



جامعة الموصل
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم الإدارة الصناعية

مدى توافر أبعاد جودة الخدمات المقدمة في مديرية بلدية النمرود / دراسة استطلاعية
لآراء عينة من العاملين في مديرية بلدية النمرود في محافظة نينوى

سعد جمال عبدالمجيد الجبوري

دبلوم عالي تخصصي
الإدارة الصناعية

بإشراف
الأستاذ المساعد
الدكتورة آلاء حسيب الجليلي

مدى توافق أبعاد جودة الخدمات المقدمة في مديرية بلدية النمرود / دراسة استطلاعية
لآراء عينة من العاملين في مديرية بلدية النمرود في محافظة نينوى

رسالة تقدم بها
سعد جمال عبدالمجيد الجبوري

إلى
مجلس كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة الموصل
وهي جزء من متطلبات نيل شهادة الدبلوم العالي في اختصاص
الإدارة الصناعية

بإشراف
الأستاذ المساعد
الدكتورة آلاء حسيب الجليلي

إقرار المشرف

اشهد بأن إعداد هذه الرسالة الموسومة " مدى توافر أبعاد جودة الخدمات المقدمة في مديرية بلدية النمرود / دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في مديرية بلدية النمرود في محافظة نينوى " جرت تحت إشرافي في جامعة الموصل/ كلية الادارة والاقتصاد وهي جزء من متطلبات نيل شهادة الدبلوم العالي التخصصي في الإدارة الصناعية.

التوقيع :

المشرف : أ.م.د. الاء حسيب الجليلي

التاريخ : / / ٢٠٢

إقرار المقوم اللغوي

اشهد بأن هذه الرسالة الموسومة " مدى توافر أبعاد جودة الخدمات المقدمة في مديرية بلدية النمرود / دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في مديرية بلدية النمرود في محافظة نينوى " تمت مراجعتها من الناحية اللغوية وتصحيح ما ورد فيها من أخطاء لغوية وتعبيرية وبذلك أصبحت الرسالة مؤهلة للمناقشة بقدر تعلق الأمر بسلامة الأسلوب وصحة التعبير.

التوقيع :

الاسم : د. صلاح أحمد صالح

التاريخ : / / ٢٠٢

إقرار رئيس لجنة الدراسات العليا في القسم

بناء على التوصيات المقدمة من قبل المشرف والمقوم اللغوي، أشرح هذه الرسالة للمناقشة.

التوقيع :

الاسم : أ.د. ميسر ابراهيم الجبوري

التاريخ : / / ٢٠٢

إقرار رئيس القسم

بناء على التوصيات المقدمة من قبل المشرف والمقوم اللغوي ورئيس لجنة الدراسات العليا في القسم، أشرح هذه الرسالة للمناقشة.

التوقيع :

الاسم : أ.د. ميسر ابراهيم الجبوري

التاريخ : / / ٢٠٢

قرار لجنة المناقشة

نشهد بأننا أعضاء لجنة التقييم والمناقشة قد أطلعنا على الرسالة الموسومة " مدى توافر أبعاد جودة الخدمات المقدمة في مديرية بلدية النمرود / دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في مديرية بلدية النمرود في محافظة نينوى" وناقشنا الطالب سعد جمال عبدالمجيد صالح الجبوري في محتوياتها وفي ما له علاقة بها بتاريخ / / ٢٠٢ وانها جديرة لنيل شهادة الدبلوم العالي التخصصي في الإدارة الصناعية .

الاستاذ المساعد الدكتور

علي عبدالستار الحافظ

كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل

رئيساً

الاستاذ المساعد الدكتورة

آلاء حسيب الجليلي

كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل

عضواً ومشرفاً

المدرس الدكتور

بشار ذاكر القوطجي

كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل

عضواً

قرار مجلس الكلية

/ اجتمع مجلس كلية الادارة والاقتصاد بجلسته المنعقدة بتاريخ / ٢٠٢ وقرر التوصية بمنحه شهادة الدبلوم العالي التخصصي في الادارة الصناعية.

أ.د. ثائر أحمد سعدون السمان

عميد الكلية

/ / ٢٠٢

أ.د. علاء عبدالسلام يحيى الحمداني

معاون العميد للشؤون العلمية

/ / ٢٠٢

شكر و عرفان

الحمد لله تعالى على وافر نعمه وفضله والصلاة والسلام على سيدنا محمد (ﷺ) وعلى آله وصحبه أجمعين وبعد ... لا يسعني في ختام هذا الجهد إلا أن أحمده وأشكره سبحانه وتعالى الذي أنعم عليّ بنعمتي الصبر والمثابرة اللتين تمكنت بهما من تخطي صعوبات البحث وإخراجه إلى حيز الوجود، وما كان ذلك إلا بفضل الله سبحانه وتعالى ثم بمساعدة مشرفتي (أ.م.د. **الاء حسيب الجليلي**) أقدم وافر شكري واحترامي وتقديري لها لما أبدته لي من نصائح وإرشادات طيبة فترة كتابة البحث برغم الظروف التي مرت بنا من حضر للتجوال وجائحة كورونا لم تنقطع معي وذلك من خلال تواصلنا عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو عن طريق الاتصال الهاتفي لغرض متابعتي وان من واجب الوفاء والعرفان والجميل أن أسجل شكري وامتناني الوافر لها. كما أقدم شكري وتقديري إلى السيد رئيس قسم الإدارة الصناعية (أ.د. **ميسر إبراهيم الجبوري**) والشكر موصول أيضاً إلى السادة التدريسيين وأخص منهم (أ.د. **عادل ذاكر النعمة** و أ.م.د. **رعد عدنان رؤوف** و أ.م.د. **علي عبد الستار الحافظ** و م.د. **أحمد هاني النعيمي** و م.د. **زهراء غازي ذنون** و أ.م. **رياض جميل وهاب**) لما أبدوه من مساعدة وإرشادات. كما أقدم شكري وتقديري أيضاً إلى كادر موظفي مكتبة كلية الإدارة والاقتصاد لما قدموه من مساعدة فضلاً عن ملاحظاتهم حول الموضوع. كما أتقدم بالشكر إلى موظفي بلدية النمرود لما قدموه من مساعدة خلال مدة التدريب الصيفي وإجابتهم على الاسئلة الموجهة في استمارة الفحص.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى السادة رئيس لجنة المناقشة وأعضائها المحترمون الذين تفضلوا عليّ بقبول مناقشة رسالتي هذه، وإنني على يقين بأن ملاحظاتهم سنثري هذا العمل فجزاهم الله خيراً. كما يسرني أن أتقدم بالشكر والامتنان إلى السادة محكمي استمارة الفحص الذين كان لهم دور في تعزيز الاستمارة ومصداقيتها وهم كل من أ.د. **ميسر إبراهيم الجبوري** و أ.م.د. **رعد عدنان رؤوف** و أ.م.د. **علي عبد الستار الحافظ** و م.د. **أحمد هاني النعيمي** و م.د. **زهراء غازي ذنون**.

كما لا يفوتني أن أتقدم بخالص شكري وتقديري إلى السيدة رئيس أبحاث. أقدم (**سحر عزيز محمود**) في مختبر كلية الإدارة والاقتصاد لما أبدته لي من مساعدة في سبيل استخراج نتائج الفحص. كما أتقدم بالشكر إلى زملائي الطلبة الذين رافقوني طيلة مدة الدراسة وما بذلوه من مساعدة، ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر والاعتذار للسادة الذين لم أذكر اسماءهم، ممن أسهموا بالجهد والمشورة في إنجاز هذه الرسالة. كما أتقدم بخالص شكري وامتناني إلى عائلتي الكريمة وأخص بالذكر (والدتي) التي لها الفضل الكبير في وصولي إلى هذه المرحلة، أطال الله عمرها. كما أقدم جهدي هذا إلى روح والدي الطاهرة التي ضحى بها من أجل الدفاع عن هذا الوطن، كما أتقدم بالشكر إلى (أخوتي الأعزاء) لما لهم من أثر كبير في الدعم المستمر لي طيلة مدة دراستي. كما أتقدم بوافر الشكر إلى زوجتي وأولادي لما قدموه لي من مساعدة خلال مدة الدراسة.

ومن الله التوفيق

الباحث

ثبت المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ - ب	المستخلص
ت - ث	ثبت المحتويات
ج	ثبت الجداول
ج	ثبت الأشكال
١	المقدمة
٩-٢	الفصل الأول: منهجية الدراسة
٥-٣	المبحث الأول: نطاق الدراسة
٦	المبحث الثاني: منهج الدراسة
٩-٧	المبحث الثالث: وصف المؤسسة المبحوثة والأفراد المبحوثين
١٧-١٠	الفصل الثاني: ماهية الخدمات
١٢-١١	المبحث الأول: تعريف الخدمات
١٣	المبحث الثاني: أهمية الخدمات ومفهوم المؤسسة الخدمية
١٧-١٤	المبحث الثالث: خصائص وتصنيف الخدمات
٢٩-١٨	الفصل الثالث: الجانب النظري (أبعاد جودة الخدمات)
٢٢-١٩	المبحث الأول: ماهية جودة الخدمات (مفهوم، أهمية، أهداف)
٢٥-٢٣	المبحث الثاني: نماذج قياس جودة الخدمات
٢٩-٢٦	المبحث الثالث: أبعاد جودة الخدمات
٣٦-٣٠	الفصل الرابع: الجانب العملي (وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها واختبار فرضية البحث)
٣٤-٣١	المبحث الأول: وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها
٣٦-٣٥	المبحث الثاني: اختبار فرضية البحث
٣٩-٣٧	الفصل الخامس: الاستنتاجات والمقترحات
٤٦-٤٠	ثبت المصادر
٥٣-٤٧	ثبت الملاحق
A-B	المستخلص باللغة الإنكليزية : Abstract

ثبت الجداول

رقم الصفحة	عنوانه	رقم الجدول
٩	وصف الأفراد المبحوثين	١
١١	مفاهيم الخدمات حسب آراء الباحثين	٢
١٤	خصائص الخدمات	٣
٢٧-٢٦	أبعاد جودة الخدمات الأكثر قبولا	٤
٣٤	التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات جودة الخدمات	٥
٣٥	اختبار فرضية البحث	٦

ثبت الاشكال

رقم الصفحة	عنوانه	رقم الشكل
٤	المخطط الفرضي للدراسة	١
٢٠	مفهوم جودة الخدمات	٢
٢٦	أبعاد جودة الخدمات	٣

ثبت الملاحق

رقم الصفحة	عنوانه	رقم الملحق
٤٧	نموذج استبيان آراء الخبراء والمحكمين في قياس صدق استمارة الفحص	١
٤٨	أسماء السادة الخبراء والمحكمين لاستمارة الفحص	٢
٥٣-٤٩	نموذج استمارة الفحص	٣

المقدمة:

في ظل ركب الأعمال الذي يلحق التطور بمختلف مجالاته ينبغي أن نعرف أن الزبون هو الركيزة الأساسية التي تعتمد عليها المنظمات في عملها، وعلى الرغم من التقدم والحدثة في مجال الأعمال، يبقى الزبون الزاوية في عملية تأسيس العمل الناجح.

وتتمثل هذه الدراسة بمحاولة لتقييم الكشف عن مدى توافر أبعاد جودة الخدمات المقدمة في مديرية بلدية النمرود. إذ يأخذ هذا الموضوع أهمية كبيرة نظراً لما تمثله جودة الخدمات من أهمية في الوقت الحاضر. إذ تزايد اهتمام المؤسسات سواء (حكومية أو خاصة) في الأونة الأخيرة بالزبون. فأخذت تركز على تحقيق حاجته ورغباته واشباعها بأفضل الطرائق والأساليب الممكنة بما يعزز من جودة خدماتها.

تسعى الدراسة إلى تقديم إطار فكري وميداني لبيان مستوى توافر جودة الخدمات المقدمة والتركيز على أبعاد جودة الخدمات المتمثلة بـ(الملموسية، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة، التعاطف). من خلال وصف المتغيرات وتشخيصها وتقديم عدد من المقترحات للمؤسسة المبحوثة والباحثين في هذا المجال مستقبلاً.

ولأغراض تنظيمية تم تقسيم الدراسة الى خمسة فصول تضمن الفصل الأول: (منهجية الدراسة) ثلاث مباحث الأول: (نطاق الدراسة) الثاني: (منهجية الدراسة) الثالث: (وصف المؤسسة المبحوثة والافراد المبحوثين). وتناول الفصل الثاني الجانب النظري إذ اشتمل على ثلاثة مباحث، الأول: (ماهية جودة الخدمات)، الثاني: (خصائص ونماذج جودة الخدمات)، الثالث: رمز على (أبعاد جودة الخدمات). في حين اختص الفصل الثالث على (ماهية الخدمات)، كما اشتمل على ثلاثة مباحث الأول: (تعريف الخدمات) والثاني: (أهمية الخدمات) والثالث (خصائص الخدمات وتصنيفها). أما الفصل الرابع فقد اشتمل على الجانب العملي (وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها واختبار فرضية البحث) على شكل مبحثين الأول: (وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها) الثاني: (اختبار فرضية البحث). أما الفصل الخامس فقد اختتم (بالاستنتاجات والمقترحات) المقدمة للمؤسسة المبحوثة.

الفصل الأول منهجية الدراسة

في هذا الفصل تم التركيز على أساليب جمع البيانات وتحليلها، مع وصف مجتمع الدراسة ومسوغات اختياره لغرض استعراض منهجية الدراسة، وقد تم تناول المباحث الآتية:

المبحث الأول: نطاق الدراسة.

- مشكلة الدراسة.

- أهمية الدراسة.

- أهداف الدراسة.

- مخطط الدراسة.

- فرضيات الدراسة.

المبحث الثاني: منهج الدراسة.

المبحث الثالث: وصف المؤسسة المبحوثة والأفراد المبحوثين.

المبحث الأول نطاق الدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

تعد جودة الخدمات العمود الأساس لنجاح المؤسسات الخدمية، والإدارة الأساسية للاحتفاظ بالزبائن ورضاهم، الأمر الذي وجه المؤسسات للتوجه نحو الاهتمام والسعي الحقيقي لتحقيق جودة الخدمات، ويمكن تحديد مشكلة الدراسة بطرح التساؤل الآتي: ما هو مدى توافر مستوى جودة الخدمات في مديرية بلدية النمروذ؟

ومن مدة التدريب التي أجراها الباحث في مديرية بلدية النمروذ للفترة من ٢٠٢٠/٧/١ ولغاية ٢٠٢٠/٨/٣١، أثناء التدريب الصيفي تعرف الباحث على واقع المؤسسة المبحوثة بشكل عام، في ظل الظروف التي واجهتها هذه المؤسسة في عملها من استحداثات في مجال الخدمات، هذا ما دفع الباحث إلى التعرف بشكل أكثر تفصيلاً إلى ماهية جودة الخدمات لكونها أداة تسهم في زيادة رضا الزبائن. وهنا أثار الباحث مجموعة أسئلة منها:

- ١- هل تتوفر أبعاد جودة الخدمات في المؤسسة المبحوثة؟
- ٢- ما هو ترتيب الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمات في المؤسسة المبحوثة؟

ثانياً: أهمية الدراسة: تتركز أهمية الدراسة على:

- ١- معرفة توجهات العاملين من الخدمات التي تقدمها البلدية من خلال تطويرها.
- ٢- تزايد أهمية قطاع الخدمات العام من خلال دور العاملين في المؤسسة المبحوثة على حياة المواطنين اليومية.
- ٣- ان النتائج التي توصل إليها الباحث من الممكن ان تساعد مديري دوائر البلدية في تحسين جودة الخدمات.

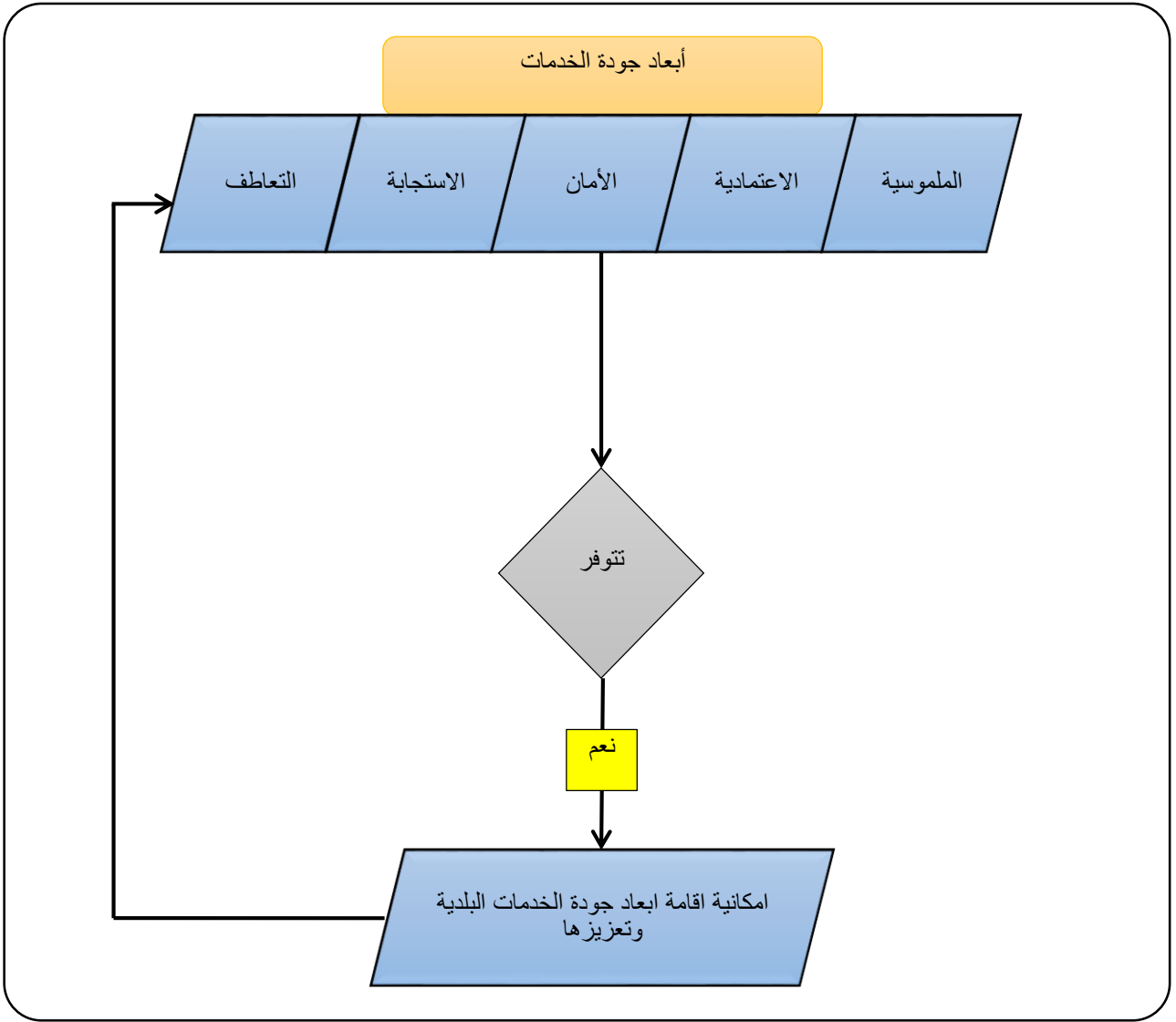
ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات المقدمة في مديرية بلدية النمروذ من خلال آراء المستفيدين، فضلاً عن أنها تحقق الأهداف الآتية:

- ١- تعريف الأفراد العاملين في مديرية بلدية النمروذ على أبعاد جودة الخدمات في مجال البلدية.
- ٢- تحديد امكانية اقامة ابعاد جودة الخدمات البلدية.
- ٣- قياس مستوى توافر جودة خدمات البلدية المقدمة إلى المواطنين.

رابعاً: المخطط الفرضي للدراسة

من خلال المضامين المؤشرة إزاء مشكلة الدراسة وصولاً لتحقيق أهداف الدراسة تم صياغة مخطط فرضي يقوم بتحديد أبعاد جودة الخدمات.



الشكل (١)
المخطط الفرضي للدراسة
المصدر: إعداد الباحث

خامساً: فرضيات الدراسة:

اعتماداً على مخطط الدراسة فقد تم صياغة فرضيات الدراسة كما يأتي:

- ١- تقدم مديرية بلدية النمرود مستوى جودة خدمات يلاقي قبولا لدى العاملين.
- ٢- تتباين الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمات المتمثلة ب(الملموسية ، الاعتمادية ، الأمان ، الاستجابة ، التعاطف) في مديرية بلدية النمرود، من خلال اختبار T.
- ٣- تتوفر أبعاد جودة الخدمات المقدمة من قبل الميدان المبحوث.

المبحث الثاني

منهج الدراسة

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، في دراسة أبعاد جودة الخدمات وما يحدث من تغيرات وذلك من جمع البيانات الخاصة بالمؤسسة أو المنظمة المبحوثة وكما يأتي:

أولاً: أساليب جمع البيانات:

تم الحصول على البيانات عن استطلاع الرأي للعاملين والمعلومات المطلوبة التي تساعد الباحث على تحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى النتائج، وتم الاعتماد على ما يأتي:

- ١- الجانب النظري: إذ تم الاعتماد على المصادر العربية والأجنبية وإسهامات الباحثين من كتب، ودوريات، ورسائل، وأطاريح، فضلاً عن الأنترنت.
- ٢- الجانب الميداني: إذ تم اعتماد الوسائل الآتية في جمع البيانات عن الدراسة من حيث:
 - أ - المقابلات الشخصية مع العاملين في البلدية في الفترة من ٧/١ ولغاية ٢٠٢٠/١١/١.
 - ب - استمارة الفحص المعتمدة في استطلاع الرأي من خلال توجيه أسئلة في الاستمارة للعاملين في المؤسسة المبحوثة.

ثانياً: (اختبار) صدق استمارة الفحص:

وذلك بعرض استمارة الفحص على السادة المحكمين لغرض التأكد من دقة الخطوات المعتمدة وصلاحياتها من كل بعد من أبعاد جودة الخدمات، ومن ثم توزيع استمارة الفحص على موظفي المؤسسة المبحوثة وتوضيح نبذة في استمارة الفحص، حيث تم الاعتماد على المصادر الآتية في صياغة أسئلة استمارة الفحص (الكسو، ٢٠١٨)، (الطاني، ٢٠١٣)، (الطاني، ٢٠١٢).

ثالثاً: حدود الدراسة:

تضم حدود الدراسة ما يأتي:

- ١- الحد المكاني للدراسة: انحصر الحد المكاني ضمن الحد الجغرافي لمديرية بلدية النمرود.
- ٢- الحد الزمني للدراسة: انحصرت الحد الزمني للدراسة في الفترة من ٧/١ الى ٢٠٢٠/١١/١.
- ٣- الحدود البشرية: انحصرت ضمن الأفراد الذين يعملون في (مديرية بلدية النمرود) إذ تم ذلك بتوزيع استمارات فحص على شكل عينة قصدية حسب المؤهلات العلمية وميدان العمل.

المبحث الثالث

وصف المؤسسة المبحوثة والأفراد المبحوثين

أولاً: وصف المؤسسة المبحوثة:

تقع ناحية النمرود في الجنوب الشرقي من مدينة الموصل وتبعد عنها حوالي (٣٥) كم، وقد تم استحداث الناحية بموجب المرسوم الجمهوري المرقم (١٠٨) في ١٩٧٠/٢/٤ وتبلغ المساحة الكلية للناحية (٤٧٣) كم^٢ ومنها مساحة القصبية تبلغ (٦،٢) كم^٢، أما عدد سكانها فقد بلغ حسب نتائج تعداد عام ١٩٧٧ (١٧٥٨) نسمة في المنطقة الحضرية و(٢٨٧١١) نسمة في المنطقة الريفية، أما تعداد المنطقة في الوقت الحاضر فقد بلغ (٥٠٠٠) نسمة، أما تاريخ المدينة فقد نشأت قرية قرب الدير الأثري المشهور في المنطقة والمعروف (دير مار بهنام) وقد أخذت بالنمو والتوسع فاستحدثت ناحية باسم (ناحية النمرود) نسبة إلى مدينة النمرود الأثرية (كالح) والنمرود من المدن القديمة التي ذاع صيتها واشتهرت بقاياها قديماً وحديثاً.

تقوم البلدية بجهود متواضعة لتقديم الخدمات للمواطنين وبالإمكانات المتاحة المتمثلة بخدمات التنظيف بآليات البلدية والأيدي العاملة فيها، وقد تم التخطيط لتنفيذ مشاريع للقصبية إذ تم تنفيذ الكثير من المشاريع داخل القصبية وتوزيع ثلاث وجبات من القطع السكنية على الشرائح المشمولة بها، ويبلغ كادر مديرية بلدية النمرود (٥٦) موظفاً على الملاك الدائم و(٧٥) عاملاً بأجور يومية. إذ إن أغلب موظفي الدائرة هم من حملة شهادة البكالوريوس والمعاهد ومن خريجي الإعدادية والمتوسطة والابتدائية، ويعمل الموظفون كافة كفريق واحد لإنجاز الأعمال المطلوبة كافة وتقديم أفضل الخدمات البلدية إلى المواطنين.

إذ تم توزيع (٣٦) استمارة فحص على عينة قصدية من الأفراد العاملين في مديرية بلدية النمرود وذلك من خلال المقابلات الشخصية من أجل توضيح فقرات استمارة الفحص ، إذ بلغت نسبة الاستمارات الصالحة (٣٦) والمستبعد (٠) و المسترجع (٣٦).

ثانيا : وصف الأفراد المبحوثين:

١- توزيع الأفراد المبحوثين بحسب الجنس:

يتبين من الجدول (١) أن عدد الذكور (٣٠) فرداً إذ يشكلون (٨٦,٣%) من الأفراد المبحوثين، في حين كان عدد الإناث (٦) ويشكلن (٦,٦%) من إجمالي الأفراد المبحوثين، وهذا يدل على أن نسبة الذكور الذين يعملون مع المؤسسة المبحوثة هم أكثر من الإناث بسبب طبيعة الخدمة المقدمة، وتلك النتيجة تعكس طبيعة المجتمع في المؤسسة المبحوثة.

٢- توزيع الأفراد المبحوثين بحسب العمر:

تشير نتائج الجدول (١) إلى أن نسبة الفئات العمرية الأكبر في المؤسسة المبحوثة كانت للفئة العمرية (٣٠-٣٩) سنة إذ بلغت (٤٩,٩%)، تليها الفئة العمرية (٤٠-٤٩) سنة بنسبة (٣٦,١١%)، أما الفئة العمرية (٥٠-٥٩) سنة فقد بلغت (١١,١%) في حين بلغت الفئة العمرية (٢٩-٢٠) سنة (٢,٧%)، وكانت النسبة (٠%) للفئة العمرية (٦٠ - فأكثر).

٣- توزيع الأفراد المبحوثين وفقاً للتصنيف الدراسي:

تشير معطيات الجدول (١) إلى المعدلات الخاصة بالتصنيف العلمي للأفراد المبحوثين، فقد لوحظ أن نسبة (٠%) للشهادات الدكتوراه والماجستير والدبلوم العالي، في حين بلغت نسبة الحاصلين على شهادة البكالوريوس (٤١,٦%) وبلغت نسبة الدبلوم الفني (٨,٣%)، كما بلغت نسبة الحاصلين على الشهادة الثانوية فما دونها (٥٠%).

الجدول (١)
وصف الأفراد المبحوثين

الجنس											
انثى						ذكر					
%		العدد		%		العدد		%		العدد	
١٦,٦		٦		٨٦,٣		٣٠					
الفئات العمرية											
٦٠ - فأكثر		٥٩-٥٠		٤٩-٤٠		٣٩-٣٠		٢٩-٢٠			
%		العدد		%		العدد		%		العدد	
٠		٠		١١,١		٤		٣٦,١١		١٣	
				٤٩,٩		١٨		٢,٧		١	
التحصيل الدراسي											
دكتوراه		ماجستير		دبلوم عالي		دبلوم فني		بكالوريوس		ثانوية - فأقل	
%		العدد		%		العدد		%		العدد	
٠		٠		٠		٠		٨,٣		٣	
								٤١,٦		١٥	
								٥٠		١٨	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على الجزء الأول من استمارة الفحص.

الفصل الثاني

ماهية الخدمات

المقدمة:

هناك تعاريف مختلفة ومتعددة حول الخدمة على الرغم من كثرة التعريفات لمفهوم الخدمة، وذلك بسبب الخصائص التي تتفرد بها الخدمات مقارنة بالسلع المادية، وقد عرفت الخدمة: بأنها النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة (الضمور، ٢٠٠٥، ص ١٧).

سنتطرق في هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث هي:

المبحث الأول: تعريف الخدمات.

المبحث الثاني: أهمية الخدمات.

المبحث الثالث: خصائص الخدمات وتصنيفها.

المبحث الأول

تعريف الخدمات:

الخدمة: منتج غير ملموس هدفه الأساس اشباع حاجات المستهلك ورغبته التي يمكن أن تحقق للمستهلك منفعة (ساعد، ٢٠٠٣، ص ٣٩).

ليس من السهل إعطاء تعريف واضح وشمولي للخدمة إذ يعد ذلك أمراً صعباً بالمقارنة مع المفهوم السائد للسلع المادية، وذلك بسبب الخصائص التي تنفرد عن الخدمة مما يؤدي إلى تعدد التعاريف من قبل الكتاب والباحثين المهتمين بهذا المفهوم. وسوف نحاول تسليط الضوء على عدد من التعاريف منها:

الجدول (٢)

يوضح مفاهيم الخدمات حسب آراء الباحثين

ت	اسماء الباحثين	التعريف
١	(Stanton, 1997)	هي النشاطات غير المحسوسة التي تحقق منفعة للزبون أو المستفيد هي ليست بالضرورة مرتبطة ببيع السلع أو خدمة أخرى.
٢	(ماضي، ٢٠٠٢، ١٣)	"نشاط أو سلسلة من الأنشطة التي إلى حد ما ذات طبيعة غير ملموسة وغير عادية "
٣	Kotler & Armstrong, 2004, 113	نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف آخر وتكون في الأساس غير ملموسة، أو غير محسوسة، ولا يترتب عليها أية ملكية.
٤	(Lovell, 2004. 14)	عبارة عن منفعة مدركة بالحواس قائمة بحد ذاتها، أو متأصلة بشيء مادي وتكون قابلة للتبادل ولا يترتب عليها ملكية وهي في الغالب غير محسوسة.
٥	(الصميدعي ويوسف، ٢٠٠٥، ٥)	نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد، المنظمات، أو المكائن، وذلك لعدم ملموسية هذا النشاط أو العمل قد يرتبط تقديم الخدمات بمنتج أو قد لا يرتبط.
٥	(البكري، ٢٠٠٥، ٢٠-٢١)	المنتج غير المادي الذي يحتوي في مضمونه على عمل وأداء لا يمكن امتلاكه.
٥	(الشافعي، ٢٠٠٩، ص ٨٢)	الجودة" عبارة عن إجمالي الملامح والمواصفات التي تميز الخدمة ويمكن أن يتحقق عن طريقها حاجة معلومة معينة.

<p>ذلك النشاط غير الملموس الذي يقدم للمستفيدين ويهدف إلى إشباع حاجاتهم ورغباتهم ولا يترتب على تقديمها أي نوع من أنواع الملكية.</p>	<p>٦ (مصطفى، ٢٠١٠، ٦٣)</p>
<p>نشاطات اقتصادية تعمل على إيجاد قيمة وتقديم منفعة للمستفيدين، وذلك في الوقت والمكان اللذين يحددهما ويرغب فيهما، فهي منتج غير ملموس يتضمن عملاً أو فعلاً أو أداءً أو جهداً لا يمكن تملكه، وهي تقدم من خلال الجهد البشري أو الفني.</p>	<p>٧ (البكري، ٢٠١١، ٢٥٧)</p>

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على المصادر المذكورة فيه

المبحث الثاني

أولاً: أهمية الخدمات:

إن للخدمة أهمية في الحياة اليومية وقد تختلف الخدمة في مضمونها عن السلعة ولكن هناك مجالات متعددة تحث الخدمة فيها أهمية كبيرة في التكامل مع السلعة لتحقيق المنفعة المطلوبة. وتوضح أهمية الخدمة من خلال ما شهدته من تطور إذ نمت الخدمات خلال السنوات الماضية نمواً هائلاً وجاء ذلك بسبب التطور التكنولوجي الذي شهده العالم ما أدى إلى اهتمام دول العالم بالخدمات. والجدير بالذكر أن نمو قطاع الخدمات يلعب دوراً تديمياً للصناعات الأخرى، إذ تزداد الحاجة للخدمات والمؤسسات المختصة، إذ أصبحت الخدمات القوة الدافعة وراء خلق قيمة في الاقتصاد على المؤسسات باختلاف أنواعها وأن تأخذ في الاعتبار الصحوه الخدمية المنتشرة في العالم (عائشة واله، ٢٠١٢، ٥).

ثانياً: مفهوم المؤسسة الخدمية:

أصبح قطاع الخدمة يحظى بدرجة عالية من الاهتمام، ونظراً لعدم وجود تعريف موحد لها نشير إلى تعريفان:
عرفت المؤسسة الخدمية على أنها: وحدة اقتصادية تظم عدداً من الأشخاص وتستخدم مختلف عناصر الإنتاج لتحويلها إلى مخرجات (العسكري، ٢٠٠٠، ١٥).
كما تعرف على أنها: منظمة تقوم على أساس أشخاص قادرين ومتمكنين من العملية بوسائل خاصة تهدف إلى تحقيق أرباح عن طريق اتساع حاجات الزبائن ورغباتهم (دحماني، ٢٠٠٨، ٥٣).

المبحث الثالث

خصائص وتصنيف الخدمات

أولاً: خصائص الخدمات:

لقد أوضحت كثير من الدراسات أن الخدمات تتصف بخصائص تميزها عن السلع، والجدول (٥) الآتي يلخص أهم خصائص الخدمات (أبو عكر، ٢٠١٦، ١٤)

الجدول (٣)
خصائص الخدمات

ت	اسم الخاصية	الصفة
١	اللاملموسية/ Intangibility	خصائص الخدمة تختلف عن السلع إذ إن الخدمة لا يمكن تذوقها والإحساس بها أو سماعها أو شمها أو رؤيتها. ولذلك يرى (Gronroos, 2007) أن خاصية اللاملموسية لا تعكس بصورة واضحة وموضوعية عند قيام المستهلك بوصف مشاعره تجاه تقديم أداء الخدمة.
٢	التلازمية/ Inseparability	لا يمكن تقييم الخدمة قبل تقديمها مما يعني أن هناك تلازماً بين تقديم الخدمة واستهلاكها في آن واحد إذ يكون المستهلك مشاركاً في عملية التقديم (Zeithaml, Bitner and Gremler, 2009)
٣	عدم التجانس/ Heterogeneity	تتبع هذه الخاصية من الاعتماد على سلوك الموظف في تجهيز الخدمة ويتصف هذا السلوك بعدم الثبات والفعلية مقارنة بالآلات (Fitzsimmons and Fitzsimmons, 2011)
٤	التلف أو الزوال/ Perishability	نتيجة صفة اللاملموسية التي تتصف بها الخدمات فإنه لا يمكن تخزين أو حفظ الخدمة أو إعادة بيعها للاستخدام في المستقبل (Gilmore, 2003)

المصدر: أبو عكر، فوزي فايز عودة، ٢٠١٦، دور جودة الخدمات والصورة الذهنية والمنافع غير الملموسة في جودة العلاقة مع الأعضاء المستفيدين، رسالة ماجستير.

للخدمات خصائص عديدة يتفق عليها العديد من الباحثين منهم (كورتل، ٢٠٠٩، ٩١) (البكري، ٢٠١١) (العجارمه، ٢٠٠٥، ٢٢) (النمر وآل مراد، ٢٠١١، ٧٩) (مصطفى، ٢٠١٠، ٦٤).

١- الخدمات غير متجانسة (متباينة ومتنوعة):

تتميز الخدمات بالتباين وعدم التجانس أو التماثل طالما أنها تعتمد على أسلوب، أو كفاءة أو مهارة أو زمان تقديمها ومكانه، فمثلاً عملية جراحية يجريها جراح مشهور تعد أفضل إذ إن الجودة والأمان وفرص النجاح والالتقان، كما أن مزود الخدمات له طرائق مختلفة في تزويد الخدمات اعتماداً في ذلك على ظروف معينة؛ وبذلك تصبح الخدمات متباينة من قبل الشخص نفسه أحياناً، الواقع أحياناً خاصة عدم التجانس في تقديم الخدمات، (كورتل، ٢٠٠٩، ٩٣).

ومن هنا لا بد للمؤسسة الخدمية أن تعمل على:

- أ- بذل مجهود لتقديم خدمات تتسم بالثبات الكبير بالجودة قدر الامكان.
- ب- عليها أن تضع برنامجاً دقيقاً لاختيار ورفع تلك الكفاءة.
- ج- زيادة درجة الآلية في اداء الخدمات قدر المستطاع.
- د- وضع نظام لقياس درجة رضا المستفيد من الخدمات المقدمة له ورصدها، ومن أهمها مثلاً نظام الشكاوى المقترحة والمسح الدوري لزبائن الخدمات (مصطفى، ٢٠١٠، ٦٧).

٢- الانتشار الجغرافي:

حتى تحقق المؤسسة النجاح المنشود يتعين عليها أن تكون لها القدرة للوصول إلى المستفيدين القائمين والمحتملين في الأماكن المتواجدين فيها، أو حيث يحتاجون إلى الخدمات، وهذا الأمر لا يتحقق إلا إذا امتلكت المؤسسة فروعاً لها تنتشر جغرافياً بشكل يلائم احتياجات المستفيدين من الخدمات، فالمنافع الآتية من الخدمة أو المنتج لا تكون لها قيمة مكانية إلا إذا توفرت لها في الزمان والمكان المطلوب بالنسبة للمستفيد، في هذه الحالة تتحقق القيمة الزمانية والمكانية، وهنا تحقق الأهداف عندما يكون للمؤسسة شبكة أو فروع (النمر وآل مراد، ٢٠١١، ٧٩).

٣- الخدمات غير ملموسة (المحسوسة):

هنا أبرز ما يميز الخدمات عن السلع، الخدمة تكون غير ملموسة، فهي تنتج أو تحضر ثم تستهلك ومن الناحية العملية إن عمليتي الإنتاج والاستهلاك تحدث في آن واحد، ويترتب على خاصية (اللاملموسية) صعوبة معاينة أو فحص أو تجربة الخدمات، إذ إن المستفيدين من الخدمات لن يكونوا قادرين على إصدار قرارات رأي بالخدمات استناداً إلى تقييم محسوس عن طريق حواس البصر والشم والتذوق واللمس قبل شرائها، مثل ما يحصل عند شرائه سلعة مادية، ولهذا قرار شراء سلعة يتطلب تطويراً الصورة الملموسة عن الخدمات، ولتوضيح المنافع التي يحصل عليها المستفيد جراء استخدامه للخدمات، بإضافة استخدام مجموعة من العوامل التي تساعد على إضفاء جوانب ملموسة للخدمات مثل الموقع والمعدات والبيئة المادية، ومن الأساليب التي يمكن لمقدم الخدمة اتباعها لزيادة ثقة المستفيد من الخدمات ما يأتي: (مصطفى، ٢٠١٠، ٦٤).

- ١) التركيز على زيادة درجة تجسيد الخدمات.
 - ٢) التركيز على مزايا استعمال الخدمات بدلاً من الاقتصار على مجرد وصفها.
 - ٣) وضع أسماء مميزة للخدمات لزيادة درجة ثقة المستفيد.
 - ٤) على مقدم الخدمة الاعتماد على الأشخاص ذوي المكانة في المجتمع لزيادة درجة التجسيد للخدمات.
- وعليه فإن اللاملموسية للخدمة تعني أنه من غير الممكن اختبارها، أو لمسها، أو سماعها، قبل أن تتم عملية شرائها، لاسيما الزبون الذي لا يمتلك تجربة سابقة عن الخدمة المقصودة، لذلك فإن الاتجاه لدى الزبون عمّا سبق له من انتفاع أو استخدام للخدمة يحدد مدى ملموسيتها له من عدمها، ومن ثم الأشباع المتولد من الخدمة (البكري، ٢٠١١، ٢٦٠).

٤- عدم تملك الخدمات:

هنا أضاف الباحثون هذه الخاصية التي تنطلق مبرراتها أساساً من كون أن الخدمات ينتفع مستخدموها منها ولا يمكنهم التمتع بحق ملكيتها، فمثلاً المستفيد من خدمات الضيافة في الفندق لا يحق أو لا يجوز له الحق في امتلاك الغرفة المخصصة له في الفندق، بل هنا يجوز له حرية التمتع والانتفاع من الخدمات المقدمة من قبل الفندق لقاء ما يستطيع دفعه من المبالغ لقاء الخدمة المقدمة له (البكري، ٢٠٠٥، ٢٦١).

٥- التلازمة (التزامن):

الخاصية الأخرى للخدمات هي أنها تنتج وتستهلك في وقت واحد مع مشاركة المستفيد للعملية (العجارمة، ٢٠٠٥، ٢٢)، إذ ترتبط الخدمات بعملية الاستهلاك المباشر لها وأن المنتج يمكن يمر بمراحل التصنيع والخزن والبيع ليتم استهلاكه، في مرحلة أخيرة، بينما الخدمات تمثل حالة استهلاك مرتبطة مع وقت انتاجها، لذلك فإن الخدمات لا يمكن أن تمنح شخصياً أو تحول إلى غير منتجها لأنها تتلازم معه (البكري، ٢٠١١، ٢٦٠).

٦- الزوال (التلاشي):

الخدمات تتعرض إلى الزوال عند استخدامها، علاوة على عدم امكان خزنها، لذا فإن مؤسسات الخدمات تمنى بخسائر كبيرة في حالة عدم الاستفادة من الخدمة أو في حالة فقدانها لأي سبب كان، فمثلاً وجود مقعد غير مشغول في طائرة أو غرفة فارغة في فندق فإن ذلك سيشكل خسارة باعتبارها طاقة معطلة، لكن هذه الخاصية لا تشكل أي مشكلة طالما أن الطلب مستمر إلا أن التباين في الطلب وعدم استمراره بوتيرة واحدة يجعل من مؤسسة الخدمات تواجه صعوبة كشركات النقل عندما تواجه زخماً عند بداية العمل ونهايته (كورتل، ٢٠٠٩، ٩٦) و(البكري، ٢٠١١، ٢٦١) و(العجارمة، ٢٠٠٥، ٢٢)

الفصل الثالث

أبعاد جودة الخدمات / الجانب النظري

من أجل إعطاء تصور واضح عن أبعاد جودة الخدمات، سوف يستعرض الباحث آراء مجموعة من الكتاب عن جودة الخدمات وماهية الأبعاد التي يجب التعامل معها في الدراسة، وعليه سوف نتناول في هذا الفصل المباحث الآتية:

المبحث الأول: ماهية جودة الخدمات (مفهوم ، أهمية ، أهداف).

المبحث الثاني: خصائص ونماذج جودة الخدمات.

المبحث الثالث: أبعاد جودة الخدمات.

المبحث الأول

ماهية جودة الخدمات

(مفهوم ، أهمية ، أهداف)

أولاً : مفهوم جودة الخدمات:

لجودة الخدمات دور فعال في المؤسسات الخدمية وتعد ذات أهمية لكل من مقدم الخدمة والمستفيد منها، وقد ازداد إدراك المؤسسة الخدمية لأهمية تطبيق الجودة ودوره في تحقيق ميزة تنافسية لها، وهنا لابد من إعطاء مفهوم للجودة عند بعض الرواد فقد عرفها كوان (Kwan) من عدة اتجاهات فهي:

أكد (Parasuraman & Others) أن جودة الخدمة ليست مثل جودة المنتج، فإن جودة الخدمة أكثر اختزالاً وتضليلاً لكون الخصائص الفردية للخدمات تكون غير ملموسة وغير قابلة للتجزئة وتكون غير متجانسة (Parasuraman & Others, 1998,35).

مدى قدرة المؤسسة على تلبية حاجات الزبون بما يتناسب مع هدفه ؛ أو هي مدى قدرة المؤسسة على التغيير في خدماتها (المحياوي، ٢٠٠٦)

كما تعرف على أنها: تقديم المؤسسة للخدمة بمستوى عالٍ من الجودة المتميزة، تستطيع من خلالها الوفاء باحتياجات زبانتها و رغباتهم بشكل يتفق مع توقعاتهم وتحقيق رضاهم، ويتم ذلك من خلال مقاييس موضوعة سلفاً لتقديم الخدمة (عقيلي، ٢٠٠٩، ١٧).

كما ذكر (Parasuraman) مفهوم جودة الخدمة: بأنها يمثل التجربة الشاملة التي يدركها الزبون من خلال التفاعل مع الخدمة (Ahmed & Others, 2010, 155)

كما عرفها (Juran): بأنها مجموعة من الخواص والسمات في السلعة والخدمة التي تعنى بمتطلبات الزبون ومن ثم تؤدي إلى رضاه (علي، ٢٠١٣، ١٥).

كما عرفها (المعهد الفيديالي للجودة): هي القيام بالعمل الصحيح من أول مرة مع الاعتماد على تقييم العمل لمعرفة مدى الإتقان في الأداء (الطائي، ٢٠١٣، ٢٣)

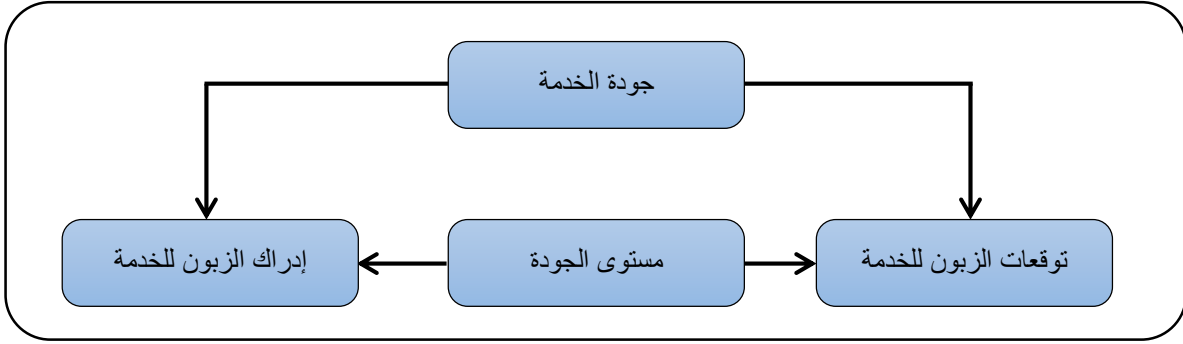
أما عن جودة الخدمات فقد تعددت تعاريف جودتها وذلك باختلاف حاجات المستفيدين وتوقعاتهم عند البحث عن جودة الخدمة المطلوبة ومن التعاريف نذكر الآتي:

تعرف جودة الخدمة على أنها: الجودة التي تقوم على البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديمها، إذ يتكون البعد الإجرائي من نظم وإجراءات محددة لتقديمها، أما البعد الشخصي فهو كيفية التفاعل والتعامل مع الزبائن (دراكة والشلبي، ٢٠٠٢، ١٨)

أما (Bedira) فيعرف جودة الخدمة على أنها: مستوى متعادل لصفات تتميز بها الخدمة المبنية على قدرة المؤسسة الخدمية واحتياجات الزبائن فضلاً عن صفات تحدد قدرة جودة الخدمة على إشباع حاجاتهم ورغباتهم وهي مسؤولية كل عامل داخل المؤسسة (عبدالمحسن، ٢٠٠٦، ٤٠)

في حين يعرفها (Kotler): كل ما يقابل أو يتجاوز توقعات الزبائن. (جواد، ٢٠١٥، ٢٢٧).

من ذلك يتضح بأن جودة الخدمة ما هي إلا تقارب بين توقعات الزبائن وتطلعاتهم لهذه الخدمة، وبين الأداء الفعلي للخدمة، والشكل (٢) يوضح مفهوم جودة الخدمات:



الشكل (٢)

مفهوم جودة الخدمات

المصدر: عوض بدير حداد، ١٩٩٩، تسويق الخدمات المصرفية، ط١، دار البيان للنشر والتوزيع، القاهرة، ص٣٣٧.

ثانياً: أهمية جودة الخدمات

برزت أهمية جودة الخدمات بأنها ترتبط بتوفير الخدمات لمن يحتاجها أينما كان، عن طريق أنشطة نقل الخدمات سواء ما يتعلق منها بداخل المنظمة الخدمية من تصاميم البناء والإمكانات المادية المتوافرة أو من خارج المنظمة الخدمية من إمكانية الوصول إلى أبعد نقطة يحتاج المستفيدين بها إلى خدمة معينة (الديوه جي وعبدالله، ٢٠٠٣، ١٢).

وتتجلى أهمية جودة الخدمات التي تقدمها المنظمات وفق الآتي: (الدرادكة وشليبي، ٢٠٠١، ١٥١)

- ١- الفهم الأكبر للمستفيدين: تقديم خدمات ذات جودة عالية وسعر معقول لا يكفي لتحقيق رضا المستفيدين، بل توفر المعاملة الجيدة والفهم الأكبر لهؤلاء المستفيدين عاملاً آخر لتحقيق ذلك الرضا.
- ٢- نمو مجال الخدمات: لقد تزايدت أعداد المنظمات التجارية التي تقدم الخدمات أكثر من أي وقت مضى، فعلى سبيل المثال فإن نصف شركات الأعمال التجارية الأمريكية يتعلق نشاطها بالخدمات، فضلاً عن نمو المنظمات التي تقدم الخدمات بتزايد مستمر.
- ٣- المدلول الاقتصادي لجودة خدمة المستفيدين: أصبحت المنظمات تحرص على ضرورة استمرار التعامل معها وتوسيع قاعدة المستفيدين من خدماتها، مما يعني أن المنظمات يجب أن لا تسعى إلى اجتذاب زبائن جدد فقط، بل عليها أيضاً الحفاظ على الزبائن الحاليين، ومن هنا تظهر الأهمية الكبيرة لجودة الخدمات من أجل ضمان ذلك.
- ٤- ازدياد حدة المنافسة: إن بقاء المنظمة واستمرارها مرهون بحصولها على القدر الكافي من المنافسة، لذا فإن توفر الجودة في منتجاتها يوفر لها العديد من المزايا التنافسية.

ثالثاً: أهداف جودة الخدمات

مؤسسة البلدية تعد من المنظمات الخدمية الهادفة وهي جزء من المجتمع تؤثر وتتأثر به، إن أهداف جودة الخدمات هي (محمد، ٢٠٠٨، ٨):-

- كسب رضا الزبون من خلال جملة من القيم الجوهرية لأداء الجودة التي لا بد من توفرها في أي مؤسسة تعمل على تطبيق نظام الجودة ومنها:
 - أ- خدمة الزبائن وتحقيق رضاهم.
 - ب- تأدية الخدمة بشكل صحيح ومن المرة الأولى.
 - ج- مقابلة توقعات الزبائن وجعلها من الأولويات.
 - د- رفع معنويات العاملين في المؤسسة.
 - هـ- التقليل من الأعمال التي لا تتصف بالجودة.

كما حدد (الطائي، ٢٠١٣، ٣٦) أهداف جودة الخدمات بالآتي:

- ١- زيادة الإنتاجية وتحسين نوعيتها.
- ٢- تحقيق الفاعلية في أداء الأنشطة.
- ٣- الارتقاء بمقاييس الجودة للوصول إلى مستوى الجودة العالمي.
- ٤- تحسين التعاون بين أقسام المؤسسة ووحداتها.
- ٥- انخفاض الشكاوى من الزبائن بالنسبة لجودة الخدمة المقدمة.

إن المؤسسات الخدمية هي مؤسسات إنسانية واجتماعية هادفة، وهي جزء من المجتمع تتأثر وتؤثر به في الوقت نفسه وتقدمها للخدمات ذات الجودة العالية من شأنه أن يحقق الأهداف الآتية (حزمة، ٢٠٠٠، ١٠٣):

- ١- تمكين المؤسسات من الاستقرار بالنمو وتأدية مهامها بكفاءة وفاعلية.
- ٢- تعد معرفة آراء المستفيدين وانطباعاتهم وقياس مستوى رضاهم عن الخدمات وسيلة مهمة في مجال البحوث الإدارية ووضع السياسات المتعلقة بها.
- ٣- تقديم خدمات ذات جودة عالية يحقق رضا المستفيدين وزيادة في تمسكهم بالمؤسسة الذي سيغدو فيما بعد وسيلة دعائية فاعلة لتلك المؤسسة.
- ٤- تحسين قنوات الاتصال وتطويرها بين المستفيدين من الخدمات ومقدميها.

المبحث الثاني

نماذج قياس جودة الخدمات

أولاً : خصائص جودة الخدمات

إن زمن الانتظار يعد غالباً معياراً لقياس جودة الخدمة، وبشكل عام يمكن قياس جودة الخدمة من خلال الخصائص المكونة لها وهي كما يأتي(علوان، ٢٠٠٩، ٣٨):-

- أ- نوع بيئة الخدمة التي تدعم رضا الزبون بجودة الخدمة.
 - ب- زمن الانتظار الذي يستغرقه الزبون في الانتظار قبل تقديم الخدمة.
 - ج- درجة ثقة الزبون بالخدمة المقدمة إليه.
- وتلك الخصائص أو العوامل المكونة للخدمة يمكن من خلالها تحديد أو قياس مستوى جودة الخدمات (علوان، ٢٠٠٩، ٣٨).

ثانياً: نماذج قياس جودة الخدمات:

لقياس جودة الخدمات بين (المحياوي، ٢٠٠٦، ٩٦) أن من أبرز المحاولات التي تمت في هذا المجال ما قام به كل من (Berry, et al, 1963) من خلال دراساتهم التي أسفرت عن عدة من النتائج الأولية التي تستحق الاهتمام، ويركز هؤلاء الباحثين على أن جودة الخدمة قابلة للقياس برغم غياب البعد المادي للخدمة لها.

لذا توصل الباحثون إلى تحديد نموذجين لتقييم جودتها (بو عنان، ٢٠٠٧، ٧٣) وأن النموذجين يستندان إلى حجم الفجوة ما بين الخدمة المتوقعة والمدركة من قبل العملاء، ويمكن شرح النموذجين كما يأتي:

النموذج الأول: نموذج الفجوات التقليدي

بيّن (معلا، ٩٨، ٣٦٠) أن هذا النموذج قدم من (Parasur Man, et. al, 2009) في الثمانينيات من القرن العشرين وأطلق عليه نموذج الفجوات أو (Caps Model) ويستند هذا النموذج إلى حجم الفجوة بين ما يتوقعه الزبون من مقدمة الخدمة والمقدم فعلاً منها، ويتضمن هذا النموذج (٥) فجوات هي:

- ١- الفجوة بين الخدمة المروجة والخدمة المقدمة، وتتمثل في التباين بالوعد المعطاة من خلال الأنشطة الترويجية والأداء الفعلي للخدمة، وذلك لوجود ضعف في التنسيق ما بين العمليات والتسويق الخارجي للمؤسسة الخدمية (الصميدعي ويوسف، ٢٠١٠، ١٠١).
- ٢- الفجوة بين خصائص جودة الخدمة وتعني فقدان الخدمة خصائصها أثناء تقديمها بسبب خطأ بشري أو فني (الصميدعي، ويوسف، ٢٠١٠، ١٠١).
- ٣- الفجوة بين مواصفات الخدمة الموضوعية والأداء الفعلي لها وتعني عدم القدرة على إنجاز الخدمة بالمواصفات المحددة (بو عنان، ٢٠٠٧، ٧٣)
- ٤- الفجوة بين توقعات الزبون وإدراك الإدارة، فقد يعتقد العاملون في الإدارة أنهم يعرفون ماذا يتوقع العملاء من خدمات ويستمترون في تقديم ذلك في حين إن العملاء قد يتوقعون شيئاً مختلفاً تماماً (بالمر، ٢٠٠٩، ٥٤٩)

٥- الفجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، تحدث هذه الفجوة نتيجة فجوة أو إحدى الفجوات السابقة. لذا فإن الطريقة التي يدرك بها العملاء الخدمة الفعلية لا ترقى فعلاً إلى توقعاتهم الأولية. (بالمر، ٢٠٠٩، ٥٥٠)

النموذج الثاني/ أنموذج الفجوات المطور: كما نكرها (Kotler, 2000, 75) هي :-

- ١- فجوة التسليم (The Delivery Gap) تمثل الاختلاف بين المعايير المحددة لتسليم الخدمة والأداء الفعلي لمجهز الخدمة ضمن هذه المعايير.
- ٢- فجوة الإدراك (The Perceptions Gap) تمثل الاختلاف بين ما يسلم فعلاً وما يدركه الزبائن وهذا ناتج عن عدم قدرة الزبائن على تقديم نوعية الخدمة بدقة.
- ٣- فجوة المعرفة (The Knowledge Gap) تمثل الاختلاف بين ما يعتقد مزود الخدمات أن المستفيد حصل عليه وحاجاته وتوقعاته الفعلية.
- ٤- فجوة التفسير (Inter Pretation Gap) وتمثل الاختلاف بين الوعود من قبل المجهزين قبل تسليم الخدمة وإدراك الزبائن لها.
- ٥- فجوة المعايير القياسية (The standards Gap) تمثل الاختلاف بين إدراك الإدارة لتوقعات الزبون ومعايير الجودة المعتمدة لتسليم الخدمة.
- ٦- فجوة الخدمة (The Service Gap) وتمثل الاختلاف بين ما يتوقع أن يحصل عليه العملاء وإدراكهم للخدمة المستلمة.
- ٧- فجوة الاتصال الداخلية (Internal Communications Gap) تمثل الاختلاف ما بين إعلان المنظمة الخدمية عن خدماتها وبين ما يعتقد المجهزون حول الخدمات الفعلية.

نلاحظ بأن الفجوات (١، ٥، ٦، ٧) تمثل فجوات خارجية ما بين الزبون والمنظمة أما الفجوات (٢، ٣، ٤) فتمثل فجوات داخلية ما بين الوظائف والإدارات في المنظمة.

ويشير (الحازم، ٢٠٠١، ٣) إلى أن هناك مجموعة من الخصائص التي تميز الخدمات وهي:

- ١- إسهام المستفيدين في عملية تقديم الخدمات، إذ تتطلب هذه العملية توجيه المزيد من الاهتمام على الموقع ومناخ تقديم الخدمات إلى المستفيدين الذين غالباً ما يكون لهم تواصل مع هذه الخدمات.
- ٢- تتصف الخدمات بوجود علاقة مباشرة وغير مباشرة مع المستفيدين.
- ٣- درجة الاتصال العالية ما بين المستفيدين ومقدم الخدمات.
- ٤- كثافة العاملين، تعد القوى العاملة المورد الأكثر فاعلية وذلك كونهم يكونوا على اتصال مباشر مع المستفيدين من تقديم الخدمات، فالمؤسسة تحصل على مكاسب إذا كان الأفراد العاملين في المؤسسة ذوي مهارات فضلاً عن خبراتهم العالية، ثم يكون باستطاعتها الحصول على رضا المستفيدين منها، ولذلك يجب على المؤسسة الاستمرار بتعليم العاملين فيها وتدريبهم:
- ٥- المخرجات تكون غير ملموسة مثل المهارات والتعلم والعمل على أجهزة الحاسوب.

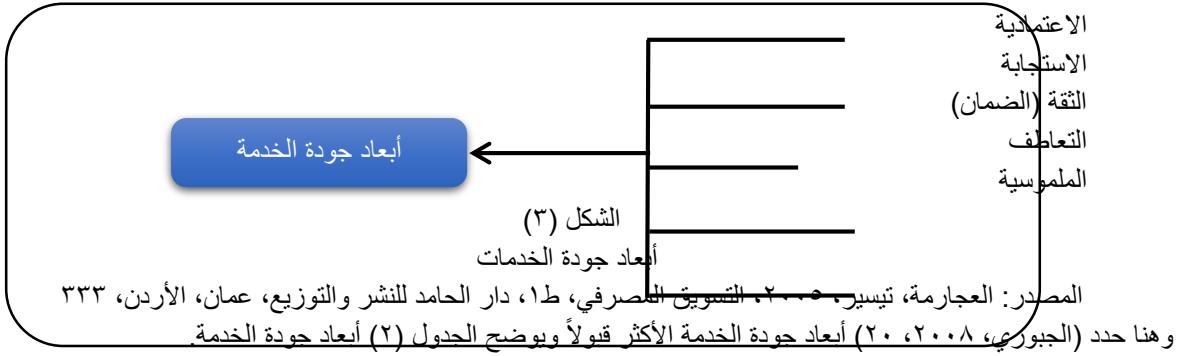
- ٦- يؤثر موقع المستفيدين على موقع الخدمات، إن الارتباط المباشر ما بين المؤسسات الخدمية والمستفيدين منها يجعل هذه المؤسسات تختار مواقع عملها بالقرب من أماكن المستفيدين، يعني هذا أن يذهب المستفيد إلى موقع الخدمات أو يجري توريد الخدمات إلى موقع المستفيدين.
- ٧- صعوبة قياس الإنتاجية والجودة في الخدمات، إن هناك صعوبة في قياس إنتاجية الخدمات، حيث يمكن استخدام طريقة المؤشرات التي تستخدم في قياس بعض أبعاد الإنتاجية ومن ثم تقييم التغيرات التي تحدث في هذه المؤشرات من وقت لآخر.

المبحث الثالث

أبعاد جودة الخدمات

المقدمة:

يعكس مفهوم جودة الخدمات من خلال تقييم المستفيدين من الخدمة لدرجة التفوق في أداء الخدمات، كما أن الدراسات تشير إلى أن جودة الخدمات من المفاهيم التي يصعب إعطاء تعريف لها بدقة؛ وذلك لوجود خصائص تنفرد بها الخدمات مقارنة بالسلع، ومن ناحية ثانية فإن المحاولات الخاصة بتحديد الأبعاد التي تتكون منها جودة الخدمات متعددة ومتنوعة، وهنا يمكن إعطاء تعريف لأبعاد الجودة: على أنها مجالات القرارات الخاصة بأنشطة السيطرة على الجودة وضمان الجودة وإحدى الوسائل المهمة لهندسة الجودة (الجبوري، ٢٠٠٨، ١٠٦).



الجدول (٤)

أبعاد جودة الخدمة الأكثر قبولاً

ت	المعيار	المضمون
١	المعولية	قدرة الشركة على تأدية خدماتها على نحو صحيح منذ البداية.
٢	القدرة على الاستجابة	رغبة العاملين واستعدادهم في تقديم الخدمة إذ تشتمل على زمن أداء الخدمة.
٣	اللباقة والكياسة	وتعني امتلاك المهارات والمعرفة المطلوبة لأداء الخدمة.
٤	سهولة الوصول	وتشمل على الوصول السهل.
٥	الأهلية (الكفاية)	وتشمل على الثقافية، الاحترام، الاهتمام، العناية، الألفة مع طالب الخدمة.
٦	الاتصال	المحافظة على الزبون بالطريقة واللغة التي يفهمها مع الاستماع اليه.
٧	الأخلاقية	الثقة المتبادلة والصدق والعدالة والمصادقية.
٨	الأمان	الحماية من المخاطرة والمجازفة أو الخوف والتردد.
٩	معرفة وتفهم الزبون	بذل المزيد من الجهد لتفهم متطلبات الزبون (حاجاته ورغباته).
١٠	الملموسية	وتشمل الوثائق والمعطيات المادية للخدمة

المصدر: الجبوري، ميسر إبراهيم، ٢٠٠٨، نظم إدارة الجودة، دار ابن الأثير للطباعة والنشر، جامعة الموصل، ص ٢٠.

في حين أشار (Massy, 2003, 64) إلى أن لجودة السلع أبعاداً أساسية هي:

١- تحقيق التوقع للقيمة.

٢- التفوق.

٣- موازنة الموصفات.

في حين حدد (الغزاوي، ٢٠٠٤، ١٤-١٥) أبعاد جودة الخدمات بالآتي:

١- الاستجابة: التفاعل بسرعة لدى العاملين في حل المشكلات غير المتوقعة.

٢- الوقت: انتظار المستفيد للحصول على الخدمة.

٣- الدقة: الخدمة في الوقت المحدد.

٤- التعامل: المعاملة بلطف واحترام العاملين والمستفيدين.

٥- الإتمام: إنجاز الخدمات بشكل كامل.

٦- سهولة المنال: الحصول على الخدمة بسهولة.

كما حدد (خثير، ٢٠١٧، ٣٢) أبعاد جودة الخدمة التي تجمع في إطار مقياس تم الاتفاق عليه بعنوان (Caps Model)

بالآتي:

١- الاعتمادية: قدرة الشركة على تقديم وعود الخدمة بشكل موثوق ودقيق.

٢- الأمان (الثقة): خلق الثقة وكسبها، إذ تعد الثقة عنصراً مهماً للعلاقات التبادلية الناجحة.

٣- الاستجابة: إذ يتضمن هذا البعد أربعة متغيرات وهي:

أ- تقيس اهتمام المؤسسة بإعلام زبائنهم بوقت تأدية الخدمة.

ب- حرص موظفيها على تقديم الخدمة الفورية لهم.

ج- الرغبة الدائمة لموظفيها في مساعدتهم.

د- عدم انشغال الموظفين عن الإستجابة الفورية لطلباتهم.

٤- الملموسية: تشمل التسهيلات المادية والمعدات ومظهر الموظفين وموارد الاتصال.

٥- التعاطف: مستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للزبون.

بناءً على ما تقدم يمكن أن نحدد أبعاد جودة الخدمات ب(٥) أبعاد تم الاتفاق عليها عند الباحثين والكتاب المختصين بالآتي :-

١- الملموسية Tangible.

٢- الاعتمادية Dependability.

٣- الأمان Assurance.

٤- الاستجابة Responsiveness.

٥- التعاطف Empathy.

وفيما يأتي توضيح لكل بعد من هذه الأبعاد:-

١- الاعتمادية : وتعني قدرة مقدمي الخدمة على أداؤها بشكل يمكن من الاعتماد عليها فضلاً عن تقديمها بدرجة عالية من الدقة، وتعني أيضاً قدرة مقدم الخدمة على أداء الخدمة المطلوبة منه بدرجة عالية من الدقة والإتقان بحيث يتحقق التوازن بين ما سيدفعه

وما سيحصل عليه من خدمات (Cronin & Taylor, 1992, 55). وتعد من الأبعاد الأكثر ثباتاً والأكثر أهمية في تحديد إدراكات جودة الخدمة عند الزبائن، وتعرف الاعتمادية بأنها الإيفاء والالتزام بتقديم الخدمة باعتماد ووثوق عاليين (Kotler, 1997, 475). وتعني قدرة الشركة على إنجاز الخدمة التي وعدت بتقديمها إلى الزبائن بشكل دقيق وصحيح (الخطيب، ٢٠٠٩، ٣١). وتعني أيضاً القدرة على تقديم وعود الخدمة بشكل موثوق .

٢- الملموسية : أن بعد الملموسية أقل أهمية من حيث الوزن النسبي للأبعاد الخمسة على العكس من الاعتمادية التي تعد أكثر أهمية. أن الجوانب المتعلقة بلموسية الخدمة هي المباني وتقانة المعلومات والاتصالات المستخدمة فيه، والتسهيلات الداخلية للأبنية والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة والمظهر الخارجي للعاملين ، والترتيبات الداخلية للشركة ومواقع الانتظار وغير ذلك. وتتمثل بالتسهيلات المادية، المعدات والأدوات، والأفراد العاملين التي تستخدم عند تقديم الخدمة (Schroeder, 2007, 140). وغالباً ما تستخدم الشركات الملموسية لتحسين صورتها وتؤمن التواصل مع زبائنها كمؤشر للجودة (علي، ٢٠١١، ٣٤).

٣- الإستجابة : ويقصد بها استعداد الشركة لتقديم خدمة للزبون وتتجسد في سرعة إنجاز الخدمة وكيفية التعامل مع متطلبات الزبائن، لأن توفير الخدمة والتعامل الجيد يعطي الزبون مؤشراً إيجابياً يقضي على حالة الشك التي يتعرض لها أثناء انتظاره (Russell & Talyer, 1998, 77). وتعني قدرة مقدم الخدمة وسرعة استجابته بالرد على طلبات الزبائن واستفساراتهم (Lovelock , 1996, 456). ويرى (الضمور، ٢٠٠٨، ٥١١) بأنها قدرة ورغبة واستعداد مقدمي الخدمة في أن يكونوا بشكل دائم في خدمة الزبائن وقدرتهم على أداء الخدمة لهم عند احتياجهم لها . وكذلك تعني القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات الزبائن والاستجابة، والعمل على حلها بسرعة وكفاءة بما يقنع الزبائن بأنهم محل تقدير واحترام من قبل الشركة (نجم، ٢٠١٠، ٢٤٠).

٤- التعاطف: إذ يرى (الطويل وآخرون، ٢٠١٠، ١٧) أن بُعد التعاطف يشمل المتغيرات الآتية: اهتمام العاملين في الشركة بالزبائن اهتماماً شخصياً، تفهم العاملين في الشركة لحاجات الزبائن، ملائمة ساعات عمل الشركة تناسب جميع الزبائن، وحرص الشركة على المصلحة العليا للزبائن، والدراية الكافية باحتياجات الزبائن. وكذلك يقصد بالتعاطف إبداء روح الصداقة والحرص على الزبون وإشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجاته (الكركي، ٢٠١٠، ١٢). وأوضح (البرواري وباشبوية، ٢٠١١، ٥٥٤) بأنه معاملة الزبائن كأفراد بشكل شخصي، ويعرف التعاطف على أن تعمل المؤسسة على تقديم الخدمات للمستفيد من خلال انتباه خاص له، وإن جوهر التفاعل العاطفي هو الوصول للزبون من خلال علاقة شخصية والإيصال حسب الطلب للخدمة.

٥- الأمان: ويمثل هذا البعد أهمية واضحة للخدمات التي يدركها الزبائن كالمخاطر أو عدم القدرة على تقييم منافع الخدمات البلدية، أي تقوم المؤسسة ببناء ثقة بين الموظفين الذين يتواصلون مع هؤلاء المواطنين (Davis, et.al., 2003, 221). ويعني كسب الثقة والاطمئنان لمجهزي الخدمة وليست هنالك أخطاء إشعار الزبون بالاطمئنان (النفسي أو المادي) ولطالما نالت سمعة الشركة أهمية واضحة من بين عوامل الاختيار لدى الزبون فعلى المؤسسة أن تستثمر ذلك من خلال إدامة هذه السمعة وتعزيزها عبر وسائل الترويج المختلفة لتفعيل حالة الثقة لدى الزبون تجاه الشركة (الجاسمي، ٢٠٠٧، ٥٤). ويميل هذا البعد بأن يكون ذا أهمية واضحة للخدمات التي يدركها الزبون؛ لأن الثقة أو الضمان عنصر مهم وأساس في العلاقات التبادلية الناجحة التي تمثل رغبة مقدم الخدمة واستعداده لاعتمادها في مرافق معينة ليضع الزبون ثقته كاملة بكل الأفراد العاملين في الشركة (حسين وعبود، ٢٠١٣، ١٠٢) .

الفصل الرابع

وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها واختبار فرضية البحث/ الجانب العملي

بهدف التعرف على ماهية المتغيرات المعتمدة في فرضيات الدراسة وطبيعة العلاقة بين متغيرات أبعاد جودة الخدمات في المؤسسة المبحوثة وقد خصص هذا الفصل لوصف متغيرات الدراسة وتشخيصها واختبار فرضية البحث.

واعتماداً على ما تقدم تضمن الفصل المباحث الآتية:

المبحث الأول: وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها.

المبحث الثاني: اختبار فرضية البحث.

المبحث الأول

وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها

في هذا المبحث يتم وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها، وقد تم ترميز هذه المتغيرات وتصنيفها لغرض معالجتها ابتداءً من التحليل الأولي لاستمارة الفحص المتعلقة بمتغيرات الدراسة مستخدمين التوزيع التكراري، والنسب المئوية، وأوساط حسابية، وانحرافات معيارية لكل متغير من متغيرات الدراسة.

أولاً: وصف متغيرات أبعاد جودة الخدمات وتشخيصها:

في هذا المحور يتم وصف متغيرات أبعاد جودة الخدمات وتشخيصها إذ تم الإشارة إليها في الجانب النظري والمتمثل بـ(الملموسية، والاعتمادية، والأمان، والاستجابة، والتعاطف)

١- الملموسية:

يوضح الجدول (٧) التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات متغير الملموسية إذ تشير المعطيات إلى أن ما نسبته (٨٨,٠٨) من الأفراد المبحوثين يشيرون إلى مطبق كلي في المؤسسة المبحوثة أي أنها تمتلك مجموعة من الخصائص الملموسة وبما يتلاءم مع تطلعاتهم وحاجاتهم، وهي نسبة جيدة وبالمقابل فإن ما نسبته (١,٢) من الأفراد المبحوثين تشير إلى أنه غير مطبق في حين أن هناك نسبة (١٠,٧٢) من الأفراد المبحوثين يشيرون إلى مطبق جزئي، وجاء ذلك بمعدل وسط حسابي قدره (١,٨١) وانحراف معياري (٢٦,٤٢٨) وكان المتغير (X1) المتمثل بـ(تمتاز المديرية بموقع يسهل الوصول إليه من قبل المستفيد) بنسبة ١٠٠% مطبق كلي وهكذا بالنسبة لبقية المتغيرات المتمثلة بالملموسية إلى المتغير X7 بنفس المنوال.

٢- الاعتمادية:

وكذلك يوضح الجدول (٧) التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات متغير الاعتمادية إذ تشير المعطيات إلى أن ما نسبته (٨٩,٠٨) من الأفراد المبحوثين يؤكدون قيام المؤسسة المبحوثة بتقديم خدماتها بطريقة تلبى احتياجاتهم وبأقل نسبة خطأ مما يعزز ثقتهم بالخدمات، وأن بالمقابل ما نسبته (٠,٩٤) من الأفراد المبحوثين لا يؤيدون ذلك (غير مطبق) في حين أن ما نسبته (٩,٢٦) مطبق جزئي، وجاء ذلك بوسط حسابي قدره (١,٨) وانحراف معياري قدره (٠,٣) وكذلك بالنسبة لمتغير الاعتمادية الذي يبدأ بالفقرة X8 والتي حصلت على نسبة مئوية قدرها ٩٧,٢ أي مطبقة كلياً ونسبة ٠% مطبق جزئي وغير مطبق بنسبة ٢,٨% وانحراف معياري قدره 0.306 ووسط حسابي قدره ١,٨ وهكذا إلى المتغير X13.

٣- الأمان:

يبين الجدول (٧) الأوساط الحسابية والتوزيعات التكرارية والانحرافات المعيارية لمتغير الأمان، يتضح أن ما نسبته (٨٩,٦) من الأفراد المبحوثين يؤكدون أن الخدمات المقدمة في المؤسسة المبحوثة تتصف بالأمان أي مطبق كلي وبالمقابل فإن ما نسبته (٠,٠) من الأفراد المبحوثين لا يؤيدون ذلك أي غير مطبق، أما نسبة (١٠,٣) من الأفراد المبحوثين يشيرون إلى عبارة مطبق جزئياً وبانحراف معياري قدره (٠,٢) ووسط حسابي قدره (١,٨) في حين حصل المتغير X14 على عبارة مطبق كلي على نسبة ٩٧,٢ فيما حصلت عبارة مطبق جزئي على ما نسبته ٢,٨% كما حصلت عبارة غير مطبق على نسبة ٠% وانحراف معياري قدره ٠,١٤ ووسط حسابي قدره ١,٩ وهكذا بالنسبة للمتغيرات الأخرى إلى المتغير X20.

٤- الاستجابة:

يتبين من الجدول (٧) التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الاستجابة، إذ تشير معطيات الجدول إلى ما نسبته (٨٤,٩٨) من الأفراد المبحوثين إلى عبارة مطبق كلي في حين أن ما نسبته (١٣,٩) تشير إلى عبارة مطبق جزئي، وبالمقابل فإن ما نسبته (١,١٢) من الأفراد المبحوثين تشير إلى عبارة غير مطبق، وبوسط حسابي قدره (١,٨) وانحراف معياري قدره (٠,٣٦) فيما حصل المتغير X21 على ما نسبته ٩١,٧ مطبق كلي في حين ما نسبته ٨,٣ حصلت على عبارة مطبق جزئي كما حصلت عبارة غير مطبق على نسبة ٠% ووسط حسابي قدره ١,٨ وانحراف معياري قدره ٠,٢٨ وكذلك بالنسبة لبقية المتغيرات إلى المتغير X25.

٥- التعاطف:

يشير الجدول (٧) إلى الانحرافات المعيارية والتوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية لفقرات متغير التعاطف إذ يشير الجدول إلى ما نسبته (%٨٤,١) من الأفراد المبحوثين يشيرون إلى عبارة مطبق كلي وهي نسبة جيدة في حين أن ما نسبته (%١٣,٥) يشيرون إلى عبارة مطبق جزئي من الأفراد المبحوثين وبالمقابل ما نسبته (%٢,٤) يشيرون إلى عبارة غير مطبق، وبوسط حسابي قدره (١,٧٥٧) وانحراف معياري قدره (٠,٣٩٨) حصلت X26 على ما نسبته ٩٧,٢ على عبارة مطبق كلي وهي نسبة ممتازة فيما حصلت عبارة مطبق جزئي على نسبة ٢,٨ في حين حصلت عبارة غير مطبق على ما نسبته ٠ % وبوسط حسابي قدره ١,٩ % وانحراف معياري قدره ٠,٢٨ % وهكذا إلى المتغير X32.

الجدول (٥)
التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والايوساط الحسابية
والانحرافات المعيارية لمتغيرات جودة الخدمات

اولاً: الملموسية								
الفقرات	مطبق كلي 2	مطبق جزئي 1		غير مطبق 0		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
		%	ت	%	ت			
X1	36	100	/	/	/	2	0.0	
X2	36	100	/	/	/	2	0.0	
X3	25	69.4	10	27.8	1	1.6	0.53	
X4	26	72.2	9	25.0	1	1.6	0.52	
X5	35	97.2	35	2.8	/	1.9	0.16	
X6	29	80.6	6	16.7	1	1.7	0.48	
X7	35	97.2	1	2.8	/	1.9	0.16	
المعدل	88.08	10.72	1.2			1.814	0.264	
ثانياً: الاعتمادية								
الفقرات	مطبق كلي 2	مطبق جزئي 1		غير مطبق 0		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
		%	ت	%	ت			
X8	35	97.2	/	/	/	1.9	0.33	
X9	33	91.7	3	8.3	/	1.9	0.28	
X10	25	69.4	10	27.8	1	1.6	0.53	
X11	34	94.4	2	5.6	/	1.9	0.23	
X12	35	97.2	1	2.8	/	1.9	0.16	
X13	32	88.9	4	11.1	/	1.8	0.31	
المعدل	89.8	9.26	0.94			1.8	0.306	
ثالثاً: الامان								
الفقرات	مطبق كلي 2	مطبق جزئي 1		غير مطبق 0		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
		%	ت	%	ت			
X14	35	97.2	1	2.8	/	1.9	0.14	
X15	30	83.3	6	16.7	/	1.8	0.37	
X16	26	72.2	10	27.8	/	1.7	0.45	
X17	33	91.7	3	8.3	/	1.9	0.28	
X18	35	97.2	1	2.8	/	1.9	0.16	
X19	33	91.7	3	8.3	/	1.9	0.28	
X20	34	94.4	2	5.6	/	1.9	0.23	
المعدل	89.6	10.3	0.0			1.8	0.272	
رابعاً: الاستجابة								
الفقرات	مطبق كلي 2	مطبق جزئي 1		غير مطبق 0		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
		%	ت	%	ت			
X21	33	91.7	3	8.3	/	1.9	0.28	
X22	22	61.1	13	36.1	1	1.5	0.55	
X23	34	94.4	2	5.6	/	1.9	0.32	
X24	30	83.3	5	13.9	1	1.8	0.46	
X25	34	94.4	2	5.6	/	1.9	0.23	
المعدل	84.98	13.9	1.12			1.8	0.368	
خامساً: التعاطف								
الفقرات	مطبق كلي 2	مطبق جزئي 1		غير مطبق 0		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
		%	ت	%	ت			
X26	35	97.2	1	2.8	/	1.9	0.16	
X27	31	86.1	5	13.9	/	1.8	0.35	
X28	27	75.0	8	22.2	1	1.7	0.51	
X29	35	97.2	1	2.8	/	1.9	0.16	
X30	29	80.6	6	16.7	1	1.7	0.48	
X31	25	69.4	9	25.0	2	1.6	0.59	
X32	30	83.3	4	11.1	2	1.7	0.54	
المعدل	84.1	13.5	2.4			1.757	0.398	

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية (SPSS)

المبحث الثاني

اختبار فرضية الدراسة

يهدف هذا المبحث إلى اختبار فرضية الدراسة في مديرية بلدية النمرود المؤسسة المبحوثة للحصول على أبعاد جودة الخدمات الأكثر استجابة من خلال النتائج في الجدول الموضح أدناه المتمثل باختبار T.

الجدول (٦)

اختبار T

مستوى المعنوية	T-test	المتغيرات
الملموسية		
.000	0	X1
.000	0	X2
.000	18.708	X3
.000	19.373	X4
.000	71.000	X5
.000	22.007	X6
.000	71.000	X7
الاعتمادية		
.000	35.000	X8
.000	41.027	X9
.000	18.808	X10
.000	50.220	X11
.000	71.000	X12
.000	35.558	X13
الامان		
.000	71.000	X14
.000	29.103	X15
.000	22.748	X16
.000	41.027	X17
.000	71.000	X18
.000	41.027	X19
.000	50.220	X20
الاستجابة		
.000	41.027	X21
.000	17.142	X22

.000	50.220	X23
.000	23.189	X24
.000	50.220	X25
التعاطف		
.000	71.000	X26
.000	31.838	X27
.000	20.131	X28
.000	71.000	X29
.000	22.007	X30
.000	16.584	X31
.000	19.737	X32

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية (SPSS)

حيث نلاحظ أن قيم اختبار T لهذه الأبعاد كانت كالآتي:

١- **الملموسية:** إذ نلاحظ أن جميع المتغيرات الخاصة بهذا البعد حصلت على قيم معنوية ما عدا متغيرين ($X1 - X2$) بمقارنة قيم T المحسوبة مع الجدولية والبالغة (١,٦) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وحجم عينة (٣٦) وهذه دلالة على أن أهمية بعد الملموسية تتوفر فيه نسبة ليست قليلة في الميدان المبحوث، ولاحظنا أن المتغيرين ($X1$ و $X2$) حصلا على أعلى نسبة اتفاق في جدول الوصف والتشخيص من خلال نتائج الجدول رقم (٦) وبدلالة ان عدد الاستمارات كان ٣٦ استمارة لم يتم ارجاع أي استمارة لكوننا اخترنا عينة قصدية من العاملين في مديرية بلدية النمرود والبالغ عددهم ٣٦ من الذين يعملون في المؤسسة المبحوثة ومن خلال الاختبار الاحصائي (T) الذي أظهر ان نسبة $X1$ و $X2$ كانت ١٠٠%.

٢- **الاعتمادية:** يتضح من خلال النتائج الخاصة بمتغيرات هذا البعد أن جميع القيم كانت معنوية لأنها كانت أعلى من القيمة الجدولية والبالغة (١,٦) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وحجم عينة (٣٦) بمعنى أن هذا البعد متوفر وبدرجة عالية في الميدان المبحوث.

٣- **الأمان:** هنا في الميدان المبحوث جميع المتغيرات الخاصة بهذا البعد حصلت على قيم اختبار T معنوية أي أن القيمة المحسوبة كانت أعلى من القيمة الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وحجم عينة (٣٦) يعني البعد في الميدان المبحوث نسبة عالية جداً.

٤- **الاستجابة:** إذ نلاحظ أن المتغيرات في هذا البعد حصلت على قيم اختبار T بشكل معنوي أي أن القيمة المحسوبة $X21$ حصلت على قيمة جدولية في الجدول رقم (٦) لاختبار (T) ٤١% فيما حصلت $X25$ على قيمة أعلى ونسبة ٥٠,٢٢٠ وهذا يعني ان تأثير هذا البعد عالي جداً في الميدان المبحوث كانت في الجدول عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وحجم عينة (٣٦) يعني أن تأثير هذا البعد عالٍ جداً في الميدان المبحوث.

٥- **التعاطف:** إن قيم T في هذا البعد معنوية أي القيمة المحسوبة كانت أعلى من القيمة الجدولية إذ حصلت $X26$ على قيمة جدولية في اختبار (T) في الجدول رقم (٦) ونسبة ٧١% وبمستوى معنوية (٠,٠٥) وحجم عينة (٣٦) بمعنى أن هذا البعد في الميدان المبحوث نسبته عالية جداً.

وهنا نشير إلى أنه بعد الملموسية حصل على أكثر استجابة بناءً على نتائج اختبار (T) في الجدول رقم (٦) ونسبة استجابة ١٠٠%، وكذلك الحال بالنسبة للبعد $X2$ ونسبة استجابة ١٠٠% حسب نتائج الحاسبة الالكترونية SPSS في المؤسسة المبحوثة.

الفصل الخامس

الاستنتاجات والمقترحات

هذا الفصل يعد بمثابة خلاصة لما خُصصَ الباحث من استنتاجات اعتماداً على ما تم دراسته في الجانب النظري وما توصل إليه في الجانب الميداني إذ تمثل هذه الاستنتاجات الركيزة الأساس لوضع المقترحات وصياغتها تلك التي يراها الباحث ضرورية للمؤسسة المبحوثة ولذلك فإن هذا الفصل سيتضمن قسمين أساسيين وهما الاستنتاجات والمقترحات وكالاتي:

أولاً: الاستنتاجات

توصل الباحث إلى جملة من الاستنتاجات النظرية والميدانية التي يمكن طرحها على النحو الآتي:

- ١- توفر أبعاد الخدمات في الميدان المبحوث بناءً على نتائج التحليل في استمارة الفحص
- ٢- من خلال نتائج وصف أبعاد الجودة، نلاحظ أن الإجابات تتجه باتجاه إيجابي، وينسب مختلفة للمتغيرات الفرعية، وهذا يؤكد قدرة المؤسسة على تقديم خدماتها بمستوى جودة بنحو مرضي.
- ٣- هناك قدر عالٍ من الاتفاق بين آراء الأفراد المبحوثين على أبعاد جودة الخدمات المتمثلة (بالملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والامان، والتعاطف).
- ٤- أظهر تحليل الوصف والتشخيص بأن نسبة عالية من المبحوثين يتفقون على أن الفقرات الخاصة ببعد الاعتمادية مطبق بشكل كلي في الميدان المبحوث وهذا التحليل يلقي بظلاله على تحسين جودة الخدمة المقدمة فيما يتعلق بهذا البعد.
- ٥- أشر تحليل المتغيرات الخاصة ببعد الضمان أن درجة اتفاق عالية من قبل المستفيدين على توفر بعد الضمان في المؤسسة المبحوثة.
- ٦- أوضحت نتائج التحليل الخاصة ببعد الاستجابة أن هناك توافقاً عالياً من قبل العينة البحثية على أن بعد الاستجابة متوفر في الميدان قيد البحث ومن ثم يفترض أن يكون هناك استجابة عالية إلى المستفيدين من خدمات البلدية بشكل مرضي.
- ٧- فيما يخص بعد التعاطف (أي الجوانب الوجدانية) وتعامل الميدان المبحوث مع المستفيدين من خدمات البلدية فقد أشرت نتائج التحليل بأن هناك قدراً عالياً من الاتفاق على أن هذا البعد متاح في الميدان المبحوث أي ان تعامل مقدمي الخدمة مع المستفيدين على قدر عالٍ من الرقي والتعامل الإيجابي ويسوده المحبة والمودة.
- ٨- أثبت المختبر الإحصائي الخاص بـ T بأن أبعاد جودة الخدمات متوفرة في الميدان المبحوث بدليل أن جميع قيم T المحسوبة لجميع الأبعاد كانت معنوية وهذا يدل على قناعة الإدارة العليا في الميدان المبحوث بأن اعتماد وتبني المفاهيم الإدارية الحديثة في مجال جودة الخدمات في مؤسسات البلدية تؤدي إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة حال الالتزام بالمدخل المعتمدة بشكل دقيق وسليم.

ثانياً: المقترحات:

واعتماداً على الاستنتاجات ، قدم الباحث مجموعة من المقترحات أهمها:-

- ١- ضرورة قيام المؤسسة المبحوثة بوضع برامج تدريبية من أجل تطوير مهارة العاملين لتقديم خدمات افضل.
- ٢- من خلال تشخيص الدراسة ميدانيا تبين أن المؤسسة المبحوثة تتبنى أبعاد جودة الخدمات في عملها، ونقترح ان تقوم المؤسسة بتعزيز مستوى جودة الخدمات بما يسهم في الارتقاء وتعزيز رضا المستفيدين.
- ٣- الاستفادة من المؤسسات الناشطة في مجال الخدمات، للوصول إلى مستوى متميز لتقديم أفضل الخدمات للمستفيدين.
- ٤- توسيع العلاقة من خلال الاستمرار باقامة دورات فضلاً عن ندوات أو مؤتمرات في مجال جودة الخدمات بين إدارة المؤسسة المبحوثة وأساتذة الجامعات والمعاهد العراقية كجامعة الموصل.
- ٥- اقترح قيام المؤسسة المبحوثة وضع حلول مستقبلية من اجل تحسين وتطوير الخدمات.
- ٦- ضرورة دعم الادارة العليا للبحوث العلمية والمفاهيم الإدارية الحديثة التي تدعم وتعين الإدارة على تقديم كل ما هو أفضل إلى مجتمع الميدان.
- ٧- ضرورة غرس حب العمل والتعاون من أجل رفع مستوى جودة الخدمات لأجل نقل واقع جودة الخدمات المقدمة في الميدان المبحوث إلى واقع أفضل لدى العاملين في المؤسسة المبحوثة.
- ٨- ضرورة دعم الافراد المتميزين وتشجيعهم من الذين يقدمون أفكاراً تطويرية تسهم في تحسين مستوى الخدمة المقدمة.

المصادر والمراجع

القرآن الكريم

أولاً: المصادر العربية:

أ- الرسائل الجامعية:

١. أبو عكر، فوزي فايز عودة، ٢٠١٦، دور جودة الخدمات والصورة الذهنية والمنافع غير الملموسة في جودة العلاقة مع الأعضاء المستفيدين، دراسة حالة (الغرفة التجارية الصناعية بغزة)، رسالة ماجستير.
٢. بو عنان، نور الدين، ٢٠٠٧، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، رسالة ماجستير، جامعة محمد بو ضياف المسلية.
٣. دحمان، محمد، ٢٠٠٨، مذكرة ماجستير، علوم التيسير، جامعة الجزائر.
٤. الطائي، رفل مؤيد عبد الحميد، ٢٠١٣، دور أبعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق قيمة الزبون دراسة استطلاعية لعينة من الزبائن فرعي مصرف الشمال للتمويل والاستثمار والرافدين في الموصل، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق.
٥. الطائي، رفل مؤيد عبد الحميد، ٢٠١٣، دور أبعاد جودة الخدمات المصرفية، رسالة دبلوم عالي، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
٦. الطائي، علاء حبيب محمود، ٢٠١٢، تقييم مستوى جودة الخدمات المقدمة في مديرية الموارد المائية نينوى، رسالة دبلوم عالي، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
٧. الطراونة، نجم عبدالكريم، ٢٠١١، أثر أبعاد جود الخدمات الالكترونية في تحقيق الرضا لدى ممثلي المنشأة الخاضعة للضمان الاجتماعي الأردني، رسالة ماجستير، قسم الأعمال الالكترونية، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.
٨. عائشة واله، ٢٠١٢، أهمية الخدمة الصحية في تحقيق رضا الزبون، مذكرة ماجستير، علوم التجارية، جامعة الجزائر ٣، الجزائر.
٩. علي، زياد مقداد محمد، ٢٠١٣، اعتماد أبعاد جودة الخدمات في تقييم مستوى الجودة من وجهة نظر المستفيد في بلدية الموصل، رسالة دبلوم عالي غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق.
١٠. الكركي، وسام محمد ناصر، ٢٠١٠، "جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الاداريين والزبائن"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الخليل، فلسطين.
١١. الكسو، حنين رافد محمود، ٢٠١٨، أبعاد جودة خدمة الاتصالات، رسالة دبلوم عالي، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.

١٢. محمد دحمانى، ٢٠٠٨، الخدمة التسويقية، مذكرة ماجستير، علوم التيسير، جامعة الجزائر ١، الجزائر.
١٣. محمد، إبراهيم صالح، ٢٠٠٨، تدريب الموارد البشرية وأثره في تحقيق ابعاد جودة الخدمة الصحية، رسالة دبلوم عالي غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق.
١٤. نور الدين، أبو حنان، ٢٠٠٧، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة مقدمة ضمن الحصول على شهادة الماجستير، تخصص علوم التيسير، فرع التسويق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، دراسة ميدانية مؤسسة سكيكدة.

ب- البحوث والدوريات:

١. أحمد، بثينة لقمان، ٢٠١٠، "الإبداع وانعكاسه على تطوير الجودة لخدمات المعلومات بالتطبيق في المكتبة المركزية بجامعة الموصل"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد ٦، العدد ٢٠.
٢. الجاسمي، باسم عباس كريدي، ٢٠٠٧، جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون/ مدخل ضمنى - دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن مصارف مدينة الديوانية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد ٩، عدد ١.
٣. جميل، مريوان مهدي، حبيب الله، شاخة وان جمال، دور نظام التعويضات في تحسين جودة الخدمات الصحية (جامعة حلبجة نموذجاً)، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العدد ١٠٨، المجلد ٢٤ لسنة ٢٠١٨.
٤. جواد، كاظم أحمد، ٢٠١٥، تحديد مستوى ابعاد جودة الخدمة، دراسة ميدانية في عينة من فنادق بغداد، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، العدد ٤٤.
٥. الحازم، محمد عبدالله، ٢٠٠١، حروف وأفكار، نظرة عامة في معنى جودة الخدمات الصحية.
٦. حزمة، عماد محمد، ٢٠٠٠، إدارة الخدمة الصحية في الأردن، حالة دراسية عن خدمات قسم الأشعة في مستشفى جرش المركزي، العدد ٨٣.
٧. حسين، هالة فاضل وعبود، سالم محمد، ٢٠١٣، "تأثير أبعاد جودة الخدمة في درجة تفضيل المستهلك للشراء (الاسواق التجارية - المولات - أنموذجاً)" المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد ٥، العدد ١.
٨. خثير، محمد وأسماء مرايمي، (٢٠١٧)، العلاقات التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة الاقتصادية الاعمال، المجلد ٣، العدد ٤، ص ٣٢.
٩. الديوه جي، أبي سعيد وعبدالله عادل محمد، ٢٠٠٣، النوعية والجودة في الخدمات، دراسة تحليلية لآراء المرضى في عينة من المستشفيات العامة، مجلة تنمية الرافدين، العدد ٧٣، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الموصل

١٠. رؤوف، رعد عدنان، عبد الحميد، رفل مؤيد، دور أبعاد جودة الخدمات في تعزيز قيمة الزبون، دراسة استطلاعية لآراء عينة من الزبائن في مصرف الشمال للتمويل والاستثمار في محافظة نينوى، مجلة تنمية الرفادين، ملحق العدد ١١٩، المجلد ٣٧، لسنة ٢٠١٨.
١١. الطويل، أكرم أحمد والجليلي، الآء حسيب ووهاب، رياض جميل، ٢٠١٠، "إمكانية إقامة أبعاد جودة الخدمات الصحية - دراسة لمجموعة مختارة من المستشفيات في محافظة نينوى"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد ٦، العدد ١٩.
١٢. علي، خير الدين محمد ٢٠١١، "دور أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإسلامية في تحقيق رضا الزبون - دراسة تحليلية ميدانية للمصرف الإسلامي في محافظة نينوى"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد ٧، العدد ٢٣.
١٣. ماضي، محمد توفيق، ٢٠٠٢، تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المنظمات الخدمية، مجلة المنظمة العربية للتنمية الإدارية، العدد ٣٥٨.
١٤. معلا، ناجي، ١٩٩٨، قياس جودة الخدمات المقدمة في المصارف التجارية الأردن، مجلة دراسات المجتمع الأردنية، المجلد ٢٩، العدد ٢٠، عمان، الأردن.

ت- الكتب:

١. أحمد شاكر العسكري، ٢٠٠٠، التسويق مدخل استراتيجي، دار الشروق، عمان.
٢. بالمر، اديان، ٢٠٠٩، التسويق الالكتروني، ط ١، ترجمة بهاء شاهين وآخرون، مجموعة النيل العربية، مصر.
٣. بالمر، أديان، ٢٠٠٩، التسويق الالكتروني، ط ١، ترجمة بهاء شاهين وآخرون، مجموعة النيل العربية، مصر.
٤. البراوي، نزار عبدالمجيد وباشيوة، محسن عبدالله، ٢٠١١، "إدارة الجودة مدخل للتميز والريادة، مفاهيم وأسس وتطبيقات"، ط ١، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان - الأردن.
٥. البراوي، نزار عبدالمجيد، وباشيوة، لحسن عبدالله، ٢٠١١، إدارة الجودة مدخل للتميز والريادة، مفاهيم واسس وتطبيقات، ط ١، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
٦. البكري، ثامر ياسر، ٢٠١١، إدارة التسويق، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
٧. البكري، ثامر ياسين، ٢٠٠٥، تسويق الخدمات الصحية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
٨. الجبوري، ميسر إبراهيم، ٢٠٠٨، نظم إدارة الجودة، دار ابن الأثير للطباعة والنشر، جامعة الموصل.
٩. حداد، عوض بدير، ١٩٩٩، تسويق الخدمات المصرفية، ط ١، دار البيان للنشر والتوزيع، القاهرة.

١٠. الخطيب، سمير كامل، ٢٠٠٨، "إدارة الجودة الشاملة والآيزو - مدخل معاصر" مكتبة مصر، دار المرتضى للنشر، العراق - بغداد.
١١. الدرادكة، مأمون وطارق الشبلي وعزام صبري، ٢٠٠١، إدارة الجودة الشاملة، ط١، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
١٢. دراجة، مأمون والشبلي، طارق، ٢٠٠٢، الجودة في المنظمات الحديثة، ط١، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
١٣. ساعد، زكي خليل، ٢٠٠٣، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع.
١٤. الشافعي، حسن أحمد، ٢٠٠٩، معيار تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الرياضية بالمجتمع العربي، ط١، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، مصر.
١٥. الصميدعي، محمد جاسم ويوسف، ردينة عثمان، ٢٠٠٥، التسويق المصرفي مدخل استراتيجي كمي تحليلي، ط٢، عمان، الأردن، دار المناهج.
١٦. الصميدعي، محمود جاسم، وردينة عثمان، ٢٠١٠، تسويق الخدمات، ط١، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
١٧. الضمور، حامد، ٢٠٠٥، تسويق الخدمات، ط٣، دار وائل للنشر، عمان.
١٨. الضمور، هاني حميد، ٢٠٠٨، "تسويق الخدمات"، ط٤، دار وائل للنشر والتوزيع والطباعة، عمان - الاردن.
١٩. عبدالمحسن، توفيق محمد، ٢٠٠٦، قياس الجودة والقياس المقارن، دار الفكر للنشر والتوزيع، مصر.
٢٠. العجارمة، تيسير، ٢٠٠٥، التسويق المصرفي، ط١، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
٢١. العزاوي، محمد عبدالوهاب، ٢٠٠٤، إدارة الجودة الشاملة، ط١، دار النشر والتوزيع، عمان، الأردن.
٢٢. العسكري، أحمد شاكر، ٢٠٠٠، التسويق مدخل استراتيجي، دار الشروق، عمان.
٢٣. عقيلي، عمر وصفي، ٢٠٠٩، مدخل إلى المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة، ط٢، دار الوائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
٢٤. كورنل، فريد، ٢٠٠٩، تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
٢٥. المحياوي، قاسم نايف علوان، ٢٠٠٦، إدارة الجودة في الخدمات، ط١، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
٢٦. مصطفى، محمد محمود، ٢٠١٠، التسويق الاستراتيجي للخدمات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
٢٧. نجم، نجم عبود، ٢٠١٠، "إدارة الجودة الشاملة في عصر الانترنت"، ط١، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان - الأردن.

٢٨. النعمي، محمد عبدالعال، ٢٠٠٩، إدارة الجودة المعاصرة مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
٢٩. النمر، درمان سليمان وآل مراد، نجلة بونس، ٢٠١١، تسويق الخدمات المصرفية، الدار النموذجية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان.

ثانياً: المصادر الأجنبية

A. Journals:

1. Ahmed, Zulfqar & Ahmad, Ishfaq & Nawaz, Muhammad Musarrat & Ahmad, Usman & Shaukat Muhammed Zeeshan & Ahmad, Naveed, 2010, Impact of Service Quality of Short mess agin Service of Cellular Companies of Pakistan, International Journal of Business and Management, Vol.5 , No.6.
2. Parasurman, A, Z & Breey (1998). Servqual ; amultiple itemscal for measuring consumer Peree ptive of serves quality. Journal of retailing, 52 (1), 35.
3. Pavasura man, Zeithaml & Berry, (1994), "Reassess ment of Expectations As Research" Journal of Marketiny, Vol. 58.

B. Books

1. Buffa, E., Moder Production and Operations, 7th Ed., Wiley Eastern Limited, 1993.
2. Davis, Mark M., Aquiliano, Nicholas J. & Chase, Richard 13, (2003), Fundamentals of Operations Management, 4th ed., MC Graw. Hill Irwin.
3. Evans, J. R. and W. M Lindsay: The Management and Control of Quality. 3rd ed. St. Paul, MN.: West, 1996.
4. Kotler, Philip, (1997), "Marketiny Managemnt: Analysis Plunning Implementation and control", 9th ed., Prentice. Hall Inc., New Jersey, USA.
5. Kotter, Philip, 2000, "Marketing Management", 5th ed, Prentice – Hall International Inc U.S.A.

6. Love Lock, C., (1996), "Sevvic Marketing", 3rd ed., Pr eutice – Hall, International Edition, New York, USA.
7. Lovelock, Christoper, 2004. Service Marketing People Technology, Strategy, 7th edition, Prentice Hal, New Jersey, USA.
8. Massy, William, 2003, Honoring the Trust: Quality and cost containment, Higer Education New York, Aker Publishing.
9. Russell, Roberta S. & Taylor, Bernard W., (1998), "Operations Management", 3rd ed., Prentice – Hall, Inc., New York, USA.
- 10.Schroeder, Royer G., (2007) "Oleations Management", 3rd ed., MC Graw – Hill, Compunies, Inc., Boston.

الملحق (١)

استبيان رأي الخبراء والمحكمين في قياس صدق استمارة الفحص

جامعة الموصل
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم الإدارة الصناعية

م/ صدق استمارة الفحص

الأستاذ الفاضل المحترم.

انسجاماً مع السياقات العلمية لاختبار الصدق الظاهري والشمولية لاستمارة الاستبانة، أضع بين أيديكم الكريمة استمارة الاستبانة والتي صممت في إطار موضوع رسالة الدبلوم العالي الموسومة **((الكشف عن مدى توافر أبعاد جودة الخدمات، دراسة إستطلاعية في مديرية بلدية النمرود))**. وقد اعتمد الباحث على مقياس (ليكرت) الثلاثي الدرجة، لإجابات الأفراد (المبحوثين) والذي يتشكل بعبارات (مطبق كلي ، مطبق جزئي ، غير مطبق) يرجى التفضل بإبداء رأيكم حول الاستبانة والأبعاد والفقرات التي تدرج ضمنها وبيان الملاحظات الضرورية في ضوء الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ١- هل ان فقرات الاستمارة واضحة وتخدم غرض الدراسة؟
- ٢- هل ان فقرات الاستمارة تعبر عن كل متغير تنتمي اليه؟
- ٣- هل هناك فقرات أخرى يمكن اضافتها إلى كل متغير من متغيرات الدراسة؟
- ٤- هل ان بدائل القياس مناسبة، وان لم تكن مناسبة هل تقترح بدائل أخرى؟
نعم () لا () المقترح
- ٥- هل الدراسة قابلة للتطبيق في المديرية أم لا، وما هي مقترحاتك؟
نعم () لا () المقترح

مع الشكر والتقدير

الباحث
سعد جمال عبدالمجيد

المشرف
أ.م.د. آلاء الجليلي

الملحق (٢)

ثبت بأسماء السادة الخبراء والمحكمين لإستمارة الفحص

ت	الاسم	التخصص	اللقب العلمي	مكان العمل
١	د. ميسر ابراهيم الجبوري	ادارة انتاج وعمليات	استاذ	جامعة الموصل/ كلية الادارة والاقتصاد
٢	د. رعد عدنان رؤوف	ادارة تسويق	استاذ مساعد	جامعة الموصل/ كلية الادارة والاقتصاد
٣	د. علي عبدالستار الحافظ	ادارة معرفة	استاذ مساعد	جامعة الموصل/ كلية الادارة والاقتصاد
٤	د. أحمد هاني النعيمي	ادارة الجودة	مدرس	جامعة الموصل/ كلية الادارة والاقتصاد
٥	د. زهراء غازي ذنون	ادارة انتاج وعمليات	مدرس	جامعة الموصل/ كلية الادارة والاقتصاد

الملحق (٣)

انموذج استمارة الفحص

جامعة الموصل

كلية الادارة والاقتصاد

قسم الادارة الصناعية

م/ استمارة الفحص

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تمثل استمارة الاستبيان هذه جزءا من متطلبات اعداد رسالة الدبلوم العالي التخصصي في الادارة الصناعية الموسومة

بـ **((الكشف عن مدى توافر أبعاد جودة الخدمات، دراسة استطلاعية في مديرية بلدية**

النمرود)). لذا نرجو تفضلكم مشكورين باختيار الاجابة الدقيقة عن الاسئلة الواردة في استمارة الفحص ، علما ان الاجابات

ستستخدم لأغراض البحث العلمي وستتم بطابع السرية والامانة العلمية .

شاكرين حسن استجابتكم و متمنين لكم دوام التوفيق وتقبلوا فائق الاحترام

ملاحظات عامة:

١ - لا حاجة لذكر الاسم، إذ يتم التعامل مع اجابتكم بسرية تامة وستعرض النتائج على هيئة اعداد

ومجموعات ومؤشرات احصائية عامة تستخدم لأغراض هذه الرسالة حصرا.

٢- يرجى الإجابة على جميع الاسئلة مع عدم ترك سؤال دون اجابة لان ذلك يعني عدم صلاحية الاستمارة للتحليل.

٣- يرجى وضع علامة (√) في الحقل الذي تراه مناسباً ويمثل وجهة نظرك الخاصة. وبإستطاعة الباحث الاجابة عن اسئلتكم واستفساراتكم الخاصة بالاستمارة .

لذا نستثمر هذه الفرصة لنعبر لكم عن جزيل شكرنا وتقديرنا لتعاونكم معنا.....

الباحث

المشرف

الطالب

الاستاذ المساعد

سعد جمال عبدالمجيد

ا.م. د. الاع حسيب الجليلي

المحور الاول : المعلومات التعريفية

اولا - بيانات عامه

١-الجنس:

ذكر () انثى ()

٢ - الفئة العمرية:

() من ٢٠ - ٢٩ () من ٣٠ - ٣٩ () من ٤٠ - ٤٩

() من ٥٠ - ٥٩ () ٦٠ فأكثر

٣- التحصيل الدراسي:

() دكتوراه () ماجستير () دبلوم عالي ()
() بكالوريوس () دبلوم () اعدادية فما دون ()

المحور الثاني متغيرات الدراسة

وتتضمن خمسة متغيرات تتمثل بـ (الملموسية)، (الاعتمادية)، (الأمان)، (الاستجابة)، (التعاطف) ولكل فقرة مجموعة اسئلة:-

أولاً/ (الملموسية): وهي مجموعة الانطباعات الإيجابية والسلبية التي يكونها المستفيد عن المديرية عن مراجعته للحصول على الخدمة.

ت	الفقرات	مقياس الإجابة		
		مطبق كلي	مطبق جزئي	غير مطبق
١	تمتاز المديرية بموقع يسهل الوصول اليه من قبل المستفيد.			
٢	تمتلك المديرية اجهزة لإنجاز أعمالها مثل جهاز اللابتوب.			
٣	تتوفر في ادارة المديرية وسائل للراحة اثناء تواجد المستفيد داخلها.			
٤	يتمتع العاملون في المديرية بمظهر لائق وأنيق.			
٥	تعد الرسوم التي تؤخذ لقاء الخدمة من المستفيد مناسبة.			
٦	يسهم جميع الموظفين بأعداد الخطط المتعلقة بجودة الخدمات المقدمة وتنفيذها.			
٧	يتم الدعم من قبل البلديات في تحسين الخدمات.			

ثانياً/ (الاعتمادية): ويقصد بها تقديم خدمات صحيحة منذ البداية والإيفاء والالتزام بتقديم الخدمة باعتماد ودقة وثبات.

ت	الفقرات	مقياس الإجابة		
		مطبق كلي	مطبق جزئي	غير مطبق
٨	تقدم ادارة المديرية خدماتها إلى المستفيدين خلال أوقات الدوام الرسمي.			
٩	تحرص ادارة المديرية على الاهتمام الجدي لحل مشكلات المستفيدين.			
١٠	نظام المعلومات الذي تستخدمه المديرية مصمم للاستجابة الفورية لخدمات المستفيدين .			
١١	ترفع ادارة المديرية جودة الخدمات مسؤولية الجميع.			
١٢	يتم تطبيق أبعاد جودة الخدمات في المديرية.			
١٣	تقدم المديرية الخدمات بصورة صحيحة منذ البداية.			

ثالثاً/ (الأمان): يقصد بها الشعور بالأمان أي تقديم الخدمة من قبل العاملون في الدائرة بدون مخاطر.

ت	الفقرات	مقياس الإجابة
---	---------	---------------

مطبق كلي	مطبق جزئي	غير مطبق	
			١٤ تعمل المديرية على صيانة الأجهزة والمعدات بشكل مستمر .
			١٥ توفر ادارة المديرية شروط السلامة والأمان في بيئة عملها.
			١٦ هناك شعور ايجابي لدى المسفيدين من دقة الاجراءات المالية للمديرية.
			١٧ تشعر المديرية المستفيدين بالأمان عند انجاز معاملاتهم.
			١٨ تهتم المديرية بتخفيض نسبة الأخطاء في الخدمات.
			١٩ تهتم ادارة المديرية بتقديم حافر للعاملين من أجل تشجيعهم لتقليل المخاطر.
			٢٠ تعمل ادارة المديرية على التحسين المستمر في الخدمات من أجل الشعور بالأمان دون مخاطر؟

رابعاً/ (الاستجابة): يقصد بها قدرة مقدم الخدمة وسرعة استجابته بالرد على طلبات المستفيدين واستفساراتهم.

مقياس الإجابة			الفقرات	ب
مطبق كلي	مطبق جزئي	غير مطبق		
			٢١ تقدم المديرية الخدمات إلى المستفيدين في الوقت المناسب.	
			٢٢ يتمتع العاملون في المديرية بالمعرفة التامة والاستجابة السريعة لحاجات المستفيدين.	
			٢٣ يتمتع العاملون في المديرية بالرغبة في مساعدة المستفيدين.	
			٢٤ تستخدم المديرية بعض أساليب الحوار واللجان عند اتخاذ القرارات المتعلقة بجودة الخدمات.	
			٢٥ يتم حفظ الوثائق والكتب الرسمية بصورة محكمة في حال طلب المستفيد عند الحاجة اليها.	

خامساً/ (التعاطف): يقصد به الطريقة التي يتعامل بها العاملون في المديرية مع المستفيد حيث اللطافة والتهذيب والاحترام.

مقياس الإجابة			الفقرات	ت
مطبق كلي	مطبق جزئي	غير مطبق		
			يستقبل العاملون في المديرية المستفيدين بأسلوب تعاوني.	٢٦
			يشعر المستفيدين بالاحترام عند تعاملهم مع العاملين في المديرية.	٢٧
			تعامل العاملون في المديرية مع المستفيدين بشفافية بعيداً عن المنافع الذاتية.	٢٨
			تطبق المديرية معيار الأهلية (الكفاية) الذي مضمونه الاحترام، الاهتمام، العناية بطالب الخدمة.	٢٩
			هناك درجة اتصال عالية ما بين المستفيدين ومقدم الخدمات.	٣٠
			يتوفر نفس المستوى في الخدمة للمستفيدين في كل مرة.	٣١
			تتعامل المديرية مع الأوضاع غير العادية التي تحدث في تقديم الخدمات مراراً.	٣٢

Abstract

The current study seeks to reveal the extent of availability of the dimensions of the quality of services provided in the Al Nimrud municipality, it is known that each service institution has a certain level of quality in its services, and this quality frames the institution's ability to meet the needs of the beneficiaries and provide its services in a manner that meets their requirements.

The researcher sought to include in his current study a set of basic points that help the researched institution in uncovering the dimensions of the quality of its services that it provides to the beneficiaries.

In general, the study tries to answer the following questions:

- 1- Does the Nimrud municipality adopt the dimensions of service quality in its work?
- 2- Does the relative importance of the service dimensions vary in Nimrud municipality?

Based on the study's questions, a model and two hypotheses of the study were formulated in order to answer the questions raised, and in order to practically test the research model and hypothesis, the examination form was relied upon in the opinion poll to test the hypothesis, as the form was distributed to a sample of (36) individuals in the institution The researched and the data were analyzed and the results obtained. Among the most prominent conclusions reached by the researcher are: -

- 1- Availability of the service quality dimensions in the field investigated, based on the results of the analysis in the examination form.
- 2- Through the results of the study for the T-test, it was found that the tangibility dimension is more important as a result of obtaining a high percentage of results, while after reliability it obtained the least importance based on the results of the examination form.

And based on the conclusions, the researcher presented a set of proposals, the most important of which are: -

- 1- The necessity for the researched institution to set up training programs in order to develop the skills of workers to provide better services.
- 2- Expanding the relationship by continuing to hold courses or seminars as well as holding conferences in the field of service quality between the administration of the research institution and the professors of Iraqi universities and institutes, especially the University of Mosul.

University of Mosul

College of Administration
& Economics



**The extent of availability of the dimensions of the
quality of services provided in the Nimrud
Municipality Directorate / A survey of the opinions of
a sample of workers in the Nimrud Municipality
Directorate in Nineveh Governorate**

Saad Jamal Abdul Majeed Al-Juboury

Higher Specialized Diploma

In The Major Industrial Management

Supervised by

Assistant professor

Dr. Alaa Haseeb Al-Jalili

**The extent of availability of the dimensions of the
quality of services provided in the Nimrud
Municipality Directorate / A survey of the opinions of
a sample of workers in the Nimrud Municipality
Directorate in Nineveh Governorate**

A Thesis Submitted

By

Saad Jamal Abdul Majeed Al- Juboury

To

The Council of College of Administration and Economics University of Mosul

In partial Fulfillment of the requirements for The higher Specialized in the major
Industrial management

Supervised by

Assistant professor

Dr. Alaa Haseeb Al-Jalili

2020 A.D.

1442 A.H.