

"تقييم جودة خدمات دائرة البعثات وانعكاسها في رضا الزبون باستخدام مقياس SERVQUAL"

م.م. احمد عبد محمود
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المستخلص :-

تهدف هذه الدراسة الى تقييم جودة خدمات دائرة البعثات وانعكاسها على رضا الزبون باستخدام مقياس servQual ، للكشف عن الفجوة بين ادراك الط لبة الدارسين في خارج العراق وتوقعاتهم لمستوى الخدمة التي تقدمها لهم دائرة البعثات والعلاقات الثقافية ، واختيرت عينة الدراسة بطريقة عشوائية مكونة من (١١٣) طالباً وطالبة اي (٨٥) طالب و (٢٨) طالبة بالاستناد الى مقياس الفجوة (servQual) لقياس جودة الخدمة الذي اعده بارا شارمان وزملانه (parasuraman et at,1998) بعد تكييفه ليتناسب وجودة الخدمة المقدمة في دائرة البعثات والعلاقات الثقافية ، فضلا عن استخدام البرنامج الاحصائي الجاهز (SPSS) لمعالجة البيانات والحصول على النتائج التي تتعلق بحساب قيمة (النسب المئوية والتكرارات والايوساط الحسابية والانحرافات المعيارية) ، وقد اظهرت نتائج الدراسة بان هناك فجوة سالبة دالة احصائيا بين ادراكات الدارسين وتوقعاتهم لمستوى الخدمة المقدم من قبل دائرة البعثات والعلاقات الثقافية ، فضلاً عن وجود فجوة سالبة ذات دلالة احصائية في عناصر الخدمة التالية : سرعة تقديم الخدمة للطلبة ، الرغبة لدى الموظف المختص بمساعدة الطلبة من جهة ، ومن جهة اخرى وجود فجوة سالبة و دالة احصائية بين ادراك و توقعات الدارسين في عناصر الخدمة في توفير تجهيزات التقنية الحديثة ، مدى توفر التسهيلات والاستجابة الفورية للمشكلات ، وبينت النتائج كذلك وجود فجوة سالبة ذو دلالة احصائية بين الفجوة في تقديرات الطلبة الدارسين المدركة والمتوقعة لمستوى الخدمة التي تقدمها دائرة البعثات إذ تعزى لمتغيري الجنس والتخصص الدراسي وبلد الدراسة.

الكلمات المفتاحية :- جودة الخدمة ، رضا الزبون ، مقياس SERVQUAL .

Assessing the Quality of Services Provided by the Department of Rising Cultural Relations and their Impact on Customer Satisfaction Using SERVQUAL Scale .

Abstract: -

The study is about the services quality assessment of the Scholarships and Cultural Relations Department / Iraqi Ministry of Higher Education and Scientific Research to evaluate the quality of services provided to the customer, measuring the level of satisfaction using the servQual scale, to detect the gap between the perceptions of students studying abroad and their expectations for the level of service provided by the Ministry of Higher Education to them.

The study sample , selected randomly, consists of 113 students (85) male students and (28) female students, to measure the quality of service according to the measurement prepared by Parra Sharman and his colleagues (parasuraman et at, 1998), which has been adapted in measuring the quality of service, as well as the use of statistical program (Spss) to process the data and get the results that calculate the value of satisfaction.

The results of the study showed that there is a gap between the perceptions of the students and their expectations about the level of service provided by Scholarships and Cultural Relations Department in the field of the following service: the speed of the service, the desire of the employee in charge to help the students, the provision of modern technical equipment, the availability of facilities and immediate response to the problems.

The results also showed that there is a gap between students to the level of services provided by the department according to the sex of the student, the academic specialization and the country of study.

المقدمة :-

ان التحسين والارتقاء بواقع اداء المؤسسات سواء اكانت حكومية ام خاصة يشكل اهتماما عالميا في جميع انحاء دول العالم ، ويضاف الى ذلك قدرة اي مجتمع في ادارة مؤسساته وبرامجه التنموية لتحقيق الجودة في تقديم الخدمة ليس بالتركيز على فاعلية هذه المؤسسات وكفاءتها فقط وإنما بالتركيز على ما تقدمه من ابتكارات ، والقدرة على المنافسة في اصعب الظروف ومدى مناسبة برامجها وخدماتها لتوقعات المستفيدين منها و تطابقها مع طموحاتهم الواقعية لهذه الخدمات ، اذ ان التغير السريع في الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية والديموغرافية استدعى الوقوف على جودة الخدمة فضلاً عن التغير الحاصل في تكنولوجيا المعلومات واستخدام الحاسب الالكتروني بالنسبة الى الخدمة التي تقدمها المؤسسات المختلفة ومنها دائرة البعثات والعلاقات الثقافية لما لها من انعكاس على الجوانب الاجتماعية والاقتصادية السائدة في المجتمعات . ان الاهتمام بجودة الخدمات ليس موضوعا جديدا لكن الجديد في هذا الموضوع هو في استخدام الطريقة والاسلوب العلمي والاحصائي الحديث للمحافظة على مستويات عالية من الاداء الاداري والفني من خلال تطبيق تلك البرامج ، ولذلك فلن هذه الدراسة تسعى الى تبني مقياس التوقعات لقياس وتقييم مستوى جودة الخدمات في دائرة البعثات والعلاقات الثقافية / وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، تأسست دائرة البعثات والعلاقات الثقافية منذ تأسيس وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بموجب قانون وزارة التعليم العالي والبحث العلمي المرقم ١٣٢ لسنة ١٩٧٠ وكانت نواتها (مديرية قسم البعثات) في وزارة التربية ودمجت مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وبقيت ايضا مديرية مرتبطة بمديرية العلاقات الثقافية العامة ثم تغير اسمها الى (مديرية البعثات والملحقيات الثقافية) يرأسها مدير قسم وليس مديراً عاماً ، ثم اصبحت بعدئذ (دائرة البعثات والعلاقات الثقافية) ويرأسها مديراً عاماً ويرتبط بمكتب المدير العام وحدات (المتابعة ، الصادرة والواردة ، السكرتارية ، معاون المدير العام) . اما هيكلية دائرة البعثات تتكون من معاونين اثنين للمدير العام ومن اقسام وشعب تتمثل بالاتي قسم الدراسات خارج العراق ويتكون من الشعب التالية (البعثات ، الزمالات ، الاجازة الدراسية ، النفقة الخاصة) ، قسم شؤون الدارسين في الخارج ويتكون من الشعب التالية (الوطن العربي ، اوربا ، اسيا ، الامريكيتين ، استراليا) قسم العلاقات الثقافية ويتكون من الشعب التالية (الملحقيات الثقافية ، الاتفاقيات والعلاقات الخارجية ، الإيفادات والاعارة ، المراسم ، الترجمة) ، قسم المنظمات الدولية والعربية ويتكون من الشعب التالية (المنظمات الدولية ، المنظمات الاسيوية ، المنظمات العربية والاسيوية ، المنظمات الامريكية والأوروبية) ، قسم التقييم وتعادل

الشهادات ويتكون من الشعب التالية (الانسانية ، الاجتماعية ، الطبية ، العلوم
الصرفة ، الهندسية) . يقسم البحث الى اربعة مباحث ركز المبحث الاول على
المنهجية العلمية للبحث وعرض بعض الجهود الفكرية السابقة ، اما المبحث الثاني
فجاء لعرض مفهوم ابعاد البحث واهم الموضوعات ذات العلاقة بها ، و ركز
المبحث الثالث على عرض وتحليل نتائج الجانب العملي للبحث ، واخيراً خصص
المبحث الرابع لتقديم عدد من الاستنتاجات والتوصيات التي من شأنها تعزيز
المعرفة في المجال المبحوث فيه .

المبحث الاول :- منهجية البحث وبعض الدراسات السابقة

اولاً:- مشكلة الدراسة :-

يعاني التعليم العالي في البلدان العربية بشكل عام وفي العراق بشكل خاص من
مشاكل كبيرة و تهديدات وتحديات بالغة الخطورة والتي نشأت عن المتغيرات التي
غيرت شكل العالم المعرفي و اوجدت نظاماً عالمياً جديداً يعتمد العلم والتطوير
التكنولوجي المتسارع اساساً له واعتم اذ تقنيات عالية الجودة في التقدم والتفوق
والابداع ، و من خلال المعيشة لواقع حال المؤسسة التعليمية في دائرة البعثات
والعلاقات الثقافية من خلال التساؤلات الآتية :-

١. ما مدى مستوى جودة الخدمات المقدمة في دائرة البعثات والعلاقات
الثقافية ؟
٢. هل هناك اختلاف حقيقي بين مستوى الجودة للخدمة المقدمة و مستوى
الجودة المتوقعة من قبل المنتفعين بالخدمات المقدمة من دائرة البعثات
والعلاقات الثقافية ؟
٣. ما اهم ابعاد جودة الخدمة المقدمة التي تقدمها دائرة البعثات وهل هناك اثر
ذو دلالة احصائية لأبعاد مقياس جودة الخدمة المتمثلة في توفر العناصر
(الملموسية ، الاعتمادية ، الاستجابة ، الامان ، التعاطف) على مستوى
المستفيدين من الخدمات التي تقدمها دائرة البعثات ؟
٤. هل يمكن استخدام مقياس الاداء (servQual) لقياس مستوى رضا
المستفيدين من الخدمات الحكومية ؟

ثانياً:- أهمية الدراسة :-

تبرز أهمية الدراسة من تقييم المستهلك لجودة الخدمة في دائرة البعثات والعلاقات الثقافية حسب الابعاد الخمسة المكونة لمقياس servQual وهي (الملموسية ، الاعتمادية ، الاستجابة ، الامان ، التعاطف) ، حيث استمدت الدراسة الحالية أهميتها من أهمية موضوع الدراسة الذي يتمثل في متغيراته جودة الخدمة المقدمة لشريحة واسعة من الطلبة العراقيين الدارسين خارج العراق ومدى رضا الطلبة عن تلك الخدمات المقدمة من قبلها ، وترشيد القرارات الخاطئة و اعطاء صورة واضحة عن دائرة البعثات والعلاقات الثقافية في تقيي م ادائها ، من خلال توفير قاعدة من المعلومات التي تساعد مديرو الاقسام في الدائرة من قياس جودة ما تقدمه من خدمات وتحديد اهم العوامل التي تؤدي الى تحقيق رضا المستهلك للخدمات لمعرفة اولويات التحسين والتطوير .

ثالثاً:- اهداف الدراسة

ان اهداف هذه الدراسة تركز في التعرف على :

١. تشخيص مستوى جودة الخدمة التي تقدمها دائرة البعثات والعلاقات الثقافية .
٢. تشخيص مدى رضا الطلبة الدارسين في خارج العراق عن الخدمة التي تقدمها دائرة البعثات والعلاقات الثقافية .
٣. اقتراح انموذج خاص لعمل الدائرة في التعامل مع المراجعين يستخدم مقياس (servQual) في تحديد ابعاد الجودة كأحد مقاييس رضا المستهلك

رابعاً:- فرضيات الدراسة :-

ينطلق هذا البحث من فرضية رئيسية تنص على الاتي :-

١. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية من الناحية الاحصائية بين جودة الخدمة و رضا الزبون مع المنظمة المبحوثة .

خامساً:- اسلوب البحث :-

استخدام المنهج الوصفي التحليلي في دراسة موضوع البحث . ويحاول الباحث من خلال المنهج الوصفي التحليلي ان يقارن ويفسر ويحلل ويقيم املاً في التوصل الى تعميمات ذات معنى يزيد بها رصيد المعرفة عن الموضوع من خلال :-

١. استخدام الاستبانة التي تتألف من خمسة محاور و ٢١ فقرة .
٢. تحليل الاستبانة احصائياً للوصول الى النتائج .

سادساً :- مجتمع الدراسة :-

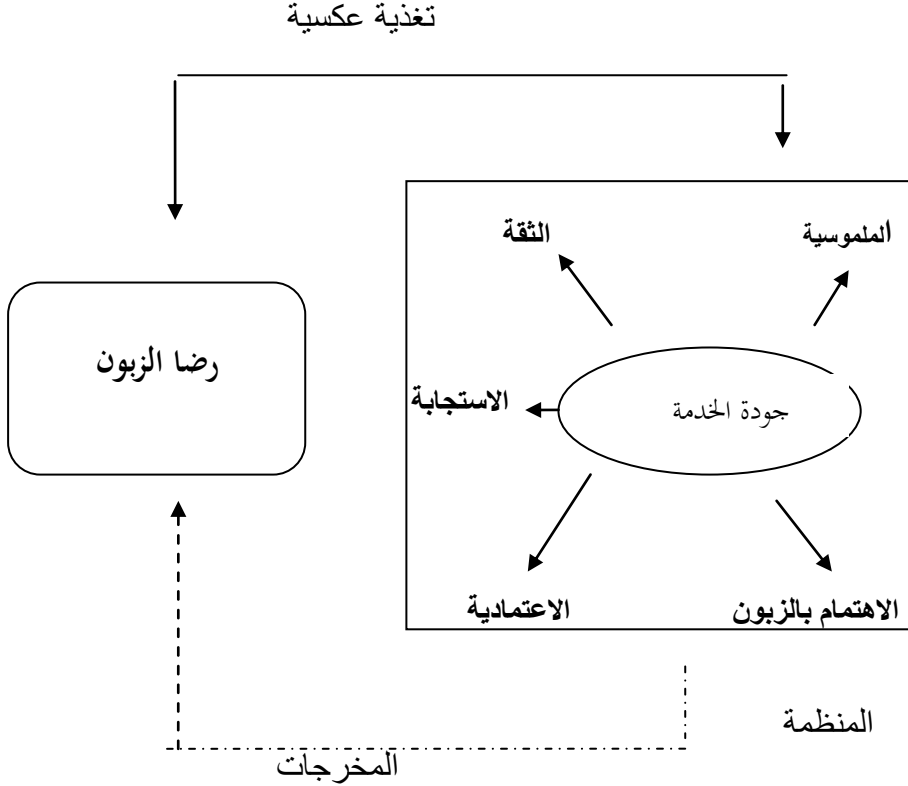
يتمثل مجتمع الدراسة بدائرة البعثات والعلاقات الثقافية / وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، اما عينة الدراسة فتكونت من المواطنين (الزبائن) اللذين يتم تقديم خدمات الدائرة المذكورة من خلال اقسامها وشعبها حيث تم توزيع (١١٣) استمارة استبيان موزعة بمعدل (٨٥) طالب و (٢٨) طالبة .

سابعاً : ادوات جمع البيانات :-

١. الجانب النظري في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بمفهوم واهمية الخدمة بصوره عامة والخدمة التعليمية بصورة خاصة والعوامل المؤثرة في جودة الخدمة التعليمية وابعادها باعتماد المصادر النظرية العربية والاجنبية .
٢. الجانب التطبيقي باستخدام الاستبانة والتي تضمنت ابعاد رئيسية هي :
الملموسية ، الاعتمادية ، الاستجابة ، الثقة ، الاهتمام بالزبون ، وحددت ٢١ سؤال وجهت الى عينة البحث وجرى تفرغها وتحليلها للتوصل الى النتائج باستخدام مقياس (servQual) والذي يعد المقياس الاحدث في قياس جودة الخدمة
٣. تحليل البيانات وتقديم التوصيات في ضوء نتائج التحليل .

ثامناً :- حدود البحث :-

١. الحدود البشرية :- المواطنين (المراجعين) لاقسام وشعب دائرة البعثات المختلفة .
٢. الحدود المكانية :- دائرة البعثات والعلاقات الثقافية / وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
٣. الحدود الزمانية :- الدراسة الميدانية تمت في المدة من ١/١ - ١/١ / ٢٠١٥ .

تاسعاً :- مخطط الدراسة

الشكل (١-١) المخطط الفرضي من اعداد الباحث

الدراسات السابقة

تناولت الكثير من الدراسات مفهوم جودة الخدمات واهمية تحقيق متطلبات المستهلك من تلك الخدمات وكذلك تناولت الدراسة مقياس جودة الخدمات (servQual) وكفاءة استخدامه في العديد من المجالات التربوية والصحية والفندقية وغيرها من مجالات الحياة التي توفر الخدمات العديدة للزبائن ، ومن هذه الدراسات :-

١. دراسة درويش ، (٢٠٠٩) " اثر جودة الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستهلك " دراسة علمية ميدانية في المحافظات الشمالية في فلسطين . هدفت الدراسة الى ايجاد اثر للأبعاد الخمسة المكونة لمقياس

- جودة الخدمة على مستوى رضا المستفيدين منها وهنا تم امكانية استخدام مقياس الاداء (servperf) كأحد المقاييس المهمة لرضا المستفيدين من الخدمات الحكومية وامكانية استخدامه لتحسين مستوى الخدمة المقدمة ، وهذا ما اثبتته نتائج التحليل للدراسة . وقد ركز الباحث على الجانب العملي من الدراسة حيث قام باعداد استبيان خاصة بالأسئلة التي تخص الابعاد الخمسة لمقياس (servperf) ، وبينت نتائج التحليل ان اقل العوامل جودة كما يراها المراجعون كانت تتعلق بساعات العمل وعدم الاهتمام بمصالحهم وعدم الدراية باحتياجاتهم وجميعها تتعلق بعيد التعاطف للمقياس .
٢. دراسة بو عبدالله ، ٢٠١٠ " قياس ابعاد جودة الخدمة على بريد الجزائر " دراسة تطبيقية ، هدفت الدراسة الى تحديد مسألة تأثير ابعاد جودة الخدمات البريدية في البيئة الاقتصادية الجزائرية با ستخدام مقياس (servperf) بناءً على دراسة الادبيات وعلى دراسة قام بها مهنيين و زبائن تم التحقق من ثبات المقياس بعد تنقيته باستخدام معامل الفا لكرونباخ ، حيث جاءت قيمته عالية لمجمل المقياس ، وتراوحت بين حدود المقبول والقوي بالنسبة للمقاييس الفرعية كما تم التأكد من صدقية التقارب من خلال تشبع البنود وارتباطاتها القوية بأبعادها ، وقد افرز التحليل العامل الاستكشافي للبيانات تركيبية من اربعة ابعاد هي (الضمان ، عملية الخدمة ، محيط الخدمة ، المعاملة) ، وهذه النتائج تتفق جزئياً مع دراسات سابقة اخرى .
٣. دراسة الدهيمات ، (٢٠١١) " جودة الخدمات الالكترونية التي تقدمها مكاتب الجامعات الاردنية الرسمية والخاصة من وجهة نظر المستفيدين " دراسة مقارنة. تهدف هذه الدراسة الى قياس جودة الخدمات الالكترونية التي تقدمها مكاتب الجامعة الاردنية الرسمية والخاصة من خلال المقارنة بين جودة الخدمات الالكترونية المقدمة من الجامعات الرسمية وجودة الخدمات الالكترونية المقدمة في الجامعات الخاصة وذلك من اجل الارتقاء بمستوى جودة الخدمات الالكترونية التي تقدمها تلك الجامعات وادراك تقييم المستفيدين من تلك الخدمات والمتمثلين بالهيئة التدريسية والطلبة . وتكون المقارنة ممثلة بأبعاد خاصة بجودة الخدمة الالكترونية وهذه الابعاد هي (الاداء ، المصادقية ، سهولة الاستخدام ، المواكبة) وهي تمثل الابعاد الخاصة بنموذج (Garvin) المطور لغرض قياس جودة الخدمات الالكترونية للمكاتب . وقد تم استخدام الاسلوب الوصفي والتحليلي لوصف وتحليل متغيرات الدراسة المتعلقة بالمعلومات العامة ، وتم تحليل ابعاد جودة الخدمة الالكترونية من خلال الحزمة الاحصائية (spss) . وظهرت الدراسة بشكل واضح عدم الاختلاف في الدرجة الكلية لتقييم المستفيدين (الهيئة التدريسية ، الطلبة)

لجودة الخدمات الالكترونية التي تقدمها مكنتبات الجامعة الاردنية وقد حصلت جودة الخدمات الالكترونية على درجة مرتفعة بحسب مقياس الدراسة وان هذه الدرجة غير مختلفة بين فئتي المستفيدين .

٤ . دراسة " shahen ، ٢٠١٢ . " (servQual) ونموذج الفجوة لجودة الخدمة ، اطار عمل لحساب وبيان اولوية العوا مل الحرجة في تقديم جودة الخدمة " هدفت الدراسة الى ايضاح السبب في تحول اغلب الشركات الخدمية الى اتباع انظمة جودة الخدمة وذلك نظرا لأهمية تحقيق متطلبات الزبون وتقديم خدمات ترضي رغباتهم ، وتم طرح مثال عن بحث قام به كل من (bryslan and Curry) في عام ٢٠٠١ في شركة تموين ، مضمون البحث كان باستخدام مقياس الفجوة (ServQual) في تحليل المعلومات التي تم جمعها من خلال توزيع ١٤٠ استمارة استبيان على زبائن الشركة على مدار سنة كاملة وتم استرجاع ٥٢ استمارة صالحة فقط بنسبة استجابة ٣٧% فقط ، اظهرت النتائج وجود عجز هام في تلبية توقعات الزبائن حول الخدمة المقدمة لهم بجميع ابعادها من قبل الشركة المعنية على طول سنوات الخدمة للشركة . وظهر من خلال ذلك مؤشر سالب في جداول التحليل .

٥ . دراسة الجزائري ٢٠١٣ . " قياس وتقييم جودة الخدمات الصحية " دراسة تطبيقية في مستشفى الفيحاء العام . هدفت الدراسة الى تقييم جودة الخدمات الصحية المقدمة للمواطن في مستشفى الفيحاء العام في البصرة باستخدام مقياس servqual من اجل الارتقاء بمستوى الخدمات الصحية المقدمة في تلك المستشفى ، وقد توصلت الدراسة الى ان هناك ضعف واضح في مستوى جودة الخدمة الصحية المقدمة الى الم رضى فضلا عن وجود تفاوت في الاهمية التي يوليها افراد العينة المبحوثة لكل متغير من المتغيرات الرئيسية للمقياس استخدمه الباحثون في الدراسة وهو مقياس جودة الخدمة (servqual scale) وتم اعتماد اسلوب البحث العلمي والذي جرى باستخدام كل من مقياس الجودة واستمارة الاستبانة المكونة من ٢٢ متغير فرعي ترتبط بالأبعاد الرئيسية الخاصة بالمقياس وهي (الملموسية ، الاعتمادية ، الاستجابة ، التوكيد (الثقة) ، التعاطف) .

المبحث الثاني : الجانب النظري

أولاً: مفهوم الخدمة :-

لقد اختلفت تعريفات الخدمة باختلاف آراء الكتاب والباحثين ، فيمكن ان نعرفها على انها " الانتاج غير الملموس " .ان مفهوم الخدمات يع د من الطرق التي تستخدمها المنظمات الخدمية لتمي يني نفسها عن المنظمات الأخرى المنافسة والمماثلة لها في النشاط عن طرق تكو يني صورة image عن المنظمة مقدمة الخدمة ، تتحدد من خلالها شخصية المنظمة على كافة المستويات (kotler,1994,640). فالخدمة تعرف الخدمة بأنها :-

١. انها "تلبية احتياجات ومتطلبات الزبون منذ اللحظة الاولى وفي كل الاوقات لتلبية احتياجات وتوقعات الزبائن بحيث تتوافق معها توافقا متسقا ومنسجما" (Thompson desoyza and gale,1985).
 ٢. "الاداء بالمستوى الذي توقعه العملاء" (Dennis L.Foster,1992) .
 ٣. "الفرق بين ما متوقع ان يحصل عليه المستفيد وبين الواقع من حيث قناعة المستفيد (petar,1989,269).
 ٤. "اشياء مدركة بالحواس وقابلة للتداول تدمها منظمات معينة تتميز بالتخصص بتقديم الخدمات او تعتبر نفسها مؤسسة خدمية" (cronroos.2001).
 ٥. " تلبية احتياج المستفيد (الزبون) بين النوعيات التي تلبية نفس الحاجة (عادل محمد عبدالله٢٠١٣) .
 ٦. " اي نشاط او انجاز او منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر ، وتكون اساسا غير ملموس ولا تنتج عن ها اي ملكية وان انتاجها وتقديمها قد يكون مرتبط بمنتج مادي ملموس " (Phkatlel.1999)
 ٧. انها " معاملة منجزة من طرف المؤسسة بحيث لا ينتج عن التبادل تحويل الملكية كما في السلع الملموسة " (Judd.2006) .
 ٨. انها " منتج غير ملموس يقدم فوائد ومنافع ومعارف مباشرة لل عميل كنيجة لتطبيق او استخدام جهد او طاقة بشرية ، والخدمة لا يمكن حيازتها او استهلاكها مادياً " (الديوجي ، ابو رمان ،٢٠٠٠: ٤) .
 ٩. فيما عرفت المنظمة الدولية للمقاييس الايزو وفقاً للموصفة (ISO 8402) الخدمة على انها " نتيجة تتولد عن النشاطات في التعامل بين الموارد والزبون ، ومن النشاطات الداخلية للموارد للاستجابة لحاجات الزبون " (حسن ، عزام ، ٢٠١١ : ٢٦-٢٧) .
- و وردت ضمن هذا المعيار الملاحظات التالية :-
- يمكن ان يمثل المورد او الزبون بأشخاص او تجهيزات .

- يمكن ان تكون نشاطات الزبون في التعامل مع المورد اساسية لتأدية الخدمة .
- يمكن ان يشكل تسليم او استخدام منتجات مادية جزءاً من تأدية الخدمة .

ثانياً: خصائص الخدمة العامة :

تمتاز الخدمات بخصائص فريدة تميزها عن السلع وتشمل (kotler, Philip, 2003) ابرزها :-

١. اللاملموسية :- ان سبب الطبيعة الغير ملموسة للخدمات تأتي بسبب ان المستفيدين من الخدمة يكونون غير متأكدين بالنسبة لجودة الخدمة المقدمة من قبل المنظمة اي انها تكون غير (مرئية ، مسموعة ، ملموسة ، ولا يمكن اختبارها) قبل ان تتم عملية شرائها .
٢. التلازم :- ان الخدمة ترتبط بعملية الاستهلاك المباشر لها لأنها تمثل حالة استهلاك مرتبطة مع وقت انتاجها ، وبمعنى اخر لا يمكن الفصل بينهما ، لذا يستوجب من المنظمة التي تقدم الخدمة الاهتمام بعملية الاستقطاب و التوظيف و التدريب و تطوير الاشخاص و المسؤولين عن تقديم الخدمة الى زبائن المنظمة .
٣. التباين او صعوبة تمييز الخدمة :- هناك صعوبة في بعض الاحيان للمحافظة على مستوى واحد من المعيارية في المخرجات بنفس الخدمة المقدمة للمستهلك وذلك بسبب المحددات المؤثرة في مدخلات انتاج الخدمة ممثلة بالمواد والتوقيت والسرعة والادوات المستخدمة ، حيث ان الخدمات تتصف بخاصية التغير العالية وذلك لان الخدمات التي يتم تزويدها من قبل عدة اشخاص في منظمة الخدمة ، ولهذا تتغير جودة الخدمة في كل مرة يتم تزويدها للمستفيد من تلك الخدمة وتبعاً لذلك تعتمد جودة الخدمة على الأشخاص الذين يزودوها متى و أين . ولتأكيد السيطرة على جودة فعالة لا بد من اتباع الخطوات التالية :- (سويدان ، العبادي ، سمير عزيز ، ٢٠١١ ، ٢٢٥)

- سياسة استقطاب جيدة ، تدريب ، تطوير مجهزي الخدمة
- تحديد اجراءات محددة لعملية تقديم الخدمة ، والتي تساعد الى معايرة عملية اداء الخدمة في المنظمات الخدمية والاهتمام بالمجالات المحتملة لفشل الالتزام بمعايير تقديم الخدمة
- جمع المعلومات عن حالة رضا الزبائن وبشكل مستمر من خلال القيام بالأبحاث التسويقية وانظمة تتبع شكاوى الزبائن ومعالجتها .

٤. **الهلاك او الفنايية :-** بشكل عام لا يمكن خزنها والاحتفاظ بالخدمة لحقبة من الزمن فلذا لم يتم تقديم الخدمة عند طلبها فسيؤدي ذلك الى عدم القدرة على استرجاع الايرادات المحتملة المفقودة ففي حالة استقرار الطلب على الخدمة تستطيع المنظمة الخدمية التعامل معها بكفاءة اما في حالة تقلب الطلب فانه من الصعب على المنظمة التعامل مع هذه المشكلة .
٥. **عدم التملك :-** اي ان الخدمة يمكن الانتفاع منها وفي نفس الوقت لا يمكن امتلاكها عند الحصول عليها . وذلك لان الزبون يمكنه استعمال الخدمة لمدة معينة دون امتلاكها كاستعمال غرفة في فندق او مقعد في طائرة .

ثالثاً : ابعاد جودة الخدمة :-

- لجودة الخدمة عدة ابعاد (الصيرفي ، ٢٠٠٣ ، ٢٧٨) .
١. الاتصالات : وتتمثل بالقدرة على الاصغاء للعميل لفهم جميع رغباته ومتطلباته سواء تحدث ام صمت .
 ٢. الفهم والادراك : ويتمثل في استعداد مقدم الخدمة في اعطاء الوقت الكافي للعميل للتحدث وابداء وجهة نظره دون ملل او ضجر بهدف فهم حاجات العميل الخفية .
 ٣. التوقيت : ويتمثل في محاولة تحقيق رغبة العميل في تقديم الخدمه له في الوقت الذي يريده .
 ٤. الثقة في اداء الخدمة : وهذه الثقة انما تتأثر من خلال السمعة التي يتمتع بها مقدم الخدمة .
 ٥. المضمون الذاتي للخدمة : يتمثل في المهارة التي يجب أن يتمتع بها مقدم الخدمة وذلك فيما يتعلق بطريقة عرض الخدمة واقناع الزبائن بها .
 ٦. الاستمرارية: وتعني المقدرة على اداء الخدمة بنفس الكفاءة والفاعلية طول الوقت .
 ٧. المطابقة : أي تحقيق التجانس بين تطلعات العميل والخدمة المقدمة أي تحقيق الخدمة درجة الاشباع التي يتطلع اليها العميل .
 ٨. الادوات: قد يتطلب تقديم بعض الخدمات استعمال بعض الادوات ال مادية لذلك مثل الادوات التي يستخدمها الطبيب اثناء ممارسة عمله وهنا يتوقع الزبون بأن تكون الادوات متوفرة وعلى درجة عالية من الكفاءة .

رابعاً: قياس الجودة في الخدمات :-

تهدف عملية قياس الجودة في الخدمات الى تحقيق التميز في اداء الانشطة المتعلقة بتقديم الخدمة والى تحقيق الملاءمة وتعددية مفهوم الجودة الفعلية المدركة من قبل المستفيدين ، وتشمل عملية القياس ايجاد معايير يمكن ان تشكل صفات للجودة حسب نوع الخدمة ونوع النشاط المؤدى من قبل مقدم الخدمة (عادل محمد ، ٢٠١٣) . حيث تم تحديد عدة محاور من شأنها ان تحدد او تؤثر في تكوين اطار عام لقياس الجودة في النشاط الخدمي على على مستويات المنظمة الخدمية وهي :-
(Owen A,1994:21) (CRONIN,1994:125-131)

١. **العوامل المادية الملموسة :** وهي الادلة المادية للخدمة المعنية (المواد ، التجهيزات ، المعدات ، الادوات والاجزاء المعاونة او المكملة لها) .

٢. **الجدارة ودرجة الاعتماد :** وهي تشير الى مدى التشابه والتطابق بين مستوى اداء الخدمة ودرجة الاعتماد والاتكال على نوع معين من الخدمة من بين الانواع المقدمة ودرجة الاعتماد على المتخصص في تقديم الخدمة

٣. **درجة الاستجابة :** وهي رغبة او استجابة المستخد مين والموظفين واستعدادهم وقدراتهم على تقديم الخدمات ، ان المعالجات الفورية والعاجلة للحالات الطارئة في اي مركز خدمي هي مثال واضح لهذا العامل

٤. **الضمانة ودرجة الثقة :** وهي تشير الى مدى الثقة والضمانة التي ينقلها مقدم الخدمات ، فالضمانات التي تقدم في مجال الخ دمات هي الاستثمار في تقديم الخدمة لحين حصول قناعة او اشباع تام نسبيا لدى المستفيد لسد حاجته .

٥. **التقمص النفسى :** وهي الجهود المبذولة من قبل مقدم الخدمة من اجل التعرف على احتياجات المستفيد و متطلباته واستيعابها ، ومن ثم تخصيص وتكييف عملية تقديم ونقل الخدمة وفقاً لتلك الاحتياجات .

خامساً: مقياس (servQual) :-

لقد توصل الباحثون الى تحديد نموذج الفجوة او ما يسمى مقياس servQual و يمكن تعريفه بأنه " مقياس يستخدم لقياس جودة الخدمة ، وظهر خلال الثمانينات من القرن الماضي من خلال الدراسات التي قام بها (parasuaman & zeihmal et berry,2009 وذلك بغية استخدامه في تحديد وتحليل ويرتكز على خمسة ابعاد وهي :

١. الجوانب الملموسة: وتضم التسهيلات المادية والمعدات المستخدمة في انتاج وتقديم الخدمات والمظهر الخارجي للعاملين في منظمة الخدمة .
٢. الثقة والاعتمادية: وتمثل المقدرة على اداء الخدمة وفقا للوعود المقدمة وذلك على النحو الذي يمكن الاعتماد عليها بدقة (خالية من الاخطاء) .
٣. الاستجابة :- وتعكس استعداد العاملين بمنطقة الخدمة لمعاونة الجمهور او العملاء وتقديم الخدمة بسرعة .
٤. الضمان : ويعكس معرفة وخبرة العاملين بمنظمة الخدمة وقدرتهم على كسب ثقة الجمهور او العملاء .
٥. التعاطف : ويعكس العناية بالجمهور او العملاء والاهتمام الشخصي بكل فرد .

ان الجودة في الخدمات تظهر في واحدة من ابعاد اداء الخدمة او كلها وهي
(Owen.1994:21) :

١. البعد المادي : السلع والامكانيات المادية الملموسة المكتملة للنشاط الخدمي
 ٢. المرافق والتسهيلات :- وهي الخدمات المكتملة للخدمات الرئيسية والتي تختلف عنها اختلافا كبيرا
 ٣. الافراد القائمين على اداء الخدمة وتقديمها من اختصاصيين وعاملين ذوي اختصاصات فنية ووظيفية .
- ووفقاً لذلك يظهر نوعان من الجودة (ابو رمان، ١٩٩٧، ٣٢)
- الجودة الفنية : وترتبط بما يحصل عليه المستفيد فعلا من الخدمة .
 - الجودة الوظيفية : وترتبط بالطريقة التي تؤدي او تقدم بها الخدمة .
- ان قياس الجودة في الخدمات يتم عن طريق اسلوب اعمام اثر الجودة الذي يعرف بانه "اسلوب يسعى لتوثيق احتياجات المستفيد ويستخدم في تحديد اوليات معايير المنتج واطاره العام "، ان عرض احتياجات المستفيد تتم عن طريق المصفوفة (Matrix) التي تحتوي على مؤشرات يقوم الفريق العامل بتحديد مؤشر واحد منها على الاقل يصلح للقياس ويمكن التحكم فيه بحيث يعبر هذا المؤشر عن تلبية احتياجات المستفيدين من كونها متوقعة من قبل ا لمستفيد ومدركة من قبل مقدم الخدمة ومن هذه الاحتياجات (سلطان، ١٩٩٧، ١٩) :-

١. احتياجات يتم التعبير عنها وهي معرفة :- وتمثل حاجات اساسية في تقديم الخدمة والتي يحتاجها المستفيد لاشباع حاجات مباشرة يعبر عنها ويطلبها ويأتي الى المنظمة الخدمية للحصول عليها وتكون معروفة من قبل مقدم الخدمة والمستفيد على حد سواء بحيث يسهل وصفها وتحديد الأنشطة اللازمة لتوفيرها وقد يكون هدف المنظمة قد صمم اساسا من قبل المنظمة

- الخدمية للاستفادة منها ، فتكون الجودة المقدمة مرضية بشكل كامل يشبع حاجات المستفيدين .
٢. **احتياجات يتم التعبير عنها وهي غير معروفة :-** تحتاج الى توفير كوادر متخصصة في مجال الخدمة المقدمة فتكون قائمة على اساس تلقي الوصف والشرح والاسهاب فيه لتعريف وشرح الحاجة للوصول الى ادق التفاصيل لتوفير خدمة تتلاءم وحاجة المستفيد ، وقد يتم استخدام بعض الاجهزة والمعدات او المواد والسلع للكشف عن تلك الحاجات (James C,1998,54).
٣. **احتياجات لم يتم التعبير عنها وهي معروفة :-** يستخدم التحليل الوظيفي لتحديد هذا النوع من الاحتياجات اي تكون معرفة للقسم او الادارة الوظيفية او مقدم الخدمة وهذه الاحتياجات التي لم يعبر عنها المستفيد لكونه لم يتوقع توفرها على الاطلاق ، او لا يعرف بوجودها في القسم او الادارة او المنظمة او الشخص المختص بتقديم الخدمة ، ولا يعتقد بإمكان تقديمها او يتوقع حدوثها ، لكنها معروفة ومدركة من قبل مقدم الخدمة (سلطان ، ١٩٩٧، ١٩).
٤. **احتياجات لم يتم التعبير عنها وهي غير معروفة :-** وتقع بالنسبة للطرفين مقدم الخدمة او المستفيد ضمن المجهول ، سواء من حيث معايير التنبؤ بها او من حيث قياس حجم المستلزمات المستخ دمة في تقديمها فتترك لحالة التوقع العشوائي او للخبرة السابقة في تحديد متطلباتها وتخرج هذه الحاجات عن نطاق التفضيل والمقارنة والاختيار من قبل المستفيد ، وغالبا ما يحدد نوع الخدمة المطلوبة ومقدار الاشباع لها مقدم الخدمة .

رضا الزبون

اولا:- مفهوم رضا الزبون واهميته :-

١. " الحالة النفسية للإنسان التي يشعر من خلالها عندما يحصل على مكافأة كافية مقابل التضحية بالنقود والمجهود " .
٢. " الناتج النهائي الذي يجريه الزبون لعملية تبادل معينة " (سليمة ، ٢٠١٢، ٥٧).
٣. " الناتج النهائي المتولد من التجربة او الخرة المتراكم ة والذي يعكسه الزبون في تقييمه لمستوى اداء الخدمة " (الجبوري ، البرزنجي ، ٢٠٠٧، ٢٠٠).
٤. " هو دالة على الاداء المدرك والموقع من قبل الزبون ، ففي حالة عجز الاداء عن المتوقع فان الزبون يكون في حالة عدم السرور ، والعكس

صحيح ، اما في حالة التي يتجاوز بها فيها الاداء ما هو متوقع فان الزبون يتحول من الرضا الى الولاء للمنظمة " . (كوتلر، ٣٦، ٢٠٠١) .
و بين كل من العلماء والمتخصصين في مجال التسويق ومقدمي الخدمات منذ فترة طويلة اهمية رضا المستهلك ، فهو يهتم في زيادة الحصة السوقية لأي منظمة اعمال وفي العائد على الاستثمار . ويعبر رضا المستهلك احد اهم الاهداف الرئيسية لمنظمات الاعمال . وقد اثبتت نظريات الادارة والتسويق اهمية تحقيق رضا المستهلك من اجل نجاح اعمالها ، ونظرا لهذه الاهمية عدت جائزة مالكوم بالدريج الدولية للجودة ان رضا الزبون هو العنصر الرئيس الذي يعتمد عليه في عملية التقييم لمنح الجائزة.

ثانياً:- قياس رضا الزبون :-

يعد رضا المستهلك اصلا من اصول المنظمة وهو اساس بقائها في ظل بيئة اشتدت فيها المنافسة واصبح البقاء فيها لمن يملك ميزة تنافسية لا يمكن تقليدها . وفي ظل التغييرات الجديدة اصبح من الضروري على المنظمات ان لا تكتفي بتحقيق الرضا للمستهلكين بل عليها ان تقيسه للتعرف على درجته .
وعليه يمكن تعريف قياس رضا المستهلك "بانه تلك الجهود التي تقوم بها المنظمة للوقوف على مدى رضا المستهلكين عما تقدمه لهم من خدمات وبرامج بهدف اجراء التعديلات المنظمة والبرمجية اللازمة بحيث تصبح اكثر استجابة لاحتياجات وتطلعات افراد المجتمع التي تخدمهم" . (بلحسن، ٢٠١٢، ٣٧)
يكتسب رضا المستهلك اهمية كبيرة لذا تحتاج جميع المنظمات الراغبة في تحقيق الاستمرار والنمو في السوق قياسه؛ إذ أن رضا المستهلك هو موضوع بالغ الاهمية لتحقيق النجاح في اي من الاعمال سواء التقليدية او عبر الانترنت . وتبرز اهمية قياس رضا المستهلك من خلال الاتي :- (الخفاجي؛ بدون سنة: ٨٤-٨٥):-

- ١ . للوقوف على مدى تحديد مدى رضا المستهلك .
- ٢ . تقديم النتائج للشركاء في اي منظمة ومنهم مثلا جميع الممولين .
- ٣ . يساعد في تشخيص اسباب عدم تحقق اهداف المنظمات .
- ٤ . معرفة هل ان الفئة المستهدفة قد استفادت من الخدمة المقدمة .
- ٥ . يساعد المشرفين على امكانية توسيع نطاق الانشطة والخدمات التي تقدمها المنظمة لتشمل متجمعات اخرى .
- ٦ . تجنب تكرار الاخطاء في الانشطة نفسها والخدمات التي سوف تقدمها المنظمة .
- ٧ . معرفة اذا كان نمط الادارة المتبع يحقق رضا المستهلك ام يحتاج الى مراجعة .

من خلال ما تم عرضه يرى الباحث ان المستهلك عند عملية شراء الخدمة يخرج بأحدى النتيجتين الاتيتين :-

- ١ . قيمة ايجابية وشعوره بالرضا اذا ازدادت الخصائص الفعلية للخدمة عن توقعاته او تطابقت معها .
- ٢ . قيمة سلبية وعدم الرضا اذا ازدادت توقعاته لخصائص الخدمة عن الخصائص الفعلية لها .

ثالثاً:- ابعاد رضا الزبون :-

- ان جودة الخدمات تتكون من ثلاثة ابعاد رئيسية وهذه الابعاد تؤثر بشكل مباشر على رضا متلقي الخدمة ، وان هذه الابعاد هي : (الخفاجي ، بدون سنة ، ٨٦)
- ١ . اجراء سير المعاملات ويشمل انجاز المعاملات في وقتها المحدد دون تأخير و وضوح الاجراءات وبساطتها وبعدها عن الروتين .
 - ٢ . كفاءة العاملين وحسن تعاملهم ويشمل لطف العاملين في تعاملهم مع المراجعين و استجابتهم لاحتياجاتهم و تواجدهم دائما على رأس اعمالهم و تنفيذ المعاملات دون تمييز و التقيد بالمواعيد المحددة .
 - ٣ . بعد الخدمة المقدمة من المؤسسة المختصة في تقديم الخدمة وتشمل فاعلية خدمة مكتب خدمة الجمهور و توفر مواقف جيدة للسيارات و ملاءمة اللوحات الارشادية الدالة على مواقع المديريات والاقسام ، تفاعل الاتصال الهاتفي مع الدائرة ، توفر المرافق الصحية ، خدمة تصوير الوثائق .

رابعاً: علاقة جودة الخدمة برضا الزبون :

ان المقولة القائلة " الرضا يؤدي الى الجودة " هي مقولة خاطئة والصحيح هو ان " الجودة تؤدي الى الرضا " والدليل على ذلك ان المنظمة التي تقوم بمقابلة احتياجات زبائنها تضمن رضاهم ، لذا اصبح رضا المستهلك ه دفا رئيسيا من اهداف الجودة على اعتبار ان الجودة تهدف الى الارتقاء بمستوى الخدمة لتحقيق رضا المستهلكين . لذا اصبحت المنظمة الناجحة هي التي تأخذ بأراء الزبائن في عملياتها وخدماتها القدمة لهم ، حتى ان العديد من المنظمات شاركت زبائنها في تصميم خدماتها وتطويرها ، وذلك من خلال تحديد اجراءات واضحة لشكاوي الزبائن واقتراحاتهم والتعامل معهم وبذل الجهد الممكن لتوفير الخدمة لكل شخص بما فيهم ذوي الاحتياجات الخاصة . (بلحسن ، ٢٠١٢ ، ٤٨) .

المبحث الثالث :- الجانب العملي

بعد الملموسية : يتضح من الجدول (١) ان بعد الملموسية تم قياسه من خلال (٤) فقرات :

السؤال	النسبة المئوية للاتفاق	محايد	عدم الاتفاق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تتوفر لدى دائرة البعثات تجهيزات ومعدات متطورة تستخدمها في انجاز خدماتها .	١١.٩	١٧.٤	٧٠.٧	٢.٣	٠.٨٣
المرافق واماكن استقبال المراجعين التابعة لدائرة البعثات ملائمة وصحية وجذابة .	٤٩.٤	٠	٤٩.٥	٢.٤	١.١
يتمتع العاملون في دائرة البعثات بحسن المظهر والهندام .	٨٤.٤	١٢.٨	٢.٨	٤.١	٠.٨
يتناسب المظهر العام للمكان الذي تقدم به الخدمة مع طبيعة ونوع الخدمة المقدمة .	٢٣	٥١.٤	٢٥.٧	٢.٩	٠.٧

وقد بلغت النسبة المئوية للاتفاق على هذا البعد (٤٢.١٨%) وهي اقل من النسبة المئوية للاتفاق المعياري والبالغة (٦٦,٧) % وهذه النتائج تشير وبدلالة واضحة بان هناك عدم ملموسية في تنفيذ المهام الخاصة بالمنظمة المبحوثة وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الوسط الحسابي البالغة (٢.٩٣) % وهي اقل ايضاً من قيمة الوسط الحسابي البالغة (٣) % وقد جاءت قيمة الانحراف المعياري منسجماً مع هذه النتائج اذ بلغت (٠.٨٦) % والتي تشير الى وجود انسجام مقبول بين اجابات افراد العينة ، وبالتالي فان هذه النتائج لا تتوافق مع التساؤل الاول التي تضمنه هذا البحث والذي نص على : " هل توجد ملموسية في طبيعة الخدمات التي تقدمها المنظمة المبحوثة الى زبائنها " .

بعد الاعتمادية :- يتضح من الجدول (٢) ان بعد الاعتمادية تم قياسه من خلال (٤) فقرات

السؤال	النسبة المئوية للاتفاق	محايد	عدم الاتفاق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تلتزم دائرة البعثات بتنفيذ المهام والاعمال في الاوقات المحددة وفقا لما تم الوعد به .	٨٠.٣	٣٦.٧	٥٥	٢.٣	٠.٨
يتعاطف العاملون في دائرة البعثات معك ويهتمون بمشكلكتكم ويجيبون على استفساراتك .	٧٥.٢	١١	١٣.٨	٣.٩	١.١
تحرص دائرة البعثات على تقديم الخدمة لك بشكل صحيح في اول مرة وبشكل جيد في المقام الاول .	٧٠.٣	٤١.٣	٥١.٣	٢.٣	٠.٨
تحرص دائرة البعثات على تقديم الخدمات في المواعيد التي يتم تحديدها .	٦٠.٢	٣٨.٥	٤١.٢	٢.٦	١.٠

وقد بلغت النسبة المئوية للاتفاق على هذا البعد (٢٧.٧٥) وهي اقل من النسبة المئوية للاتفاق المعياري والبالغة (٦٦.٧) % وهذه النتائج تشير وبدلالة واضحة بان هناك عدم وجود اعتمادية في تنفيذ المهام الخاصة بالمنظمة المبحوثة وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الوسط الحسابي البالغة (٢.٧٨) % وهي اقل ايضا من قيمة الوسط الحسابي البالغة (٣) % وقد جاءت قيمة الانحراف المعياري منسجماً مع هذه النتائج اذ بلغت (٠.٩٥) % والتي تشير الى وجود انسجام مقبول بين اجابات افراد العينة .

بعد سرعة الاستجابة :- يتضح من الجدول (٣) ان بعد سرعة الاسجابة تم قياسه من خلال (٤) فقرات

السؤال	النسبة المئوية للاتفاق	محايد	عدم الاتفاق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تمتلك دائرة البعثات انظمة توثيق وسجلات دقيقة خالية من الاخطاء التي تخص خدماتها .	١٢.٨	٥٦	٣١.٣	٢.٦	٠.٩
يقوم العاملون في دائرة البعثات بأعلامك بدقة عن موعد تقديم الخدمة .	٧٠.٣	٣٣	٥٩.٦	٢.٣	٠.٧
يقدم العاملون في دائرة البعثات الخدمة لك بشكل فوري .	٢٠.٨	٢٢	٧٥.٢	٢.٢	٠.٦
ان العاملون في دائرة البعثات على استعداد دائم لمساعدتك .	٧٠.٣	١٦.٥	٧٦.٣	٢.٢	٠.٧

وقد بلغت النسبة المئوية للاتفاق على هذا البعد (٧.٥٥) وهي اقل من النسبة المئوية للاتفاق المعياري والبالغة (٦٦,٧) % وهذه النتائج تشير وبدلالة واضحة بان هناك عدم وجود سرعة استجابة لتنفيذ المهام الخاصة بالمنظمة المبحوثة وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الوسط الحسابي البالغة (٢.٣٣) % وهي اقل ايضاً من قيمة الوسط الحسابي البالغة (٣) % وقد جاءت قيمة الانحراف المعياري منسجماً مع هذه النتائج اذ بلغت (٠.٧٣) % والتي تشير الى وجود انسجام مقبول بين اجابات افراد العينة .

بعد ثقة العملاء بالمنظمة :- يتضح من الجدول (٤) ان بعد ثقة العملاء بالمنظمة تم قياسه من خلال (٤) فقرات

السؤال	النسبة المئوية للاتفاق	محايد	عدم الاتفاق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
العاملون في دائرة البعثات لا ينشغلون عنك ويقومون بتلبية طلباتك فوراً .	٦.٤	٣٦.٧	٥٦.٩	٢.٢	٠.٨
تمتلك دائرة البعثات عاملين يشعرك سلوكهم بالثقة والامان في تعاملك معهم .	٩.٢	٦٩.٧	٢١.١	٢.٨	٠.٦
وجود عاملين يتمتعون بالحس الانساني والياقة والكياسة في التعامل معك .	١١.٩	٧.٣	٨٠.٧	١.٩	١.٠
تتوفر لدى العاملين في دائرة البعثات المعرفة الكافية للإجابة عن اسئلتك . .	٢١.١	٣٣.٩	٤٤.٩	٢.٧	٠.٨

وقد بلغت النسبة المئوية للاتفاق على هذا البعد (١٢.١٥) وهي اقل من النسبة المئوية للاتفاق المعياري والبالغة (٦٦,٧) % وهذه النتائج تشير وبدلالة واضحة بان هناك عدم ثقة في تنفيذ المهام الخاصة بالمنظمة المبحوثة وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الوسط الحسابي البالغة (٢.٤٠) % وهي اقل ايضاً من قيمة الوسط الحسابي البالغة (٣) % وقد جاءت قيمة الانحراف المعياري منسجم ة مع هذه النتائج اذ بلغت (٠.٨) % والتي تشير الى وجود انسجام مقبول بين اجابات افراد العينة .

بعد الاهتمام بالزبون :- يتضح من الجدول (٥) ان بعد الاهتمام بالزبون تم قياسه من خلال (٥) فقرات .

السؤال	النسبة المئوية للاتفاق	محايد	عدم الاتفاق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يوجد تفاعل بين الطاقم الذي يعمل في دائرة البعثات والمستفيدين من تلك الخدمات بشكل لطيف ولبق .	٣٨.٥	٣٠.٣	٣١.٢	٣.٠	١.٠
تولي دائرة البعثات اهتماماً شخصياً بك .	١١	٢٤.٨	٦٤.٢	٢.١	١.٠
ساعات العمل في دائرة البعثات مناسبة لجميع المواطنين .	٨١.٧	٧.٣	١١	٣.٩	١.٠
يملك العاملون في دائرة البعثات القدرة على منحك الاهتمام الشخصي .	١٣.٧	٢٠.٢	٦٦	٢.٣	٠.٩
ان دائرة البعثات على دراية وعلم باحتياجاتك من الخدمة المقدمة .	٨٤.٤	٧.٣	٨.٣	٣.٨	٠.٨

وقد بلغت النسبة المئوية للاتفاق على هذا البعد (٤٧.٧٠) وهي اقل من النسبة المئوية للاتفاق المعياري والبالغة (٦٦,٧) % وهذه النتائج تشير وبدلالة واضحة بان هناك عدم وجود اهتمام بالزبون في المنظمة المبحوثة وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الوسط الحسابي البالغة (٢.٩) % وهي اقل ايضاً من قيمة الوسط الحسابي البالغة (٣) % وقد جاءت قيمة الانحراف المعياري منسجماً مع هذه النتائج اذ بلغت (١.١٨) % والتي تشير الى وجود انسجام مقبول بين اجابات افراد العينة .

المبحث السادس :- الاستنتاجات والتوصيات

اولاً :- الاستنتاجات :-

١. ان جودة الخدمات التي تقدم في المنظمة المبحوثة كانت منخفضة جدا ، ويستوجب على الادارة العليا في المنظمة اتخاذ التدابير اللازمة في حل المعوقات التي تقف حائلاً بين الزبون وبين تقديم الخدمة بالشكل المناسب .
٢. عدم استخدام التكنولوجيا الحديثة في المنظمة المبحوثة بالشكل الصحيح ولا زال استخدام الحاسوب بالشكل البدائي وعدم وجود رؤية لحل هذا الاشكال بالرغم من وجود الموظفين المؤهلين الذين يجيدون استخدام الحاسوب بشكل جيد .

٣. اهمال وحدة الصادرة والواردة وذلك لعدم وجود ارشفة الكترونية وكذلك عدم وجود ارشفة ورقية في المنظمة المبحوثة والتي هي من اهم الوحدات الادارية في المنظمة .
 ٤. الاستثمار الالكترونية ليس لها دور في عملية فتح الملف الدراسي او تقييم التحصيل العلمي وذلك لعدم تفعيلها بالشكل الصحيح والذي يخدم عمل المنظمة المبحوثة .
 ٥. عدم وجود لوحات استدلاية للمكاتب الخاصة الوحدات الادارية والشعب والاقسام في المنظمة المبحوثة .
- ثانياً :- التوصيات :-**
١. على المنظمة المبحوثة الاهتمام اكثر بزبائنها وتقديم الخدمة على النحو الامثل وتذليل المعوقات كافة من قبل الادارة العليا لتحقيق ميزة تنافسية في تقديم الخدمة .
 ٢. استخدام التكنولوجيا الحديثة واتمة العمليات الادارية بما يخدم المنظمة المبحوثة وزبائنها .
 ٣. الاهتمام بوحدة الصادرة والواردة واستخدام الارشفة الالكترونية والورقية في عملها .
 ٤. تفعيل دور الاستثمار الالكترونية بالشكل الصحيح و ربطها ببرنامج الكتروني معين لتمكين الموظفين العاملين في المنظمة من ادراجها بما يخدم مصلحة الزبون وكذلك تمكين الادارة العليا استخدامها في معرفة اعداد الطلبة الفعليين وإعداد الإحصائيات اللازمة وعلى كافة المستويات (بكالوريوس ، ماجستير ، دكتوراه) وكذلك نوع الدراسة (زمالة ، بعثة ، اجازة دراسية) .
 ٥. ضرورة وضع لوحات استدلاية على مكاتب الموظفين لتمكين الزبون من معرفة المكان المقصود الذي يتم من خلاله تقديم الخدمة له .

المصادر:-

١. ويلسون، اوبري، ١٩٩٥، اتجاهات جديدة في التسويق ، الدار الدولية للتوزيع والنشر .
٢. الحناوي ، محمد ، ١٩٧٦، ادارة التسويق ، دار الجامعات المصرية للطباعة والنشر ، الاسكندرية، مصر .
٣. موسى، غانم فنجان ، عبد العباس ، محمد صالح ، ١٩٩٩ ، ادارة المبيعات والاعلان، مطابع دار الحكمة للطباعة والنشر، جامعة الموصل، العراق .
٤. احمد محمد سمير ، ٢٠٠٩ ، الجودة الشاملة وتحقيق الرقابة في البنوك التجارية ، دار المسيرة للطباعة والنشر، عمان الاردن .
٥. العزاوي ، محمد عبد الوهاب ، ٢٠٠٥ ، ادارة الجودة الشاملة ، دار الميسر للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، الاردن.
٦. اسعد حماد ابو رمان ، ١٩٩٧، تسويق الخدمة وامكانية تطويرها من وجهة نظر النزلاء، عمان ، الاردن .
٧. معلا ، ناجي ذيب ، ١٩٩٨، قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية ف الاردن ، مجلة دراسات العلوم الادارية ، المجلد ٢٠، العدد ٢.
٨. برنامج ضمان الجودة ، Q.A.P، بدون سنة، ندوة ضمان جودة الخدمات، عمان ، الاردن .
٩. عادل محمد عبدالله ، ادارة جودة الخدمات ، الطبعة الاولى ، ٢٠١٣، مؤسسة الوراق للنشر ، عمان الاردن .

المصادر الاجنبية:-

1. Gardener, jonathan, HMOs get Medicare marketing Guidelines, 1997, journal, of modern, Health Care ,September.
2. Kotler, P, and Turner, Ronald E, 1998, Marketing Management , 6th Ed, Prentice-hall Inc, New jersey, USA.
3. Nakijima, Hiroshi, 1997, Better health through use of resources , the magazine of the world health Organization, 50th Yaer, no 5, October.
4. Kotler , p. and Armecetrong G , 1994, principles of marketing 6th ed, Inc, Prentice Hall, New-Jersey.

5. Gordon Greenly,e.and Shipley david,1988,Readings in marketing management, McGraw-hall book company ,INC ,Berkshire ,UK.
6. Morgan,Anandarjan,bey,Arinze,1997,preparting for ISO 9000,computer Information Systems,spring.
7. Owen A ,Bevan,1994,marketing,prentice-hall inc,1st.ed,New-Jersey.
8. Jr.Cronin,joseph,j.steven
A.taylor,1994,SERVPERF,versus SERQUAL :Rcon Cilling performance-Based and perception-minus-Expectation service Quality, journal of marketing ,vol,58,January.
9. (parasuaman & zehmal et berry,2009 SERQUAL :Rcon Cilling performance-Based and perception-minus-Expectation service Quality, journal of marketing ,vol,176,January.