل المجموعات	1,094	33	,033		
المجموع	1,153	36			

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر الجدول 34 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.565 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.623، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء".

الفرع الرابع: عرض النتائج بالنسبة لروضة الصفاء.

1- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الملموسية.

الجدول 35: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات الباحثين حول بعد الملموسية.

مستوى الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة
عالية	5	0.55	2.79	01. ملائمة المظهر الخارجي للروضة لطبيعة ونوعية الخدمات المقدمة
عالية	2	0.35	2.94	02. موقع الروضة مناسب وقريب من الطريق الرئيسي
عالية	1	0.24	2.94	03. مظهر العمال لائق
متوسطة	6	0.86	2.06	04. تتوفر الروضة على مساحات مفتوحة أو خضراء
عالية	3	0.38	2.91	05. تتوفر الروضة على مطعم
عالية	2	0.35	2.94	06. توفر وسائل النقل لنقل الأطفال
عالية	4	0.33	2.88	07. وجود ألعاب تسلية للأطفال داخل الروضة
عالية		0.21	2.79	المتوسط العام

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يوضح الجدول أعلاه المتعلق ببعد الملموسية أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.79 بانحراف معياري قدره 0.21 ، وقد احتلت الفقرة رقم 3 (مظهر العمال لائق) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.94 و انحراف معياري بلغ 0.24 ، لتحل المرتبة الثانية الفقرتين رقم 2 و6 (موقع الروضة مناسب و قريب من الطريق الرئيسي، توفر وسائل النقل لنقل الأطفال ) بنفس المتوسط الحسابي الذي قدر ب 2.94 و نفس الانحراف المعياري الذي بلغ 0.35، في حين جاءت الفقرة رقم 4 ( تتوفر الروضة على مساحات مفتوحة أو خضراء ) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 2.05 وانحراف معياري 0.82 ، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي العام لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية مما يدل على وجود إتفاق عالي لرضا الزبائن الباحثين حول معظم جوانب الملموسية لهاته الروضة المحددة في الجدول أعلاه.



2- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الاعتمادية.

الجدول 36: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول بعد الاعتمادية.

مستوى الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة
عالية	4	0.29	2.91	08. تمتلك الروضة مربيات أكفاء وذو خبرة منية
عالية	5	0.47	2.82	09. يمكن اعتماد على المربيات في الروضة
عالية	2	0.24	2.94	10. تقدم الروضة خدمات جيدة للأطفال
عالية	1	0.17	2.97	11. أوقات عمل الروضة مناسبة
عالية	6	0.66	2.58	12. إنجاز الخدمة بشكل صحيح وسليم وخلوها من الخطأ
عالية	2	0.24	2.94	13. تقام باستمرار رحلات وأنشطة ترفيهية للأطفال
عالية	3	0.35	2.94	14. هناك تطور واضح في مهارات طفلي منذ دخوله الروضة
عالية		0.19	2.87	المتوسط العام

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يوضح الجدول أعلاه المتعلق ببعد الاعتمادية أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.87 بانحراف معياري قدره 0.19 ، وقد احتلت الفقرة رقم 11 (أوقات عمل الروضة مناسبة ) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.97 و انحراف معياري بلغ 0.17 ، لتحتل المرتبة الثانية الفقرتين رقم 10 و 13 ( تقدم الروضة خدمات جيدة للأطفال، تقام باستمرار رحلات و أنشطة ترفيهية للأطفال ( بمتوسط حسابي قدر ب 2.94 و انحراف معياري بلغ 0.24 ، في حين جاءت الفقرة رقم 12 ( إنجاز الخدمة بشكل صحيح وسليم وخلوها من الخطأ) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 2.58 وانحراف معياري 0.22 ، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي العام لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية مما يدل على وجود إتفاق عالي لرضا الزبون المبحوث حول معظم الاجابات الخاصة ببعد الاعتمادية المحددة في الجدول أعلاه.

3- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الإستجابة.

الجدول 37 : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول بعد الإستجابة.

مستوى الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة
عالية	3	0.55	2.79	15. تهتم الروضة بإنشغالات الزبائن
عالية	1	0.44	2.85	16. تقوم الروضة بالرد الفوري على إستفسارات الزبائن وشكاويهم
عالية	2	0.51	2.85	17. تقوم الروضة بإخباري إذا ما كان هنالك أمر يتعلق بطفلي
عالية	1	0.44	2.85	18. الروضة باستعداد دائم لإستجابة طلبات الزبائن
عالية		0.39	2.82	المتوسط العام

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يوضح الجدول أعلاه المتعلق ببعد الاستجابة أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.82 بانحراف معياري قدره 0.39 ، وقد احتلت الفقرتين رقم 16 و 18 ( تقوم الروضة بالرد الفوري على إستفسارات الزبائن وشكاويهم، الروضة في إستعداد دائم للإستجابة لطلبات الزبائن) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.85 و انحراف معياري بلغ 0.44، لتحتل المرتبة الثانية الفقرة رقم 17 (تقوم الروضة بإخباري إذا ما كان هنالك أمر يتعلق بطفلي) بمتوسط حسابي قدره ب 2.85 و انحراف معياري بلغ 0.51، في حين جاءت الفقرة رقم 15 ( تهتم الروضة بإنشغالات الزبائن ) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 2.79 وانحراف معياري 0.55، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي العام لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية مما يدل على وجود إتفاق عالي لرضا الزبون المبحوث حول معظم الاجابات الخاصة ببعد الاستجابة المحددة في الجدول أعلاه.

#### 4- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الأمان.

الجدول 38: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول بعد الأمان.

مستوى الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة
عالية	1	0.17	2,97	19. أشعر بالأمان في التعامل مع الروضة
عالية	3	0.45	2,88	20. عندي كامل الثقة في طريقة تعامل المربيات
عالية	4	0.53	2,82	21. يتابع العاملين في الروضة حالة طفلي باستمرار
عالية	1	0.17	2,97	22. تمتاز الروضة بسمعة جيدة
عالية	2	0.29	2,91	23. تمتاز الروضة بنظافة كافة المرافق الداخلية
عالية		0.22	2.90	المتوسط العام

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يوضح الجدول أعلاه المتعلق ببعد الأمان أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.90 بانحراف معياري قدره 0.22، وقد احتلت الفقرتين رقم 19 و 22 ( أشعر بالأمان في التعامل مع الروضة، تمتاز الروضة بسمعة جيدة) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.97 وانحراف معياري بلغ 0.17، لتحتل المرتبة الثانية الفقرة رقم 23 (تمتاز الروضة بنظافة كافة المرافق الداخلية) بمتوسط حسابي قدره ب 2.91 و انحراف معياري بلغ 0.29، في حين جاءت الفقرة رقم 21 ( يتابع العاملين في الروضة حالة طفلي باستمرار) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 2.86 وانحراف معياري 0.53، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي العام لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية مما يدل على وجود إتفاق عالي لرضا الزبون المبحوث حول معظم الاجابات الخاصة ببعد الأمان المحددة في الجدول أعلاه.

5- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد التعاطف.

الجدول 39: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول بعد التعاطف.

مستوى الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأسئلة
عالية	1	0.00	3,00	24. يمتاز العاملين في الروضة بحسن الإستقبال
عالية	3	0.61	2,58	25. إهتمام العاملين بالزبائن إهتماما شخيصيا
عالية	2	0.36	2,85	26. حسن معاملة الزبائن وإحترامهم وتقدير ظروفهم
عالية	4	0.79	2,42	27. تقوم المربيات بتقديم جوائز تحفيزية للأطفال
متوسطة	5	0.79	1,76	28. تحتفل الروضة بأعياد ميلاد الاطفال
عالية		0.34	2.52	المتوسط العام

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يوضح الجدول أعلاه المتعلق ببعده التعاطف أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.52 بانحراف معياري قدره 0.34 ، وقد احتلت الفقرة رقم 24 ( يمتاز العاملين في الروضة بحسن الإستقبال ) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.00 وانحراف معياري بلغ 0.00 ، لتحتل المرتبة الثانية الفقرة رقم 26 ( حسن معاملة الزبائن و إحترامهم وتقدير ظروفهم ) بمتوسط حسابي قدره 2.85 وانحراف معياري بلغ 0.36 ، في حين جاءت الفقرة رقم 28 ( تحتفل الروضة بأعياد ميلاد الأطفال ) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 1.76 وانحراف معياري 0.79 ، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي العام لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية مما يدل على وجود إتفاق عالي لرضا الزبون المبحوث حول معظم الاجابات الخاصة ببعده التعاطف المحددة في الجدول أعلاه.

6 : اتجاهات أفراد العينة فيما يخص رضا الزبون .

الجدول 40: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول رضا الزبون.

الأسئلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
29.تسعى الروضة دوما لتببية حاجات ورغبات الزبائن	2,67	0.54	10	عالية
30.تسعى الروضة دوما لتحسين نوعية الخدمات المقدمة	2,91	0.38	3	عالية
31.أعتقد أن خدمات الروضة المقدمة من إختياري الاول	2,48	0.62	12	عالية
32.أنوي أن أتعامل بشكل مكثف مع خدمات الروضة التي تقدمها	2,85	0.42	6	عالية
33.تطرح الروضة باستمرار أسئلة على الزبائن للتعرف على حاجاتهم ورغباتهم	2,09	0.81	14	متوسطة
34.هناك الكثير من الخدمات الجيدة في الروضة وأنا أعترف بذلك	2,85	0.51	7	عالية
35.تناسبني الأسعار المقدمة من طرف الروضة	2,76	0.61	9	عالية
36.أسعار الروضة متوافقة مع مستوى خدماتها وتعبير عنا بشكل أفضل	2,61	0.61	11	عالية
37.لن يقودني إنخفاض الأسعار في أي روضة منافسة إلى التحول عنا أو تغييرها بسهولة	2,61	0.61	11	عالية
38.تعتبر نوعية الخدمات المقدمة أفضل من توقعات الزبائن	2,18	0.53	13	متوسطة
39.أشجع أصدقائي وأقاربي ومعارفي وأنصحهم للتعامل مع الروضة	2,91	0.39	4	عالية
40.أرغب في الإستمرار في التعامل مع هذه الروضة في المستقبل	2,94	0.42	2	عالية
41.لن أتقدم بشكوى لإدارة الروضة عن أسلوب التعاون موظفي أو لأي سبب آخر	2,88	0.42	5	عالية
42.لن أتحوّل إلى أي روضة منافسة حتى إذا واجهتني مشكلة في التعاون مع هذه الروضة	2,48	0.62	12	عالية
43.إذ واجهتني مشكلة في الخدمة التي تقدمها الروضة فسوف أنقلها مباشرة إلى العاملين قصد حلها	2,94	0.24	1	عالية
44.أشعر أن الروضة تضع مصلحة زبائنها فوق كل اعتبار	2,82	0.39	8	عالية
المتوسط العام	2.69	0.26		عالية

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يوضح الجدول أعلاه المتعلق برضا الزبون أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.69 بانحراف معياري قدره 0.26 و قد احتلت الفقرة رقم 43(إذا واجهتني مشكلة في الخدمة التي تقدمها الروضة فسوف أنقلها مباشرة للعاملين قصد حلها ) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.94 وانحراف معياري بلغ 0.24، لتحل المرتبة الثانية الفقرة رقم 40 (أرغب في الإستمرار في التعامل مع هذه الروضة

في المستقبل) بمتوسط حسابي قدر ب 2.94 و انحراف معياري بلغ 0.42، في حين جاءت الفقرة رقم 33 ( تطرح الروضة باستمرار أسئلة على الزبائن للتعرف على حاجاتهم و رغباتهم ) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 2.09 و انحراف معياري 0.81 ، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي العام لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية وهذا يعكس درجة عالية لرضا الزبون.

الفرع الخامس: اختبار الفرضيات ومناقشتها بالنسبة لروضة الصفاء.

في ضوء أهداف الدراسة، وفرضياتها، ومتغيراتها، وأساليب القياس، تم الاعتماد على أسلوب الارتباط (معامل ارتباط سبيرمان) والانحدار الخطي لتحديد نوع العلاقة وقوتها بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون، كذلك تم إجراء اختبار فرق المتوسطين (ت) واختبار تحليل التباين .

أولاً: عرض نتائج اختبار الفرضية الأولى.

نصت الفرضية الأولى للدراسة على أنه: " يعطي الزبائن الأهمية القصوى لبعد الأمان مقارنة بالأبعاد الأخرى للجودة "، وبعد القيام بالدراسة الميدانية تم الحصول على النتائج المبينة في (الجدول 41).

الجدول 41 : مدى إدراك زبائن عينة الدراسة لأبعاد جودة الخدمة وترتيبها حسب أهميتها من وجهة نظرهم.

الأبعاد	المتوسط العام	الترتيب
بعد الملموسية	2.75	4
الإعتمادية	2.87	2
الإستجابة	2.82	3
الأمان	2.90	1
التعاطف	2.52	5

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

تم إختبار صحة هذه الفرضية باستعمال المتوسطات الحسابية والترتيب بناء على قيمة المتوسط الحسابي، ونلاحظ من خلال الجدول 41 أن زبائن عينة الدراسة ويولون أهمية لأبعاد جودة الخدمة كمايلي: الأمان، الإعتمادية، الإستجابة، الملموسية، التعاطف، وبتوسطات حسابية مرجحة (2.52، 2.75، 2.82، 2.90، 2.87) على الترتيب.

ثانياً: عرض نتائج اختبار الفرضية الثانية.

نصت الفرضية الثانية للدراسة على أنه: " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة المقدمة من طرف مؤسسات رياض الأطفال محل الدراسة ورضا زبائنهم. والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول 42: معامل الارتباط سييرمان للمتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

		ملموسية	اعتمادية	استجابة	امان	التعاطف	رضا	
سييرمان	رضا	Correlation Coefficient	,311	,170	,196	,222	,465**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,078	,345	,274	,214	,006	.
		N	33	33	33	33	33	33

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر من خلال الجدول 42 أن هنالك علاقة إرتباطية موجبة و متوسطة ذات دلالة إحصائية بين المتغير التابع (رضا الزبون) و بين المتغير المستقل بعد التعاطف  $r = 0.465$  عند مستوى المعنوية  $0.006$ ، بينما لا توجد أي علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين المتغير التابع (رضا الزبون) و المتغيرات المستقلة (بعد الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان)، حيث كانت مستويات المعنوية للأبعاد الأربعة أكبر من مستوى المعنوية ( $0.05$ ) وهو ما يفسر عدم وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد الأربعة لجودة الخدمة (الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان) ورضا الزبائن.

ثالثاً: عرض نتائج إختبار الفرضية الثالثة.

نصت الفرضية الثالثة للدراسة على أنه: "يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة". وبعد القيام بالدراسة الميدانية تحصلنا على النتائج التالية.

تحليل التباين للانحدار: للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الثالثة نقوم بتحليل التباين للانحدار كما هو مبين في الجدولين رقم (43) و(33).

الجدول 43 : تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الثالثة.

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F قيمة	مستوى المعنوية
1	الانحدار	1,303	5	,261	8,688	,000 <sup>b</sup>
	الخطأ	,810	27	,030		
	المجموع	2,113	32			

a. Dependent Variable: رضا

b. Predictors: (Constant), الامان, والتعاطف, اعتمادية, واستجابة, ولموسية

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

الجدول 44 : معامل الارتباط للمتغير التابع والمتغيرات المستقلة.

Mode I	R معامل الارتباط	R Square معامل التحديد	R Square Adjusted معامل التحديد المعدل	Std. Error of the Estimate
1	,785 <sup>a</sup>	,617	,546	,17320
a. Predictors: (Constant), اعتمادية, استجابة, ملموسية, امان, والتعاطف				

المصدر: إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20

يتضح من خلال الجدول 43 أن قيمة F المحسوبة تقدر بـ 8.688 وهي قيمة مرتفعة عن قيمتها الجدولية عند مستوى المعنوية ( $0.05 < \alpha$ ) ودرجات الحرية (5, 27)، وبما أن مستوى المعنوية 0.000 أقل من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 فإننا نستدل من ذلك على صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الثالثة، كما يظهر الجدول 44 أن المتغيرات المستقلة ( بعد ملموسية , واعتمادية استجابة, الامان التعاطف, اعتمادية) تفسر على نحو ما مقداره 61.7% من التباين في المتغير التابع (رضا الزبون)، و هي نسبة تفسير جيدة، أما باقي هذه النسبة أي 38.3% تعني أن هناك متغيرات مستقلة أخرى لم ترد في النموذج بسبب إغفالنا وعدم التفطن لها أثناء القيام بهذه الدراسة قد تؤثر في رضا الزبون بالروضة محل الدراسة، أو قد تعود إلى الخطأ العشوائي؛ وكل هذا يؤكد دور وأثر ( أبعاد جودة الخدمة ) في تفسير رضا الزبون بالروضة محل الدراسة، وبناء عليه فالنموذج صالح لاختبار الفرضية الثالثة عن طريق تحليل الإنحدار الخطي البسيط.

الجدول 45 : جدول المعاملات

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		معاملات الإنحراف المعياري		Standardized Coefficients Beta	t	مستوى المعنوية
		B	الخطأ المعياري			
1	الثابت	-,588	,575		-1,023	,316
	ملموسية	,338	,172	,278	1,967	,060
	اعتمادية	,032	,205	,024	,158	,876
	استجابة	,128	,095	,196	1,352	,188
	امان	,452	,204	,385	2,214	,035
	التعاطف	,224	,103	,292	2,173	,039
a. Dependent Variable: رضا						

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر من خلال الجدول السابق أن قيمة T المحسوبة للمقدار الثابت قدرت بـ (-1.023) و قدر مستوى المعنوية المقابل لها بـ 0.316 وبما أنه أكبر من قيمة  $\alpha$  المعتمدة 0.05 فهي قيمة غير دالة إحصائياً وبالتالي يمكن إهمال القيمة الثابتة، بينما قدرت بقية قيم T المحسوبة للمتغيرات المستقلة (بعد الملموسية، بعد الإعتمادية، بعد الإستجابة) بـ (1.352/0.158/1.967) على التوالي وهي قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية ( $0.05 \geq \alpha$ )، ، بينما سجل كل من المتغير المستقل بعد الأمان والمتغير المستقل بعد التعاطف قيم T (2.173 / 2.214) على التوالي وهي قيم ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $0.05 \geq \alpha$ )،

ومنه نقبل الفرضية التالية لكن بشكل جزئي: يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة، حيث نقبل أنه: يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية لبعدي الأمان والتعاطف على رضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة.

رابعاً: عرض نتائج اختبار الفرضية الرابعة.

نصت الفرضية الرابعة للدراسة على أن: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون"، ولاختبار صحة هذه الفرضية سنقوم بتجزئتها إلى فرضيات فرعية على النحو التالي:

**الفرضية الرابعة 1:** لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير طبيعة الولي؛

**الفرضية الرابعة 2:** لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير مهنة الأم؛

**الفرضية الرابعة 3:** لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة؛

**الفرضية الرابعة 4:** لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الطفل؛

**الفرضية الرابعة 5:** لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة؛

**الفرضية الرابعة 6:** لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء.

**1- اختبار صحة الفرضية الرابعة 1:** "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير طبيعة الولي". ولاختبار هذه الفرضية نقوم بصياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة على النحو التالي:

$H_0$ : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير طبيعة الولي.

$H_1$ : توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير طبيعة الولي.



الجدول 46: توزيع إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير طبيعة الولي.

	طبيعة الولي	حجم العينة	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الخطأ المعياري
تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون	الأب	15	2,7045	,23945	,06182
	الأم	18	2,7879	,12473	,02940

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

الجدول 47: نتائج اختبار T لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون.

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون	إفترض تساوي التباينات	2,736	,108	-1,285	31	,208
	إفترض عدم تساوي التباينات			-1,217	20,196	,238

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر من خلال الجدول 47 أن قيمة F تساوي 2.736 ومستوى المعنوية المقابل لها أكبر من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 مما يدل على وجود تجانس بين الآباء والأمهات في إجاباتهم حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون، وبالتالي سوف نختار اختبار T في حالة تساوي التباينات، حيث بلغت قيمة T المحسوبة (-1.285) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $0.05 \geq \alpha$ )، ومنه نقبل الفرضية الصفرية (لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير طبيعة الولي).

2- اختبار صحة الفرضية الرابعة 2: التي نصت على أنه: " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير مهنة الأم"، واختبار هذه الفرضية نقوم بصياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة على النحو التالي:

$H_0$ : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير مهنة الأم.

$H_1$ : توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير مهنة الأم.

الجدول 48 : نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير مهنة الأم .

ANOVA					
تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون					
	مجموع المربعات	درجة الحريات	متوسط المربعات	المحسوبة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	,007	1	,007	,195	,661
داخل المجموعات	1,117	31	,036		
المجموع	1,124	32			

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر الجدول 48 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.195 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.661 مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد الجودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير مهنة الأم، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير مهنة الأم".

**3- اختبار صحة الفرضية الرابعة 3 :** التي نصت على أنه: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة"، ولاختبار هذه الفرضية نقوم بصياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة على النحو التالي:

$H_0$ : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة.

$H_1$ : توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة.

الجدول 49: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير عدد الأولاد في الروضة .

ANOVA					
تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون					
	مجموع المربعات	درجة الحريات	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى المعنوية.
بين المجموعات	,044	2	,022	,610	,550
داخل المجموع	1,080	30	,036		
المجموع	1,124	32			

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20

يظهر الجدول 49 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.610 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.550، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة".

**4-اختبار صحة الفرضية السادسة 4:** التي نصت على أنه: " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال"، ولاختبار هذه الفرضية نقوم بصياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة على النحو التالي:

$H_0$ : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال.

$H_1$ : توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال

الجدول 50: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير سن الأطفال.

ANOVA					
تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون					
	مجموع المربعات	درجة الحريات	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى المعنوية
بين المجموعات	,146	4	,036	1,042	,403
داخل المجموعات	,978	28	,035		
المجموع	1,124	32			

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر الجدول 50 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 1.042 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.403، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال".

**5-إختبار صحة الفرضية الرابعة 5:** التي نصت على أنه: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة"، ولاختبار هذه الفرضية نقوم بصياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة على النحو التالي:

$H_0$ : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة.

H<sub>1</sub>: توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة.

الجدول 51: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على الزبون رضا حسب متغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة .

ANOVA					
تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون					
	مجموع المربعات	درجات الحريات	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى المعنوية
بين المجموعات	0,044	2	0,022	613,	548,
داخل المجموعات	1,080	30	0,036		
المجموع	1,124	32			

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر الجدول 51 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.613 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.548، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة".

6- إختبار صحة الفرضية الرابعة 6 : التي نصت على أنه: " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء"، ولاختبار هذه الفرضية نقوم بصياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة على النحو التالي:

H<sub>0</sub>: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء.

H<sub>1</sub> : توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء.

الجدول 52: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير الدخل بالنسبة للأولياء .

ANOVA					
تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون					
	مجموع المربعات	درجة الحريات	متوسط المربعات	F المحسوبة	مستوى المعنوية
بين المجموعات	205,	3	0,068	151,2	115,
داخل المجموعات	919,	29	0,032		
المجموع	1,124	32			

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 20.

يظهر الجدول 52 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 2.151 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.115، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء".

### المطلب الثاني : مناقشة نتائج إختبار الفرضيات.

الفرع الأول: نتائج تحليل البيانات لأفرد العينة.

تحليل رقم (01): طبيعة الولي عينة الدراسة.

أظهرت نتائج الجدول 02 أن أغلب الباحثين في روضة الطفل الملك كانوا آباء إذ بلغت نسبتهم 57%، مما يفسر واقع أن من يحضر الأطفال إلى الروضة هم الآباء وهذا نظراً لتوفر وسائل النقل عند الآباء وبعد مسافة الروضة، أما فيما يخص روضة الصفاء أظهر الجدول 08 أن نسبة 55% أمهات، مما يعني أن أغلب أفراد العينة المبحوثة أمهات مما يفسر واقع أن من يحضر الأطفال إلى الروضة هم الأمهات وهذا نظراً لقرب مسافة الروضة من مقر سكنهم.

تحليل رقم (02): مهنة الأم.

أظهرت نتائج الجدول 03 أن أغلب الأمهات في روضة الطفل الملك عاملات بنسبة 57% من أفراد العينة المبحوثة، وذلك ما يفسر واقع أن أغلبية الأمهات اللواتي يضعن أولادهن في الروضة هن نساء عاملات، أما بالنسبة لروضة الصفاء أظهر نتائج الجدول 09 أن نسبة العاملات بلغت 67% وهي نسبة كبيرة، وهذا يؤكد تفسيرنا أن أغلب النساء اللواتي يضعن أطفالهن في كلا الروضتين هن نساء عاملات.

تحليل رقم (03): عدد الأولاد في الروضة.

أظهرت نتائج الجدول 04 لروضة الطفل الملك أن نسبة العائلات التي تضع طفلاً واحداً في الروضة هي 70%، وهذا ما يفسر أن أغلب العائلات التي تضع أولادها في هذه الروضة هي عائلات لديها طفل واحد في سن يسمح بالإلتحاق بالروضة، أما بالنسبة لروضة الصفاء فقد إتضح لنا من خلال الجدول 10 أن أغلب العائلات تضع طفلين بنسبة 49%، وهو ما يفسر أن أغلبية أفراد العين المبحوثة لديهم طفلين في الروضة.

تحليل رقم (04): سن الأطفال.

تظهر نتائج الجدول 05 لروضة الطفل الملك أن أغلبية أطفال الروضة كان سنهم 5 سنوات حيث بلغت نسبتهم 54.1%، وهو ما يفسر أن أغلبية العائلات تضع أطفالها في هذا السن بالروضة من أجل تحضيرهم للدخول إلى المستوى الإبتدائي، أما بالنسبة لروضة الصفاء فأظهرت نتائج الجدول 11 أن أغلبية الأطفال سنهم 4 سنوات بنسبة 30.3%، و 24.2% تراوحت أعمارهم بين 3 و5 سنوات و هو ما يفسر بأن أغلب الأمهات عاملات فهن يلجأن للوضع أولادهن في الروضة بمختلف الأعمار التي تتكون أقل من 5 سنوات.

تحليل رقم (05): سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة.

أظهرت نتائج الجدول 06 لروضة الطفل الملك أن 87% من أسعار الخدمات التي تقدمها الروضة تتراوح ما بين 4000 إلى 6000 دج ، وهو ما يفسر بمستوى جودة الخدمات المقدمة من طرف الروضة إضافة إلى طبيعة القطاع الخاص لها، أما بالنسبة لروضة الصفاء فقد أظهرت نتائج الجدول 12 أن نسبة 60.6% من الأسعار التي تقدمها الروضة تتراوح ما بين 2000 إلى 4000 دج، وهذا ما يفسر بأن روضة الصفاء إستغلت إرتفاع الأسعار لدى غيرها من رياض الأطفال لتحقيق ميزة سعرية لها لجذب زبائن جدد والحفاظ على زبائنها.

تحليل رقم (06): الدخل بالنسبة للأولياء.

يظهر من خلال الجدول 07 لروضة الطفل الملك أن أغلب الأولياء يتراوح دخلهم بين 30000 إلى 60000 دج ، وهو ما يفسر بأن أغلب العائلات التي تضع أولادها في الروضة هي عائلات ذات دخل جيد، أما بالنسبة لروضة الصفاء فقد أظهرت نتائج الجدول 13، أن أغلب الأولياء يتراوح دخلهم من 30000 إلى 90000 دج بنسبة 66.9% وهذا ما يثبت أن العائلات التي تضع أولادها في الروضة هي عائلات ذات دخل جيد و أوضاع مادية ميسورة.

الفرع الثاني: نتائج تحليل إتجاهات آراء العينة فيما يخص متغيرات الدراسة.

تحليل رقم (07): متوسطات الحسائية والانحرافات المعيارية لإجابات الباحثين حول بعد الملموسية .

توضح نتائج الجدول 17 لروضة الطفل الملك، أن متوسط العام لفقرات بعد الملموسة بلغ 2.95 بإختراف معياري 0.24 بمستوى موافقة عالية، حيث إحتلت الفقرة رقم 03 ( مظهر العمال لائق) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.00 وإختراف معياري بلغ 0.00 ، فحين بلغ المتوسط العام لروضة الصفاء 2.79 بإختراف معياري قدره 0.21 وهو ما تبين في الجدول 35، حيث احتلت الفقرة رقم 03(مظهر العمال لائق)المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.94 و إختراف معياري بلغ 0.24، وعليه نفسر النتائج بأن الزبون المبحوث يهتم بمظهر العمال، و هذا لأن العامل أول شي يلاحظه الزبون عند دخوله الروضة فالمظهر الجيد يبني صورة ذهنية جيدة عن الروضة و العاملين فيها.

تحليل رقم (08): متوسطات الحسائية والانحرافات المعيارية لإجابات الباحثين حول بعد الإعتمادية.

تظهر نتائج الجدول 18 لروضة الطفل الملك، أن المتوسط العام لفقرات بعد الإعتمادية بلغ 2.75 بإختراف معياري 0.21 و مستوى موافقة عالية، حيث إحتلت الفقرة رقم 09 ( يمكن الإعتماد على المربيات في الروضة) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.00 وإختراف معياري 0.00 ، وعليه نتوصل إلى نتيجة مفادها أن الزبائن راضين على طريقة عمل المربيات في الروضة ويعتمدون عليهم كل الإعتماد، في حين أظهرت نتائج في روضة الصفاء من خلال الجدول 36 الخاص ببعد الاعتمادية أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.87، بإختراف معياري قدره 0.19 و قد احتلت الفقرة رقم 1 (أوقات عمل الروضة مناسبة) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.97 و إختراف معياري بلغ 0.17، و هو ما يفسر توافق عمل الزبائن مع أوقات عمل الروضة.

تحليل رقم (09): متوسطات الحسائية والانحرافات المعيارية لإجابات الباحثين حول بعد الإستجابة.

تظهر نتائج الجدول 19 لروضة الطفل الملك أن المتوسط العام لفقرات بعد الإستجابة بلغ 2.79 بإختراف معياري قدره 0.37 و مستوى موافقة عالية، حيث إحتلت الفقرة رقم 17 ( تقوم الروضة بإخباري إذا ما كان هنالك أمر يتعلق بطفلي) المرتبة

الأولى بمتوسط حسابي 2.92 وانحراف معياري 0.36، وعليه يتم تفسير النتيجة بأن إدارة الروضة تضع من أولوياتها إرضاء الزبائن من خلال توفير كافة المعلومات الخاصة بأطفالهم، بينما أظهرت نتائج روضة الصفاء من خلال الجدول 37 المتعلق ببعدها الاستجابة أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.82 بانحراف معياري قدره 0.39، وقد احتلت الفقرتين رقم 16 و 18 (تقوم الروضة بالرد الفوري على إستفسارات الزبائن و شكوايهم، الروضة في إستعداد دائم للإستجابة لطلبات الزبائن ) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.85 و انحراف معياري بلغ 0.44، و ذلك ما يفسر إستعداد الروضة الدائم لإستقبال كافة الزبائن و الإستجابة لهم ومعالجة شكوايهم.

تحليل رقم (10): متوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول لبعده الأمان.

تظهر نتائج الجدول 20 لروضة الطفل الملك أن المتوسط العام لفقرات بعد الأمان بلغ 2.93 بانحراف معياري 0.15 ومستوى موافقة عالية، بينما أظهرت نتائج روضة الصفاء من خلال الجدول 38 أن المتوسط الحسابي العام بلغ 2.90 بانحراف معياري قدره 0.20 ومستوى موافقة عالية، حيث احتلت الفقرتين 19 و 22 ( أشعر بالأمان في التعامل مع الروضة، تمتاز الروضة بسمعة جيدة ) لكلا الروضتين المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.97 وانحراف معياري بلغ 0.16، وعليه يتم تفسير النتيجة أن كلتا زبائن الروضتين يركزون في إختيارهم للروضة على السمعة الجيدة وتوفير الأمان.

تحليل رقم (11): متوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول لبعده التعاطف.

تظهر نتائج الجدول 21 لروضة الطفل الملك أن المتوسط العام لفقرات بعد التعاطف بلغ 2.59 بانحراف معياري 0.36 ومستوى موافقة عالية، حيث احتلت الفقرة رقم 24 ( يمتاز العاملون في الروضة بحسن الإستقبال) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.97 وانحراف معياري 0.16، في حين يوضح الجدول 39 لروضة الصفاء المتعلق ببعده التعاطف أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.52 بانحراف معياري قدره 0.34 و قد احتلت الفقرة رقم 24 ( يمتاز العاملين في الروضة بحسن الإستقبال ) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.00 وانحراف معياري بلغ 0.00 وعليه يتم تفسير النتيجة بأن الروضة تولي إهتمام كبير للعاملين وذلك من خلال ما تقدمه من حسن المعاملة والإحترام والتقدير و ذلك ما يعرف بتجسيد مفهوم التسويق بالعلاقات .

تحليل رقم (12): متوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول رضا الزبون.

تظهر نتائج جدول 22 لروضة الطفل الملك أن المتوسط العام لفقرات بعد التعاطف بلغ 2.69 بانحراف معياري 0.26 بمستوى موافقة عالية، حيث احتلت الفقرتين 33 و 40 ( تطرح الروضة باستمرار أسئلة على الزبائن للتعرف على حاجاتهم ورغباتهم ، أرغب في الإستمرار في التعامل مع هذه الروضة في المستقبل) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.95 وانحراف معياري 0.23، وعليه نفسر هاته النتيجة بأن الروضة تهتم دوما بإنشغالات زبائنها للتعرف على حاجاتهم و متطلباتهم للوصول إلى تحقيق رضاهم وكسب ولائهم، بينما أظهرت نتائج روضة الصفاء من خلال الجدول 40 المتعلق برضا الزبون أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 2.69 بانحراف معياري قدره 0.26، وقد احتلت الفقرة رقم 43 (إذا واجهتني مشكلة في الخدمة التي تقدمها الروضة فسوف أنقلها مباشرة للعاملين قصد حلها ) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.94 وانحراف معياري بلغ 0.24، وهذا ما يفسر علاقة الجيدة بين العاملين و زبائن الروضة.

الفرع الثالث: نتائج إختبار الفرضيات.

1. نصت الفرضية الأولى على أنه: " يعطي الزبائن الأهمية القصوى لبعء الأمان مقارنة بالأبعاد الأخرى للجودة "، حيث أظهرت النتائج بالنسبة لروضة الطفل الملك أن عينة الزبائن المبحوثة تعطي أهمية وأولوية لبعء الملموسية عن باقي الأبعاد الأخرى، بينما يحتل بعء الأمان المرتبة الثانية ضمن أولوياتهم، يليه بعء الإستجابة، ثم بعء الإعتمادية، وأخيرا بعء التعاطف، وهذا ما يتنافى وصحة هذه الفرضية، بينما أظهرت نتائج روضة الصفاء أن عينة الزبائن المبحوثة أعطت الأهمية والأولوية لبعء الأمان عن باقي الأبعاد الأخرى، بينما يحتل بعء الإعتمادية المرتبة الثانية، يليه بعء الإستجابة، ثم بعء الملموسية، وأخيرا بعء التعاطف، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية و عليه يمكننا القول أن الفرضية الأولى تحققت في روضة الصفاء بينما لم تحقق في روضة الطفل الملك.

2. ونصت الفرضية الثانية للدراسة على أنه: " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة المقدمة من طرف مؤسسات رياض الأطفال محل الدراسة ورضا زبائنهم "، بعد القيام بالدراسة الميدانية و إختبار صحة هذه الفرضية من خلال معامل الإرتباط سبيرمان أظهرت نتائج روضة الطفل الملك، أن هناك علاقات إرتباطية موجبة و متوسطة ذات دلالة إحصائية بين المتغير التابع (رضا الزبون) وبين المتغيرات المستقلة ( بعء الملموسية، بعء الإعتمادية، بعء الإستجابة، بعء الأمان، بعء التعاطف)، و كان أقوىها بين المتغير التابع و بين بعء الأمان حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 58.3% عند مستوى المعنوية 0.000، ثم تليها علاقة المتغير التابع ببعء الملموسية بـ 48.4% عند مستوى المعنوية 0.002، ثم علاقة المتغير التابع ببعء الإعتمادية بـ 44.4% عند مستوى المعنوية 0.006، بينما سجلت أقل قيمة إرتباط بين المتغير التابع وبعء الإستجابة 41.6% عند مستوى المعنوية 0.010، حيث كانت مستويات المعنوية للأبعاد الخمسة أقل من مستوى المعنوية (0.05)، و عموما نجد أن هناك علاقة إرتباط طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن في روضة الطفل الملك.

بينما أظهرت نتائج الدراسة بالنسبة لروضة الصفاء، أن هناك علاقة إرتباطية موجبة و متوسطة ذات دلالة إحصائية بين المتغير التابع (رضا الزبون) و بين المتغير المستقل بعء التعاطف بنسبة 46.5% عند مستوى المعنوية 0.006، بينما لا توجد أي علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين المتغير التابع (رضا الزبون) و المتغيرات المستقلة (بعء الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان)، حيث كانت مستويات المعنوية للأبعاد الأربعة أكبر من مستوى المعنوية (0.05) وهو ما يفسر عدم وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد الأربعة لجودة الخدمة (الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان) ورضا الزبائن، و عليه يمكننا القول أن هاته الفرضية تحققت في روضة الطفل الملك بينما لم تحقق في روضة الصفاء أي عدم وجود علاقة بين المتغير التابع و المتغيرات المستقلة (الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان) و توجد علاقة إرتباطية موجبة فقط بين المتغير التابع و بعء التعاطف.

3. ونصت الفرضية الثالثة للدراسة على أنه: " يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة"، حيث أظهرت النتائج بالنسبة لروضة الطفل الملك أن قيمة F المحسوبة تقدر بـ 7.031 وهي قيمة مرتفعة عند مستوى المعنوية ( $0.05 < \alpha$ )، وبما أن مستوى المعنوية 0.000 أقل من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 فهذا يدل على صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الثالثة، وقد أظهرت نتائج المتغيرات المستقلة ( بعء الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف)، تفسير على نحو ما مقداره 53.1% من التباين في المتغير التابع (رضا الزبون)، وهي نسبة تفسير جيدة، أما باقي هذه



النسبة أي 46.9% تعني أن هناك متغيرات مستقلة أخرى لم ترد في النموذج بسبب إغفالنا لها وعدم التفطن بما أثناء القيام بهذه الدراسة قد تؤثر في رضا الزبون أو قد تعود إلى الخطأ العشوائي، وكل هذا يؤكد دور وأثر ( أبعاد جودة الخدمة ) في تفسير رضا الزبون بالروضة محل الدراسة.

كما أوضحت النتائج بالنسبة لروضة الطفل الملك، أن تأثير وأهمية المتغيرات المستقلة ( بعد الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان، التعاطف) بالنسبة للمتغير التابع (رضا الزبون) لم تكن بنفس الحجم، بل كانت بمعاملات مختلفة حسب أهمية ودرجة تأثير كل منها فيه، حيث قدرت قيم T المحسوبة للمتغيرات المستقلة (بعد الملموسية، بعد الإعتمادية، بعد الإستجابة) بـ (1.466/ - 0.387/ 0.931) على التوالي وهي قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية ( $0.05 \geq \alpha$ )، بينما سجل كل من المتغير المستقل بعد الأمان والمتغير المستقل بعد التعاطف قيم T (2.160 / 3.047) على التوالي وهي قيم ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $0.05 \geq \alpha$ )، ومنه نقبل الفرضية التالية لكن بشكل جزئي: يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة، و نقبل أنه: يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية لبعدي الأمان والتعاطف على رضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة، وهذه نتيجة منطقية كون توفير الأمان دافع قوي ويعد من أولويات الزبائن ليضعوا كامل ثقتهم في الروضة من خلال توفر الأمان و السهر على حماية الأطفال و هو ما يساهم بشكل كبير في إعطاء أحسن صورة للمؤسسة .

بينما أظهرت نتائج بالنسبة لروضة الصفاء أن المتغيرات المستقلة ( بعد الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان، التعاطف) تفسر على نحو ما مقداره 61.7% من التباين في المتغير التابع (رضا الزبون) وهي نسبة تفسير جيدة، أما باقي هذه النسبة أي 38.3% تعني أن هناك متغيرات مستقلة أخرى لم ترد في النموذج، بسبب إغفالنا لها أثناء القيام بالدراسة الحالية قد تؤثر في رضا الزبون أو قد تعود إلى الخطأ العشوائي.

كما أوضحت النتائج بالنسبة لروضة الصفاء، أن تأثير وأهمية المتغيرات المستقلة ( بعد الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان، التعاطف) بالنسبة للمتغير التابع (رضا الزبون) لم تكن بنفس الحجم، بل كانت بمعاملات مختلفة حسب أهمية ودرجة تأثير كل منها فيه، وقد قدرت قيمة المحسوبة T للمتغيرات المستقلة (بعد الملموسية، بعد الإعتمادية، بعد الإستجابة) بـ (1.352/ 0.158/ 1.967) على التوالي وهي قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية ( $0.05 \geq \alpha$ )، ، بينما سجل كل من المتغير المستقل بعد الأمان والمتغير المستقل بعد التعاطف قيم T (2.173 / 2.214) على التوالي وهي قيم ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $0.05 \geq \alpha$ )، ومنه نقبل الفرضية التالية لكن بشكل جزئي: يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة، حيث نقبل أنه: يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية لبعدي الأمان والتعاطف على رضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة، وهذه نتيجة منطقية كون توفير الأمان دافع قوي ويعد من أولويات الزبائن ليضعوا كامل ثقتهم في الروضة من خلال توفر الأمان و السهر على حماية الأطفال و هو ما يساهم بشكل كبير في إعطاء أحسن صورة للمؤسسة ، و عليه يمكننا القول بأن الفرضية الثالثة تحققت في كلا الروضتين بشكل جزئي حيث نقبل أنه: يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية لبعدي الأمان والتعاطف على رضا الزبائن في المؤسستين محل الدراسة.

3. بينما نصت الفرضية الرابعة للدراسة على أن: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول رضاهم على خدمات رياض الأطفال تعزى للمتغيرات الديموغرافية (طبيعة الولي، مهنة الأم، عدد الأولاد في الروضة، سن الأطفال في الروضة، سعر الخدمة، الدخل)"، ولاختبار صحة هذه الفرضية قمنا بتجزئتها إلى فرضيات فرعية حسب المتغيرات الديموغرافية الأخيرة. وبعد القيام بالدراسة الميدانية أظهرت النتائج ما يلي:

نتائج الروضتين فيما يخص الفرضية الرابعة 1: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول رضاهم على خدمات رياض الأطفال تعزى لمتغير طبيعة الولي".

أولاً: روضة الطفل الملك.

يظهر من خلال الجدول 29 أن قيمة F تساوي 0.7011 ومستوى المعنوية المقابل لها أكبر من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 مما يدل على وجود تجانس بين الآباء والأمهات في إجاباتهم حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون، وبالتالي سوف نختار اختبار T في حالة تساوي التباينات، حيث بلغت قيمة T المحسوبة (1.761) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $(\alpha \geq 0.05)$ ، ومنه نقبل الفرضية الصفرية (لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير طبيعة الولي).

ثانياً: روضة الصفاء.

يظهر من خلال الجدول 47 أن قيمة F تساوي 2.736 ومستوى المعنوية المقابل لها أكبر من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 مما يدل على وجود تجانس بين الآباء والأمهات في إجاباتهم حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون، وبالتالي سوف نختار اختبار T في حالة تساوي التباينات، حيث بلغت قيمة T المحسوبة (-1.285) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية  $(\alpha \geq 0.05)$ ، ومنه نقبل الفرضية الصفرية (لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير طبيعة الولي)، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرابعة 1 في كل من الروضتين.

نتائج الروضتين فيما يخص الفرضية الرابعة 2: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول رضاهم على خدمات رياض الأطفال تعزى لمتغير مهنة الأم".

أولاً: روضة الطفل الملك.

يظهر الجدول 30 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 02.067 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.159 مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد الجودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير مهنة الأم، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات الباحثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير مهنة الأم".

ثانيا: روضة الصفاء.

يظهر الجدول 48 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.195 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0.661 مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد الجودة الخدمة على رضا الزبون حسب متغير مهنة الأم، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير مهنة الأم". و هذا ما يثبت صحة الفرضية الرابعة في كل من الروضتين.

نتائج الروضتين فيما يخص الفرضية الرابعة 3: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول رضاهم على خدمات رياض الأطفال تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة".

أولا: روضة الطفل الملك.

أظهرت نتائج الجدول 31 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.077 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0.784، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة".

ثانيا: روضة الصفاء.

أظهرت نتائج الجدول 49 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.610 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0.550، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير عدد الأولاد في الروضة"، و هذا ما يثبت صحة الفرضية الرابعة في كل من الروضتين.

نتائج الروضتين فيما يخص الفرضية الرابعة 4: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول رضاهم على خدمات رياض الأطفال تعزى لمتغير سن الأطفال".

أولا: روضة الطفل الملك.

يظهر الجدول 32 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.587 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0.562، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال".

ثانيا: روضة الصفاء.

يظهر الجدول 50 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 1.042 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية 0.403، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال، ومنه نرفض

الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سن الأطفال"، و هذا ما يثبت صحة الفرضية الرابعة4 في كل من الروضتين. نتائج الروضتين فيما يخص الفرضية الرابعة5: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول رضاهم على خدمات رياض الأطفال تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة".

#### أولاً: روضة الطفل الملك.

يظهر الجدول 33 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.951 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.396، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة".

#### ثانياً: روضة الصفاء.

يظهر الجدول 51 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.613 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.548، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية " لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة"، و هذا ما يثبت صحة الفرضية الرابعة5 في كل من الروضتين.

نتائج الروضتين فيما يخص الفرضية الرابعة6: "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول رضاهم على خدمات رياض الأطفال تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء".

#### أولاً: روضة الطفل الملك.

يظهر الجدول 34 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 0.565 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.623، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء".

#### ثانياً: روضة الصفاء.

يظهر الجدول 52 أن قيمة F المحسوبة قد بلغت 2.151 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية 0.115، مما يشير إلى عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية "لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون تعزى لمتغير الدخل بالنسبة للأولياء"، و هذا ما يثبت صحة الفرضية الرابعة6 في كل من الروضتين.

الفرع الرابع : مقارنة بين روضة الطفل الملك وروضة الصفاء.

أولاً: المقارنة بين نتائج روضة الطفل الملك و نتائج روضة الصفاء من خلال المتوسطات الحسابية.

الجدول 53: مقارنة المتوسط الحسابي لكلا الروضتين.

روضة الصفاء		روضة الطفل الملك		
المتوسط الحسابي العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي العام	الانحراف المعياري	
2.79	0.21	2.95	0.24	بعد الملموسية
2.87	0.19	2.75	0.21	بعد الإعتمادية
2.82	0.39	2.79	0.37	بعد الإستجابة
2.90	0.22	2.93	0.15	بعد الأمان
2.52	0.34	2.59	0.36	بعد التعاطف

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss الإصدار 20.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي العام لروضة الطفل الملك لكل من بعد الملموسية، الأمان، و التعاطف و الجاري ذكرها على التوالي (2.95، 2.93، 2.59) كانت أكبر من المتوسطات الحسابية العامة لنفس الأبعاد في روضة الصفاء، و هذا مايدل على أن روضة الطفل الملك تتفوق و تتميز عن روضة الصفاء في الجوانب الملموسة أو المادية و توفير أكثر أمان و تعاطفا مع الزبائن.

بينما تفوقت روضة الصفاء على روضة الطفل الملك في توفر بعد الإعتمادية و الإستجابة و هذا ما ذل عليه المتوسط العام لكل من البعدين على التوالي (2.87، 2.82) و هو ما يعني أن روضة الصفاء تتميز عن روضة الطفل الملك في تقديم خدمات أكثر دقة، إضافة إلى العمل على إرضاء زبائنها و الإستجابة لمتطلباتهم.

ثانياً: المقارنة بين نتائج روضة الصفاء و نتائج روضة الطفل الملك من خلال معامل الارتباط.

جدول 54: مقارنة معامل الارتباط بين الروضتين

معامل الارتباط لروضة الطفل الملك.

		لملموسية	اعتمادية	استجابة	الامان	التعاطف	الرضا	
سببيران	الرضا	Correlation Coefficient	,484**	,444**	,416*	,583**	,443**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,002	,006	,010	,000	,006	.
		N	37	37	37	37	37	37

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss الإصدار 20.

معامل الارتباط لروضة الصفاء.

		لموسية	اعتمادية	استجابة	امان	التعاطف	رضا	
سيبرمان	رضا	Correlation Coefficient	,311	,170	,196	,222	1,000	
		Sig. (2-tailed)	,078	,345	,274	,214	,006	.
		N	33	33	33	33	33	33

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على نتائج spss الإصدار 20.

يظهر من خلال الجدولين أن هناك علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين المتغير التابع (رضا الزبون) و بين المتغيرات المستقلة (بعد الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان، التعاطف) و لكن الإختلاف يكمن في قوة الإرتباط بين المتغيرات في كل روضة حيث كان أقوى إرتباط في روضة الطفل الملك المتغير التابع و بعد الأمان  $r=0.583$  ثم تليها بالترتيب بعد الملموسية ثم بعد الإعتمادية ثم التعاطف، حيث كان الإرتباط على التوالي ( $r=0.443, r=0.444, r=0.484$ ) بينما سجلت أقل قيمة إرتباط بين المتغير التابع و بعد الإستجابة  $r=0,416$ .

أما في روضة الصفاء سجل أقوى إرتباطين بين المتغير التابع و بعد التعاطف  $r=465$ ، ثم تليها على الترتيب علاقة المتغير التابع ببعد الملموسية، ثم الأمان، ثم الإستجابة، و كان معامل الإرتباط على التوالي ( $r=0.196, r=0.22, r=0.311$ ) في حين سجلت أقل قيمة إرتباط بين المتغير التابع و بعد الإعتمادية  $r=0.170$ ، و هو ما يفسره إختلاف قوة العلاقات الإرتباطية بين المؤسستين. بينما كان مستوى المعنوية للأبعاد الخمسة في روضة الطفل الملك أقل من ( $0.05$ ) و هو ما دل على وجود علاقة إرتباط طردي قوي ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون، بينما كان مستوى المعنوية للأبعاد في روضة الصفاء أكبر من مستوى المعنوية ( $0.05$ ) و هو ما دل على عدم وجود علاقة إرتباط طردي قوي ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة و رضا الزبون.

خلاصة:

تم من خلال الفصل عرض نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بأبعادها جودة الخدمة وأثرها على رضا الزبون من مؤسسة رياض الأطفال بمدينة تقرت، وقد إقتصرت الدراسة على 70 إستبيان من أصل 110 إستبانة، حيث تم إستخدام الأساليب الإحصائية كالإستعانة ببرنامج spss الإصدار 20 من أجل إختبار فرضيات الدراسة وتحليلها بهدف الوصول إلى النتائج التي مكنتنا من قبول الفرضيات.

# الخاتمة

### الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة تم التطرق إلى العديد من الجوانب التي تدخل ضمن مفهوم جودة الخدمة ورضا الزبون، بحيث تناولت هذه الدراسة معنى الجودة وأهميتها وأبعادها، وكذا كيفية تقييمها من طرف الزبون، حيث أن نجاح أي مؤسسة ينطلق من مدى تطبيقها للجودة في خدماتها، خاصة في ظل الضغوط التي تواجهها من المؤسسات المنافسة للوصول إلى تحقيق إستمرارها وبقائها، وتعتمد في هذا المسعى لتعرف على تقييم الزبائن لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم من أجل تشخيصها ورفع مستواها بما يحقق حاجاتهم ويفوق توقعاتهم، وعلى ذلك إستهدف هذا البحث من خلال الجزء التطبيقي، تقييم جودة الخدمة في مؤسستين من القطاع الخاص لرياض الأطفال بمدينة تقرت، وهذا للكشف عن درجة رضا الزبائن على مستوى جودة الخدمة المقدمة من طرف المؤسستين وتزويد الإدارة بمقترحات لتطوير وتحسين جودة خدماتها من أجل التميز في تقديمها، وبالتالي تحقيق رضا زبائنها والوصول إلى تحقيق ولائهم؛ ولهذا الغرض تم طرح الإشكال التالي: "كيف تؤثر أبعاد جودة الخدمة في رياض الأطفال على رضا الزبون".

ومن خلال الدراسة التي قمنا بها وعملنا على الإطاحة بجميع جوانبها توصلنا إلى النتائج التالية :

### النتائج المتعلقة بالجانب النظري:

- الجودة هي مجموع كلي للخصائص والمزايا التي تؤثر في مقدرة سلعة أو خدمة معينة لتلبية حاجات ورغبات الزبائن؛
- جودة الخدمة تعتمد على إدراك الزبون لها من خلال أبعادها الخمسة؛
- رضا الزبون من المرتكزات التي تعتمد عليها مؤسسة رياض الأطفال، وتعتبرها دافعا لإستمرارها وبقائها؛

### النتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية:

- يعطي الزبون الأهمية القصوى لبعد الأمان عن باقي الأبعاد الأخرى؛ و ذلك ما أثبتته صحة الفرضية بالنسبة لروضة الصفاء، بينما لا تحقق هاته الفرضية في روضة الطفل الملك و كانت الأهمية القصوى لبعد الملموسية.
- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة المقدمة من طرف مؤسسات رياض الأطفال "الطفل الملك" ورضا زبائنهم إثبات صحة الفرضية في هاته الروضة، بينما لا توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الجودة الأربعة (الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان) و رضا الزبون في روضة الصفاء، في حين توجد علاقة إرتباطية بين المتغير التابع (رضا الزبون) و المتغير المستقل (بعد التعاطق)، و عليه يمكننا القول بأن الفرضية لم تحقق في هاته الروضة بشكل كلي.
- يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة، تم قبول الفرضية بشكل جزئي، و أثبتت صحة الفرضية" يوجد تأثير إيجابي ذا دلالة إحصائية لبعدي الأمان و التعاطف ورضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة".

- لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين حول رضاهم على خدمات رياض الأطفال تعزى للمتغيرات الديموغرافية (طبيعة الولي، مهنة الأم، عدد الأولاد في الروضة، سن الأطفال في الروضة، سعر الخدمة، الدخل)، إثبات صحة الفرضية لكلا الروضتين.

### توصيات الدراسة :

من خلال هذه الدراسة يمكن إستخلاص التوصيات التالية:

- إن تقييم الزبون لجودة الخدمات المقدمة له تتم من خلال قياسه لأبعادها الخمسة و بناءا على توقعاته ، ولتحقيق رضا زبائنهم يجب أن تعمل إدارة الروضتين على التوفيق بين هاته الأبعاد، و أخذ كل بعد منها بعين الإعتبار؛
- يجب أن تركز كل من الروضتين على تفعيل البرامج التدريبية للمربيين بهدف إكتساب مهارات و خبرة أكثر في تقديم الخدمة؛



- الإهتمام بتحسين الجودة من خلال الإلمام بكل أبعادها التي تصادف الزبائن؛
- ضرورة تفعيل نظام الحوافز الذي يساهم في تشجيع المبيعات على العمل الجيد.

### أفاق الدراسة:

- دور جودة الخدمة في بناء الصورة الذهنية.
- تحليل العلاقة بين جودة الخدمة المدركة و رضا الزبون.
- تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الإدارة.
- إدارة العلاقة مع الزبون في مؤسسة رياض الأطفال.
- دور جودة الخدمة في إكتساب ميزة تنافسية

# قائمة المراجع

قائمة المراجع

الكتب:

- 1- أدريان بالمر ترجمة بهاء شاهين وآخرون، "مبادئ تسويق الخدمات"، مجموعة النيل العربية، 2009، ص 540.
- 2- قاسم نايف علوان المحياوي، "إدارة الجودة في الخدمات ( مفاهيم، عمليات، تطبيقات)"، دار الشروق للنشر والتوزيع، طبعة 01، سنة 2006، عمان، الأردن، ص 94-95.
- 3- محمد عبد العال النعيمي، راتب جليل صويص، غالب جليل صويص، إدارة الجودة المعاصرة "مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 32-37.
- 4- يوسف حجيم وآخرون، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 73.

المذكرات:

- 5- جباري فادية، "تأثير جودة الخدمة على رضا العميل"، مذكرة دكتوراه، السنة 2010-2011، ص 134.
- 6- إبراهيم مخدة، "العوامل المحددة لرضا وولاء الزبون تجاه خدمات الإتصال"، مذكرة الماستر (غير منشورة)، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، سنة 2014، ص 05.
- 7- إجتهد الطالب بعد الإطلاع على مجموعة من الدراسات منها تصور مقترح لضمان جودة البيئة
- 8- أحمد إبراهيم أحمد نبان، "دور مديرات رياض الأطفال كمشرفات مقيمات في تحسين أداء المعلمات وسبل تطوير في محافظات غزة"، دراسة من إشراف فؤاد علي العاجز، سنة 2009، غزة، ص 23.
- 9- بوعنان نور الدين، "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء"، مذكرة الماجستير في العلوم التجارية (غير منشورة)، جامعة محمد بوضياف المسيلة، سنة 2006-2007، ص 70.
- 10- حاتم نجود، "تفعيل رضا الزبون كمدخل إستراتيجي لبناء ولائه"، مذكرة لنيل الماجستير في العلوم التجارية، جامعة الجزائر، سنة 2005-2006، ص 68.
- 11- حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل مذكرة دكتوراه في العلوم التجارية (غير منشورة)، جامعة تلمسان، 2014، ص 22.
- 12- صفاء محمد هادي الجزائري وآخرون، "قياس وتقييم جودة الخدمات الصحية"، دراسة تطبيقية في مستشفى الفيحاء العام، البصرة، ص 20-21.
- 13- عبدات سليمة، "تسويق الخدمات البنكية وأثره على رضا الزبون"، مذكرة الماستر في العلوم التجارية (غير المنشورة)، جامعة العقيد أكلي محند أولحاج، سنة 2012، ص 59.
- 14- عبلة مقراني، "تأثير أبعاد جودة الخدمة المصرفية في الحفاظ على ولاء الزبائن"، مكرة الماستر في العلوم التجارية (غير منشور)، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2015، ص 06.

المجلات:

- 15- أحمد بن عيشاوي، "قياس أبعاد جودة الخدمات من وجهة نظر العملاء"، مجلة الباحث ، العدد 14، مطبعة جامعة قاصدي مرباح، ص 384
- 16- التربوية في رياض الأطفال في الجمهورية العربية السعودية، الدكتورة رانية صاصيلا، كلية التربية، جامعة دمشق ، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 03، 2016، ص 249، إضافة إلى مجلة الجامعة الإسلامية
- سلسلة الدراسات الإنسانية ، المجلد 13، العدد الأول، ص 79، يونيو 2005، بعنوان " قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة:، لفارس محمود أبو معمر غزة .
- 17- غيشى عبد العالي، "قياس جودة الخدمات المصرفية في مدينة قسنطينة"، مجلة أبحاث إقتصادية وإدارية، العدد الأول، جوان 2007، ص 108.
- 18- نادية بوضياف بن زعموش، "برنامج رياض الأطفال وبناء ملامح الهوية الوطنية"، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية ، العدد 02، جوان 2011، ص 149.
- 19- نجم العزاوي و نبيل الحوامدة ، قياس إدراك جودة الخدمات الفندقية من وجهة نظر الزبائن، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، العدد 25، 2010، ص 149 .
- 20- يخلف رفيقة، "دور رياض الأطفال في النمو الإجتماعي"، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية ، جامعة حسيبة بن بوعلي، العدد 11، جانفي 2011، ص 10،



# الفهرس

## الفهرس

الصفحة	العنوان
III	الإهداء
IV	الشكر
V	ملخص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
X	قائمة الأشكال البيانية
أ-ج	المقدمة
<b>الفصل الأول : الأدبيات النظرية والتطبيقية</b>	
02	تمهيد :
02	<b>المبحث الأول: عموميات حول جودة الخدمة ورضا الزبون.</b>
02	<b>المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة.</b>
02	الفرع الأول: تعريف جودة الخدمة وأهميتها.
04	الفرع الثاني: مستويات جودة الخدمة.
04	الفرع الثالث: أبعاد جودة الخدمة.
05	الفرع الرابع: تقييم جودة الخدمة.
06	<b>المطلب الثاني: ماهية رضا الزبون.</b>
06	الفرع الأول: مفهوم رضا الزبون.
07	الفرع الثاني: محددات الرضا وعدم الرضا لدى الزبون.
07	الفرع الثالث: السلوكيات الناجمة عن الرضا وعدم الرضا لدى الزبون.
08	الفرع الرابع: العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون.
09	الفرع الخامس: جودة الخدمة في رياض الأطفال.
10	<b>المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية</b>
10	<b>المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بجودة الخدمة.</b>
10	الفرع الأول: البحوث العلمية.
11	الفرع الثاني: المؤتمرات.
11	الفرع الثالث: المجلات العلمية.

12	المطلب الثاني: الدراسات المتعلقة برضا الزبون.
12	الفرع الأول: البحوث العلمية.
13	الفرع الثاني: المؤتمرات.
13	المطلب الثالث: الدراسات المتعلقة بجودة الخدمة ورضا الزبون.
13	الفرع الأول: البحوث العلمية.
14	الفرع الثاني: المجالات.
15	المطلب الرابع: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة.
15	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني : دراسة حالة</b>	
17	تمهيد :
17	المبحث الأول: الطريقة والأدوات.
17	المطلب الأول: طريقة الدراسة.
17	الفرع الأول: منهج الدراسة.
18	الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.
27	الفرع الثالث: متغيرات الدراسة وكيفية قياسها.
29	المطلب الثاني: أدوات الدراسة.
29	الفرع الأول: الأداة المستخدمة في الدراسة.
31	الفرع الثاني: صدق وثبات أداة الدراسة.
32	الفرع الثالث: المعالجة الإحصائية لمتغيرات الدراسة.
33	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية.
33	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة الميدانية.
33	الفرع الأول: تعريف بالمؤسستين.
34	الفرع الثاني: عرض نتائج اختبار الفرضيات.
39	الفرع الثالث: اختبار الفرضيات ومناقشتها بالنسبة لروضة الطفل الملك.
48	الفرع الرابع: عرض النتائج بالنسبة لروضة الصفاء.
53	الفرع الخامس: اختبار الفرضيات ومناقشتها بالنسبة لروضة الصفاء.
61	المطلب الثاني : مناقشة نتائج اختبار الفرضيات.

61	الفرع الأول: نتائج تحليل البيانات لأفرد العينة.
62	الفرع الثاني: نتائج تحليل إتجاهات آراء العينة فيما يخص متغيرات الدراسة.
64	الفرع الثالث: نتائج إختبار الفرضيات.
69	الفرع الرابع : مقارنة بين روضة الطفل الملك وروضة الصفاء.
70	خلاصة الفصل
72	الخاتمة العامة
	المراجع
	الفهرس
	الملاحق



# الملاحق

الملحق رقم (1) استمارة أسماء المحكمين

الدرجة العلمية	اسم الأستاذ
أستاذ مساعد	بوبكر قواميد
أستاذ محاضر	بن تقات عبد الحق
أستاذ محاضر	حكيم بن جروة
أستاذ مساعد	خويلد عفاف
أستاذ محاضر	هتهات السعيد

الملحق رقم (2): إستبيان موجه لزيائن روضة الملك والصفاء

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
كلية العلوم الإقتصادية و التسيير و العلوم التجارية  
جامعة قاصدي مرباح . ورقلة .

قسم العلوم التجارية

تخصص تسويق الخدمات

الموضوع: الإستبيان

في اطار إعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر تسويق الخدمات حول "أبعاد جودة الخدمة في رياض الأطفال و أثرها على رضا الزبون" تم إنجاز هذا الإستبيان للتعرف على درجة رضاكم على مستوى جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة رياض الأطفال، و يشرفنا مشاركتكم علما أن البيانات التي يتم الإدلاء بها سوف تحاط بالسرية التامة، و لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي، و نشكركم على حسن تعاونكم .

الباحثة: بالطاهر لطيفة  
المشرف: صالح سميرة

السنة الجامعية: 2015-2016

## الجزء الأول: مقياس جودة الخدمة

الرجاء قراءة هذه العبارات ثم وضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

غير موافق	محايد	موافق	العبارات
			<b>بعد الملموسية</b>
			1. ملائمة المظهر الخارجي للروضة لطبيعة و نوعية الخدمات المقدمة
			2. موقع الروضة مناسب و قريب من الطريق الرئيسي
			3. مظهر العمال لائق
			4. تتوفر الروضة على مساحات مفتوحة أو خضراء
			5. تتوفر الروضة على مطعم
			6. توفر وسائل النقل لنقل الأطفال
			7. وجود ألعاب تسلية للأطفال داخل الروضة
			<b>بعد الإعتمادية</b>
			8. تمتلك الروضة مربيات أكفاء و ذو خبرة مهنية
			9. يمكن الإعتماد على المربيات في الروضة
			10. تقدم الروضة خدمات جيدة للأطفال
			11. أوقات عمل الروضة مناسبة
			12. إنجاز الخدمة بشكل صحيح و سليم و خلوها من الخطأ
			13. تقام باستمرار رحلات و أنشطة ترفيهية للأطفال
			14. هناك تطور واضح في مهارات طفلي منذ دخوله الروضة
			<b>بعد الإستجابة</b>
			15. تهتم الروضة بإنشغالات الزبائن
			11. تقوم الروضة بالرد الفوري على إستفسارات الزبائن و شكاويهم
			12. تقوم الروضة بإخباري اذا ما كان هنالك أمر يتعلق بطفلي
			13. الروضة في إستعداد دائم للإستجابة لطلبات الزبائن
			<b>بعد الأمان</b>
			19. أشعر بالأمان في التعامل مع الروضة
			20. عندي كامل الثقة في طريقة تعامل المربيات
			21. يتابع العاملین في الروضة حالة طفلي باستمرار
			22. تمتاز الروضة بسمعة جيدة
			23. تمتاز الروضة بنظافة كافة المرافق الداخلية

بعد التعاطف			
			24. يمتاز العاملین في الروضة بحسن الإستقبال
			25. إهتمام العاملین بالزبائن إهتماما شخصيا
			26. حسن معاملة الزبائن واحترامهم و تقدير ظروفهم
			27. تقوم المربيات بتقديم جوائز تحفيزية للأطفال
			28. تحتفل الروضة بأعياد ميلاد الأطفال

### الجزء الثاني: مقياس رضا الزبون

العبارات	موافق	محايد	غير موافق
1. تسعى الروضة دوما لتلبية حاجات و رغبات الزبائن			
2. تسعى الروضة دوما لتحسين نوعية الخدمات المقدمة			
3. أعتقد أن خدمات الروضة المقدمة من إختياري الأول			
4. أنوي أن أتعامل بشكل مكثف مع خدمات الروضة التي تقدمها			
5. تطرح الروضة بإستمرار أسئلة على الزبائن للتعرف على حاجاتهم و رغباتهم			
6. هناك الكثير من الخدمات الجيدة في الروضة و أنا أعتزف بذلك			
7. تناسبني الأسعار المقدمة من طرف الروضة			
8. أسعار الروضة متوافقة مع مستوى خدماتها و تعبر عنها بشكل أفضل			
9. لن يقودني إنخفاض الأسعار في أي روضة منافسة إلى التحول عنها أو تغييرها بسهولة			
10. تعتبر نوعية الخدمات المقدمة أفضل من توقعات الزبائن			
11. أشجع أصدقائي و أقاربي و معارفي و أنصحهم بالتعامل مع الروضة			
12. أرغب في الاستمرار في التعامل مع هذه الروضة في المستقبل			
13. لم أتقدم بشكوى لإدارة الروضة عن أسلوب تعامل الموظفين أو لأي سبب آخر			
14. لن أتحوّل إلى أي روضة منافسة حتى إذا واجهتني مشكلة في التعامل مع هذه الروضة			
15. إذا واجهتني مشكلة في الخدمة التي تقدمها الروضة فسوف أنقلها مباشرة إلى العاملین في الروضة قصد حلها			
16. أشعر بأن الروضة تضع مصلحة زبائننا فوق كل إعتبار			

## البيانات الشخصية

. ضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

1. طبيعة الوالي:

الأب  الأم

2. مهنة الأم:

عاملة  ربة بيت

3. عدد الأولاد في الروضة:

واحد  إثنان  ثلاثة

4. سن الأطفال:

أقل من سنة  سنتين  3 سنوات  4 سنوات  5 سنوات

5. سعر الخدمات المقدمة من طرف الروضة:

أقل من 2000 دج  من 2000 إلى 4000 دج  من 4000 إلى 6000 دج  أكثر من 6000 دج

6. الدخل بالنسبة للأولياء:

أقل من 30000 دج  من 30000 إلى 60000 دج  من 60000 إلى 90000 دج

أكثر من 90000 دج