

جامعة قاصدي مرباح _ورقلة_

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات لنيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان :علوم اقتصادية ,علوم التسيير وعلوم تجارية

الشعبة :علوم تجارية

التخصص :تسويق خدمي

من إعداد الطالب : إبراهيم طمل

تأثير محددات جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون

دراسة حالة موبيليس _وكالة ورقلة_

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ 20/06/2013 :

أمام اللجنة المكونة من السادة :

- الأستاذة (كاهي فطيمة) /أستاذة مساعدة (ب) جامعة قاصدي مرباح _ورقلة_) رئيسا -
الأستاذة قريشي حليلة السعدية / أستاذة مساعدة (أ) جامعة قاصدي مرباح _ورقلة_) مشرفا -
الأستاذة (خويلد عفاف) / أستاذة مساعدة (أ) جامعة قاصدي مرباح _ورقلة_) مناقشا -

السنة الجامعية 2012/2013

جامعة قاصدي مرباح _ورقلة_

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات لنيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان : علوم اقتصادية , علوم التسيير وعلوم تجارية

الشعبة : علوم تجارية

التخصص : تسويق خدمي

من إعداد الطالب : إبراهيم طمل

تأثير محددات جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون

دراسة حالة موبيليس _وكالة ورقلة_

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ 20/06/2013 :

أمام اللجنة المكونة من السادة :

- الأستاذة (كاهي فطيمة) /أستاذة مساعدة (ب) جامعة قاصدي مرباح _ورقلة_) رئيسا -
الأستاذة قريشي حليلة السعدية / أستاذة مساعدة (أ) جامعة قاصدي مرباح _ورقلة_) مشرفا -
الأستاذة (خويلد عفاف) / أستاذة مساعدة (أ) جامعة قاصدي مرباح _ورقلة_) مناقشا -

السنة الجامعية 2012/2013

الإهداء

أتقدم بأحر تحياتي و أصدق أمنياتي :

إلى كل من الوالدين أطال الله في عمرهما.

إلى كل الأساتذة الذي تعاملت معهم في الجامعة أو خارجها.

إلى كل من الأساتذة قريشي حليلة السعدية والأستاذ سعيد هتهات.

إلى كل زملاء وزميلاتي التي جمعني بهم العلم والمعرفة .



نور الدين وسعد ومجموعة المفضلة "ZAS"



إلى كل فرد من عائلة "طمل" والى الصغيرة "ذكرى"

والى نفعة ماستر تسويق الخدمات 2013.

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على الرسول المعلم، الذي علمنا قيمة الاعتراف والتقدير والشكر لمن هم أهل الفضل، حيث قال صلى الله عليه وسلم " : من لا يشكر الناس لا يشكر الله "، وبعد أن أتم الله نعمته علي إذ أتممت هذه الرسالة العلمية ، التي أسأل الله أن يكتب لنا أجرها، وأن ينفعنا بها، لا أجد من الكلمات ما يفي أصحاب الحق حقهم، ولا أهل العطاء عطاءهم، إلا دعاء في ظهر الغيب، وكلمات قلائل اعتمرت بها قلوبنا، فكل الجزيل و الشكر للأستاذة قريشي حليلة السعدية الذي تفضلت علي بالإشراف والتوجيه، وسعة الصدر، فكان خير موجه لي في رحلة البحث، وفقني الله إليها من علم ومعرفة، وشكري للجزيل للأستاذة كاهي فطيمة على دعمها لي الذي ما كل يوما ولا تأخر عن تقديم العون والمشورة والتوجيه، كما أتوجه بالشكر للإدارة العلوم التجارية على صبرهم معي في إتمام هذا البحث والشكر موصول للأستاذة والدكاترة الذين شاركوا في ورشة مناقشة هذا البحث، وأخيرا كل الشكر والتقدير لكل من أسهم وأعان وقدم لإنجاح هذا البحث من بعيد أو من قريب .

الطالب : طمل إبراهيم

2013 م

الطالب : طمل إبراهيم

الباحث

الملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر محددات جودة الخدمات الستة (الملموسية والاعتمادية ,الاستجابة ,التعاطف ,والأمان , والاتصال) التي تقدمها مؤسسة موبيليس على رضا الزبائن , حيث تركز مشكلة الدراسة على تأثير محددات جودة الخدمات على رضا زبائن مؤسسة موبيليس .

ومن اجل تحقيق أهداف الدراسة , تم وضع استبيان مكون من 45 عينة موزعة على زبائن مؤسسة موبيليس لولاية ورقلة وقد تم استخدام عددا من الأساليب الإحصائية ومعالجتها ببرنامج SPSS 16.0 لمعرفة النتائج المتوصل إليها واختبار فرضيات البحث التي تم وضعها .ومن بين اهم النتائج المتوصل اليها هي كالتالي :

- فما يتعلق بنتائج الفرضية الرئيسية, فوجدنا أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين محددات جودة الخدمات الستة (الملموسية والاعتمادية ,والاستجابة والأمان والتعاطف والاتصال) ورضا زبائن مؤسسة موبيليس .
- بالنسبة لمحددات جودة الخدمات الستة فنقول أن نسبة الأعلى لمتوسط والانحراف المعياري كانت في الفقرة الثانية من محدد الملموسية, بنسبة تقدر 3.71 و 1.160 للانحراف المعياري.

الكلمات المفتاحية : جودة , خدمات , محددات جودة الخدمات , رضا الزبائن , محددات الخدمات الستة (الملموسية , والاعتمادية , الاستجابة ,التعاطف ,والأمان , والاتصال)

Resume:

This study aims at stating the impact of the six services quality determiner (tangibility , dependency ,response , sympathy , safety and contact) that Mobilis institution to satisfy its clients since the paradox concentrates on the effect of services quality determiner to satisfy Mobilis institution clients .

For the sake of realizing study objectives , we used a questionnaire consists of 45 samples distributed on Mobilis clients in Ouagla state , The researcher used amount of statistical styles and analyse them by SPSS16.0 program to obtain results and to test the hypothesis Among the most important results obtained are as follows:

- What is the outcome of the main hypothesis, we found that there is a statistically significant relationship between the determinants of service quality six (tangibility , dependency ,response , sympathy , safety and contact) and customer satisfaction Mobilis Foundation.
- for six determinants of the quality of the services we say that the percentage of the top of the average and the standard deviation was in the second paragraph of specific tangibility, by an estimated 3.71 and 1.160 standard deviation.

Keywords : quality , services , the services quality determiner , satisfy its clients , the six services quality determiner(tangibility , dependency ,response , sympathy , safety and contact) .

قاله الاول والاسم

عناوين الجداول

الصفحة	الجداول	الرقم
9	أهم محددات جودة الخدمات	1
23	مقياس ليكرت	2
24	نتائج اختبار معامل ألفا للزبائن	3
24	معامل ألفا كرومبارخ لمحددات جودة الخدمات	4
25	التكرارات حسب الجنس	5
26	التكرارات حسب الفئة العمرية	6
27	التكرارات حسب المستوى الدراسي	7
28	التكرارات حسب الحالة الاجتماعية	9
29	التكرارات حسب المهنة	10
30	حساب المتوسط والانحراف المعياري لمحددات جودة الخدمات	11
31	تقييم رضا الزبائن من ناحية محدد الملموسية	12
32	تقييم رضا الزبائن من ناحية محدد الاعتمادية	13
33	تقييم رضا الزبائن من ناحية محدد الاستجابة	14
34	تقييم رضا الزبائن من ناحية محدد الأمان	15
35	تقييم رضا الزبائن من ناحية محدد التعاطف	16
35	تقييم رضا الزبائن من ناحية محدد الاتصال	17
36	التكرارات حسب زبون المؤسسة	18
37	التكرارات حسب الاتصال بالمؤسسة	19
38	التكرارات حسب جودة العروض	20
39	حساب متوسط والانحراف المعياري لرضا الزبائن	21
40	معامل الارتباط بين رضا الزبائن ومحددات الستة لجودة الخدمات	22

عناوين الأشكال

الصفحة	الأشكال	الرقم
7	نموذج الجودة المدركة	1
12	المؤسسات التي تحقق رضا الزبون	2
25	توزيع العينة حسب الجنس	3
26	توزيع العينة حسب العمر	4
27	توزيع العينة حسب المستوى الدراسي	5
28	توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية	6
29	توزيع العينة حسب المهنة	7
31	تقييم الزبائن لمحدد الملموسية	8
32	تقييم الزبائن لمحدد الاعتمادية	9
33	تقييم الزبائن لمحدد الاستجابة	10
34	تقييم الزبائن لمحدد الأمان	11
37	توزيع العينة حسب الاتصال بالمؤسسة	12
38	توزيع العينة حسب جودة العروض المقدمة	13

مفاتيح

توطئة :

تلعب الجودة دورا مهما في جميع المؤسسات سواء كانت مؤسسات إنتاجية أو خدمية، فالجودة تعني إنتاج المؤسسة لسلعة أو تقديم خدمة بحيث تكون قادرة على الوفاء باحتياجات الزبون ورغباته وبالشكل الذي يتفق مع توقعاته ويحقق له الرضا والسعادة، وهذا لا يتم إلا من خلال وجود محددات و مقاييس موضوعة سلفا لتقديم الخدمة وإيجاد صفة التميز فيها، يتم من خلالها معرفة خصائص الخدمة المقدمة.

هناك أبعاد ومحددات الجودة يتم من خلالها معرفة خصائص الخدمة المقدمة، فمتى تحققت نستطيع القول بأن الخدمة جيد، ويعتبر الزبون الشخص الأكثر أهمية بالنسبة للمؤسسة فهو المتفضل عليها باقتنائه لهذه الخدمة ورضاه هو غاية هدفها حتى تضمن بقاءها واستمرارها في السوق.

إن المتتبع لواقع المؤسسات الخدمية الجزائرية و في ظل اقتصاد السوق و الانفتاح على العالم، لا تزال تطمح إلى التقدم و التطور في طرق تقديم الخدمات و تنويعها، و تسويقها و تحسين جودتها باستخدام تقنيات التأثير على الزبائن و قياس مستوى الرضا لديهم عن الخدمات المقدمة.

1) إشكالية البحث :

تسعى العديد من المؤسسات للتنافس فيما بينها في عدة مجالات خدمية، فلا يمكن لأي مؤسسة أن تؤمن البقاء الدائم ما لم تسعى على الحفاظ على زبائنها الحاليين ومحاولة جلب زبائن جدد مع المحافظة عليهم وكسب ثقتهم، وهذا عن طريق تقديم خدمات جيدة وذات جودة عالية، مما يتطابق مع حاجات ورغبات الزبائن. وعلى ضوء ما سبق تتلخص الإشكالية الرئيسية للبحث في مايلي :

ما هي أهم محددات جودة الخدمة التي تراعيها المؤسسة الخدمية؟ وهل تمكن هذه المحددات من تحقيق رضا الزبائن لمؤسسة موبيليس؟ وللإجابة على الإشكالية السابقة ارتأينا إلى وضع الأسئلة الفرعية التالية:

- ماذا نعني بجودة الخدمة؟
- ماهي أهم المحددات التي يعتمد عليها الزبائن في تقييمهم لجودة الخدمة المقدمة من طرف مؤسسة موبيليس؟
- ماهي محددات جودة خدمات الهاتف النقال موبيليس وعلاقتها برضا زبائنها؟
- هل هناك اختلاف في درجة تأثير كل محدد من محددات الجودة على مستوى رضا زبائنها؟
- كيف تستجيب مؤسسة موبيليس لحجات وتوقعات زبائنها ومسايرة أداء خدماتها؟

(2) فرضيات البحث :

تقوم هذه الفرضيات التي تبحث في عدد من محددات جودة الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة موبيليس والمتمثلة في المحددات التالية : (الجوانب الملموسة ,الاعتمادية الاستجابة,الضمان ,التعاطف , الاتصال)وهذا من خلال تحقيق رضا زبائنها .

- أهم المحددات التي يتم تقييمها من طرف زبائن مؤسسة موبيليس في جودة الخدمة وهي : (الملموسية و الاعتمادية والاستجابة والضمان والتعاطف والاتصال)
- توجد علاقة بين كل محدد من محددات جودة الخدمات برضا الزبون وتندرج تحت الفرضية,الفرضيات الجزئية التالية :

- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملموسية و رضا الزبون عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$.
- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية ورضا الزبون عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$.
- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستجابة ورضا الزبون عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$.
- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاطف ورضا الزبون عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$.
- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأمان ورضا الزبون عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$.
- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاتصال ورضا الزبون عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

(3)مبررات اختيار الموضوع:

نظرا للأهمية التي يحض بها موضوع جودة الخدمات ,ورغبة المؤسسة في معرفة احتياجات ورغبات الزبون, وذلك من خلال تحقيق رضاه حيث يعتبر الزبون هو المبرر لوجود المؤسسة, وذلك من خلال سعينا في محاولة دراسة ميدانية لمؤسسة الخدمية وتحقيقها للجودة و محدداتها وأبعادها وذلك من خلال:

- لفت الانتباه لأهمية جودة الخدمة و محدداتها في كسب رضا الزبون
- الرغبة في البحث في الموضوع ,نظرا لكون الزبون يجد صعوبة أكبر في تقييم جودة الخدمة مقارنة بالسلعة المادية .
- معرفة درجة رضا الزبون من خلال جودة الخدمة المقدمة .
- تسليط الضوء على أهمية جودة الخدمة المقدمة للزبائن ومدى أهمية رضا الزبون عن هذه الخدمة، كونها أصبحت ملازمة في تقديم الخدمات والمنتجات على حد سواء.
- معرفة كل محدد من محددات جودة الخدمات وعلاقته برضا الزبون .

4) أهمية البحث :

- تعتبر محددات جودة الخدمات احد عناصر الجودة وعلاقتها برضا الزبون من جهة وعنصرا فعالا في تنمية قدرة المؤسسة على التنافس وتحقيق ميزة تنافسية من جهة أخرى, ومن هنا نجد انه يمكن تحديد أهمية الدراسة من خلال النقاط التالية :
- انه موضوع من المواضيع العلمية التي تراعيها المؤسسة الخدمية وعلاقتها بالزبون
 - محاولة تقديم أفكار تستند على نتائج البحث تسترشد بها المؤسسة في تطوير أداؤها وخدماتها المقدمة للزبائن.
 - التعرف على كل محدد من محددات جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون المؤسسة بشكل عام ومؤسسة موبيليس بشكل خاص
 - استخدام هذه المعلومات عن طريق استطلاع سير آراء تجاه محددات الجودة الخدمات للمؤسسة هاتف النقال - موبيليس - ودورها ومساعدة المؤسسة في اتخاذ القرار المناسب .

5) أهداف البحث : توضيح دور محددات جودة خدمات في تحقيق رضا العملاء في النقاط التالية:

- التعريف بمختلف مداخل تحقيق الجودة و التي تركز على العميل.
- تحديد الأهمية النسبية للمعايير التي يعتمد عليها الزبائن في تقييمهم لجودة الخدمات الاتصال .
- التطرق إلى مفهوم الرضا و أهم محدداته وإبراز الطرق المستعملة في قياس رضا العميل مع إسقاط طريقة بحوث الرضا على الواقع من خلال القيام باستقصاء الهدف منه معرفة درجة رضا أو عدم رضا الزبون للمؤسسة الاتصالية .
- توضيح العلاقة الموجودة بين سلوك ما بعد الشراء للعميل و الرضا هـ.
- الوقوف على مدى أهمية الجودة بالنسبة للزبون (رضا الزبون).
- تحديد العوامل المؤثرة في الجودة وترتيبها وأهميتها بالنسبة للزبون .
- معرفة ومحاولة تحسين نوعية الخدمة المقدمة من قبل الشركة وكسب شريحة أكبر من الزبائن.

6) حدود الدراسة :

تتمثل حدود الدراسة في بعدين حيث يتمثل في البعد المكاني والزمني إضافة إلى دراسة ميدانية حول زبائن مؤسسة موبيليس وسوف نتكلم عن أبعاد البحث في النقاط التالية :

البعد المكاني : اعتمدت الدراسة النظرية على جمع المعلومات من مختلف المكتبات المتواجدة في الجامعة إضافة إلى مكتبات الخارجية , حيث تقتصر الدراسة التطبيقية على مؤسسة خدمية والتي هي مؤسسة موبيليس التي نأخذها نموذج لقياس رضا الزبائن , باستعمال عدة نماذج لتحليلنا للمعلومات المجمعة خلال هذا العمل .

البعد الزمني : امتدت فترة العينة المدروسة لهذا البحث والمؤسسة في هذا الموضوع, من مارس 2013 إلى ماي 2013.

(7) منهج الدراسة :

قصد الإجابة عن أسئلة الاستبيان تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري للبحث, وهو ما يساهم في خلفية علمية يمكن أن تقيد بإثراء الجوانب المختلفة لدراسة, والجانب التطبيقي تم الاعتماد على المنهج التحليلي الإحصائي .

(8) مرجعية الدراسة :

- فما يتعلق بالجانب النظري تم التطرق في هذا البحث إلى مختلف الجوانب المتعلقة بمحددات جودة الخدمات , كمفهوم جودة الخدمة واهم محددات جودة الخدمة , أما بالنسبة للجانب المتعلق برضا الزبون فقد تكلمنا عن مفهوم رضا الزبون وأهميته .
- فما يتعلق بالجانب التطبيقي تم إجراء دراسة ميدانية لمؤسسة موبيليس للاتصالات فرع ورقلة وتم جمع البيانات عن طريق الاستبيان .

(9) خطة البحث :

لمعالجة الموضوع تم تقسيم بحثنا إلى قسمين (نظري و تطبيقي) فالتطبيقي يضم فصل واحد مقسم إلى مبحثين , حيث يتكلم بالجوانب النظرية المتعلقة بالموضوع الدراسة , إضافة إلى المطالب الموجودة في كل مبحث واهم ما يميز هذا الفصل هو المبحث المتعلق بالدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة , والفصل التطبيقي يتكلم عن الدراسة الميدانية لمؤسسة موبيليس عن طريق إجراء استبيان حول رضا زبائن مؤسسة موبيليس .

الفصل الأول

تمهيد :

يعتبر قطاع الخدمات أحد أهم الاتجاهات الحديثة للاقتصاديات المعاصرة بالنظر إلى الحصة التي يستحوذ عليها في ميدان الشغل ، وكذا مساهمته الهامة في الناتج الإجمالي، بعد ما كان هذا القطاع يعاني الإهمال ويترتب في المرتبة الثالثة كونه لا يساهم في خلق الثروة بسبب لامادية منتجاته . بعد الثورة الصناعية والتطور الصناعي نما قطاع الخدمات بسرعة فائقة وحولت معظم الاقتصاديات إلى اقتصاديات خدمية

واليا يعتبر قطاع الخدمات قلب الاقتصاد المعاصر مثلما كانت الصناعة قلب الاقتصاد الصناعي والزراعة قلب الاقتصاد التقليدي . حيث كانت مفاهيم الكفاءة والإنتاجية أسبق بالاهتمام من الجودة تاريخيا ، وإن التقدم الذي حصل في الماضي كان أكبر على مستوى حجم الإنتاج بالمقارنة مع التقدم الذي حصل في مجال الجودة ، ولعل هذه الحقيقة هي التي دفعت جوران خبير أساليب الجودة إلى القول " بأن القرن العشرين هو قرن الإنتاجية وأن القرن الحادي والعشرين قرن الجودة."

أصبح موضوع إدارة الجودة يحتل موقع الصدارة في أبحاث وكتابات أغلب الباحثين من اجل سعي الحثيث

من قبل العديد من منظمات الأعمال الإنتاجية منها والخدمية على حد سواء في تطبيق وإرساء دعائم إدارة الجودة وأساليب لقياسها , وسنعالج هذا المدخل من خلال هذا الفصل ، بالتركيز على ثلاث جوانب أساسية و التي جاءت وفق الترتيب التالي:

- مفهوم الجودة وتطورها .
- محددات جودة الخدمة.
- رضا الزبون , أهميته

المبحث الأول : جودة الخدمة ورضا الزبون .

يحتل موضوع الجودة الآن باهتمام متزايد في كل المؤسسات وفي كافة أنحاء العالم المتقدم والنامي على السواء, بعد أن انتبهت هذه المؤسسات إلى أهمية تطوير وتحسين الجودة كمدخل أساسي لمواجهة التحديات الداخلية و الخارجية, التي بدأت في مواجهتها خاصة بعد ظهور التكتلات الاقتصادية فضلا عن التطورات التكنولوجية المتلاحقة, و الاتجاه نحو العولمة و الاهتمام بالقضايا البيئية و التغيير الحاصل في سلوك الزبون, و الذي بدأ ينظر للجودة كمعيار أساسي لتقييم واختبار ما يشبع حاجاته و رغباته .

المطلب الأول : مفهوم الجودة وتطورها .

أولا (مفهوم الجودة : هناك عدة تعاريف حظي بها موضوع الجودة من قبل العديد من الباحثين و الكتاب نتيجة لعدة تطورات عبر مر الزمن , فلقد عرفه المحياوي وآخرون على أنها :

1) **الجودة :** هي مدى قدرة المنظمة على إجراء التغيير في خدماتها أو إنتاجها بما يتناسب مع حالة العرض و الطلب في السوق .

2) **الجودة :** هي مدى قدرة المنظمة على إنتاج وتقديم خدمة تقترب من الكمال .

3- **الجودة :** هي مدى قدرة المنظمة على تلبية احتياجات الزبون بما يتناسب مع الأهداف المنشودة .¹

4) **الجودة :** هي مجموعة من المواصفات و الخصائص لمنتج أو خدمة والتي تولد القدرة لإشباع الحاجات المعلنة أو الضمنية .²

¹ قاسم نايف علوان المحياوي – إدارة الجودة في الخدمات – دار الشروق للنشر و التوزيع – الأردن - الطبعة الأولى - 2006 - ص 24

² د/ يوسف حليم سلطان الطائي و هاشم فوزي العبادي – إدارة علاقات الزبون – مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع – الأردن – الطبعة الأولى - 2009 - ص 110

كما عرفت الجودة من قبل (Gotesch,1997) بأنها: هي الحالة المتحركة أو الديناميكية المتغيرة والمتعلقة بالخدمات والمنتجات و الأفراد والعمليات والبيئة, لغرض سد حاجة أو مواجهة متطلبات متوقعة .

أما (الطائي 2002) فيعرفها على أنها: تلك التركيبة الإدارية التي تتضمن عدد من المهام والأعباء التي من خلالها يتم إنجاز كافة المهام والأهداف المطلوبة من موصفات المنتجات و الخدمات التي ينبغي أن تتسم بمستويات معينة من الجودة .¹

ثانياً) تطور مفهوم الجودة :

نستطيع القول أن تطور الجودة خضع ومازال يخضع لسلسلة من التطوير المستمر, ومن المهم أن تهتم عملية التطوير هذه كي نستطيع تحديد موقفنا قبل أن نبدأ بالتغيير .

1) المرحلة الأولى : امتدت هذه المرحلة من القرن التاسع عشر من أوائل القرن العشرين في الغرب ,وفي هذه المرحلة كانت التركيز على تحديد الواضح لمواصفات الخدمة أو المنتج , بالإضافة إلى تحديد الخطوات اللازمة لصنع المنتج , وكانت أدوات القياس هي وسائل المفتشين للتمييز بين المنتجات الرديئة و الجيدة .

2) المرحلة الثانية : وتسمى مرحلة " ضبط الجودة " وامتدت من العشرينات من القرن العشرين حتى الخمسينات منه, وهنا تم التركيز على حاجات الزبون وتحديدتها من خلال الأبعاد المتمثلة في جودة التصميم وجودة المطابقة , وقد ركزت على عمليات الفحص و المراقبة التي بإمكانها تحسين الجودة والوصول إلى المنتج إلى درجة المطابقة بين ما تم تصميمه وما يرغب به الزبون .

3) المرحلة الثالثة : وتسمى هذه المرحلة " توكيد الجودة " حيث امتدت من الخمسينيات حتى الستينيات ومع استمرار النظرة للجودة على أنها مشكلة تتطلب خلاصا , إلا أن التوجيه اخذ منحى أكثر قدرة على المبادأة . بالإضافة إلى ذلك أصبحت المسؤولية لا تقتصر على إدارة واحدة تتحكم بالجودة , حيث أدركت المنظمات إن جودة ينبغي أن تكون مسؤولية المنظمة , وفي هذه المرحلة أصبحت الجودة جزءا لا يتجزأ من خطط المنظمة .

4) المرحلة الرابعة : وهي ملائمة المنتج (الخدمة) للمتطلبات الكامنة , وتسمى بالإدارة الإستراتيجية للجودة ,وتتمدد من وقتنا الراهن , وهنا قد تم تركيز على حاجات ورغبات الزبون التي لم يدركها بعد وهي الصفات التي

¹ د/ يوسف حجيم سلطان وهاشم فوزي- إدارة علاقات الزبون - مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع - الأردن - الطبعة الأولى -2009- ص 21

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للجودة الخدمة ورضا الزبون

في حالة غيابها لا تعتبر ضمن أبعاد مستوى رضا الزبون, لكن في حالة وجودها فان مستوى الرضا لديه يزيد , ويدعوا التوجه في هذه المرحلة إلى نظر للجودة ليس فقط من وجهة نظر المؤسسة , لكن أولا و أخيرا من منظور الزبون المتلقي للخدمة .

المطلب الثاني : محددات جودة الخدمة.

إن الاهتمام بجودة الخدمة أمر في غاية الأهمية بالنسبة للمؤسسة أو الزبون, فهي تعتبر أداة فعالة لتحقيق التحسين المستمر لجميع أوجه العمليات الخدمة , لتحقيق الأهداف المرجوة على بالنسبة الزبون أو المؤسسة أو المجتمع ككل .

لكن قبل أن نتطرق إلى محددات الخدمة لابد أن نتعرف عن مفهوم جودة الخدمة .

أولا : مفهوم جودة الخدمة .

لجودة الخدمة العديد من التعاريف ومن بينها مايلي :

1)جودة الخدمة " هي جودة الخدمات المقدمة سواء كانت متوقعة أو مدركة أي التي يتوقعها الزبائن أو يدركونها في الواقع الفعلي ,وهي المحدد الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه حيث يعتبر في نفس الوقت من الأوليات الرئيسية التي تزيد تعزيز مستوى الجودة في خدماتها .

2)وتعرف ايضا على أنها " تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وبصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين, وانخفاض نسبة الشكاوى¹

إذن يمكن القول بأنه يوجد شبه اتفاق بين العديد من الباحثين على أن جودة الخدمة, تتمثل في تحقيق رغبات الزبون عن طريق مقارنة ما حصل عليه مع ما توقعه عن تلك الخدمة.²

3)كما يقصد بجودة الخدمة" جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة،أي التي يتوقعها الزبائن أو التي يدركونها في الواقع العملي، وهي المحدد الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه وتعتبر في الوقت نفسه من

¹سميحة بلحسن – تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون – مذكرة ماستر في العلوم التجارية – تخصص تسويق الخدمات – جامعة قاصدي مرباح – ورقلة – 2012 – ص 12

² - د- محمد توفيق ماضي – تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المنظمات الخدمية في مجالى الصحة و التعليم – المنظمة العربية للتنمية الإدارية – جامعة الاسكندرية – القاهرة – الطبعة الأولى – 2002 – ص 17

الأولويات الرئيسية للمنظمات التي تريد تعزيز مستوى النوعية في خدماتها ويشير هذا التعريف، إلى ثلاث نقاط رئيسية هي:¹

جودة الخدمة المتوقعة : وتعرف على أنها " تمثل توقعات العميل لمستوى جودة الخدمة المقدمة، وتعتمد على احتياجات العميل، وخبراته، وتجاربه السابقة، وثقافته، واتصاله بالآخرين.

جودة الخدمة الفعلية : وتتمثل في المستوى الفعلي لأداء الخدمة، فهي الجودة التي يشعر بها الزبون أثناء تجربة حصوله الفعلي على الخدمة .

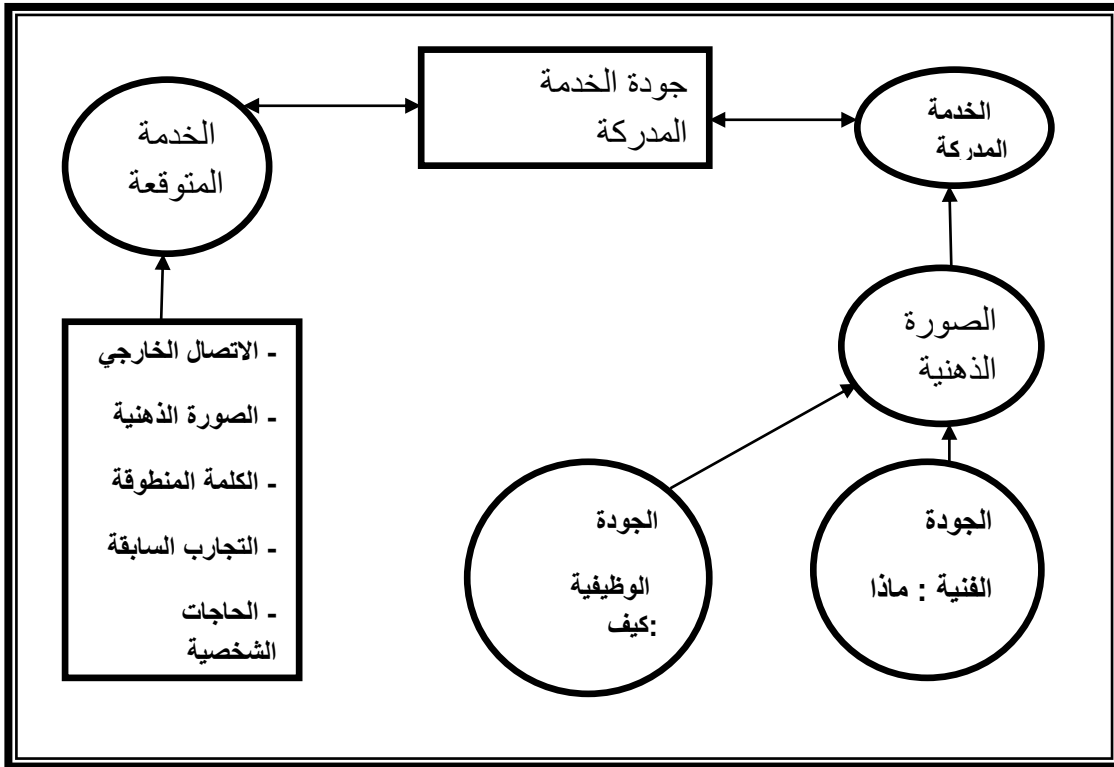
جودة الخدمة المدركة : وهي الجودة التي يدركها الزبون عند قيامه بالمقارنة بين الجودة المتوقعة والجودة المحررة تعتبر جودة الخدمة المقدمة من أهم العوامل المؤثرة على درجة رضا الزبون، وتعد جودة الخدمة المقدمة مؤشرا تنافسيا مهما تعتمد عليها مؤسسات في تدعيم مركزها التنافسي².

وينظر الباحثون إلى جودة الخدمات من وجهة نظر داخلية تعبر عن موقف الإدارة، وأخرى خارجية تعبر عن موقف الزبائن، وتقوم وجهة النظر الداخلية على أساس الالتزام بالمواصفات التي تكون الخدمة قد صممت على أساسها جودة المطابقة، أما وجهة النظر الخارجية فتركز على جودة الخدمة المدركة من قبل الزبون.

¹ عبد القادر بريش - " جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك " - في مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا - الجزائر العدد الثالث، ديسمبر 2005 ، ص 258 .

² صليبية رقاد - " تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون " - رسالة ماجستير منشورة - جامعة الحاج لخضر - باتنة - كلية العلوم الاقتصادية 2008/2007 - ص 32

الشكل رقم (1) : نموذج الجودة المدركة .



المصدر : يوسف حجيم سلطان وهاشم فوزي- إدارة علاقات الزبون - مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع - الأردن - الطبعة

الأولى -2009 -ص 115

ثانيا : محددات جودة الخدمة .

إن المعايير التي يعتمد عليها في تقييم جودة الخدمة، هي تلك التي يحددها المستفيد من الخدمة ، وقد توصل العديد من الباحثين إلى بلورة عشرة محددات خاصة بجودة الخدمة وهي¹ :

الاعتمادية : هي قدرة مقدم الخدمة على أداء الخدمة المطلوبة منه، فالعميل يتوقع أن تقدم له خدمة دقيقة من حيث الالتزام بالوقت والأداء تماما مثلما تم وعده وأن يعتمد على مقدم الخدمة من هذه الناحية بالذات.

الاستجابة : تشير إلى مدى استعداد ورغبة مورد الخدمة في تقديم المساعدة للعميل، أو حل مشاكله مهما كانت الظروف بالسرعة والشكل المناسبين.

¹ حميد الطائي - بشير العلق - " تسويق الخدمات " دار البازوري- عمان- الأردن - 2009 - ص243

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للجودة الخدمة ورضا الزبون

الكفاءة: وتتعلق بكفاءة وجدارة القائمين على تقديم الخدمة من حيث المهارات و القدرات التحليلية والمعرفة التي تمكنهم من القيام بأدوارهم بالشكل الأمثل ,وقد يفضل بعض الزبائن تلقي خدماتهم من أشخاص ذوي مستويات تعليمية عالية ومن مصادر معتمدة رسمية¹.

الفورية: مدى سهولة الحصول على الخدمة في الوقت والمكان المناسبين من حيث:

✓ ملاءمة موقع مكان الخدمة .

✓ كفاية أماكن الانتظار.

✓ سهولة الوصول إلى المسؤولين على الخدمة.

✓ سهولة الحصول على الخدمة عن بعد.

اللباقة: ويقصد به أيضا الود،المجاملة،التعاطف، التعاون؛ وهي توفير الاحترام والتقدير لطالب الخدمة واللفظ في التعامل واحترام عادات وتقاليد العميل.

الاتصال: يستدعي هذا المؤشر وصف الخدمة والمعلومات المتعلقة بها بلغة بسيطة، سهلة وواضحة يفهمها العميل، من خلال المهارات الاتصالية لمقدمي الخدمات مع العملاء، والقدرة على الإنصات والمخاطبة .

المصداقية : أو الائتمان والثقة، وهي السمعة الطيبة عن منظمة الخدمة،الأمانة والصدق في التعامل مع الزبائن، ومدى التزام مقدم الخدمة بوعوده،و هذا من شأنه توليد الثقة بين المنظمة وعملائها.

الأمان : هذا المؤشر يعبر عن درجة الشعور بالأمان في الخدمة المقدمة ومن يقدمها, أي هل أن الخدمة

خالية من المخاطر والشك ؟ مثال على ذلك : درجة الأمان المترتبة من استخدام العميل للصراف الآلي.

الفهم والمعرفة : يشير هذا المعيار إلى مدى قدرة مقدم الخدمة على تحديد، وتفهم احتياجات العملاء

وتزويدهم بالرعاية، العناية، النصح والاستشارة².

الملموسية : غالبا ما يتم تقييم جودة الخدمة من قبل العميل على ضوء مظهر المحيط المادي للخدمة¹

¹-د- هاني حامد الضمور - تسويق الخدمات - مرجع سابق - ص 327

² حميد الطائي، بشير العلق - "إدارة عمليات الخدمة" - مرجع سابق - ص 145

جدول رقم (01) : أهم محددات الجودة

المؤشر	البيان
الجوانب الملموسة	جاذبية المظهر الخارجي للمنظمة. التصميم الداخلي للمنظمة . حداثة الأجهزة والمعدات المستخدمة في أداء الخدمة. المظهر اللائق لمقدمي الخدمات.
الاعتمادية	الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المحددة . تقديم الخدمة بشكل صحيح (عدم حدوث الأخطاء) معلومات دقيقة وصحيحة.
الإستجابة	السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة. الاستجابة الفورية لحاجات الزبائن. الرد الفوري على الاستفسارات والشكاوى.
الضمان	الشعور بالأمان في التعامل. الثقة بمقدمي الخدمات.
التعاطف	تحلي مقدمي الخدمات بالأدب وحسن التعامل. فهم ومعرفة احتياجات الزبائن. وضع مصلحة الزبون في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا. تقدير ظروف الزبون والتعاطف معه. اللطف في التعامل مع الزبائن.

المصدر: ثابت عبد الرحمان ادريس، " قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات :دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية بدولة الكويت "، المجلة العربية . للعلوم الإدارية، الكويت، مجلس النشر العلمي المجلد الرابع، العدد الأول نوفمبر 1996 ، ص21

يبين الجدول(1) أعلاه أهم المحددات التي تراعيها وتستخدمها مؤسسة موبيليس لجلب أكبر عدد من الزبائن من خلال تحقيق رضاهم , وسوف تركز هذه الدراسة على هذه المحددات المبينة في الجدول .

¹ حميد الطائي، بشير العلق - " إدارة عمليات الخدمة"- مرجع سابق - ص145

المطلب الثالث : مفهوم رضا الزبون وأهميته .

أولاً : مفهوم الرضا .

يعد مفهوم رضا الزبون من المفاهيم التي أثارت اهتمام الكثير من الباحثين و المهتمين بشؤون الإدارة و التسويق ,وذلك لإدراك العديد من المؤسسات في العالم أن سبب تميزها قائم على أساس احترام الزبون والعمل على إرضائه ,لذا تطرق اغلب الباحثين إلى هذا المفهوم .

إذا عرف كل من (Reed,Hall 1997) رضا الزبون على انه : "درجة إدراك الزبون مدى فاعلية المنظمة في تقديم المنتجات التي تلبي احتياجاته ورغباته "

وفي الاتجاه ذاته عرفه (john,1997) على انه : "درجة الإدراك لدى الزبون ,والتي تمثل الفاعلية التجهيز من قبل مقدم الخدمة عند تجهيزه للخدمة ,والتي تلبي احتياجات الزبون ورغباته عند استخدام للخدمة المطلوبة

بينما يرى (kotler, 1999) على انه : " شعور شخص بالبهجة أو بئحية الأمل نتيجة مقارنة أداء المنتج مع توقعات الزبون " .

من خلال ما تقدم يتضح بان رضا الزبون دالة لمستويات نسبية من التوقعات و الأداء المدرك ,أي أن الفرد لديه ثلاث حالات من الإشباع (الضمور 2002) :

- إذا تجاوزت النتائج توقعاته فانه سوف يشعر برضا عال .
- إذا تساوت النتائج مع توقعاته فسوف يشعر برضا الزبون .
- إذا لم تصل النتائج إلى مستوى توقعاته فسوف يشعر بعدم الرضا .¹

¹ د/ يوسف حجيم سلطان الطائي وهاشم فوزي العبادي – إدارة علاقات الزبون مرجع سبق ذكره ص 222

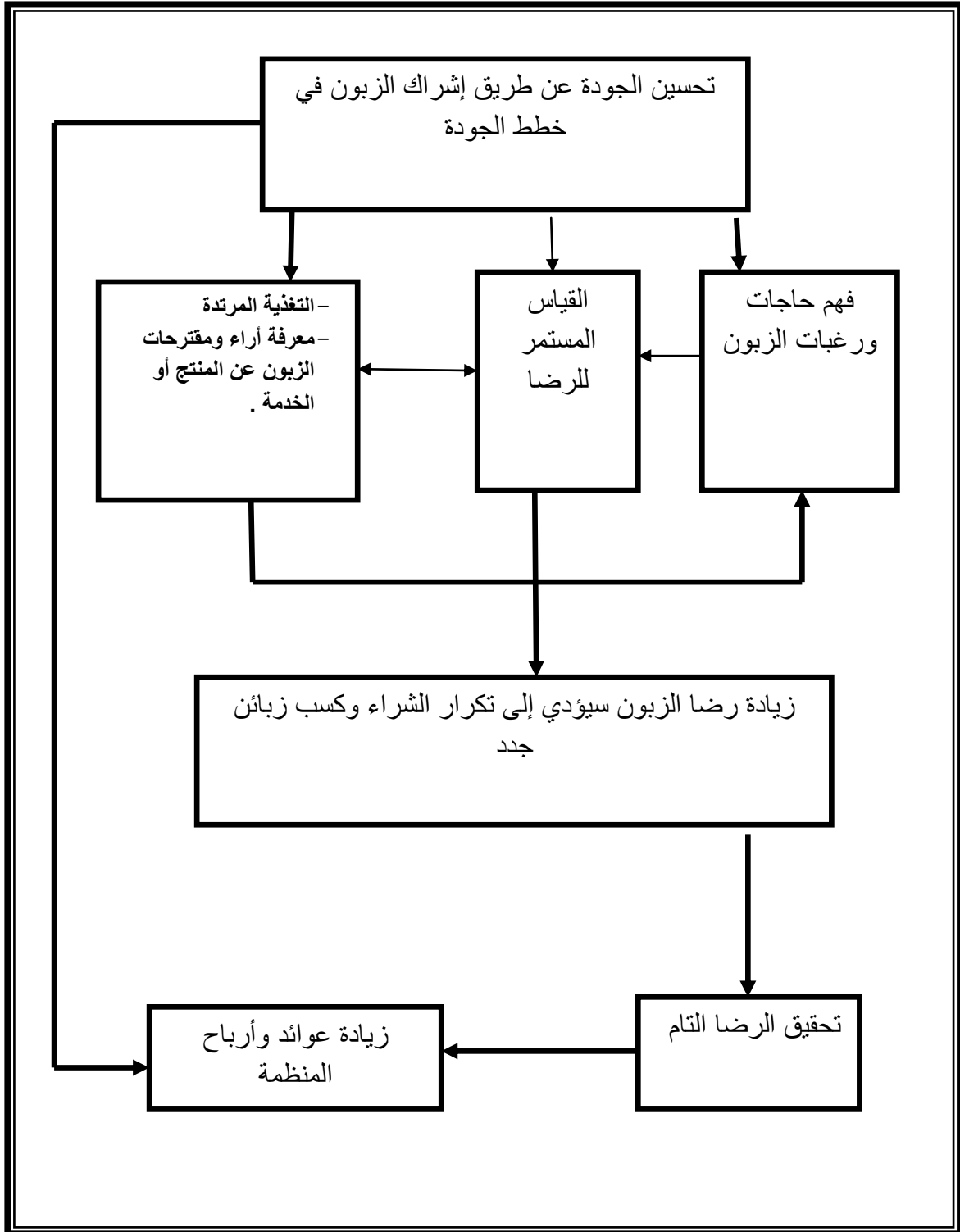
ثانيا : أهمية الرضا .

يستحوذ رضا الزبون على أهمية كبيرة في سياسة أي مؤسسة ويعد من أكثر المعايير فعالية للحكم على أدائها لاسيما عندما تكون هذه المؤسسة متوجهة نحو الجودة (السمرائي 2002).

- إذا كان الزبون راضيا عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المؤسسة , فان قراره بالعودة إليها سيكون سريعا .
- إذا كان الزبون راضيا عن أداء المؤسسة فانه سيتحدث إلى الآخرين مما يولد زبائن جدد .
- إن رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المؤسسة سيقبل من احتمال توجه الزبون إلى مؤسسات أخرى أو منافسة .
- أن المؤسسة التي تهتم برضا الزبون ستكون لديها القدرة على حماية نفسها من المنافسين ولا سيما فيما يخص المنافسة السعرية .
- يمثل رضا الزبون تغذية عكسية للمؤسسة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه مما يقود المؤسسة إلى تطوير خدماتها المقدمة للزبون .
- إن المؤسسة التي تسعى إلى قياس رضا الزبون تتمكن من تحديد حصتها السوقية .
- يعد رضا الزبون مقياس لجودة الخدمة ¹.

¹ يوسف حجيم سلطان الطائي وهاشم فوزي العبادي مرجع سابق ص223

الشكل رقم (2) : المؤسسات التي تحقق رضا الزبون .



المصدر : يوسف حجيم سلطان وهاشم فوزي- إدارة علاقات الزبون - مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع - الأردن - الطبعة الأولى

2009- ذكره ص 246

المبحث الثاني : الدراسات السابقة

في هذا المبحث سوف نتكلم عن معظم الدراسات التي لها علاقة بالموضوع من خلال متغيرات الدراسة والمتمثلة في أهم محددات جودة الخدمات ورضا الزبون وهذا عن طريق مجموعة من الدراسات السابقة والتي سنتكلم عنها في المطالب التالية :

المطلب الأول : الدراسات السابقة المتعلقة بالجودة الخدمات.

➤ دراسة يونس مقدادي ومحمدالشورة سنة 2011 حيث هدفت الدراسة إلى معرفة محددات جودة خدمات الهاتف النقال التي تقدمها شركات الاتصالات الأردنية وعلاقتها بمستويات الرضا لدى الزبائن تلك المؤسسات من وجهة نظر العاملين في الجامعات الأردنية في مدينة عمان وعددها (23) جامعة ولغايات تحقيق أهداف الدراسة، تم تصميم مجموعة من الفرضيات واختبارها من خلال مجموعة من الأساليب الإحصائية تتمثل ب : المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري، واختبار ارتباط بيرسون واختبار الانحدار البسيط. أما عينة الدراسة فشملت (200) عضو وهم (100) عضو هيئة تدريس (100) موظف من مختلف الجامعات الأردنية، وتم اختيارهم كعينة عشوائية بسيطة وفقاً للنتائج التي تم التوصل إليها إذ تبين أن جميع محددات جودة خدمات الهاتف النقال المتمثلة ب : الاعتمادية، والأمان، والمصدقية، والاستجابة، والجدارة، والملموسة، والاتصال (لها أثر على مستويات الرضا من وجهة نظر العاملين في الجامعات الأردنية تجاه الخدمات المقدمة).

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك تفاوتاً في إجابات أفراد العينة نحو محددات جودة الخدمات وكان ترتيبها حسب درجة الموافقة عليها من قبل الزبائن وهي كالتالي :

- فما يتعلق باللموسية فقد حققت موافقة عالية إذا بلغ المتوسط العام للفقرات الملموسية (3,95) وبذلك تكون إجابات الأفراد العينة ايجابية نحو عامل الملموسية , ويعزز الباحثان ذلك إلى المظهر اللائق لموظفي المؤسسة بالإضافة إلى المظهر الجميل للمؤسسة .

- فما يتعلق بالأمان فقد حققت موافقة عالية إذا بلغ المتوسط العام لفقرات الأمان (3,87) وبذلك تكون إجابات أفراد العينة ايجابية نحو عامل الأمان ويعزز الباحثان ذلك إلى شعور أفراد العينة بالاطمئنان بالتعامل مع المؤسسة إضافة إلى تقديم المؤسسة خدمات خالية من المخاطر .¹

¹ يونس مقدادي و محمد الشورة مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية كلية الأعمال - جامعة الشرق الأوسط - الأردن - مجلد ()

- فما يتعلق بالاستجابة فقد حققت موافقة عالية إذا بلغ المتوسط العام للفقرات الاستجابة (3,61) وبذلك تكون إجابات أفراد العينة ايجابية نحو عامل الاستجابة ويعزز الباحثان ذلك إلى استعداد التام لموظفي المؤسسة للأفراد العينة بالإضافة إلى توفر لوحات إرشادية بهدف تسريع الخدمة .

المطلب الثاني : الدراسات السابقة المتعلقة برضا الزبون .

➤ دراسة نائل صفدي و مؤيد شحادة و معاذ شحادة سنة 2011 حيث هدفت هذه الدراسة التعرف إلى دراسة مدى رضا العاملين وأثره على جودة الخدمات المقدمة من قبل شركة الاتصالات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين ، كما هدفت التعرف إلى دور متغيرات الدراسة نحو موضوع الدراسة ، ولتحقيق هدف الدراسة تم تطوير استبانته وتم التأكد من صدقها ومعامل ثباتها، وبعد عملية جمع الاستبيانات تم ترميزها وإدخالها للحاسوب ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) فقد استخدم الباحثون التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ، واختبار (ت) للعينات المستقلة، وتحليل التباين الأحادي، ومعامل كرونباخ ألفا .

والتالي النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة :

- اتضح أن هناك رضا عن طبيعة وظروف العمل حيث بلغت نسبة الرضا (78,4%) (توفر لهم فرصا لاكتساب مهارات وخبرات .

- كما تبين أن درجة الرضا عن أنظمة الترقية والحوافز كانت متوسطة بدلالة النسبة المئوية التي بلغت (61,4%) حيث يعتقد الموظفون أن هناك دور للمحسوبية والواسطة في الترقية وأن هناك دور للاعتبارات السياسية والدينية في الترقية .¹

- كما اتضح أن درجة الدرجة الرضا عن العلاقة مع المسؤولين بلغت (79,4%) حيث تبين أن المسؤولين يحترمون آراء الآخرين ومقترحاتهم، كما اتضح أن المسؤولين يساهمون في حل المشكلات .

المطلب الثالث : الدراسات السابقة المتعلقة بالجودة الخدمة ورضا الزبون .

¹ نائل صفدي و مؤيد شحادة و معاذ شحادة - مدى رضا العاملين وأثره على جودة الخدمات المقدمة من قبل شركة الاتصالات الفلسطينية - مشروع تخرج - قسم تسويق - كلية الاقتصاد والعلوم الادارية - جامعة النجاح الوطنية - فلسطين - سنة 2011

➤ دراسة سميحة بلحسن سنة 2012¹ والتي هدفت إلى معالجة هذا الموضوع من الناحية النظرية، الذي يحدد ويعرف مختلف المفاهيم المتعلقة بالجودة الخدمات من حيث مؤشرات ونماذج قياسها، بالإضافة إلى تطرق قياس الرضا الزبون لمعرفة درجة رضاه عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة .

وركزت بتحديد على مدى تأثير جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس على رضا الزبون، وذلك باستخدام مقياس الأداء Service Performance واختصرت بـ SER VPERF بأبعاده الخمسة والذي يركز على قياس الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للزبون، حيث تقوم مشكلة الدراسة على تحديد مدى صلاحية مقياس الأداء المذكور لقياس رضا الزبون من أجل الارتقاء بمستوى جودة الخدمة والمساعدة في دعمها وتطويرها .

ولقد توصلت هذه الدراسة الى النتائج التالية :

- يركز مفهوم جودة الخدمة على المحافظة على الزبائن وتحقيق رضاهم وذلك بتقديم المؤسسة لخدمات تتطابق مع توقعاتهم أو تفوقها .
- تعتبر الجودة ميزة تنافسية، كونها تستخدمها كإستراتيجية من بين الاستراتيجيات التي تحقق رضا الزبون .
- هناك العديد من الطرق لقياس الرضا منها القياسات الدقيقة، الكمية، الكيفية بالإضافة إلى النماذج ونذكر منها نموذج عدم المطابقة، نموذج المعايير المعتمدة على الخبرة للرضا أو عدم الرضا، نموذج مقدمات وتوابع الرضا النظرية.

➤ دراسة مزيان عبد القادر سنة 2011 / 2012² إن الهدف الأساسي من معالجة هذا الموضوع هو تقديم إطار نظري، يحدد ويعرف مختلف المفاهيم المتعلقة بالجودة باعتبارها إستراتيجية حديثة لرضا الزبائن ، حيث تكمن أهمية الدراسة في تقييم درجة تأثير محددات جودة الخدمات والمتمثلة في (الملموسية الاستجابة ، الاعتمادية ، الأمان ، التعاطف) على مستويات رضا الزبائن ، وما يترتب عنهم من سلوكيات ذلك باستعمال احد نموذج العلمي والعملية لقياس الجودة (Servperf).

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم تطوير استبانة و توزيعها على عينة مكونة من 500 عميل في أحد مؤسسات العاملة في قطاع خدمات التأمين السيارات و المتمثلة في الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي لولاية سعيدة .

¹ سميحة بلحسن - مذكرة لنيل شهادة الماستر (تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون- دراسة حالة مؤسسة موبيليس) تخصص: تسويق الخدمات - جامعة قاصدي مرياح - ورقلة - الجزائر - سنة 2012

² مزيان عبد القادر - مذكرة ماجستير (أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء) تخصص: تسيير دولي - جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان - الجزائر - سنة 2011/2012

وهذه بعض النتائج المتوصل في الدراسة إليها :

- بالنسبة لمؤشر الملموسية ، نجد أنه توجد علاقة ارتباط طردية وقوية بين محدد الملموسية و رضا الزبائن في الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي حيث بلغ 91 %.
- بالنسبة لمؤشر الاعتمادية ، نجد أنه توجد علاقة ارتباط طردية وقوية بين محدد الاعتمادية و رضا العملاء في الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي حيث بلغ 82 %.
- بالنسبة لمؤشر التعاطف، نجد أنه توجد علاقة ارتباط طردية وقوية بين هذا مؤشر و رضا العملاء في الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي حيث بلغ 80 %.

➤ دراسة بوعنان نورالدين سنة 2007/2006¹ إن الهدف الأساسي من معالجة هذا الموضوع هو تقديم إطار نظري، يحدد و يعرف مختلف المفاهيم المتعلقة بالجودة باعتبارها مدخل إداري حديث، و قد ركزت بصورة أساسية على جودة الخدمات من حيث مؤشرات و نماذج قياسها، بالإضافة إلى التطرق إلى نظام الإصغاء للزبون كمصدر لمعرفة حاجات و توقعات العملاء الذي بدر و يمكن من تحديد الأنشطة التي تؤدي إلى إرضاء العملاء، كما تناولنا طرق قياس رضا العميل لمعرفة درجة رضا الزبائن عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة من أجل إيجاد الأساليب الكفيلة لتحسين جودة الخدمات .

و قد تبين من خلال الدراسة أن تقييم العملاء لجودة الخدمات من خلال المؤشرات الخاصة بالتقييم تختلف من زبون لآخر كما أن جودة الخدمة تعمل على تحقيق رضا العميل.

وهذه بعض النتائج التي توصل إليها الباحث :

¹ بوعنان نورالدين - مذكرة ماجستير (جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء) تخصص: التسويق - جامعة محمد بوضياف - مسيلة - الجزائر - سنة 2007/2006

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للجودة الخدمة ورضا الزبون

- أغلبية عملاء المؤسسة وضعوا خدمة الشحن و التفرغ في المرتبة الأولى و ذلك يدل على أن هذه الخدمة التي تحتاج إلى يد عاملة كبيرة فيها نوع من التهاون من طرف العمال مما يكلف الزبائن بعض الحسائر.
- يعتبر عملاء المؤسسة المينائية لسكيدة أن الأداء الفعلي للخدمة المينائية المقدمة يتميز بالضعف في أغلب مظاهره و هذا ما يعكسه الانطباع السلبي حول مستوى الخدمة المينائية .
- يرجع انخفاض جودة الخدمة المينائية إلى:
 - عدم وجود أماكن كافية لتوقيف السيارات و الشاحنات و يرجع ذلك إلى صغر مساحة ميناء سكيدة مما يصعب من أداء الخدمات بشكل جيد وهذا ما يجعل الزبائن يتذمرون .
 - عدم مراعاة عمال و موظفي المؤسسة المينائية لسكيدة للوقت الخاص بتقديم الخدمة.
 - طول فترة الرد على شكاوي الزبائن.
 - عدم موافقة بعض الزبائن على ثمن الخدمات المقدمة.
- اختلاف تقييم مؤشرات جودة الخدمة المينائية من طرف الزبائن حيث أن أكثر المؤشرات تأثيراً على رضا الزبائن .

المطلب الرابع : موقع الدراسة من الدراسات السابقة .

- تتفق الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة التي تكلمت عن جودة الخدمات أو عن محدداتها في المجال النظري، إضافة إلى التطرق لرضا الزبون حيث سيتم تطبيق محددات جودة الخدمات في الدراسة الحالية على مؤسسة خدمية في مجال الاتصال والتي هي مؤسسة موبيليس .
- وتختلف الدراسة الحالية في المحاور التي غطتها الدراسات السابقة من حيث الجانب التطبيقي ,والتي سوف نتكلم مباشرة عن تحليل العينة المدروسة ونتائجها دون التكلم عن بعض التفاصيل كالهيكلة التنظيمي مثلا لمؤسسة موبيليس , إضافة إلا أن الدراسة الحالية التي لم تقتصر على خمسة محددات جودة الخدمات كما هو معمول بها في بعض الدراسات السابقة بل تجاوزت ذلك لتشمل محدد سادس وهو محدد الاتصال .

وقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة في إثراء الإطار النظري للدراسة الحالية، وتحديد محاورها الرئيسية، وفي تفسير النتائج التي سوف تسفر عنها الدراسة الحالية، فقد شكلت نتائج تلك الدراسات في مساعدة الباحث في المقارنة النتائج الحالية بما سبقها.

خاتمة الفصل :

من خلال هذا الفصل النظري الذي تطرقنا فيه إلى مفهوم الجودة وتطورها عبر المراحل الزمنية التي شهدتها الجودة وكذا محددات جودة الخدمات التي تمثل كل من (الملموسية والاعتمادية, الاستجابة, التعاطف, الضمان الاتصال) والتي تراعيها المؤسسة الخدمية في الوقت الحالي , من خلال سعي المؤسسات الخدمية لكسب أكبر عدد من الزبائن والعمل على رضائهم , وذلك عن طريق تلبية حاجياتهم و رغباتهم للخدمات المقدمة إليهم .

القلم الثاني

تمهيد :

لقد تطرقنا في الفصل الأول عن عموميات حول محددات الجودة الخدمة ,ومفهوم الجودة وتطورها عبر الوقت إضافة إلى مفهوم رضا الزبون وأهميته بالنسبة للمؤسسة الخدمية , اعتبار بان الزبون هو نقطة بداية نشاط المؤسسة الحديثة مع التركيز عليه في فهم حاجياته ورغباته , باعتباره سبب لوجود هذه المؤسسة

ومن اجل معرفة أكثر عن محددات جودة الخدمات وعلاقتها برضا الزبون , ارتأينا إلى اختيار مؤسسة اتصالات الجزائر _ موبيليس _ الفرع الجهوي لولاية ورقلة , لعينة من مجتمع الدراسة لمعرفة رضاهم عن محددات جودة الخدمات المقدمة إليهم , وقصد الوصول إلى النتائج والأهداف المسطرة قمنا بتقسيم الفصل التطبيقي إلى مبحثين , حيث يتكلم المبحث الأول عن الطريقة والأدوات المستخدمة لعينة الدراسة والتي قسمناها إلى مطلبين , المطلب الأول يركز على مجتمع وعينة الدراسة وتحديد المتغيرات , قياسها وطريقة جمعها إضافة إلى تلخيص المعطيات المجمعة .

وفي المطلب الثاني نتطرق إلى الأدوات الإحصائية والبرامج المستخدمة في تحليل عينة الدراسة , أما في المبحث الثاني سنقوم بتحليل متغيرين الخاصة بالدراسة , وسنتكلم عن النتائج المتوصل إليها إضافة إلى مناقشتها من اجل ربط نتائج الدراسة بالفرضيات ومقارنتها للتوصل إلى الاستنتاجات الدراسة .

المبحث الأول : الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية .

تهدف الدراسة في هذا الجزء إلى معرفة توجهات زبائن مؤسسة موبيليس , واستخدام المؤسسة لمجموعة من المحددات جودة الخدمات لمعرفة درجة رضا زبائنهم .

المطلب الأول : الطريقة المستخدمة في الدراسة .**أولا : مجتمع الدراسة واختيار العينة .**

يتكون مجتمع الدراسة من قسمين , قسم يتعلق بالمؤسسة والاتصال الجزائر (موبيليس) فرع الجهوي بولاية ورقلة حول أهم محددات جودة الخدمات ورضا الزبائن, أما القسم الثاني فيتعلق بزبائن هاته المؤسسة في منطقة ولاية ورقلة فقط .

ثانيا : أدوات الدراسة .

من اجل التأكد من فرضيات البحث قمنا بتوزيع الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة, حيث يشمل الاستبيان الموجه للزبائن من ثلاث أجزاء, الجزء الأول يتعلق بالمعلومات التي تخص الزبون منها الجنس والعمر والمستوى الدراسي ومعلومات أخرى .

أما الجزء الثاني فيتعلق بمحددات جودة الخدمات التي تطبقها مؤسسة موبيليس , حيث يكون في الجزء 20 عبارة تخص هذا الجانب, في حين اشتمل الجزء الثالث على معرفة درجة رضا زبائن المؤسسة حيث يشمل على 9 عبارات ومنه صار عدد العبارات 29 موزعة على متغيرين .

وقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت ذو خمسة درجات , لتقييم إجابات أفراد العينة المستجوبة وقد احتسبت العلامات على أساس إعطاء رقم 5 للإجابة موافق تماما , و4 للإجابة موافق و3 للإجابة محايد و2 للإجابة غير موافق و1 للإجابة غير موافق تماما .

جدول (2) : يوضح مقياس ليكرت .

الاستجابة	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
الدرجة	5	4	3	2	1

■ متغيرات الدراسة :

- المتغيرات المستقلة : محددات جودة الخدمات (الجوانب الملموسة , الاعتمادية , الاستجابة , الأمان , التعاطف , الاتصال) .

- المتغيرات التابعة : رضا الزبائن (عينة من أفراد المجتمع , لمعرفة رضاهم عن محددات جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس .

المطلب الثاني : أدوات وأساليب التحليل الإحصائي .

لتحليل البيانات قمنا باستخدام برنامج **MS Excel** وذلك لتفريغ البيانات وترميز الإجابات , كما استعملنا برنامج **SPSS16.0** من اجل التحليل الإحصائي للبيانات , بالإضافة إلى بعض الأساليب الإحصائية وهي كالتالي :

- معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس درجة مصداقية فقرات وأبعاد الاستبيان .
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية من اجل الكشف على اتجاه أفراد العينة .
- معامل الارتباط والانحدار الخطي للكشف عن العلاقة بين المتغيرات .
- النسب المئوية والتكرارات من أجل معرفة نسبة وتكرار فئات متغير ما .

أولاً : صدق التحكيم.

تم عرض أداة الدراسة, والمتمثل في الاستبيان على ثلاث أساتذة مختصين في هذا المجال, للتحقق من وضوح العبارات بالشكل الجيد حتى تكون مفهوم وسهلة للزبون العينة حيث أجرى المحكمون بعض الملاحظات والتي تم أخذها بعين الاعتبار.

جدول (3) : يوضح معامل ألفا كرونباخ .

المجال	معامل ألفا
التقييم	0.926

المصدر : من إعداد الطالب وفق نتائج التحليل الإحصائي

يبين الجدول (3) أن معامل ألفا كان كبير, وهذا يعني درجة عالية من المصدقية في الإجابات, مما نلاحظ أن هناك علاقة وتربط جيد بين العبارات في الاستبيان, وبالتالي يمكن تعميم هذه الدراسة على مجتمع الدراسة.

جدول (4) : يوضح معامل ألفا كرونباخ لمحددات جودة الخدمات

المحددات	معامل ألفا كرونباخ
الجوانب الملموسة	0.62
الاعتمادية	0.73
الاستجابة	0.55
الضمان	0.86
التعاطف	0.69
الاتصال	0.78
جميع الفقرات	0.912

المبحث الثاني : عرض نتائج الدراسة ومناقشتها .

في هذا المبحث سوف نتكلم عن نتائج متغيرات الدراسة والمتمثلة في كل من المتغيرات الشخصية ومتغيرات محددات جودة الخدمات إضافة إلى متغير رضا الزبون , مع مناقشة هذه النتائج المتوصل إليها .

المطلب الأول : خصائص عينة الدراسة ونتائجها .

في هذا المطلب سنتكلم عن تحليل المتغيرات الشخصية وذلك من خلال استخدام التكرارات والنسب المئوية لمعرفة أكثر عن كل متغير من متغيرات الشخصية .

أولا : تحليل الخصائص الشخصية :

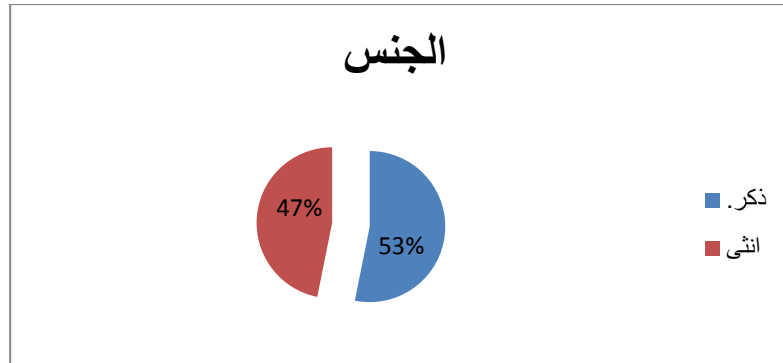
▪ توزيع العينة حسب الجنس .

جدول (5) : يوضح التكرارات حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية%
الذكور	24	%53.33
الإناث	21	%46.99
المجموع	45	%100

المصدر : إعداد الطالب وفقا لعينة الدراسة حجم العينة 45 من إستبانة كاملة الإجابات .

الشكل (3) : توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر : إعداد الطالب وفقا لعينة الدراسة

يبين الجدول (5) أن نسبة الذكور 53.33% بينما كانت نسبة الإناث 46.99% وهذه النسب ليست بعيدة عن بعضها البعض, مما يدل على أن المؤسسة موبيليس ليس لديها فرق بين الذكور والإناث, حيث أن زبائن المؤسسة تمس كل شرائح المجتمع .

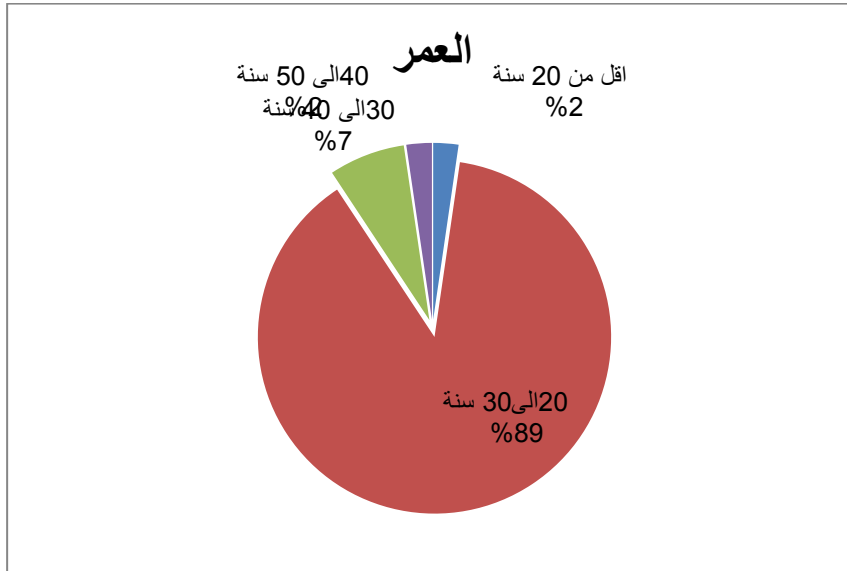
▪ توزيع العينة حسب الفئة العمرية.

جدول (6) : يوضح التكرارات حسب الفئة العمرية .

العمر	العدد	النسبة المئوية %
أقل من 20 سنة	1	2.22 %
20 إلى 30 سنة	38	84.44 %
30 إلى 40 سنة	3	6.66 %
40 إلى 50 سنة	1	2.22 %
أكثر من 50 سنة	2	4.44 %
المجموع	45	100 %

المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة حجم العينة 45 من إستبانة كاملة الإجابات .

الشكل (4) : توزيع العينة حسب العمر



المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة

يبين الجدول (6) أن ما نسبته 93.32 % من عينة الدراسة من من هم أقل من 40 سنة.

حيث أن 84.44 % كانوا بين 20 إلى 40 سنة وكانت ما نسبته 8.8 % مقسمة بين ما هو أقل من 20 سنة, (2.22 %) و 6.66 % من 30 إلى 40 سنة , ويدل ذلك على أن مؤسسة موبيليس تركز كثير على فئة الشباب , مما يدل على أن مؤسسة موبيليس حديثة العهد حيث كانت بدايتها سنة 2003 م

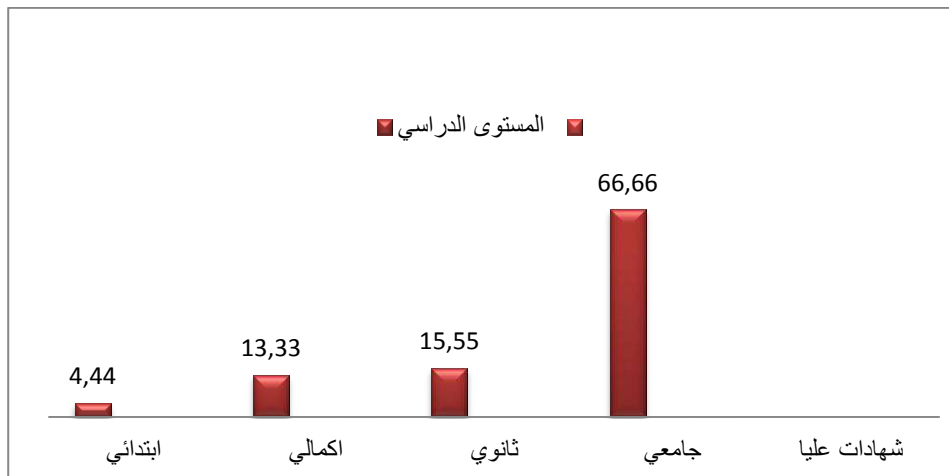
▪ توزيع العينة حسب المستوى الدراسي .

جدول (7) : يوضح التكرارات حسب المستوى الدراسي .

النسبة المئوية %	العدد	المستوى الدراسي
4.44 %	2	إبتدائي
13.33 %	6	إكمالي
15.55 %	7	ثانوي
66.66 %	30	جامعي
0 %	0	شهادات عليا
100 %	45	المجموع

المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة حجم العينة 45 من إستبانة كاملة الإجابات .

الشكل (5) : توزيع العينة حسب المستوى الدراسي .



المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة

يبين الجدول (7) التوزيع الخاص بعينة الدراسة حسب المستوى الدراسي , حيث بلغت النسبة الأكبر على المستوى الجامعي بنسبة 66.66 % تليها المستوى الثانوي والاكما لي ما نسبته 15.55 % و 13.33 % على التوالي حيث أن النسبة ليست متباعدة بينهما , مما يدل أن الجامعيين يفضلون التعامل مع مؤسسة موبيليس دون غيرها من المؤسسات الاتصالية .

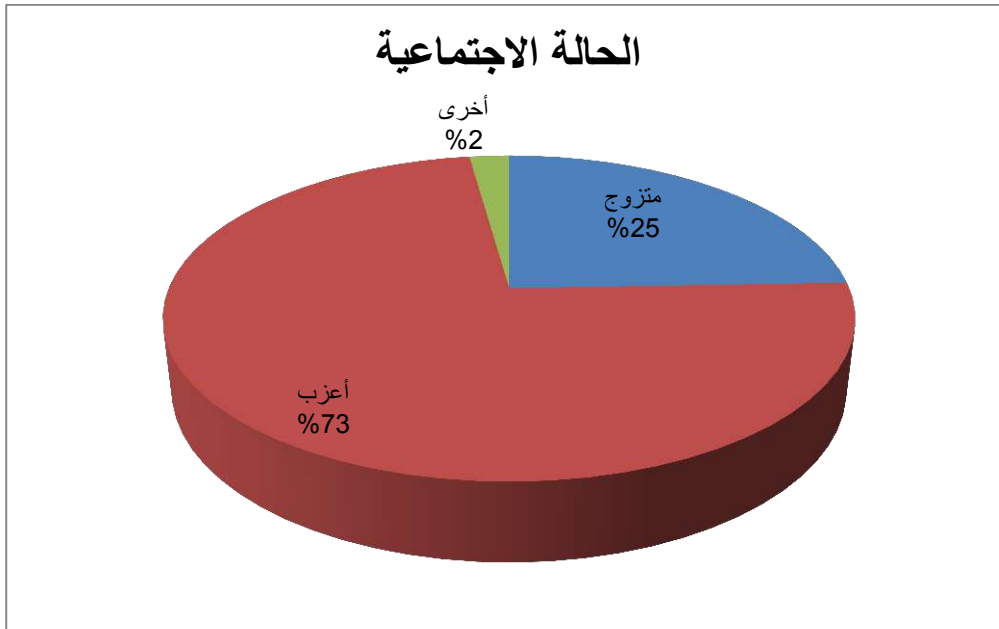
▪ توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية .

جدول (8) : يوضح التكرارات حسب الحالة الاجتماعية .

النسبة المئوية %	العدد	الحالة الاجتماعية
24.44 %	11	متزوج
73.33 %	33	أعزب
2.22 %	1	أخرى
100 %	45	المجموع

المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة حجم العينة 45 من إستبانة كاملة الإجابات .

الشكل (6) : توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية



المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة

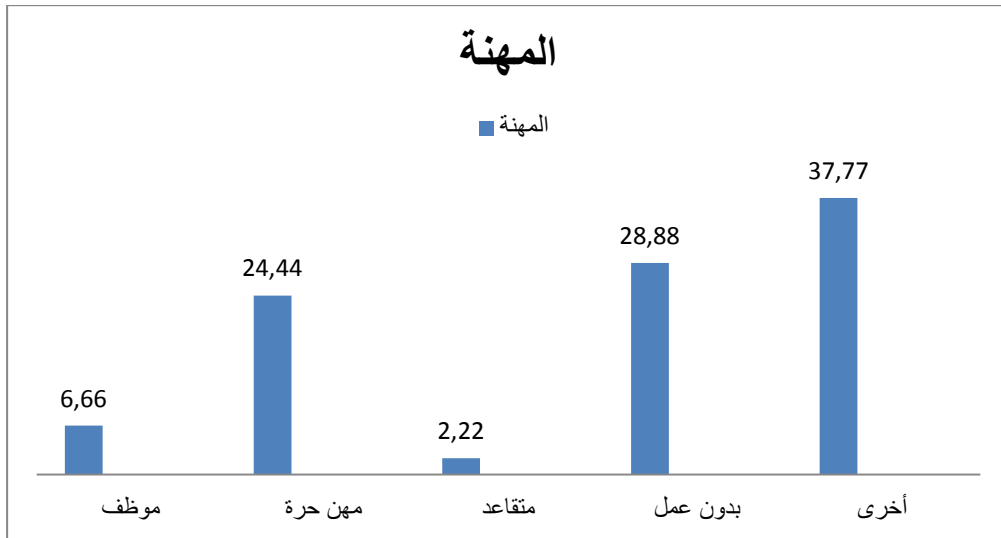
▪ توزيع العينة حسب المهنة .

جدول (9) : يوضح التكرارات حسب المهنة .

النسبة المئوية%	العدد	المهنة
6.66 %	3	موظف
24.44 %	11	مهن حرة
2.22 %	1	متقاعد
28.88 %	13	بدون عمل
37.77 %	17	أخرى
100 %	45	المجموع

المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة حجم العينة 45 من إستبانة كاملة الإجابات .

الشكل (7) : توزيع العينة حسب المهنة .



المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة

يبين الجدول (7) التوزيع الخاص بعينة الدراسة المهنة , حيث بلغت النسبة الأكبر بنسبة 37.77 % اخرى وبدون عمل نسبته 28.88 % و 24.44 % مهن حر حيث أن النسبة ليست متباعدة بينهما .

ثانيا : تحليل معطيات محددات جودة الخدمات

جدول (13) : يوضح حساب المتوسط والانحراف المعياري لمحددات جودة الخدمات .

الانحراف المعياري	المتوسط	العبارة	الرقم	قياس جودة الخدمات
1.228	3.36	مظهر المبنى الخارجي للمؤسسة موبيليس جذاب	1	الجوانب الملموسة
1.160	3.71	التصميم والديكور الداخلي للمؤسسة موبيليس جميل.	2	
1.099	3.56	المعدات والأجهزة المستخدمة في أداء الخدمة حديثة ومتطورة.	3	
1.118	3.58	مظهر مقدمي الخدمة للمؤسسة موبيليس لائق.	4	الاعتمادية
1.058	3.49	مقدمي الخدمة يقدم لك الخدمة بشكل المطلوب .	5	
1.141	3.29	الخدمة المقدمة دقيقة وواضحة بشكل التي تطلبه .	6	
1.205	3.16	احترام الوقت والأداء تجده عند مقدمي الخدمة أثناء طلبك للخدمة	7	الاستجابة
1.301	3.11	تفي دائما مؤسسة موبيليس بوعودها للخدمات المقدمة .	8	
1.190	3.36	موبيليس تهيأ لك كل الظروف الملائمة والمساعدة عند طلبك للخدمة .	9	
1.100	3.13	عندما تواجهك مشكلة فان المؤسسة تبديك اهتمام خاص لحلها.	10	الضمان
1.072	3.38	تقوم المؤسسة بالرد الفوري على استفسارات وشكاوي الزبائن.	11	
1.112	3.11	هناك استجابة فورية لحاجات الزبائن مهما كانت درجة انشغالهم .	12	
1.253	3.56	شعورك بالأمان عند تعامل مع مؤسسة موبيليس.	13	التعاطف
1.160	3.47	توجد ثقة عالية بمقدمي خدمات مؤسسة موبيليس .	14	
1.171	3.36	تضع ثقتك الكاملة لدى مقدمي الخدمة لمؤسسة موبيليس .	15	
1.097	3.58	المؤسسة لديها اللطف في تعامل مع الزبائن.	16	الاتصال
1.228	3.36	موبيليس لديها درجة عالية في فهم ومعرفة احتياجاتك .	17	
1.029	3.38	موبيليس تضع مصلحة الزبون في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا.	18	
1.217	3.47	تمتاز موبيليس بالمهارات الاتصالية مع الزبائن .	19	الاتصال
1.345	3.31	هناك درجة عالية من الحوار والاتصال لوصفك للخدمة من طرف موبيليس .	20	

المصدر : إعداد الطالب وفقا لعينة الدراسة

يوضح الجدول رقم (13) لتحليل محددات جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس, تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعرفة درجة موافقة الزبائن للخدمات المقدمة من طرف موبيليس عن طريق محددات الستة ,حيث كانت أكبر نسبة للمتوسط الحسابي في الفقرة الثانية من محدد الملموسية بنسبة تقدر 3.71 أما اضعف نسبة للمتوسط كانت في الفقرة الثامنة من محدد الاعتمادية بنسبة تقدر 3.11 .

ثالثا : تحليل البيانات المتعلقة بتقييم الزبائن لكل محدد من محددات جودة الخدمات .

سنقوم بالتحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة حول كل فقرة من فقرات محددات جودة الخدمات حسب كل محدد من محددات الستة , التي يعتمد عليها الزبائن في تقييمهم لجودة الخدمات المقدمة إليهم .

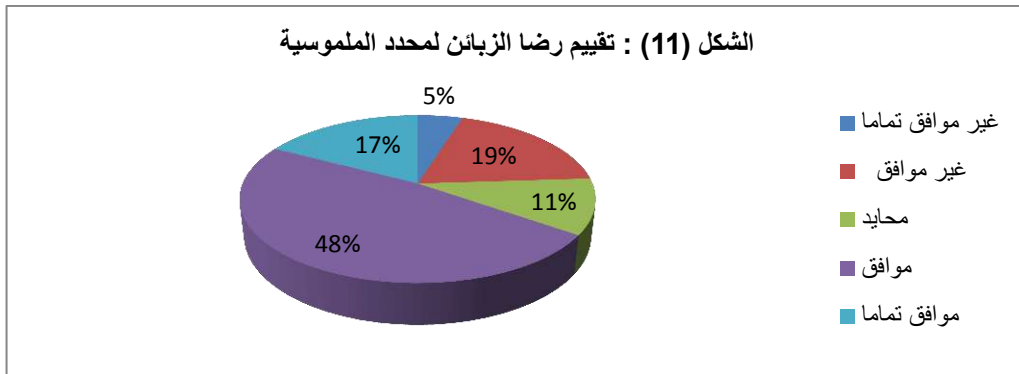
(1) الملموسية : يوضح الجدول (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب موافقة أفراد العينة الدراسة , على تقييم محددات جودة الخدمات المقدمة إليهم من ناحية محدد الملموسية .

جدول (14) : تقييم رضا الزبائن من ناحية محدد الجوانب الملموسية .

رقم العبارة	غير موافق تماما		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق تماما		الانحراف المعياري
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	
1	4	8.9	22	48.9	3	6.7	10	22.2	10	8.9	1.228
2	2	4.4	22	48.9	2	4.4	8	17.8	8	4.4	1.160
3	1	2.2	18	40	8	17.8	9	20	9	2.2	1.099
4	3	6.7	24	53.3	5	11.1	6	13.3	6	6.7	1.118
5	1	2.2	22	48.9	6	13.3	10	22.2	10	2.2	1.058
المجموع	2.2	4.88	21.6	48	4.8	10.66	8.6	19.1	8.6	4.88	1.1326

المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة

التعليق : نلاحظ من الجدول أعلاه أن اتجاهات أفراد العينة نحو الفقرات الخمسة لمحدد الملموسية , كانت قريبة من الجيدة (موافق تماما) وهذا ما يدل على أن غالبية الزبائن يقيمون محدد الملموسية بتلبية حاجياتهم في : المعدات والأجهزة وتكنولوجيا متطورة والتصميم , والديكور لمؤسسة موبيليس جذاب واعتناء مقدمي الخدمة بمظهرهم الخارجي



(2) الاعتمادية : يوضح الجدول (15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية, حسب موافقة أفراد العينة الدراسة على تقييم محددات جودة الخدمات المقدمة إليهم من ناحية محدد الاعتمادية .

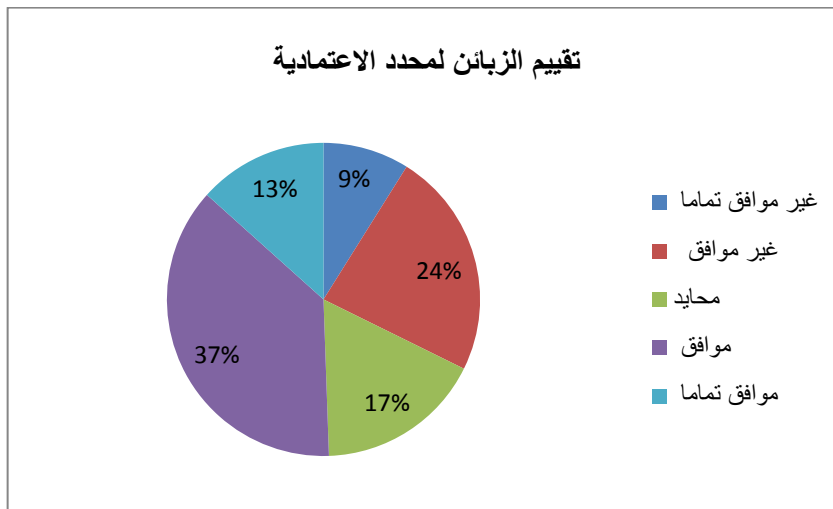
جدول (15) : تقييم رضا الزبائن من ناحية محدد الاعتمادية .

رقم العبارة	غير موافق تماما		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق تماما		الانحراف المعياري
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	
1	3	6.7	10	22.2	8	17.8	19	42.2	5	11	3.29
2	4	8.9	11	24.4	10	22.2	14	31.1	6	13.3	3.16
3	6	13.3	10	22.2	9	20	13	28.9	7	15.6	3.11
4	3	6.7	11	24.4	4	8.9	21	46.7	6	13.3	3.36
المجموع	4	8.9	10.5	23.3	7.7	17.2	16.7	37.2	6	14.8	3.23

المصدر : إعداد الطالب وفقا لعينة الدراسة .

التعليق : نلاحظ من الجدول أعلاه أن اتجاهات أفراد العينة نحو الفقرة 1 كانت ضعيفة , عكس باقي الفقرات الأخرى 2 , 3 , 4 التي كانت متوسطة وقريبة من الجيدة , وهذا ما يدل على أن غالبية أفراد العينة يقيمون محدد الاعتمادية حيث يرون مازال بعض من مقدمي الخدمة مازالوا يقصرون من ناحية الوقت ودقة المعلومات المقدمة إلى الزبائن .

الشكل (12) : يوضح تقييم رضا الزبائن لأفراد العينة



كما نجد أن المتوسط الحسابي الأعلى في الفقرات هو 3.38 يمثل درجة متوسطة قريبة من الجيدة , وأقل نسبة لمتوسط الحسابي للفقرات الثلاثة هو 3.11 .

3 (الاستجابة) : يوضح الجدول (16) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب موافقة أفراد العينة الدراسة على تقييم محددات جودة الخدمات المقدمة إليهم من ناحية محدد الاستجابة .

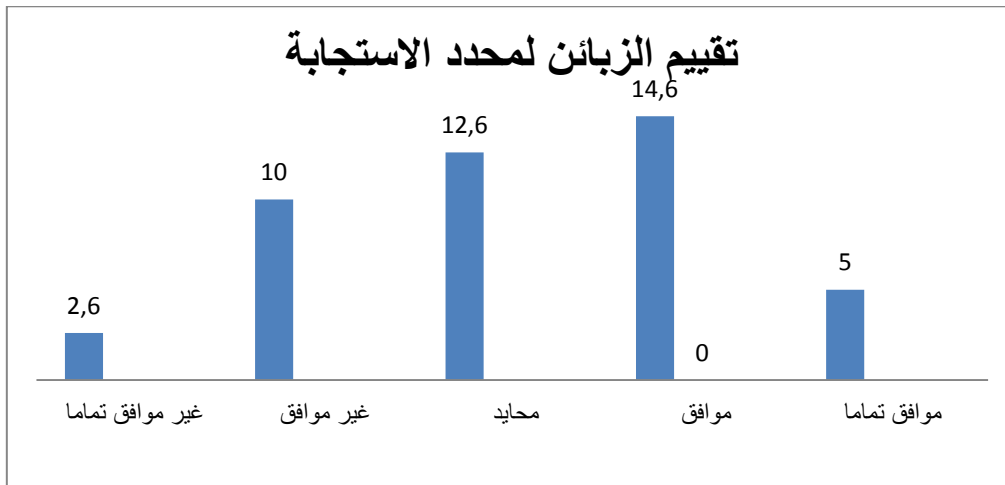
جدول (16) : تقييم رضا الزبائن من ناحية محدد الاستجابة .

رقم العبارة	غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		الانحراف المعياري
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	
1	3	6.7	10	22.2	15	33.3	12	26.7	5	11.1	3.13
2	2	4.4	8	17.8	12	26.7	17	37.8	6	13.3	3.38
3	3	6.7	12	26.7	11	24.4	15	33.3	4	8.9	3.11
المجموع	2.6	5.9	10	22.2	12.6	28.1	14.6	32.6	5	11.1	3.20

المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة .

التعليق : نلاحظ من الجدول أعلاه أن تقييم الزبائن لكل فقرات محدد الاستجابة كان متوسطة, وهذا ما يدل على أن غالبية أفراد العينة يقيمون محدد الاستجابة بتقييم متوسط, وهذا راجع على أن الزبائن مازالوا يلاحظون على أن مؤسسة موبيليس مازالت متأخرة على رد استفسارات وشكاوي المقدمة للمؤسسة

الشكل (13) : يوضح تقييم رضا الزبائن لمحدد الاستجابة



كما نجد أن المتوسط الحسابي الأعلى في الفقرات هو 3.38 يمثل درجة متوسطة قريبة من الجيدة ,واقبل نسبة لمتوسط الحسابي للفقرات الثلاثة هو 3.11 .

4 (الأمان): يوضح الجدول (17) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب موافقة أفراد العينة الدراسة ,على تقييم محددات جودة الخدمات المقدمة إليهم من ناحية محدد الأمان .

جدول (17) : تقييم رضا الزبائن من ناحية محدد الأمان .

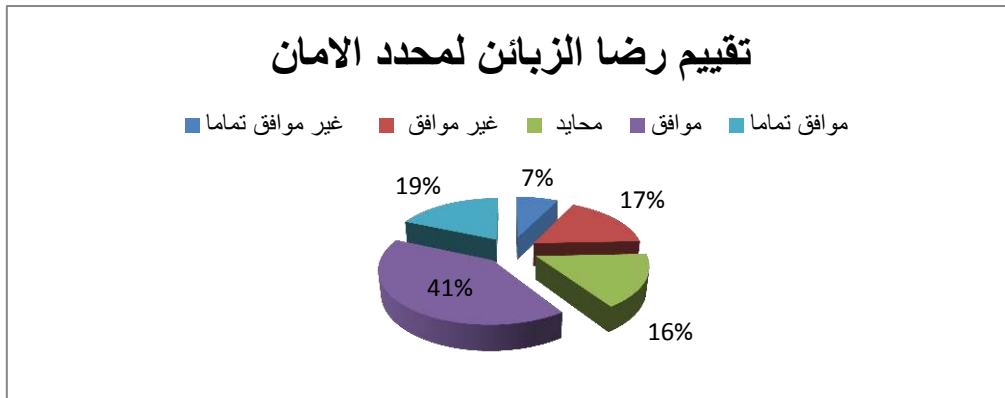
رقم العبارة	غير موافق تماما		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق تماما		الانحراف المعياري
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	
1	4	8.9	11	37.8	17	15.6	7	13.3	6	6	3.58
2	3	6.7	8	40	18	20	9	15.6	7	7	3.36
3	3	6.7	6	44.4	20	13.3	6	22.2	10	10	3.38
المجموع	3.3	7.4	8.3	40.7	18.3	16.3	7.3	17.0	7.6	7.4	1.194

المصدر : إعداد الطالب وفقا لعينة الدراسة .

التعليق : نلاحظ من الجدول أعلاه أن تقييم الزبائن لإفراد العينة اتجاه محدد الأمان بالنسبة لفقرات كان متوسطة , وذلك راجع إلى أن الزبائن نتيجة لتقييمهم لمحدد الأمان في : شعور بالأمان عند التعامل مع المؤسسة , وكذلك الثقة العالية لمقدمي الخدمة .

كما نجد أن المتوسط الحسابي الأعلى في الفقرات هو 3.58 يمثل درجة متوسطة قريبة من الجيدة ,واقبل نسبة لمتوسط الحسابي للفقرات الثلاثة هو 3.36 .

الشكل (14) : يوضح تقييم رضا الزبائن لمحدد الأمان



(5) التعاطف : يوضح الجدول (18) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب موافقة أفراد العينة الدراسة , على تقييم محددات جودة الخدمات المقدمة إليهم من ناحية محدد التعاطف .

جدول (18) : تقييم رضا الزبائن من ناحية محدد التعاطف .

رقم العبارة	غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		الانحراف المعياري
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	
1	1	2.2	8	17.8	10	22.2	16	35.6	10	22.2	3.58
2	4	8.9	8	17.8	9	20	16	35.6	8	17.8	3.36
3	2	4.4	7	15.6	13	28.9	18	40	5	11.1	3.38
المجموع	2.3	3.7	7.6	17.0	10.6	23.7	16.6	37.0	7.66	17.0	3.44

المصدر : إعداد الطالب وفقا لعينة الدراسة .

التعليق : نلاحظ من الجدول أعلاه أن تقييم الزبائن لإفراد العينة اتجه محدد التعاطف بالنسبة لفقرات كان متوسطة وقريب من الجيد, بالنسبة لفقرات 2 و 3 و 3 بالنسبة لمحدد التعاطف , وهذا راجع لتقييم الزبائن لمحدد التعاطف في : المؤسسة لديها اللطف في التعامل مع زبائن مؤسسة موبيليس , وكذلك لديها درجة عالية في فهم ومعرفة احتياجات الزبائن .

كما نجد أن المتوسط الحسابي الأعلى في الفقرات هو 3.58 يمثل درجة متوسطة قريبة من الجيدة , و اقل نسبة لمتوسط الحسابي للفقرات الثلاثة هو 3.36

(6) الاتصال : يوضح الجدول (19) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب موافقة أفراد العينة الدراسة على تقييم محددات جودة الخدمات المقدمة إليهم من ناحية محدد الأمان .

جدول (19) : تقييم رضا الزبائن من ناحية محدد الاتصال .

رقم العبارة	غير موافق تماما		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماما		الانحراف المعياري
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	تكرار	ن.م	
1	3	6.7	10	22.2	3	6.7	21	46.7	8	17.8	3.47
2	7	15.6	6	13.3	6	13.3	18	40	8	17.8	3.31
المجموع	5	11.1	8	17.7	4.5	10	19.5	43.3	8	17.8	3.39

التعليق : نلاحظ من الجدول أعلاه أن تقييم الزبائن لإفراد العينة اتجاه محدد الاتصال بالنسبة لفقرات كان متوسط ,لجميع الفقرات نتيجة لتقييم الزبائن لمحدد الاتصال في : بالمهارات الاتصالية لمؤسسة موبيليس ووجود درجة عالية من الحوار والاتصال لوصف الخدمة من طرف الزبون .

كما نجد أن المتوسط الحسابي الأعلى في الفقرتين هو 3.47 يمثل درجة متوسطة قريبة من الجيدة واقل نسبة لمتوسط الحسابي للفقرات الثلاثة هو 3.31 .

رابعاً: تحليل معطيات رضا الزبون .

▪ توزيع العينة حسب السؤال التالي :

ما الذي يجعلك زبون لمؤسسة موبيليس ؟

جدول (20) : يوضح التكرارات حسب زبون المؤسسة .

السبة المئوية %	العدد	زبون المؤسسة .
57.77 %	26	الخدمات المقدمة
22.22 %	10	سهولة الحصول على الخدمة
11.11 %	5	رمز العلامة
8.88 %	4	أخرى
100 %	45	المجموع

المصدر : إعداد الطالب وفقاً لعينة الدراسة حجم العينة 45 من إستبانة كاملة الإجابات .

يبين الجدول (8) أن معظم الزبائن يفضلون الخدمات التي تقدمها المؤسسة موبيليس,حيث أن ما نسبة

57.77 % ما يفضلون ذلك و33.33% مقسمة ما بين سهولة الحصول على الخدمة ورمز العلامة, بنسبة 22.22 % و11.11% على التوالي و 8.88 % تمثل كل الأمور الأخرى ماعدا سبق ذكره.

▪ توزيع العينة حسب السؤال التالي .

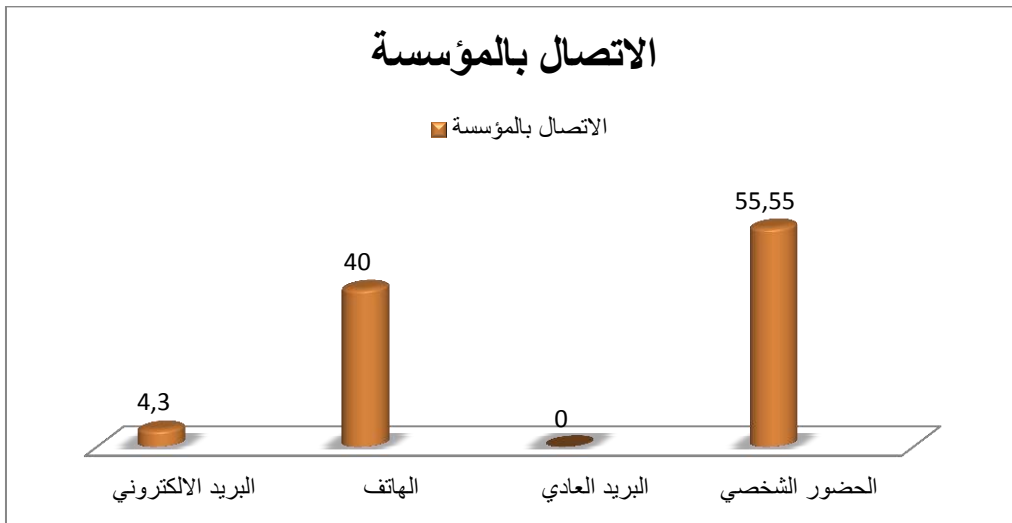
كيف يتم الاتصال بمؤسسة موبيليس؟

جدول (21) : يوضح التكرارات حسب الاتصال بالمؤسسة .

النسبة المئوية %	العدد	الاتصال بمؤسسة
4.44 %	2	البريد الالكتروني
40 %	18	الهاتف
0 %	0	البريد العادي
55.55 %	25	الحضور الشخصي
100 %	45	المجموع

المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة حجم العينة 45 من إستبانة كاملة الإجابات .

الشكل (15) : توزيع العينة حسب الاتصال بالمؤسسة .



المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة

يبين الجدول (9) طريقة الاتصال والحوار مع المؤسسة , حيث أن معظم الزبائن يفضلون الحضور الشخصي إلى المؤسسة لطرح انشغالاتهم وأفكارهم وآرائهم, حيث يقدر الحضور الشخصي بنسبة 55.55 % ونسبة 40 % عن طريق الهاتف وذلك عن طريق بعض الخدمات التي تستخدمها المؤسسة , كالاتصال بمصلحة الزبائن... الخ , وباقي النسب تمثل 4.44 % للبريد الالكتروني فقط .

▪ توزيع العينة حسب جودة العروض المقدمة .

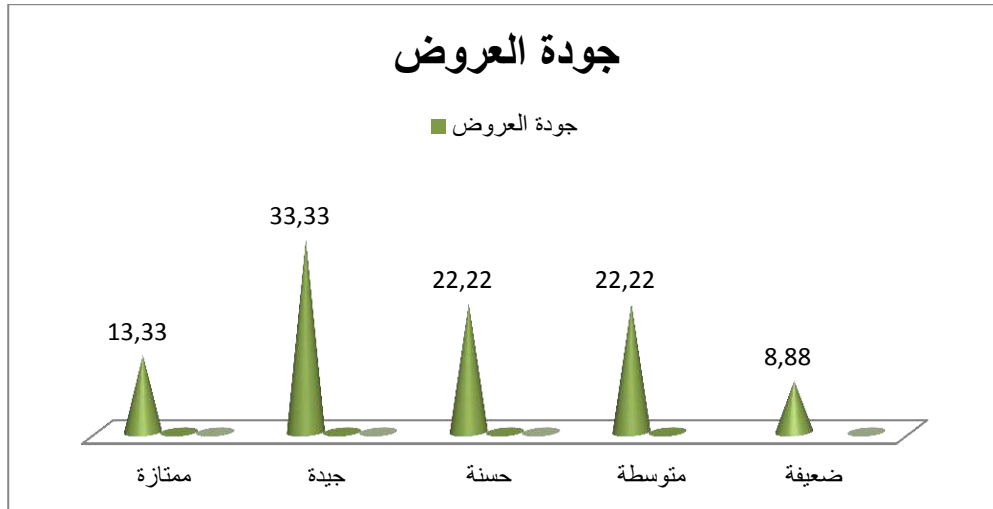
مار أيك بالجودة العروض المقدمة من طرف موبيليس ؟

جدول (22) : يوضح التكرارات حسب جودة العروض .

جودة العروض	العدد	النسبة المئوية %
ممتازة	6	13.33 %
جيدة	15	33.33 %
حسنة	10	22.22 %
متوسطة	10	22.22 %
ضعيفة	4	8.88 %
المجموع	45	100 %

المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة حجم العينة 45 من إستبانة كاملة الإجابات .

الشكل (16) : توزيع العينة حسب جودة العروض المقدمة



المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة الدراسة

يمثل الجدول (10) أن نسب جودة العروض كلها متقاربة ماعدا النسبة 8.88 % ضعيفة , حيث أن ما نسبة

46.66 % تمثل ما بين (ممتازة وجيدة) أما نسبة 44.44 تجمع ما بين حسنة ومتوسطة حيث وزعت

بالتساوي بينهما .

جدول (20) : يوضح حساب المتوسط والانحراف المعياري لرضا الزبائن.

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري
1	أنت راضي للأقتنائك شريحة موبيليس .	4.24	1.090
2	أنت راضي على مشاركتك في مؤسسة موبيليس.	4.22	1.064
3	أنت راضي على كل ما تقدمه موبيليس من عروض وخدمات.	3.73	1.268
4	أنت راضي عن العروض والخدمات الجديدة .	3.80	1.100
5	درجة رضاك مرتبطة بالتحسينات المتعلقة بالجودة الخدمات المقدمة .	3.93	1.009
6	الخدمات المقدمة أفضل من توقعاتك.	3.18	1.173
7	تقوم المؤسسة دوما على تلبية حاجات ورغبات الزبائن.	3.33	1.148
8	أنت راضي أكثر عن الخدمات التي تقدمها المؤسسات المنافسة(جازي ,نجمة)	3.02	1.305
9	أنت راضي على مشاركتك لفترة طويلة مع مؤسسة موبيليس .	3.87	1.424

المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة لتحليل الإحصائي .

يبين الجدول رقم (20) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب موافقة أفراد العينة الدراسة عن رضاهم ,على تقييم محددات جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الاتصالية موبيليس _ الفرع الجهوي لولاية ورقلة _ وقد كانت نسبة المتوسط الأقل بالنسبة للفقرة الثامنة بنسبة 3.02 وهذا راجع إلى أن معظم الزبائن العينة غير راضين عن جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسات المنافسة, واكبر نسبة كانت في الفقرة 4.24 مما يدل على زبائن مؤسسة موبيليس راضين بنسبة كبيرة على اقتنائهم لشريحة موبيليس

المطلب الثاني : اختيار الفرضيات ومناقشتها .

في ضوء أهداف الدراسة، وفرضيتها، ومتغيراتها، وأساليب القياس، تم الاعتماد على أسلوب الارتباط (معامل ارتباط بيرسون) والانحدار الخطي لتحديد نوع العلاقة وقوتها بين محددات جودة الخدمات ورضا الزبون.

جدول رقم(21) : معاملات الارتباط بين رضا الزبائن والمحددات الستة .

المحدد	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	التفسير
الجوانب الملموسة	0.900	0.000	علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية
الاعتمادية	0.505	0.000	علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية
الاستجابة	0.557	0.000	علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية
الضمان	0.453	0.002	علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية
التعاطف	0.586	0.000	علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية
الاتصال	0.494	0.001	علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية

المصدر : إعدادا الطالب وفقا لعينة لتحليل الإحصائي .

1) اختبار الفرضية الرئيسية الأولى :

✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محددات جودة الخدمات ورضا الزبون لمؤسسة موبيليس .

لاختيار الفرضية الرئيسية الأولى وضعنا فرضيتين :

• الفرضية الفرعية الأولى :

✓ توجد علاقة ذات دلالة بين محدد الملموسية ورضا الزبون لمؤسسة موبيليس .

• الفرضية الفرعية الثانية :

✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الاعتمادية ورضا الزبون لمؤسسة موبيليس .

• الفرضية الفرعية الثالثة :

✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الاستجابة ورضا الزبون لمؤسسة موبيليس .

• الفرضية الفرعية الرابعة :

✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الضمان ورضا الزبون لمؤسسة موبيليس .

• الفرضية الفرعية الخامسة :

✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد التعاطف ورضا الزبون لمؤسسة موبيليس .

• الفرضية الفرعية السادسة :

✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الاتصال ورضا الزبون لمؤسسة موبيليس .

ومن اجل اختبار الفرضيات قمنا بدراسة علاقة بين متغيرين باستخدام معامل الارتباط بيرسون , لقياس قوة واتجاه العلاقة بين متغيرين مستقل وتابع , واستخدام الانحدار الخطي البسيط لتقدير الصورة الرياضية للعلاقة بين متغيرين الدراسة , من خلال مدى تأثير متغير مستقل واحد على متغير تابع محدد وهذا من خلال توزيع المتغيرين توزيعا طبيعيا , واختبار عينة الدراسة لزيائن مؤسسة موبيليس اختيار عشوائيا .

1.1) اختبار الفرضية الفرعية الأولى :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الملموسية ورضا الزبون مؤسسة لمؤسسة موبيليس .

لاختبار هذه الفرضية قمنا بدراسة العلاقة بين جميع فقرات رضا الزبائن كمتغير تابع , ومحدد الملموسية كمتغير مستقل حيث تحصلنا على النتائج التالية :

حيث أن :

$$Y = 2.469 + 0.528 B \quad \text{رضا الزبون عن محددات جودة الخدمات .}$$

$$R = 0.90 \quad R^2 = 0.30 \quad \text{محدد الملموسية .}$$

$$\text{Sig} = 0.000 \quad \text{مستوى الدلالة}$$

إذن قيمة معامل الارتباط يساوي 0.90 يعني أن هناك ارتباط قوي, حيث أن $0.90 > 0.7$ العلاقة موجبة, وبالتالي معامل بيرسون للارتباط بين محدد الملموسية لمؤسسة موبيليس ومستوى رضا الزبائن يساوي 0.90 وهو ارتباط طردي (لان الإشارة موجبة) وقوي لأنه قريب من الواحد .

ومستوى الدلالة يساوي الصفر وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد , فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية لمحدد الملموسية ورضا الزبون.

بمعنى آخر أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الملموسية ورضا الزبائن بمقدار 0.90 أي أن كلما زادت جودة محدد الملموسية كلما زاد الرضا .

2.1) اختبار الفرضية الفرعية الثانية :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الاعتمادية ورضا الزبون مؤسسة مؤسسة موبيليس .

لاختبار هذه الفرضية قمنا بدراسة العلاقة بين جميع فقرات رضا الزبائن كمتغير تابع , ومحدد الاعتمادية كمتغير مستقل حيث تحصلنا على النتائج التالية :

حيث أن :

$$Y = 0.976 + 0.608 Z$$

Y رضا الزبون عن محددات جودة الخدمات .

$$R = 0.505$$

Z محدد الاعتمادية .

$$Sig = 0.000$$

Sig مستوى الدلالة

إذن قيمة معامل الارتباط يساوي 0.505 يعني أنا هناك ارتباط قوي حيث أن $0.3 < 0.50 < 0.7$ العلاقة موجبة ومتوسطة, وبالتالي معامل بيرسون للارتباط بين محدد الاعتمادية لمؤسسة موبيليس ومستوى رضا الزبائن يساوي 0.50 وهو ارتباط طردي (لان الإشارة موجبة) موجبة ومتوسطة .

ومستوى الدلالة يساوي الصفر وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد , فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية لمحدد الاعتمادية ورضا الزبون.

بمعنى آخر أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الاعتمادية ورضا الزبائن بمقدار 0.50 أي أن كلما زادت جودة محدد الاعتمادية كلما زاد الرضا .

3.1) اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الاستجابة ورضا الزبون مؤسسة مؤسسة موبيليس .

لاختبار هذه الفرضية قمنا بدراسة العلاقة بين جميع فقرات رضا الزبائن كمتغير تابع , ومحدد الاستجابة كمتغير مستقل حيث تحصلنا على النتائج التالية :

حيث أن :

$$Y = 1.015 + 0.592 D \quad . \quad \text{رضا الزبون عن محددات جودة الخدمات}$$

$$R = 0.557 \quad . \quad \text{محدد الاستجابة}$$

$$\text{Sig} = 0.000 \quad \text{مستوى الدلالة}$$

إذن قيمة معامل الارتباط يساوي 0.55 يعني أن هناك ارتباط قوي حيث أن $0.3 < 0.55 < 0.7$ العلاقة موجبة ومتوسطة، وبالتالي معامل بيرسون للارتباط بين محدد الاستجابة لمؤسسة موبيليس ومستوى رضا الزبائن يساوي 0.55 وهو ارتباط طردي (لان الإشارة موجبة) موجبة ومتوسطة .

ومستوى الدلالة يساوي الصفر وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد، فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية لمحدد الاستجابة ورضا الزبون.

بمعنى آخر أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الاستجابة ورضا الزبائن بمقدار 0.55 أي أن كلما زادت جودة محدد الاستجابة كلما زاد الرضا .

4.1 اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الضمان ورضا الزبون لمؤسسة موبيليس .

لاختبار هذه الفرضية قمنا بدراسة العلاقة بين جميع فقرات رضا الزبائن كمتغير تابع ومحدد الضمان كمتغير مستقل حيث تحصلنا على النتائج التالية :

حيث أن :

$$Y = 1.085 + 0.641 M \quad . \quad \text{رضا الزبون عن محددات جودة الخدمات}$$

$$R = 0.453 \quad . \quad \text{محدد الضمان}$$

$$\text{Sig} = 0.002 \quad \text{مستوى الدلالة}$$

إذن قيمة معامل الارتباط يساوي 0.45 يعني أن هناك ارتباط قوي حيث $0.3 < 0.45 < 0.7$ العلاقة موجبة ومتوسطة. وبالتالي معامل بيرسون للارتباط بين محدد الضمان لمؤسسة موبيليس ومستوى رضا الزبائن يساوي 0.45 وهو ارتباط طردي (لان الإشارة موجبة) موجبة ومتوسطة .

ومستوى الدلالة يساوي الصفر وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد , فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية لمحدد الضمان ورضا الزبون.

بمعنى آخر أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الضمان ورضا الزبائن بمقدار 0.45 أي أن كلما زادت جودة محدد الضمان كلما زاد الرضا .

5.1 اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد التعاطف ورضا الزبون لمؤسسة موبيليس .

لاختبار هذه الفرضية قمنا بدراسة العلاقة بين جميع فقرات رضا الزبائن كمتغير تابع , ومحدد التعاطف كمتغير مستقل حيث تحصلنا على النتائج التالية :

حيث أن :

$Y = 0.874 + 0.641 F$ رضا الزبون عن محددات جودة الخدمات .

$R = 0.586$ محدد التعاطف .

$Sig = 0.000$ مستوى الدلالة

إذن قيمة معامل الارتباط يساوي 0.58 يعني أن هناك ارتباط قوي حيث $0.3 < 0.58 < 0.7$ العلاقة موجبة ومتوسطة, وبالتالي معامل بيرسون للارتباط بين محدد التعاطف لمؤسسة موبيليس ومستوى رضا الزبائن يساوي 0.58 وهو ارتباط طردي (لان الإشارة موجبة) موجبة ومتوسطة .

ومستوى الدلالة يساوي الصفر وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد , فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية لمحدد التعاطف ورضا الزبون.

بمعنى آخر أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد التعاطف ورضا الزبائن بمقدار 0.58 أي أن كلما زادت جودة محدد التعاطف كلما زاد الرضا .

6.1) اختبار الفرضية الفرعية السادسة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الاتصال ورضا الزبون مؤسسة لمؤسسة موبيليس .

لاختبار هذه الفرضية قمنا بدراسة العلاقة بين جميع فقرات رضا الزبائن كمتغير تابع ومحدد الاتصال كمتغير مستقل حيث تحصلنا على النتائج التالية :

حيث أن :

$$Y = 0.553 + 0.766 G$$

Y رضا الزبون عن محددات جودة الخدمات .

$$R = 0.494$$

G محدد الاتصال .

$$Sig = 0.001$$

Sig مستوى الدلالة

إذن قيمة معامل الارتباط يساوي 0.49 يعني أن هناك ارتباط قوي حيث $0.3 < 0.49 < 0.7$ العلاقة موجبة ومتوسطة. وبالتالي معامل بيرسون للارتباط بين محدد الاتصال لمؤسسة موبيليس ومستوى رضا الزبائن يساوي 0.49 وهو ارتباط طردي (لان الإشارة موجبة) موجبة ومتوسطة .

ومستوى الدلالة يساوي الصفر وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد , فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية لمحدد الاتصال ورضا الزبون.

بمعنى آخر أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين محدد الاتصال ورضا الزبائن بمقدار 0.49 أي أن كلما زادت جودة محدد الاتصال كلما زاد الرضا .

خاتمة الفصل :

يعد هذا الفصل تدعيماً للفصل الأول من خلال التحقق من نتائج النظرية, عند دراستنا لمجموعة من أفراد العينة الدراسة, حيث تم عرض النتائج الميدانية المتعلقة بتأثير محددات جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس على رضا زبائنها, من خلال محددات جودة الخدمات (الملموسية, الاعتمادية, والاستجابة والتعاطف , والضمان والاتصال).

وكان التقييم العينة مكونة من 45 زبون من خلال إعداد استبيان موضع فيه مجموعة من الأسئلة المتعلقة

بكل متغير من متغيرات الدراسة, عن طريق مجموعة من الفقرات موزعة بالشكل التالي :

الفقرة من 1 إلى 8 خاصة بالمتغيرات الشخصية والتي نرمز لها بالرمز r .

الفقرة من 1 إلى 20 خاصة بالمتغيرات محددات جودة الخدمات والتي نرمز لها بالرمز t .

الفقرة من 1 إلى 9 خاصة بمتغير رضا الزبائن مؤسسة موبيليس والتي نرمز بالرمز h .

وتقييم كل فقرة من فقرات محددات جودة الخدمات برضا الزبائن, على درجات مقياس ليكرت وكانت على الشكل

التالي :

- تقييم فقرات محدد الملموسية برضا زبائن مؤسسة موبيليس .
- تقييم فقرات محدد الاعتمادية برضا زبائن مؤسسة موبيليس .
- تقييم فقرات محدد الاستجابة برضا زبائن مؤسسة موبيليس .
- تقييم فقرات محدد التعاطف برضا زبائن مؤسسة موبيليس .
- تقييم فقرات محدد الضمان برضا زبائن مؤسسة موبيليس .
- تقييم فقرات محدد الاتصال برضا زبائن مؤسسة موبيليس .

الخاتمة :

إن البحث الميداني الذي اجري على مؤسسة اتصالات الجزائر – موبيليس – لولاية ورقلة, يعبر عن معرفة ووقوف على مدى تأثير محددات جودة الخدمات والمتمثلة في : (الملموسية والاعتمادية والاستجابة, والأمان والتعاطف والاتصال) على رضا زبائن المؤسسة, وذلك بناء على تقييم عينة الدراسة حيث نقول بان التقييم الجيد لأفراد العينة تعكس نجاح مؤسسة موبيليس في تقديم خدمات ذات جودة عالية, بناء على محدداتها من خلال رضا زبائنها .

ولقد سعينا إلى معرفة وعلاقة المتغيرات الشخصية (الجنس والفئة العمرية, والمستوى الدراسي والحالة الاجتماعية والمهنة ...) مع متغيرات الدراسة ورضا الزبائن المؤسسة وكيفية الاتصال والحوار معها .

النتائج :

- إن عينة الدراسة تقريبا تكون متساوية من حيث الجنس, فوجد نسبة الذكور 53.33 % ونسبة الإناث 46.99% وهذا راجع إلى أن المؤسسة ليس لديها فرق بين الذكور والإناث, فهي تمس كل فئات وشرائح المجتمع .
- بالنسبة لفئة العمرية فأفراد العينة كانوا ضمن فئة عمرية ما بين (20 إلى 30 سنة) بنسبة تقدر 84.44% والنسب المتبقية موزعة على الفئات العمرية المتبقية, ومن خلال هذه النسبة فان مؤسسة موبيليس تركز على فئة الشباب, والذين يمثلون نسبة عالية من المجتمع لولاية ورقلة خاصة, والجزائر عامة
- إن معظم أفراد العينة من المستوى التعليمي الجامعي بنسبة تقدر 66.66% وهذا راجع إلى درجة الوعي والثقة لهذه الفئة اتجاه مؤسسة موبيليس, نتيجة لدرايتهم ومعرفتهم عن ما يخص المؤسسة من جديد على مستوى الخدمات المقدمة, وأفضل العروض والنسب الأخرى موزعة على ثانوي وإكمالي وابتدائي بالترتيب .
- بالنسبة لمحددات جودة الخدمات الستة فنقول أن نسبة الأعلى لمتوسط والانحراف المعياري كانت في الفقرة الثانية من محدد الملموسية, بنسبة تقدر 3.71 و 1.160 للانحراف المعياري .

- بالنسبة لمحدد الاعتمادية نجد انه توجد علاقة ارتباط قوية وطرديية (العلاقة موجبة ومتوسطة) حيث بلغ 50% , كما نجد 37.2% من أفراد العينة موافقون على محدد الاعتمادية لمؤسسة موبيليس مقبول و 14.8% موافقون تماما .
- 43.7% من أفراد العينة موافقون على محدد الاستجابة , ولكنه مازالوا ينتظرون الأفضل من خلال هذا المحدد .
- 4.07% من أفراد العينة يرون أن محدد الأمان مقبول وبالنسبة تقدر 17% غير موافقين لرأي الأول مما ينتج عنه , المزيد من الثقة لمقدمي خدمات مؤسسة موبيليس لرسخ الراحة والاطمئنان لدى الزبائن المؤسسة .
- أما بالنسبة لمحدد التعاطف فنجد أن ما نسبة 17% غير موافقين على محدد التعاطف , والنسبة ذاتها موافقون على هذا المحدد , مما ينتج عنه أن الزبون مازال يرى بان المؤسسة ليس لديها درجة عالية في فهم حاجياته ورغباته .
- بالنسبة لمحدد الاتصال نجد أن نسبة 17.8% موافقون على أن المؤسسة تمتاز بالمهارات الاتصالية والحوار مع الزبائن, لوصف الزبون لهذه الخدمة , ونسبة 49% تدل على وجود علاقة قوية (موجبة ومتوسطة) بين محدد الاتصال ورضا الزبائن .
- فما يتعلق بنتائج الفرضية الرئيسية, فوجدنا أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين محددات جودة الخدمات الستة (الملموسية والاعتمادية , والاستجابة والأمان والتعاطف والاتصال) ورضا زبائن مؤسسة موبيليس .

الاستنتاجات :

استناد إلى النتائج التي تم التوصل إليها, فإنه يمكن التوصل إلى استنتاجات أفراد العينة, من خلال رضاهم عن محددات جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس .

✓ استخلصت النتائج إلى الرضا الايجابي عن جميع محددات جودة الخدمات الستة (الملموسية, الاعتمادية, الاستجابة, الضمان, التعاطف, والاتصال) .

✓ تبين النتائج أن أفضل محدد من محددات الستة هو محدد الملموسية, بينما كان محدد الاعتمادية هو اضعف هذه المحددات .

✓ أشارت النتائج إلى وجود علاقة قوية وطرديّة بين محدد الملموسية ورضا الزبائن, وعلاقة قوية (موجبة ومتوسطة) بين محددات المتبقية وهي: (الاعتمادية والتعاطف, والضمان والأمان, والاتصال) .

التوصيات :

بناء على ما توصلنا إليه من نتائج واستنتاجات يتم اقتراح مايلي :

تعرف الجزائر في سوق الاتصالات ثلاث مؤسسات اتصالية للهاتف النقال (موبيليس, جازي, نجمة) والتي تشهد منافسة شديدة بين هذه المؤسسات, وذلك من خلال سعي أي مؤسسة إلى جلب زبائن جدد مع المحافظة على الزبائن الحاليين, ومن اجل ذلك لابد للمؤسسة الاتصالية موبيليس أن تهتم بحاجات ورغبات زبائنها على محددات جودة الخدمات للوصول غالى رضاهم .

- الاهتمام بالشكل الكبير والمطلوب لمحددات جودة الخدمات لتحقيق رضا زبائن مؤسسة موبيليس عن خدمات والعروض المقدمة من طرف المؤسسة .

- على مؤسسة موبيليس أن تضع تقييم عن طريق إجراء استبيان في كل دورة شهرية او فصلية لمعرفة آراء الزبائن ورضاهم مع الاستمرارية للمؤسسة كأسلوب لتحسين محددات جودة الخدمات الستة .

- التقليل من أسلوب عدم الرضا من اجل معرفة حاجات ورغبات الزبائن مع مقارنة محددات جودة الخدمات بالمؤسسات المنافسة .

- على المؤسسة فتح خدمة جديدة خاصة بالزبائن لمعرفة اقتراحاتهم وأرائهم والشكاوي المقدمة إليهم مع معالجتها لتقليل من عدم الرضا .
 - على المؤسسة وضع كل التسهيلات للزبائن لمعرفة عن جديد خدمات المؤسسة المقدمة إليهم من اجل سهولة وصول الزبون لهذه الخدمة .
 - ضرورة الاهتمام الكبير لمؤسسة موبيليس لمحددات الستة لجودة الخدمات مع التركيز على المحددات المتبقية .
 - على المؤسسة موبيليس وضع تحفيزات راقية لجلب الزبون والشعور هذا الأخير بالاهتمام من طرف المؤسسة .
- ولقد تأكد قطاع الخدمات بأهمية هذا القطاع في كل المجالات دون استثناء لتأثيره في اقتصاد أي دولة ما مما يساعد تطور هذا القطاع والنهوض بالاقتصاد الوطني من خلال التركيز على قطاع الخدمات وقطاع الاتصالات بشكل خاص .

الآفاق :

- يمكن التطرق إلى بعض المواضيع التي لها صلة بالموضوع البحث بحيث تكون مفيدة في المستقبل ومن أهمها :
- بالنسبة لموضوع البحث كان لعينة الزبائن مؤسسة موبيليس لولاية ورقلة فقط , حيث تكون هذه الدراسة اشمل من خلال تطبيقها على المستوى الجهوي (الجنوب) أو أكثر من ولاية .
 - التطرق إلى عدد أكثر من محددات الستة لجودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون .
 - تطبيق محددات جودة الخدمات على مؤسسات خدمية أخرى , غير مؤسسات اتصالية .
 - معرفة محددات جودة الخدمات في ولاء الزبون .
 - العلاقة بين محددات جودة الخدمات .

فائمة المراجع

قائمة المراجع

بالغة العربية :

- 1) المحيائي, قاسم نايف علوان, إدارة الجودة الخدمات, دار النشر والتوزيع,الأردن, الطبعة الأولى, 2006.
- 2) الطائي يوسف حجيم سلطان والعبادي هاشم فوزي, إدارة علاقات الزبون, مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع,الأردن, الطبعة الأولى 2009.
- 3) الدرادكة نامون وآخرون, إدارة الجودة الشاملة, الطبعة الأولى, دار الثقافة للنشر والتوزيع, عمان, 2001 .
- 4) خضير كاظم حمود, إدارة الجودة والخدمة العملاء, الطبعة الأولى, دار المسيرة للنشر والتوزيع, عمان, 2002.

بالغة الفرنسية :

1) Gerad Taker ,Michel Lingbais .**Marketing des services** , edition de nord ,1992

مذكرات والرسائل الجامعية :

- 1) بلحسن سميحة, مذكرة لنيل شهادة ماجستير (تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون _دراسة حالة مؤسسة موبيليس) تخصص تسويق الخدمات, جامعة قاصدي مرباح _ورقلة_ الجزائر, سنة 2012 .
- 2) بوعنان نورالدين - مذكرة ماجستير(جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء) تخصص :التسويق - جامعة محمد بوضياف - مسيلة - الجزائر - سنة 2006/2007 .
- 3) مزيان عبد القادر - مذكرة ماجستير (أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء) تخصص :تسيير دولي - جامعة أبي بكر بلقايد -تلمسان - الجزائر - سنة 2011 /2012
- 4) رقاد صليبية - " تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون " - رسالة ماجستير منشورة - جامعة الحاج لخضر - باتنة - كلية العلوم الاقتصادية 2007/2008.
- 5) نائل صفدي و مؤيد شحادة و معاذ شحادة - مدى رضا العاملين وأثره على جودة الخدمات المقدمة من قبل شركة الإتصالات الفلسطينية - مشروع تخرج - قسم تسويق - كلية الاقتصاد والعلوم الادارية - جامعة النجاح الوطنية - فلسطين - سنة 2011

المجلات :

- 1) إدريس ثابت عبد الرحمان ، " قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات :دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية بدولة الكويت "، المجلة العربية . للعلوم الإدارية، الكويت، مجلس النشر العلمي المجلد الرابع، العدد الأول نوفمبر 1996
- 2) بريش عبد القادر - " جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك " - في مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا - الجزائر العدد الثالث، ديسمبر 2005 .
- 3) يونس مقدادي و محمد الشورة مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية كلية الأعمال - جامعة الشرق الأوسط - الأردن - مجلد () .

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
كلية العلوم الاقتصادية والتسيير و العلوم التجارية
جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-

تخصص : تسويق الخدمات

قسم : العلوم التجارية

الموضوع : استبيان

في إطار إعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق الخدمات حول موضوع البحث والمتعلق بأثر محددات جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون، تم انجاز هذا الاستبيان لتعرف على درجة رضاكم عن مستوى جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس، ويشرفني مشاركتكم في هذا الاستبيان .

علما أن البيانات التي سيتم الإدلاء بها سوف تحاط بالسرية التامة، ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي . نشكركم على مساهمتكم الفعالة في الإجابة على أسئلة الاستبيان المقدم إليكم، وإجاباتكم تأخذ بعين الاعتبار للاهتمام هذه الدراسة . وشكرا .

الجزء الأول : أسئلة شخصية

ضع العلامة () في الخانة المناسبة .

1- الجنس : ذكر ، أنثى

2- العمر :

أقل من 20 سنة 20-30 سنة 30-40 سنة 40-50 سنة من 50 سنة

3-مستوى الدراسي : ابتدائي كمالي ثانوي جامعي

شهادات عليا .

4-ما الذي يجعلك زبون للمؤسسة موبيليس : الخدمات المقدمة سهولة الحصول على الخدمة

, رمز العلامة , أخرى

5-كيف يتم الاتصال بالمؤسسة موبيليس:

البريد الالكتروني الهاتف البريد العادي حضور الشخصي

6- ما رأيك بالجودة العروض المقدمة من طرف موبيليس :

ممتازة جيدة حسنة متوسطة ضعيفة

7- الحالة الاجتماعية : متزوج أعزب أخرى

8- المهنة : موظف مهن حرة تقاعد بدون عمل أخرى

الجزء الثاني : مستوى قياس محددات جودة الخدمات .

إليك مجموعة من العبارات التي تعبر عن مستوى محددات جودة الخدمات التي تقدمها موبيليس فالرجاء قراءة هذه العبارات ثم وضع علامة () في الخانة التي تراها مناسبة لك.

العبارات	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
(1) مظهر المبنى الخارجي للمؤسسة موبيليس جذاب .					
(2) التصميم والديكور الداخلي لمؤسسة موبيليس جميل .					
(3) المعدات والأجهزة المستخدمة في أداء الخدمة حديثة ومتطورة.					
(4) مظهر مقدمي الخدمة لمؤسسة موبيليس لائق.					
(5) مقدمي الخدمة يقدم لك الخدمة بشكل المطلوب .					
(6) الخدمة المقدمة دقيقة وواضحة بشكل التي تطلبه .					
(7) احترام الوقت والأداء تجده عند مقدمي الخدمة أثناء طلبك للخدمة					
(8) نفي دائما مؤسسة موبيليس بعودها للخدمات المقدمة .					
(9) موبيليس تهيأ لك كل الظروف الملائمة والمساعدة عند طلبك للخدمة .					
(10) عندما تواجهك مشكلة فان المؤسسة تبتديك اهتمام خاص لحلها.					
(11) تقوم المؤسسة بالرد الفوري على استفسارات وشكاوي الزبائن.					
(12) هناك استجابة فورية لحاجات الزبائن مهما كانت درجة انشغالهم .					
(13) شعورك بالأمان عند تعامل مع مؤسسة موبيليس.					
(14) توجد ثقة عالية بمقدمي خدمات مؤسسة موبيليس .					
(15) تضع ثقك الكاملة لدى مقدمي الخدمة لمؤسسة موبيليس .					
(16) المؤسسة لديها اللطف في تعامل مع الزبائن.					
(17) موبيليس لديها درجة عالية في فهم ومعرفة احتياجاتك .					
(18) موبيليس تضع مصلحة الزبون في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا.					
(19) تمتاز موبيليس بالمهارات الاتصالية مع الزبائن .					
(20) هناك درجة عالية من الحوار والاتصال لوصفك للخدمة من طرف موبيليس .					

الجزء الثالث : مستوى قياس رضا الزبون .

هذا الجزء يعبر عن درجة رضاك أو عدم رضاك عن الخدمة المقدمة من طرف مؤسسة موبيليس فالرجاء
ضع العلامة (x) في الخانة المناسبة .

غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارات
					1) أنت راضي للأقتنائك شريحة موبيليس .
					2) أنت راضي على مشاركتك في مؤسسة موبيليس.
					3) أنت راضي على كل ما تقدمه موبيليس من عروض وخدمات.
					4) أنت راضي عن العروض والخدمات الجديدة .
					5) درجة رضاك مرتبطة بالتحسينات المتعلقة بالجودة الخدمات المقدمة .
					7) الخدمات المقدمة أفضل من توقعاتك.
					8) تقوم المؤسسة دوما على تلبية حاجات ورغبات الزبائن.
					9) أنت راضي أكثر عن الخدمات التي تقدمها المؤسسات المنافسة (جازي ,نجمة) .
					10) أنت راضي على مشاركتك لفترة طويلة مع مؤسسة موبيليس .

وشكرا.

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتويات
I	الإهداء
II	الشكر
III	الملخص
IV	قائمة المحتويات
VI	قائمة الجداول
VII	قائمة الأشكال
أ_د	مقدمة
-	الفصل الأول : الإطار المفاهيمي لمحددات جودة الخدمة ورضا الزبون
2	تمهيد الفصل
3	المبحث الأول : جودة الخدمة ورضا الزبون
3	المطلب الأول : مفهوم الجودة وتطورها
3	أولاً) مفهوم الجودة
4	ثانياً) تطور مفهوم الجودة
5	المطلب الثاني : مفهوم الجودة و محدداتها
5	أولاً : مفهوم جودة الخدمة
7	ثانياً : محددات جودة الخدمة
10	المطلب الثالث : مفهوم الرضا وأهميته
10	أولاً : مفهوم الرضا
11	ثانياً : أهمية الرضا
13	المبحث الثاني : الدراسات السابقة
13	المطلب الأول : الدراسات السابقة المتعلقة بجودة الخدمات
13	__ دراسة يونس مقدادي سنة 2011
14	المطلب الثاني : الدراسات السابقة المتعلقة برضا الزبون
14	__ دراسة نائل صفدي ومؤيد ومعاذ شحادة سنة 2011

15	المطلب الثالث : الدراسات السابقة المتعلقة بجودة الخدمات ورضا الزبون
15	_ دراسة سميحة بلحسن سنة 2012
15	_ دراسة مزيان عبد القادر سنة 2012
16	_ دراسة بوحنان نورالدين سنة 2007
17	المطلب الرابع : موقع الدراسة من الدراسات السابقة
19	خاتمة الفصل
20	الفصل الثاني : الإجراءات المنهجية لدراسة الميدانية
21	تمهيد
22	المبحث الأول : الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية
22	المطلب الأول : الطريقة المستخدمة في الدراسة
22	أولا : مجتمع الدراسة واختيار العينة
22	ثانيا : أدوات الدراسة
23	المطلب الثاني : أدوات وأساليب التحليل الإحصائي
24	أولا : صدق التحكيم.
25	المبحث الثاني : عرض نتائج الدراسة ومناقشتها .
25	المطلب الأول : خصائص عينة الدراسة ونتائجها
25	أولا : تحليل الخصائص الشخصية
30	ثانيا : تحليل معطيات محددات جودة الخدمات
31	ثالثا : تقييم رضا الزبائن لكل محدد من محددات جودة الخدمات
31	1)الملموسية
32	2)الاعتمادية
33	3)الاستجابة
34	4)الأمان
35	5)التعاطف
35	6)الاتصال
36	رابعا : تحليل معطيات رضا الزبون .
39	المطلب الثاني : اختيار الفرضيات ومناقشتها
41	1.1) اختبار الفرضية الفرعية الأولى

42	2.1) اختبار الفرضية الفرعية الثانية
42	3.1) اختبار الفرضية الفرعية الثالثة
43	4.1) اختبار الفرضية الفرعية الرابعة
44	5.1) اختبار الفرضية الفرعية الخامسة
45	6.1) اختبار الفرضية الفرعية السادسة
46	خاتمة الفصل
47	الخاتمة
52	قائمة المراجع
54	الملاحق