وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة مصطفى اسطمبولي – معسكر –
كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير
قسم علوم التسيير

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير

الشعبة: إدارة المنظمات

التخصص: تسويق

تحت عنوان:

قياس الجودة المدركة للخدمة العمومية

من إعداد الطالبة: كروش سهام.

تحت إشراف: د. هشماوي كمال.

لجنة المناقشة:

أ.د بن عبو الجيلالي	أستاذ التعليم العالي	جامعة معسكر	رئيسا
د. هشماوي كمال	أستاذ محاضر "أ"	جامعة معسكر	مشرفا و مقررا
أ.د. زقاي دياب	أستاذ التعليم العالي	جامعة سعيدة	ممتحننا
أ.د. صوار يوسف	أستاذ التعليم العالي	جامعة سعيدة	ممتحننا
د. جبلي محمد الأمين	أستاذ محاضر "أ"	جامعة معسكر	ممتحننا

السنة الجامعية: 2019 /2020

إهداء

إلى والدي و والدتي،

إلى زوجي، أختي و إخوتي،

إلى ابنتي،

إلى كل معلمي و أساتذتي،

أهدي هذا العمل .

شكر

نحمد الله أولا و قبل كل شيء على فضله و توفيقه.

أتقدم بأسمى عبارات الشكر و الامتنان لوالدي الذي كان دائما السند الأول خلال مشواري الدراسي. أتوجه بالشكر الخاص للأستاذ هشماوي كمال، على كل الجهد و الوقت الذي سخره للإشراف على هذا البحث، و على تشجيعه و توجيهاته طيلة مراحل العمل. و الأستاذ الويسي عبد القادر الذي كان له فضل كبير في إتمام هذا العمل.

أوجه جزيل الشكر و العرفان لرئيس لجنة المناقشة و أعضاء اللجنة الموقرين على تشريفهم لي بمناقشة هذه الرسالة، و على الجهد و الوقت الثمين الذي بذلوه في مراجعتها.

أقدم شكري أيضا لزوجي الذي ساعدني في جمع معلومات حول ميدان البحث باعتباره موظفا لدى الإدارة المدروسة، و التسهيلات في إجراء المقابلات مع مدراء الأقسام لدى هذه الإدارة.

و لا ننسى بالذكر كل من ساهم في إنجاح هذا العمل من قريب أو من بعيد.

الفهرس

الفهرس.....4
قائمة الجداول.....8
قائمة الأشكال.....10
المقدمة العامة.....**11**
الفصل الأول: ماهية الخدمة العمومية، جودة الخدمة و الجودة المدركة للخدمة.....**18**
مقدمة الفصل الأول.....19
1.1 مبادئ و مفاهيم حول الخدمة.....20
1.1.1 تعريف و طبيعة الخدمة.....20
2.1.1 خصائص الخدمة.....22
3.1.1 القطاعات الخدماتية.....23
2.1 ماهية الخدمة العمومية.....24
1.2.1 مفهوم الخدمة العمومية.....24
2.2.1 أوجه (مبادئ) الخدمة العمومية.....28
3.2.1 خصائص الخدمة العمومية.....30
3.1 ماهية جودة الخدمة.....31
1.3.1 تعريف الجودة و جودة الخدمة.....31
2.3.1 تطور مفهوم الجودة.....35
3.3.1 خصوصيات الجودة في القطاع الخدمي.....39
4.3.1 أهداف تحسين الجودة.....40
4.1 الجودة الشاملة.....42
1.4.1 سياسة الجزائر في مجال الجودة و المعايير.....45
2.4.1 منظمات الخدمات العمومية في الجزائر.....47
3.4.1 أنواع المنظمات العمومية في الجزائر.....48
5.1 ماهية الجودة المدركة للخدمة.....51
1.5.1 تعريف الجودة المدركة للخدمة.....51
2.5.1 مكونات الجودة المدركة للخدمة.....52
3.5.1 طبيعة و محددات الجودة المدركة من الخدمات.....54
4.5.1 وضع قطاع جودة الخدمات في الجزائر.....58
خاتمة الفصل الأول.....61
الفصل الثاني: نماذج و طرق قياس جودة الخدمة العمومية.....**62**
مقدمة الفصل الثاني.....63
1.2 أبعاد جودة الخدمة.....64

1.1.2 أهمية قياس الجودة المدركة للخدمة.....65
2.1.2 تقييم جودة الخدمة.....67
1.2.1.2 صعوبات قياس جودة الخدمة.....67
3.1.2 طرق قياس جودة الخدمة.....68
1.3.1.2 قياس جودة الخدمات من وجهة نظر الزبون.....68
2.3.1.2 قياس الجودة المهنية.....69
3.3.1.2 قياس الجودة من منظور شامل.....71
4.3.1.2 طرق أخرى للحصول على تغذية مرتدة من العملاء.....71
2.2 نماذج قياس الجودة المدركة للخدمة.....72
1.2.2 نموذج الفجوة SERVEQUAL.....73
1.1.2.2 دراسات طبق فيها نموذج SERVEQUAL.....78
2.1.2.2 الانتقادات الموجهة لنموذج سيرفكوال كطريقة عملية لقياس جودة الخدمة.....80
3.1.2.2 بدائل لأبعاد سيرفكوال.....86
3.2 نموذج الأداء الفعلي SERVPERF.....87
1.3.2 نموذج CARTER.....90
2.3.2 النموذج النظري للبحث.....92
4.2 فرضيات البحث.....97
1.4.2 تساؤلات البحث و المنهجية المتبعة لدراستنا.....99
خاتمة الفصل الثاني.....101
الفصل الثالث: منهجية البحث و نتائج الدراسة.....**102**
مقدمة الفصل الثالث.....103
1.3 منهجية الدراسة.....103
1.1.3 مجتمع و عينة الدراسة.....104
1.1.1.3 مجتمع الدراسة.....104
2.1.1.3 أسباب اختيار العينة.....104
3.1.1.3 طبيعة و حجم عينة الدراسة.....105
2.1.3 أداة القياس.....105
1.2.1.3 تكوين أداة القياس.....105
3.1.3 عملية توزيع الاستبيان و جمع البيانات.....109
2.3 أساليب التحليل الإحصائي المستعملة.....110
1.2.3 التحليل العاملي الاستكشافي (EFA).....111
1.1.2.3 اختبار سلالم القياس لتصفية العبارات.....112
2.1.2.3 الفرق بين التحليل العاملي الاستكشافي و التحليل العاملي التوكيدي.....112
3.3 التحليل العاملي الاستكشافي.....113

1.3.3 القيم المتطرفة (Valeurs aberrantes).....113
2.3.3 البيانات المفقودة (Lacunes).....114
1.2.3.3 الثغرات وفق السطر.....115
2.2.3.3 الثغرات وفق العمود.....115
3.3.3 القيم الشاذة (Anomalies).....115
4.3.3التحليل الوصفي.....116
5.3.3 التحقق من البيانات و دقتها.....117
1.5.3.3 الإضافة (Addivity)/ مصفوفة الارتباط.....117
2.5.3.3 اختبار الطبيعة (Test de normalité).....118
3.5.3.3 اختبار الخطية (Test de linéarité).....124
4.5.3.3 اختبار التجانس (Test de l'homogénéité).....124
6.3.3 اختبار الملائمة (Test d'adéquation).....125
1.6.3.3 اختبار بارتليت (Test de Bartlett).....125
2.6.3.3 اختبار كفاية عامل KMO (Kaiser- Meyer- Olkin).....126
3.6.3.3 تحديد عوامل الدراسة.....127
4.3 التحليل العاملي (FA).....128
1.4.3 التحليل العاملي دون الأسئلة السيئة.....133
2.4.3 ارتباط العوامل.....134
2.4.3 مؤشرات النموذج.....135
3.4.3 ثبات القياس و تحليل الموثوقية.....135
1.3.4.3 اختبار الموثوقية للعامل الأول.....138
2.3.4.3 اختبار الموثوقية للعامل الثاني.....139
3.3.4.3 اختبار الموثوقية للعامل الثالث.....139
4.4.3 تحليل كفاية (Adequacy Analysis).....140
خاتمة الفصل الثالث.....142
الفصل الرابع: تفسير النتائج، المناقشة، المساهمات، حدود و آفاق الدراسة.....**143**
مقدمة الفصل الرابع.....144
1.4 التعريف بالميدان محل الدراسة (الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء).....144
1.1.4 مهام الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء.....145
2.1.4 هياكل الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية.....145
3.1.4 هيكلة و تصنيف الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي.....146
4.1.4 توزيع مستخدمي الوكالة 147
2.4 النمذجة الهيكلية (النمذجة بالمعادلات البنيوية) SEM.....**149**
1.2.4 لمحة حول النمذجة الهيكلية.....149

2.2.4 النموذج النظري للدراسة.....151
3.2.4 النماذج المعدلة.....153
4.2.4 النموذج النهائي للدراسة.....157
3.4 نتائج فرضيات الدراسة عن طريق نمذجة المعادلات البنيوية.....158
1.3.4 مناقشة و تفسير النتائج.....161
2.3.4 إسهامات الدراسة.....164
3.3.4 حدود الدراسة.....165
4.3.4 آفاق الدراسة.....165
خاتمة الفصل الرابع.....166
الخاتمة العامة.....167
قائمة المراجع.....169
الملحق رقم01.....180
الاستبيان باللغة العربية.....181
الملحق رقم 02.....185
المقابلة الشخصية.....186
الملحق رقم 03.....188
صور توضيحية عن الفضاء، الهياكل و الوسائل المستخدمة داخل الإدارة محل الدراسة.....189

قائمة الجداول

رقم و عنوان الجدول	الصفحة
الجدول01: مفاهيم مختلفة عن الجودة المدركة	53
الجدول02: بنود و أبعاد الخدمة في مقياس سيرفكوال (RATER)	77
الجدول03: دراسات طبق فيها نموذج SERVQUAL (مجال الصحة و المستشفيات)	78
الجدول04: دراسات طبق فيها نموذج SERVQUAL (البلديات و الخدمات العمومية)	79
الجدول05: دراسات طبق فيها نموذج SERVQUAL (الحرس الوطني)	80
الجدول06: إحصاء القيم المتطرفة	117
الجدول07:إحصاء الثغرات وفق الأسطر	115
الجدول08: إحصاء الثغرات وفق العمود	115
الجدول09: البيانات الديمغرافية لأفراد العينة	116
الجدول10: معامل التحديد و معامل التحديد المصحح	123
الجدول11: اختبار Bartlett	126
الجدول12: اختبارKMO, Overall MSA	126
الجدول13: جدول التحليل العاملي	129
الجدول14: ارتباط كل بند بالعوامل الثلاثة	131
الجدول15: التحليل العاملي بعد حذف الأسئلة السيئة	133
الجدول16: مؤشرات العوامل الثلاث	134
الجدول17: ارتباط العوامل فيما بينها	134
الجدول18: مؤشرات النموذج	135
الجدول19: اختبار الموثوقية للعامل الأول	138
الجدول20: اختبار الموثوقية لبنود العامل الأول	138

الجدول21: اختبار الموثوقية للعامل الثاني	139
الجدول22: اختبار الموثوقية لفقرات العامل الثاني	139
الجدول23: اختبار موثوقية العامل الثالث	139
الجدول24: اختبار موثوقية فقرات العامل الثالث	140
الجدول25: توزيع مستخدمي الوكالة إلى غاية 27-07-2018	147
الجدول26: توزيع مستخدمي الوكالة إلى غاية 31-07-2018	147
الجدول27: تعداد أصحاب العمل المشتركين جوان 2018	148
الجدول28: المؤشرات المعتمدة للنموذج و محاكاتها	150
الجدول29: مؤشرات المطابقة للنموذج الأول	152
الجدول30: مؤشرات المطابقة للنموذج الثاني	154
الجدول31: مؤشرات المطابقة مؤشرات المطابقة للنموذج الثالث	155
الجدول32: مؤشرات المطابقة للنموذج الرابع	156
الجدول33: مؤشرات المطابقة للنموذج النهائي	158
الجدول34: نتائج فرضيات البحث	160

قائمة الأشكال

رقم وعنوان الشكل	الصفحة
الشكل01: مراحل تطور الجودة	38
الشكل02: بعض آثار لا مادية الخدمة	40
الشكل03: أهداف الجودة	41
الشكل04: حلقة تحسين جودة الخدمة	50
الشكل05: طبيعة و محددات الجودة المدركة من الخدمات	56
الشكل06: ملخص التصورات الرئيسية النظرية الرئيسية حول الجودة المدركة للخدمة	60
الشكل07: نموذج سيرفكوال لجودة الخدمة (1985)	75
الشكل08: نموذج SERVQUAL لـ Parasuraman و آخرون	78
الشكل09: مقياس مقترح لقياس جودة الخدمة المدركة	85
الشكل10: نموذج الجودة المدركة للخدمة (Gronroose)	87
الشكل11: طبيعة و محددات الجودة من الخدمات	89
الشكل12: رسم بياني للمخلفات	122
الشكل13: اختبار الخطية	124
الشكل14: اختبار التجانس	125
الشكل15: تحديد العوامل	127
الشكل16: هيكلة الوكالة الوطنية للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء	146
الشكل17: تصنيف الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي	146
الشكل18: مصاريف التأمينات الاجتماعية 31 ماي 2018	148
الشكل19: النموذج النظري الأول بوجود كل المتغيرات	152
الشكل20: النموذج الثاني وفق المجال 0.299 و – 0.299	153
الشكل21: النموذج الثالث وفق المجال 0.499 و – 0.499	155
الشكل22: النموذج الرابع بإدراج متغيرات المحور الأول	156
الشكل23: النموذج النهائي للدراسة	157

مقدمة عامة

مع تطور مفهوم التسيير العمومي الحديث، ظهرت الحاجة لتطوير أدوات تسييره تتلاءم مع تسير الإدارة العمومية. و بهذا كان التسويق مصدر إلهام كبير للمسيرين العموميين، و لعل من بين المصطلحات المهمة التي استمدت منه هي جودة الخدمة العمومية. حيث تعمل المؤسسات اليوم على معرفة حاجات و رغبات الزبائن و العملاء /المستخدمين الحاليين و فهمها و التعرف على الخدمات التي يرغب بها هؤلاء الزبائن، و ذلك بغرض تقديم منتج أو خدمة من شأنها أن تلبي هذه الحاجات و الرغبات. لذلك لجأت المؤسسات خدماتية كانت أو صناعية إلى تحسين جودة منتجاتها، لكسب للمحافظة على زبائنها و كسب ولائهم. فالجودة هي انشغال أساسي للمؤسسة الاقتصادية، تعنيها في تسويق منتجاتها و في تحقيق الكفاءة و الفعالية للعمليات و الأنشطة التي تقوم بها، حتى أصبح في بعض المؤسسات فلسفة للإدارة و السلوك على جميع المستويات. لكن الجودة هي أيضا مفهوم كلي يهم المحلل الاقتصادي و شأن مجتمعي ترعاه الحكومات في الخدمات الحيوية التي تقدمها و في وظيفتها كحامية للبيئة و الصحة العمومية لمواطنيها.

الاهتمام بالجودة ارتبط في الفكر الإداري بالقياس و استخدام الأدوات الإحصائية، خاصة بعد أن ذلل الإعلام الآلي الحسابات المعقدة التي تتطلبها بعض تلك الأدوات، و يميز كتاب الجودة بين الجودة الموضوعية التي تقيمها و تقيسها المؤسسة بالملاحظة و التجربة و المعاينة، و بين الجودة المدركة التي تصدر عن تقييم المستهلك[1]، و تقاس أساسا بالاستبيان، و تؤكد مختلف تيارات الجودة على أهمية الربط بين نوعي القياس هذين، بحيث تتجه جهود التحسين إلى محددات الأهم للزبون.

يميز الباحثون في ميدان الجودة أيضا بين قياس جودة المنتج المادي و بين قياس جودة الخدمة، فهذا الأخير له تحديات خاصة تترتب عن خصائص الخدمة كمنتج غير مادي و غير نمطي، يتأثر بالعامل البشري من جهة مقدم الخدمة و من جهة المستفيد منها.

القياس الموضوعي لجودة الخدمة يستخدم أدوات من الإحصاء و بحوث العمليات و أدوات أخرى طورها كتاب الجودة و الرقابة الإحصائية، و دخلت مؤشرات الجودة في اهتمام المختصين في مراقبة التسيير أيضا، فمنذ أعمال كابلن و نورتن (Kaplan

[1] Sylvie Rolland (2003). Impact de l'utilisation d'internet sur la qualité perçue et la satisfaction du client, Doctorat en science de gestion, Université Paris IX-Dauphine, p 23.

and Norton) و غيرهم في التسعينات، ألحقت بالمؤشرات المالية التقليدية لبطاقة الاداء مؤشرات مادية، منها مؤشرات عن الجودة[2].

في جانب القياس الذاتي انتهت أبحاث تسويق الخدمات إلى نماذج تحدد مفهوم الجودة المدركة للخدمة، و لا تزال الأبحاث في القطاعات المختلفة تعمل على تطوير أدوات عملية للقياس مبنية على تلك النماذج، مع توجه جديد نحو التعمق في تأثير العامل الثقافي الذي يبرز عند الانتقال من بلد لآخر و من ثقافة لأخرى.

نسبة كبيرة من الدراسات في مجال القياس الذاتي لجودة الخدمة انطلقت من كتابات الثلاثي بيري، باراسورامون و زيثامل (Bery, Parasuraman and Zeithaml) الذين انتهى عملهم إلى نموذجهم الشهير سيرفكوال (Servequal). يعتمد هذا النموذج في تعريف الجودة الذاتية للخدمة على مفهوم الفجوة، حيث يطرح خمس فجوات أبرزها الفجوة بين توقعات و إدراكات المستخدم لما يقدم له. لقياس هذه الفجوة اعتمد أصحاب هذا النموذج على بنية من خمسة أبعاد: الاعتمادية، الضمان، الملموسية، التعاطف و الاستجابة. و التي يطلقعليها اختصارا (RATER)[3]. يؤكد الكتاب الثلاثة على أن هذه البنية الخماسية صالحة مع تعديلات محدودة لتلائم كل القطاعات الخدمية و مختلف البيئات الاقتصادية، و قاموا بتطوير مقياس مبني على هذه الأبعاد اعتبروه بمثابة "عمود فقري" يبنى عليه لتكوين مقاييس الجودة المدركة في أي صناعة خدمية تقريبا[4]. النموذج البديل الأكثر شهرة سيرفبارف (SERVPERF) يعتمد هو الآخر على ذات الأبعاد فالاختلاف بينه و بين سابقه لم يتعد اعتماد مفهوم للجودة المدركة يستغني عن التوقعات و يكتفي بالأداء.

تعميم الأبعاد الخمسة المذكورة على مختلف الخدمات يتعارض مع التنوع الهائل في القطاعات الخدمية من حيث متطلباتها و خصائصها و واقعها [6،5]، فهناك خدمات تعتمد على التكنولوجيا مثل خدمة الاتصالات، و منها ما يعتمد أكثر على العامل البشري كخدمة الإطعام و السياحة، و خدمات أخرى تعتمد على كليهما بقدر متقارب[7].

---

[2] Kaplan R. S. & Norton D. P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system, Harvard Business Review, January-February, 75-85.

[3] RATER: Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness.

[4] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing. 49, 41–50.

[5] Babakus Emen, Gregory, W. Boller (1992). An empirical assessment of the SERVQUAL scale. Journal of Business Research, 24. 253–268.

[6] Lee Jungki (2005). Measuring service quality in a medical setting in a developing country: The applicability of SERVQUAL, Services Marketing Quarterly, 27(2), 1-14.

[7] Lovelok et al. (2008). Marketing des services, 6me édition, Pearson Education, Paris, 54-55.

القطاعات الخدمية تختلف أيضا من حيث الزبائن الذين تتوجه إليهم، فهناك الخدمات بين المؤسسات، و الخدمات الموجهة للجمهور، و هذه أيضا تختلف، فمنها خدمات تخص فئات معينة، مثل الخدمات الجامعية، و منها ما تتوجه لمختلف الفئات مثل الخدمة البريدية، خدمة الحالة المدنية، النقل و الصحة و خدمات صندوق الضمان الاجتماعي.

تختلف الخدمات أيضا في سهولة التقييم، بعض الخدمات تكون نتيجتها محسوسة عند تلقيها، مثل خدمة المطعم، بينما لا تتأكد جودة خدمات أخرى إلا مع الزمن، مثل خدمة الطبيب، و تبقى خدمات أخرى صعبة التقييم حتى مرور الوقت، فلا يعلم الزبون ما يجب أن يتوقع و لا يرى العمل الذي بذل في خدمته، فلا يمكنه تقييم الخدمة إلا من مظاهر محيطة بها.

فضلا عن التنوع في الخدمات، بدأت الأبحاث في العشرية الأخيرة تثير مسألة تأثير العامل الثقافي و السياق الاقتصادي في بلد على تقييم الزبون للخدمة، و بالتالي على محددات الجودة الذاتية، طارحة بذلك تساؤلات جديدة حول عمومية المقاييس الكلاسيكية [8، 9] و مشككة في صلاحيتها للاستخدام في بلدان متباينة من حيث مستوى النمو و من حيث الثقافة السائدة.

يبرر هذا التشكيك الدور الكبير للعامل البشري في جودة الخدمة[10]، بسبب الاحتكاك بين المستخدم و العاملين أثناء تقديمها.في مقابل هذه النظرة المتحفظة، تستند الأبحاث التي تستخدم نموذج الفجوة سيرفكوال أو نموذج الأداء سيرفبارف بدون تغيير أو تعتمد على أبعاده مع تعديلات محدودة، تستند إلى فكرة أساسية هي وجود قاسم مشترك كبير بين سمات الخدمة في أي قطاع و أي سياق، و هي السمات الأساسية التي تميزها عن المنتج: الفنائية، اللاملموسية، اللانمطية و تلازم الإنتاج و الاستهلاك. النتائج الجيدة التي أظهرتها المقاييس الكلاسيكية المستخدمة من حيث ثبات و صدق الأبعاد الكلاسيكية المستخدمة تؤيد هذا المبدأ الذي تستند إليه، كما أن فكرة عالمية أبعاد مشتركة لجودة الخدمة هي فكرة مغرية، فهي تسمح باختصار الكثير من الجهد و تعطي فرصة أفضل لعقد مقارنات مفيدة بين قطاعات مختلفة في نفس البلد أو بين مؤسسات من نفس القطاع تعمل في بلدان مختلفة.

[8] Brady A. et al. (2005). Removing the contextual lens: A multinational, multi-setting comparison of service evaluation models. Journal of Retailing, 81, 215–230.

[9] Imrie C., B., Cadogan, W., J. & McNaughton, R. (2002). The SQ construct on a global stage, Managing SQ, In Zisis Pandelis et al. (2009). The Application of Performance Measurement in the Service Quality Concept: The Case of a Greek Service Organisation. Journal of Money, Investment and Banking, 9, 27-41.

[10] Mattila A. S. (1999). The role of culture in the service evaluation process. Journal of Service Research, 1(3). 250–261.

الإشكالية

قياس الجودة المدركة للخدمة يطرح مسألة مراعاة خصوصيات القطاع الخدمي المستهدف، و الاستجابة للخصوصيات الثقافية و الاقتصادية للبلد، بالنظر إلى أن الأدوات الكلاسيكية المعروفة طورت في بيئة ثقافية و وضع اقتصادي محدد هو سياق البلدان الصناعية. إمكانية الاستفادة من هذه الأدوات في بلدان نامية هي إذن موضع تساؤل مشروع.

من جهة أخرى، لا تكتمل الفائدة من قياس جودة الخدمة إذا لم يتم الربط بين القياس الذاتي و الموضوعي، و في هذا المجال تبرز الحاجة إلى منهجية للقياس تجمع بين كلا النوعين لفائدة عملية التحسين، بحيث تتجه الجهود نحو الأولويات الصحيحة و تحقق الفعالية و الكفاءة المطلوبتين.

التساؤل الأساسي الذي يبرز عند بحث موضوع قياس الجودة هو **فيما تكمن الأبعاد المحددة للجودة المدركة للخدمة العمومية؟ و كيف يمكن قياسها عمليا؟** للإجابة على هذا السؤال يتعين أولا تحديد الإطار المفاهيمي الذي يتعين اعتماده لتعريف الجودة المدركة للخدمة العمومية: نموذج الفجوة أو نموذج الأداء.

1. أهمية و خصوصية البحث

يساهم هذا البحث في تسليط الضوء على مسألة عمومية الأبعاد الخمسة الشهيرة (RATER)، و الأبعاد الأربعة لـ Sabadie على البيئة الاقتصادية و الثقافية في الجزائر و البلدان النامية عموما. في بحثنا، اعتمدنا على طريقة الدراسة في قطاع خدماتي ذو طابع عمومي. عملنا أيضا على بناء أداة عملية خاصة لقياس الجودة المدركة للخدمة في قطاع التأمينات حالة صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء و هذا الجانب يقوي قيمة البحث و تفرده، فأغلبية الأبحاث في هذا الموضوع ركزت على القطاع الخاص أو المؤسسات الخدماتية ذات الطابع الاقتصادي، فلم نعثر على أي دراسة جزائرية سابقة تصدت لهذا الموضوع في قطاع صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.

ميزة هذا البحث تكمن أيضا في كونه يركز على قياس الجودة من وجهة نظر المستخدم لا من وجهة نظر المؤسسة المقدمة للخدمة، فالمستخدم و إدراكاته لنوعية الخدمات المقدمة له هو محور الدراسة. و بالتالي نتائج بحثنا من شأنها أن تساعد المؤسسات التي لها نفس طابع المؤسسة المدروسة من قياس خدماتها معتمدتا على المقياس الذي توصلنا إليه، بما أنه طبق في مجتمع جزائري و على مستخدمين من ثقافة واحدة.

2. أهمية الموضوع

قياس الجودة المدركة للخدمة أصبح منذ سنوات عديدة أكثر المواضيع دراسة و عناية من قبل الباحثين و المسيرين[11]، و في الجزائر يكتسي هذا الموضوع أهمية كبيرة بسبب أهمية قطاع الخدمات في الاقتصاد، فهو أكبر القطاعات المشغلة و أقواها مساهمة في النمو (الثاني في الجزائر بعد قطاع البناء). يحتل صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء في هذا القطاع مكانة هامة كمرفق عمومي يقدم خدمات أساسية للمؤسسات المستخدمة و للمواطنين، و في نفس الوقت يعمل على توفير السيولة المالية في البلاد و هذا ما يجعله من الهيئات الداخلة في القطاع العام ذات طابع خاص.

الجودة المدركة للخدمة مفهوم له أهمية خاصة، فقد ثبت أن الجودة هي من أكبر ما يحدد قرار الشراء، و هي تؤثر على أهم المؤشرات لأي مؤسسة: رضا المستخدمين، ولاء المستخدم، السلوك الشرائي، التكلفة، الربحية و الحصة السوقية. موقع مفهوم الجودة المدركة في مركز هذه الشبكة من المفاهيم التسويقية يجعله في صلب أي نموذج متكامل لفهم سلوك المستهلك و بالتالي موضوعا و لو جانبيا للدراسات التي تعنى بهذه المفاهيم المجاورة.

البيانات المجمعة في قياس الجودة يمكن استغلالها باستخدام الأدوات الإحصائية من أجل معرفة العوامل الديمغرافية المؤثرة على تقييم المستخدمين للخدمة و تحديد معالم للمستخدم الراضي أو غير الراضي و معالم للفروع الناجحة أو الفاشلة في الحصول على تقييم عال لخدماتها من قبل مستخدميها. هذا التحليل يمكن أن يشمل المؤسسة أو خدمات بعينها أو مجموعات معينة من الخدمات.

اختبار ملائمة الأبعاد الكلاسيكية للبيئة المحلية هو من أحدث المواضيع، فقد بدأ يظهر أن استيراد مقاييس جاهزة لاستخدامها في بيئة مختلفة اقتصاديا و ثقافيا أمر محفوف بالمخاطر. في الآونة الأخيرة بدأت مسألة تأثير اختلاف الثقافات على الاستجابة لمقاييس الجودة تستدعي اهتمام الباحثين و يظهر أن الاختلاف موجود حتى بين بلدان من نفس الثقافة. على سبيل المثال، في دراسة مقارنة على الصين، كوريا الجنوبية و اليابان، توصل الباحثون إلى تأكيد هذه الفرضية رغم أن البلدان الثلاثة تنتمي إلى نفس الثقافة الكنفوشية[12]. ربط القياس الموضوعي بقياس الجودة المدركة له أهمية بالغة في صياغة إستراتيجية تحسين الجودة بحسب

[11] Furrer Olivier and Sollberger Pierre (2007). The dynamics and evolution of the service marketing literature: 1993–2003, Service Business, 1, 93–117.

[12] Ueltschy L. C. et al. (2009). Is there really an Asian connection? Professional service quality perceptions and customer satisfaction. Journal of Business Research, 62, 972–979.

أولويات صحيحة، تركز على الأبعاد الأكثر تأثيرا على الجودة المدركة. ذلك أنه من الصعب العمل على تحسين الجودة في جميع أبعادها دفعة واحدة و من غير الناجع عدم ترتيب محددات جودة الخدمة بحسب أهميتها النسبية.

3. أسباب اختيار موضوع و ميدان الدراسة

تثبيت الجودة و مكافحة الرداءة و مواكبة القطاع العمومي للقطاع الخاص قد تكون من أبرز التحديات التي يواجهها المجتمع الجزائري في الوقت الحالي، بل من مدة طويلة، فثقافة الإتقان و البحث عن الأحسن خاصة في القطاع العمومي هي أحد أهم الركائز في أي نهضة. اختيارنا لموضوع و ميدان البحث يأتي تبعا للإصلاحات التي تقوم بها الدولة لتحسين جودة الخدمات العمومية (الإدارة الإلكترونية)، فمن شأن هذا البحث أن يساهم في إرشاد و مساعدة مسيري صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء نحو تحسين الخدمات المقدمة من قبل هذه الهيئة و معرفة النقائص و نقاط القوة و الضعف للمؤسسة.

4. حدود مجال البحث

يهدف هذا البحث لدراسة قياس الجودة المدركة للخدمة العمومية و كيفية ربطه بالسياق المحلي و بالقياس المدرك.

عمليا، تم أولا اختبار المحددات الخمس الكلاسيكية للجودة المدركة للخدمة (RATER) من حيث ملائمتها للسياق الجزائري، ثم كمرحلة ثانية قمنا باختبار الأبعاد الأربعة لـ (Sabadie) و مدى تلاؤمها أيضا. ثم قمنا بتطوير مقياس خاص بالخدمات لدى "صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء".

مجال البحث يعنى بالدرجة الأولى بخدمات عمومية "حالة خدمات الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي". رغم أن الخدمات التي تقدمها هذه المؤسسة متنوعة و كثيرة يبرر دراسة خدمات بعينها، إلا أننا استهدفنا بفقرات الاستبيان عموم الخدمات المقدمة و إن لم نفصل في كل منها على حدة.

استخدمنا في بحثنا لقياس الجودة المدركة في السياق الجزائري منهجية تجمع بين اختبار الأبعاد المعروفة و استكشاف أبعاد جديدة. هذه الطريقة ليست نادرة الاستخدام، فالعديد من الدراسات تجمع بين أبعاد كلاسيكية و أخرى مستحدثة من قبل الباحث، و هي طريقة مرغوبة لجمعها بين الاستفادة من ثمار البحوث السابقة و الاجتهاد لإبداع أبعاد خاصة بالمؤسسة أو القطاع أو الخدمة المستهدفة، و لكنها طريقة قد تنتقد من حيث مزاوجتها بين الهدف التأكيدي و الاستكشافي في مقياس واحد.

اقتصرت الدراسة الميدانية في مجال قياس الجودة من وجهة نظر المستخدم، حيث شملت كل الخدمات التي يقدمها الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي، و لم تقتصر على خدمة معينة و ذلك كون المواطن يقصد هذه الإدارة لعدة أسباب مثل: التعويضات المرضية، عطلة الأمومة، حوادث العمل، بطاقة الشفاء ... وغيرها.

النطاق الجغرافي للبحث شمل ولاية معسكر، و هي إحدى ولايات الجزائر تعتبر من أهم الولايات الواقعة في غرب الجزائر. أما النطاق الزمني العام توزع على سنوات البحث. لعل من أكبر صعوبات البحث التي صادفتنا عدم إبداء المواطنين للرغبة في التعاون، تحفظ المؤسسة المدروسة على المعلومات الخاصة بها.

تم تنظيم الأطروحة على النحو التالي: قسمت إلى أربعة فصول كل فصل يعنى بتقديم شرح مفصل و دقيق حول عنوانه. فقد تضمن الفصل الأول مفهوم الخدمة و الخدمة العمومية بصفة خاصة، جودة الخدمة و الجودة المدركة. أما الفصل الثاني فتمحور حول نماذج و طرق قياس جودة الخدمة العمومية، ليختص الفصلين الأخيرين في الجانب التطبيقي للبحث حيث تطرق الفصل الثالث إلى منهجية البحث بالتفصيل و النتائج المتحصل عليها خلال مسار الدراسة. أخيرا و ليس آخرا كان الفصل الرابع حول تفسير النتائج، مناقشتها و تحديد حدود الدراسة و إعطاء المجال للإسهامات.

الفصل الأول

ماهية الخدمة العمومية، جودة الخدمة و الجودة المدركة للخدمة

مقدمة الفصل الأول

يعتبر قطاع الخدمات واحدا من الاتجاهات المهمة الحديثة التي عرفت توسعا في السنوات الأخيرة، لمختلف المجتمعات، و السبب يرجع لتزايد الدور الكبير للخدمات في الحياة المعاصرة و خاصة بعد تكاملها مع المنتجات المادية في تحقيق المنفعة المطلوبة. حيث أن الفكر التسويقي القديم لم يتناول أي نوع من المنتجات الغير ملموسة، بل كان يركز اهتمامه على المنتجات الملموسة فحسب.أما حاليا و مع كل ما تحمله التكنولوجيا الحديثة من تغيير جذري في حياة الفرد و المجتمع، ظهر الفكر التسويقي الحديث وليدا لتلبية احتياجات إنسانية أخرى، لا يمكن للإنسان الحالي الاستغناء عنها، مثل:النقل الجوي و خدمات الهاتف و غيرها. و في هذا السياق أُدْخِلَ مصطلح الجودة كمفهوم على الخدمات. و نظرا للمنافسة الشديدة التي يشهدها قطاع الخدمات، أصبحت الجودة عنصرا هاما و فعالا في إرضاء الزبون أو المستخدم بالنسبة للقطاعات الخاصة، دون أن ننسى القطاع العام الذي أصبح ينافس بدوره المؤسسات الخاصة من أجل تقديم خدمة أفضل و إرضاء المستخدم و الذي يتمثل في المواطن، و أصبحت آراؤه و انطباعاته محور اهتمام الدولة و المؤسسات العمومية، التي تسعى لإشباع حاجات و رغبات مواطنيها بأفضل الطرق و أجودها.

في الوقت الحاضر، أثرت المنافسة المتزايدة على كل من المنظمات ذات التوجه العام والخاص في كل مكان، ولكن معظمها في البلدان النامية. في أدبيات التسويق ، ركزت دراسة جودة الخدمة على تقييم العملاء.[13] حيث تشكل معرفة تصورات المستهلك فيما يتعلق بهذا البناء المعقد معلومات قوية لقياس أداء الشركة وإدارة المشاريع الاستراتيجية. هذه الحقيقة هي عامل حاسم في الصناعات. تعتبر جودة الخدمة متغيرًا كامنًا (latent variable)، يتم اشتقاقها في النهاية على أنها مزيج من بعض المتغيرات الكامنة المستقلة الأخرى (الأبعاد).يتم التعبير عن المتغيرات (السمات) المرصودة، التي تقيس تلك الأبعاد، عمومًا بمقياس ترتيبي ويتم الحصول عليها عن طريق توزيع الاستبيانات على مستخدمي الخدمة. لذلك، فإن الاستبيانات كونها أداة قياس، يجب معايرتها. المعايرة الإحصائية هي إجراء يحقق أفضل تقريب للمقياس الحقيقي الذي يتحكم في أخطاء القياس. تقوم نماذج المعايرة الكلاسيكية بمقارنة المقياس الذي قدمته الأداة مع المقياس الحقيقي. لسوء الحظ في مجال القياس النفسي، فإن المقياس الحقيقي كامن وغير قابل للملاحظة: على وجه الخصوص تختلف الجودة الفعالة للخدمة عن الجودة المدركة. في تحليل جودة الخدمة "من شأن معايرة الاستبيان" أن توضح ما الذي يؤثر على رأي الموضوعات حول الرضا عن كل سمة. هناك عاملان يؤثران بشكل

[13] Laura Martinez Caro, Jose Antonio Martinez Garcia, (2007), Cognitive affective model of consumer satisfaction : an exploratory study within the framework of sporting event, journal of business research, vol 60, issue, 108-114.

عشوائي على إجابة موضوع لكل عنصر: عامل سمة محدد وعامل موضوع محدد. يبرر العامل الأخير الاختلافات بين الموضوعات وفي هذه الحالة بالذات، إنه يشكل بالضبط خطأ القياس الذي يجب أخذه في الاعتبار.

1.1 مبادئ و مفاهيم حول الخدمة

مع التطور الذي عرفه ويعرفه العالم أخذت الخدمات في احتلال مكانة هامة في حياة المجتمع وتساهم في رفاهيتهم و استقرارهم ومن هنا زاد الاهتمام بالخدمات في العصر الحديث بعد أن كان الاهتمام منصبا على السلع خاصة مع وجود شركات كبرى متخصصة في مجال تقديم الخدمات، فاهتمت الحكومات بالإشراف و الرقابة عليها، حيث قسمت الخدمات بالشكل الذي يساعد مقدم الخدمة على تطوير الاستراتيجيات و الطرق التسويقية، و أصبح قطاع الخدمات يلعب دورا هاما في مختلف اقتصاديات دول العالم.

1.1.1 تعريف و طبيعة الخدمة

لا شك في أنه لتعريف جودة الخدمة لابد من التطرق لمفهوم الخدمة نفسها.[14] دراسة الأدبيات تظهر وجود أكثر من مدخل لتعريف الخدمة. هناك من يركز على تعريف طبيعة نشاط الخدمات في محاولة لتمييزها عن النشاطات الأخرى. [15] و يعتبر آخرون الخدمة كنشاط اقتصادي مقدم من طرف لآخر، غالبا دون انتقال للسلع، يخلق القيمة من خلال تأجير أو استغلال سلع، يد عاملة، كفاءات مهنية، تجهيزات أو هياكل، شبكات أو أنظمة، بشكل منفرد أو مجتمع. الأنشطة و المنافع و الإشباع التي تقدم للبيع أو تكون مصاحبة للسلع المادية.[16] و قد تعددت التعاريف والمفاهيم حول الخدمة حيث يصعب تحديد تعريف واحد للخدمة، ونبرز أهمها فيما يلي:

حسب:Dubois et Koter الخدمة هي "ذلك النشاط أين الوفرة موضوع المبادلة و هي شيء غير ملموس ولا يمكن تحويل ملكيتها فالخدمة يمكن أن تكون تابعة لمنتوج معين أو مستقل".[17]

---

[14] Woodall Tony (2001). Six Sigma andservice quality: Christian Grönroos revisited, Journal of Marketing Management, 17, 595-607.

[15] الصحن محمد فريد، (2002)، قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، ص 344.

[16] Lovelock et al. (2008). Marketing des services, 6me édition, Pearson Education, Paris. p. 609.

[17] Kotler, Dubois " Marketing et Management" , 8éme édition , Union Edition , Paris (France) , 1994 , p 457

أما الجمعية الأمريكية للتسويق فقد عرفت الخدمة: " الخدمة نشاط منفعة أو إرضاء مقدم في وقت القيام بعملية البيع أو له علاقة مع بيع شيء ما."[18]

عرفها Eiglier et langrard : أن الخدمة هي النشاط أو عدة أنشطة تتولد عند تعامل شخص أو آلة من المؤسسة مع المستهلك حيث أن هذه الأنشطة تهدف إلى إرضاء هذا الأخير أي المستهلك.[19]

تعريف Horovitz : إن الخدمة محصلة التداخل في العلاقات بين العناصر الثلاثة الأساسية لنظام إنتاج الخدمة والمتمثلة في: الزبون، الأعوان، الدعم المادي، هذه الحصيلة هي التي تُكوِّنْ الربح الذي يمكن إرضاء الزبون.[20]

نلاحظ من تعدد التعاريف و المفاهيم أنه من الصعب إعطاء مفهوم واحد لكلمة "خدمة " نتيجة لاختلاف كل خدمة عن الأخرى، يمكن تلخيص التعاريف السابقة في تعريف شامل و هو "الخدمة هي تجربة مؤقتة يعيشها الزبون عن طريق التأثير المتبادل بين هذا الأخير و مستخدمي المؤسسة الخدماتية. "

من التعريفات أيضا ما يركز على تحديد خصائص الخدمة التي تميزها عن السلع المادية، خصائص مثل الفنائية، اللاملموسية، اللانمطية، و التلازمية. من خلال هذا تعرف الخدمة على أنها منتجات غير ملموسة تهدف أساسا إلى إشباع حاجات و رغبات المستهلك و تحقق له منفعة.[21] و في نفس السياق يعرف فيليب كوتلر الخدمة كفعل أو آداء يقدمه طرف لطرف آخر على أن يكون بالضرورة غير ملموس و لا ينتج عنه أي ملكية، مع كونه قد يرتبط أو لا يرتبط باستخدام سلعة مادية. [22]

من خلال ما سبق نلاحظ أن الخدمات أصبح لها قطاع خاص بها، إذ لا يمكن تقديم سلعة أو منتج ما دون أن يكون مصحوبا بجملة من الخدمات تكمله إن لم تكن جزءا من المنتج بحد ذاته. و هو ما يؤكده Perry الذي قال أن كل المؤسسات هي مؤسسات خدمية، كليا أو جزئيا طالما أن كل مؤسسة ترمي لتحقيق قيمة للزبون عبر الآداء. [23]

---

[18] زكي خليل مساعد "التسويق في المفهوم الشامل"، دار زهران للنشر والتوزيع،الأردن 1997، ص9.

[19] Pierre Eigllier , Eric Langeard «Servuction: Le Marketing des Services» MC Gnaw Hill , 1991, p 16 .

[20] كريم بلقاسم :"ترقية السياحة في الجزائر"، رسالة لنيل شهادة الماجستير -جامعة الجزائر- المدرسة العليا للتجارة، فرع تسويق ص10.

[21] زكي خليل ساعد، (2006)، تسويق الخدمات و تطبيقاته، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ص35.

[22] بريش عبد القادر، (2005)، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد3، ص12.

[23] Berry Leonard L. (2009). Competing with quality, service in good times and bad, Executive Digest, Business Horizons, 52, 309-317.

و كما نرى أن مجمل الخدمات التي تقدم مصاحبة للمنتج أو السلعة تكون لجذب الزبون، المحافظة على الزبائن الحاليين أو إضافة زبائن جدد، يطمحون من هذا المنتج إشباع لحاجاتهم و رغباتهم. لهذا عرف القطاع الخدمي كقطاع من اقتصاد بلد ممثل بالخدمات من مختلف الأنواع، بما فيها الخدمات المقدمة للجمهور من المؤسسات و من المنظمات غير الربحية.[24]

2.1.1 خصائص الخدمة

إن الاختلاف بين السلعة والخدمة يؤدي إلى الاختلاف في المفاهيم و الممارسات الخاصة بالتسويق في القطاع الخدماتي عن التسويق في القطاع السلعي لذلك نجد بعض الخصائص التسويقية التي تتصف بها الخدمات و التي يمكن إيجازها فيما يلي:

الخصائص الرئيسية: هناك أربعة خصائص رئيسية و هي:

أ– الخدمة غير الملموسة : إن هذه الصفة تعنى أن المستهلك لا يستطيع إدراك الخدمة من خلال الحواس الخمسة فلا يمكن لمشتري الخدمة تذوق أو لمس أو رؤية أو شم أو سماع الخدمة بذاتها قبل الشراء، كما لا يمكن القيام ببعض الوظائف التسويقية بالنسبة للخدمات مثل: التعبئة، التغليف، النقل و التخزين.[25] و لوضع حد لشكه في خدمة ما فالمشتري يبحث عن مؤشرات توضح نوعية الخدمة المرغوب فيها لذا نجده يعطي أهمية لكل ما يراه حوله من مقرات، مستخدمين، عتاد (تجهيز)، رموز و أسعار و من خلال ذلك فإن مهمة البائع هي كسب ثقة المشتري عن طريق إبراز كل ما يحيط بالخدمة.

ب – الخدمة متماسكة لا تتجزأ : تقدم الخدمات وتستهلك في نفس الوقت أي لا يمكن تجزئتها خلافا للسلع، و تشير خاصية التماسك إلى وجود علاقة مباشرة مابين مقدم الخدمة و الزبون، حيث يتطلب الأمر في غالب الأحيان حضور المستفيد عند تقديمها، الأمر الذي يجعل لتسويق الخدمات ميزة خاصة، و هي أن كلا من الإنتاج و التسويق، يتمان في وقت واحد، كما أن تواجد المستهلك أثناء تقديمها له تأثير كبير على النتائج المتوقعة من الخدمة، الشيء الذي يجعل المؤسسة الخدماتية توجه إمكانياتها نحو تدريب مقدمي الخدمة، نظرا لانعكاس مستوى خبرتهم على سلوك المستهلك، و الذي يساهم في تعزيز صورة المؤسسة، في ذهن الزبون، بالإضافة إلى تحقيق ميزة ترويجية لخدمتها[26].

[24] Lovelock et al. (2008). p. 608.

[25] عمر وصفي عقيلي، (1994)، قحطان بدر العبدلي: مبادىء التسويق، مدخل متكامل، الاردن- دار زهران للنشر والتوزيع، ص 120

[26] الصعيدي (محمود حاسم)، (2000)، مداخل التسويق المتقدم، جامعة المستنصرية: كلية الإدارة والاقتصاد، ط1 ،،ص221

جـ- الخدمة تختلف في طريقة تقديمها: تتميز الخدمات بخاصية التباين، طالما أنها تعتمد على مهارة، و أسلوب وكفاءة مقدمها، بالإضافة إلى زمان و مكان تقديمها، كما أن مقدم الخدمة يقدم خدماته بطرق مختلفة، اعتمادا على ظروف معينة، و بذلك يكون هناك تباين في الخدمة المقدمة و أحيانا من قبل نفس الشخص، و هذا التباين و عدم التجانس في تقديم الخدمة يجعل من غير الممكن لمقدمها توحيد قياس إنتاجه للخدمات، و هذا لأن كل وحدة من الخدمة تختلف عن باقي الوحدات من نفس الخدمة.

د – الخدمة قابلة للزوال: تتميز الخدمات بخاصية تعرضها للزوال، و الهلاك عند استخدامها، إلى جانب عدم إمكانية تخزينها، لذا فإن المؤسسة المتخصصة في مجال الخدمات تتعرض لخسارة كبيرة في حالة عدم استخدام الزبون لها، لأن التقلبات في الطلب عليها، يجعل هذه الشركات تواجه صعوبات مثل شركات النقل، و مع ذلك يمكن التخفيف منها عن طريق :استخدام أنظمة الحجر المسبق لإدارة ومواجهة التصاعد في الطلب، تشكيل قوة عمل عند مواجهة التصاعد في الطلب، تطوير أساليب الخدمات المشتركة إضافة منشآت لأغراض التوسع المستقبلي، التسعير المختلف الذي يجلبه الطلب في فترات تزايد إلى فترات أخرى مثل الحجز المسبق بسعر أقل.

3.1.1 القطاعات الخدماتية

لا نستطيع التكلم على القطاعات الخدماتية بالضبط، لأنه قطاع واسع جدا، و بالرغم من التسمية سوف نتكلم على أنواع و تقسيم الخدمات، أما الأنواع فهي ثلاثة :

الخدمات التكنولوجية: و هي تستعمل على شكل مواد مجهزة تكنولوجيا مثال الإعلام الآلي .الخدمات المهنية: تعتمد على الخبرات، والمهارات المهنية، و هي على اتصال دائم مع الزبون مثال الشركات البنكية، التأمين .خدمات الاستقبال: و هي العنصر الاستراتيجي لكل الخدمات، حيث يتم من خلالها إشباع رغبات المستهكين و معرفة المعلومات.

أما الأقسام فتتمثل في: خدمات قاعدية وخدمات إضافية :خدمات قاعدية: و تتمثل في الخدمات الأساسية مثال: الخطوط الجوية الجزائرية، و هي تتمثل في الواجهة التي تقدمها للمسافر، فهي شركة الطيران حتى و لو كان الوقت قصير نحو البلد المقصود .خدمات إضافية: تنقسم الخدمات الإضافية إلى: خدمات إضافية أساسية مثلا إحساس المستهلك بالأمان، و الراحة عند

استهلاكه للخدمة .و خدمات إضافية تكميلية مثلا: إعطاء وجه حسن للمؤسسة، و هي خدمات مرتبطة مباشرة، بالخدمات القاعدية.

2.1 ماهية الخدمة العمومية

من المعروف أن كل ما هو عمومي تتكفل به الدولة، فالخدمة العمومية تمثل في مجملها تلك النشطة التي تقدمها الدولة أو الجهة الرسمية في بلد ما لصالح العامة من الناس و المواطنين دون تمييز، و تقوم على أساس تحقيق المنفعة العامة لجميع المواطنين، فالحاجة التي تدفع بتقديمها متعلقة بعموم الشعب و لا تختص بفئة دون أخرى، و تتحمل الدولة المسؤولية عن أي تقصير في تقديمها. فيما يلي سنعرض أهم التعريف التي تناولت الخدمة العمومية، أوجه الخدمات العمومية و أهم خصائصها.

1.2.1 مفهوم الخدمة العمومية

تقليديا الخدمات العمومية ملزمة و مقيدة باحترام ثلاث مبادئ كبيرة هي :المساواة، الاستمرارية و التحويلية (mutabilité) التي من المفترض أن تضمن احترام المصلحة العامة و رضا المستخدمين، لكن تحت التأثير المشترك لقانون المجتمع و التطورات الاقتصادية و الاجتماعية، هذه المبادئ تطورت في اتجاه واحد متكامل نحو المصلحة الخاصة. و في الواقع المراجع المشتركة في قانون المجتمع لها أهداف مثل :الجودة، و الانتظام أو سعر الخدمة المقدمة، و قد تم دمجها تدريجيا ضمن مبادئ الخدمة العمومية الفرنسية. هذه المبادئ الجديدة لها ميزة تركز على العلاقة مع المستخدمين، "وضع إيجابي للمستخدمين يجمع بين الحق العام و الحق الخاص"[27] و هكذا تدريجيا ظهرت أولويات إعطاء حقوق جديدة للمستخدمين فيما يخص الخدمة العمومية هي :حق الوصول إلى المعلومة ،إلى الشفافية ،إلى البساطة ،السرعة و حق الحصول على الخدمة. ساعد ظهور المفهوم الجديد للإدارة العمومية على مدار العشرين عامًا الماضية، من خلال تكييف أساليب الإدارة المخصصة تقليديًا للقطاع الخاص مع القطاع العام، فقد ساهم في تقليل الاختلافات وتقسيم الإدارة بين القطاعين العام والخاص. و مع ذلك، يمكننا أن نتساءل إلى أي مدى يكون نقل أساليب الإدارة الخاصة قابلاً للذوبان في القطاع العام وإلى أي مدى يساهم في إرضاء المستخدمين وفي تحقيق جودة الخدمات العمومية.

[27] Goudarzi.K et Guenoun.M, « conceptualisation et mesure de la qualité des services publics(GSP) dans une collectivité territoriale », Politique et management public(en ligne), vol27/3 2010, mis en ligne le 15 juin 2012, consulté le 18-12-2015, URL :httpm//pmp.revue.org/2986, p5

عرف leon duguit الخدمة العمومية بأنها:"كل نشاط يجب أن يكلفه و ينظمه و يتولاه الحكام لأن الاضطلاع بهذا النشاط لا غنى عنه لتحقيق التضامن الاجتماعي و لتطوره، و أنه بحيث لا يمكن تحقيقه على أكمل وجه إلا عن طريق تدخل السلطة الحاكم".[28]

تاريخيا، ظهر المفهوم الجديد للإدارة العمومية لأول مرة في المملكة المتحدة قبل أن ينتشر إلى جميع بلدان منظمة التعاون و التنمية في الميدان الاقتصادي وكذلك العديد من البلدان النامية. في البلدان الأنجلوسكسونية، كان تنفيذ المفهوم الجديد للإدارة العمومية سريعًا، على سبيل المثال، في المملكة المتحدة، في أوائل الثمانينيات، تمت خصخصة العديد من الشركات العامة. (بريتيش تيليكوم، بريتيش إيرويز، بريتيش ريل، إلخ) في عام 1983، تم اتخاذ تدابير للحد من الهدر وزيادة جودة الخدمات.[29] و للاقتصاد الفرنسي مسيرة طويلة و متميزة في مجال التحليل الاقتصادي الخاص بالمؤسسات و الخدمات العمومية. من خلال "قياس فائدة الأشغال العمومية" منذ عام 1844 فإن أرقى أشكال الحساب الاقتصادي وظفت في قرارات الاستثمار و التسعير.[30] قدمت هذه المدرسة الفكرية مبادئ الإدارة و القواعد التي هي بلا شك نهائية. من المعقول أن هذه المدرسة الفكرية، غالبا ما تتباهى بممارسة الجودة العالية في المناصب العمومية العليا في هذا البلد، و تضمن لمواطنيها أداء اقتصاديا "مثاليا" لقطاعها العمومي. و بالرغم من هذه الحقائق إلا أنه لم يتم التأكد منها تجريبيا. (Henry Tulkens, 1986) إن البلدان التي يتعذر فيها الاعتماد على مثل هذا الفكر، نجد ضمان التسيير الاقتصادي مقارنة بالقطاع العام فيها أقل رسوخا. إلا أنه تم تطوير مجموعة من الأعمال في السنوات الأخيرة، و هذه المرة خارج فرنسا، و التي تهدف إلى فحص مدى تحقيق القطاع العام لمثل بعض الأهداف. حيث تعتمد الخدمة العمومية في بنائها المعقد على حل وسط بين القيود السيادية والمبادئ البيروقراطية وعلاقات الخدمة.[31] مبدأ المجتمع حسب Cartelier, Monnierو Fournier يدفع إلى تفكيك الخدمة العمومية، و يعتبر كنظام معقد يجمع بين مجموعة مذاهب ذات نموذج تنظيمي ككمية تقديم الخدمة.[32] حسب نظريات الإدارة العامة، أصبح مفهوم الدافع للخدمة العمومية هو الأهم في شرح

[28]Pr.Gilles et J. GUGLIELMI, **UNE INTRODUCTION AU DROIT DU SERVICE PUBLIC**, université Panthéon-assas « paris2 », p6.

[29] Anne Amar, Ludovic Berthier, le nouveau management public : avantages et limites, université Paul cézane, Clos Guiot, chemin de la Quille, pp5-6

[30] MORLAT, G. et G. BESSIÈRE [1972], Vingt-cinq ans d'économie électrique, Paris, Dunod.

[31] BANDT J. et GADREY J. (1994), Relations de service, marchés de services, CNRS Editions,

[32] CARTELIER L, FOURNIER J. et MONNIER L. (1996), Critique de la raison communautaire, Paris, CIRIEC- Economica.

نكران الذات.[33] "التسيير العمومي الجديد" يعطي لنظريات الاختيار العقلاني مكانًا مهمًا في الإدارة، بعد أن أصبحت واحدة من أعمدة الإدارة العمومية الجديدة، يتم تطبيق نظريات الاختيار العقلاني والاختيار العام في الإدارة العمومية المعاصرة.[34] يحاولون بشكل أساسي شرح ما يحرضهم، على سبيل المثال، "السماح لأنفسهم بالفساد" أو "على الإهمال" وغيرها من السلوكيات غير الأخلاقية.[35] يمكن العثور على هذا النوع من السلوك في كلا القطاعين العام و الخاص، كما يمكن تطبيق نظريات الاختيار العقلاني على القطاع الخاص وكذلك على الإدارة العمومية. و بالرغم من ذلك، يظل نطاق هذه النظريات محدودًا عند تحليلها للقطاع العام على وجه التحديد. على الرغم من وصفها على نطاق واسع من قبل المتخصصين في الإدارة العامة،[36]روح التضحية، والرغبة في الصالح العام أو الإيثار من الصعب أن نفهمها من وجهة نظر نظرية الاختيار العقلاني. في محاولة لشرح هذه المواقف، تم تطوير مفهوم الدافع فيما يتعلق بالخدمة العمومية كقوة موازية للدوافع التي تهم المصلحة الذاتية، خاصة بنظريات الاختيار العقلاني. هذا المفهوم يجب أن يفسر بشكل أفضل السلوك غير المهذب الذي يظهره الموظفون في الإدارات العمومية. قدم Perry وصفًا لهذا المفهوم، وهو ليس الأول ولكنه الأكثر اكتمالًا، حيث وضع مقياسًا للقياس وإطارًا نظريًا للتحفيز فيما يتعلق بالخدمة العمومية.[37] في نفس إطار هذه العملية، واصل العديد من الباحثين أعمال مماثلة، مما أدى إلى العديد من المنشورات حول هذا الموضوع. [38] و قد ركزت جهود عصرنة الدولة وخدماتها بشكل رئيسي على موضوعين هما: كفاءة الإدارة العمومية، بمعنى آخر

[33] Perry (James L.), « Measuring public service motivation : an assessment of construct reliability and validity », Journal of Public Administration Research and Theory, Vol. 6 (1), 1996, pp. 5-23.

[34] Dunleavy (Patrick) et Hood (Christopher), « From old public administration to new public management », Public Money and Management, Vol. 14 (3), 1994, pp. 9-16 ; Greuning (Gernod), « Origin and theoretical basis of new public management », International Public Management Journal, Vol. 4, 2001, pp. 1-25 ; Mae Kelly (Rita), « An inclusive democratic polity, representative bureaucracies and the new public management », Public Administration Review, Vol. 58 (3), 1998, pp. 201-208.

[35] Di Iulio (John D.), « Principled agents : the cultural bases of behavior in a federal government bureaucracy », Journal of Public Administration Research and Theory, Vol. 4 (3), 1994, pp. 277-217.

[36] Frederickson (H. George), The Spirit of Public Administration, San Francisco, Jossey-Bass, 2001 ; Perry (James) et Wise (Lois Recascino), « The motivational bases of public service », Public Administration Review, Vol. 50, 1990, pp. 367-373

[37] Perry (James) et Wise (Lois Recascino), 1990, op. cit. ; Perry (James L.), 1996, op. cit. ; Perry (James L.), « Antecendents of public service motivation », Journal of Public Administration Research & Theory, Vol. 7 (2), 1997, pp. 181-197 ; Perry (James L), « Bringing society in : toward a theory of public service motivation », Journal of Public Administration Research & Theory, Vol. 10 (2), 2000, pp. 471-488.

[38] Houston (David J.), « Public service motivation : a multivariate test », Journal of Public Administration Research & Theory, Vol. 10 (4), 2000, pp. 713-727 ; Brewer (Gene A.), Selden (Sally Coleman) and Facer II (Rex L.), « Individual conceptions of public service motivation », Public Administration Review, Vol. 60 (3), 2000, pp. 254-264 ; Lewis (Gregory B.) and Alonso (Pablo) « Public service motivation and job performance — Evidence from the federal sector », American Review of Public Administration, Vol. 31 (4), 2001, pp. 363-380

مراقبة الإنفاق وجودة الخدمة المقدمة للمستخدم.[39] أدى التساؤل التدريجي حول المبادئ التنظيمية المرتبطة بممارسة السلطة العامة وهدف رضا المستخدمين إلى تركيز الخدمات العمومية على جودة نظام إنتاج الخدمة، و تقديمها.[40] تم تصور مفهوم الخدمة العامة منذ البداية كنظرية سياسية للدولة تقوم على أساس مبدأ الرضا عن المصلحة العامة.

وفقًا لـ Duguit Léon (1928)، يجب إدراج أي نشاط يكون ضروريا لتنمية الترابط الاجتماعي كخدمة عمومية. إنها مسألة النظر في خصائص الخدمات العمومية التي تمكن المسيرين من تحقيق الهدف المتمثل في إشباع حاجات محددة لمستخدميهم بالإضافة إلى احترام المصلحة العامة. لا تغطي الخدمة العمومية الأنشطة غير المتجانسة للغاية التي تتراوح بين ما يسمى بالسيادة، و الخدمات العامة الصناعية والتجارية أو الوطنية أو المحلية، التي توسع مجالها بشكل كبير منذ الحرب العالمية الأولى، دون أن ننسى الخدمات العامة الوطنية الكبرى ذات الطابع الاجتماعي أو الاقتصادي (التعليم، والبريد والاتصالات، و الضمان الاجتماعي ، وما إلى ذلك). [41] التساؤل الذي يمكن طرحه هنا هو كيف يمكن إدراج المهام الرسمية غير القانونية ذات الاهتمام العام في تعريف الخدمة العمومية: حماية منصب العمل، احتواء ارتفاع الأسعار و المساهمة في السياسة الصناعية ؟ [42] تبين أن القطاع العام يعتمد بشكل أساسي على العقلانية القانونية بينما يعتمد القطاع الخاص على العقلانية الإدارية. [43] لا يضر قانون الخدمة المدنية بالضرورة بالموظفين المدنيين (وجود الترقيات الداخلية، نبل الخدمة العامة، وما إلى ذلك). علاوة على ذلك، فإن القطاع الخاص ليس دائمًا أكثر كفاءة من القطاع العام. [44] من المرجح أن يتعامل القطاع العام مع سياسات معينة، خاصة عندما يكون لها بعد زمني طويل أو بعد اجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، فإن أساليب إدارة القطاع الخاص ليست مثالية. في الواقع، ليست خالية من اللوم ومعصومة كما أظهرت العديد من الفضائح المالية في السنوات الأخيرة. من بين القيود، أن البيئة ودرجة تعقيد القطاعين العام والخاص لا يمكن مقارنتهما. الادارة العامة "مختلفة" و "أكثر صعوبة" من الإدارة الخاصة. [45] لذلك يتطلب ردودًا، إذا كان بالإمكان أن يستلهمها القطاع الخاص، يجب أن تكون متوافقة مع أسس و قيم القطاع العام. بالإضافة إلى ذلك، ليس فقط المال

[39] Strobel P. (1993), L'usager, le client et le citoyen : quels rôles dans la modernisation du service public?, Recherches et Prévisions, janvier, 31-44

[40] Eiglier P. et Langeard E. (1987), Servuction. Le marketing des services, McGraw Hill.

[41] Pierre Chambat (1990), service public et néolibéralisme, Annales ESC, n3, pp616.

[42] Jacques CHEVALLIER, Le service public, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 1987. Evelyne PISIER, « Le service public entre libéralisme et collectivisme », Esprit, n° 12, décembre 1983, pp. 8-19.

[43] Chevalier, J. et D. Lochak (1982), « Rationalité juridique et rationalité managériale dans l'administration française », Revue Française d'Administration Publique, 24, 21-33.

[44] Henry, N. (1999), Public Administration and Public Affairs, Upper Saddle River (N.J.), Prentice Hall, 500 p.

[45] Heller, R. (1972), Naked Manager, Barrie&Jenkis, London, 256 p.

الذي يحفز موظفي الخدمة العمومية، هناك عوامل أخرى لا تقل أهمية، بما في ذلك التقدير، و ظروف العمل الجيدة و الاستشارة بشأن الأهداف. وفقًا لـ Philippe Warin، "يصبح رضا مستخدمي الخدمات العمومية و الإدارات مؤشرًا على اختيار الأداء العام".[46]

و يجمع Sabadie هذه التطورات المتعلقة بمبادئ الخدمة العمومية، و يحدد أربعة أبعاد محددة لجودة الخدمة العمومية و هي:[47]

- **المساواة في المعاملة** :المستخدمون أثناء طلبهم للخدمة يتمركزون في موقف متماثل ،فيجب أن يعالج و يعامل بنفس الطريقة.
- **المشاركة** :الأخذ بعين الاعتبار رأي المستخدم ،أو رأي ممثله من أجل التعريف بعرض الخدمة.
- **تسيير الشكاوي** :توفير مجال لاستقبال الشكاوي و أخذها بعين الاعتبار.
- **الشفافية** :المعلومات المقدمة للمستخدمين عن طريقة عمل الخدمة العمومية بصفة عامة ،تكون تحت دراسة طلباتهم على وجه الخصوص.

2.2.1 أوجه (مبادئ) الخدمة العمومية

- **الاستمرارية:** حسب المصلحة العامة، فعمليات الخدمة العمومية يجب أن تكون منتظمة و مستمرة.[48] و من مهام الخدمة العمومية، الحفاظ على استمرارية و انتظام خدماتها، حيث يتوجب عليها أن تلبي الحاجيات الدائمة للمستخدمين دون انقطاع، إلا في بعض الحالات الخاصة. فمبدأ الاستمرارية يقتضي السماح للمستخدم بالحصول على الخدمة المطلوبة و بطريقة منتظمة. مثل: خدمات الهاتف، الأمن، الصحة...إلخ[49]

[46] Warin P., 1999, « La performance publique : attentes des usagers et réponses des ministères », Politiques et Management Public, vol. 17, n° 2, p. 147-163.

[47] William.S, conceptualisation et mesure de la qualité perçue d'un service public,Recherche et applications en Marketing, vol18, n1, p1-24.

[48] www.letudiant.fr/boite-a-docs/telecharger/le-service-public,26.

[49] SAMUEL.D, **wiki territorial espace d'échange et de partage d'information autour de collectivités territoriales**, par Directeur general adjoint des services du conseil general du Gard, 3/12/2012.

- **المساواة:** يجب أن يكون كل مستخدمي الخدمة العمومية في وضعية عادلة، في استعمال هذه الخدمات، كما أنه على الجميع أن يدفعوا نفس السعر لنفس الخدمة دون وسيط أو تفضيل شخص عن شخص.[50] فالمساواة في تقديم الخدمة العمومية يتعلق بمبدأ المساواة و العدل في تطبيق القانون، كما هو مبين في قانون حقوق الإنسان و المواطن لسنة 1789. فهي تنطبق على المقدم و المستخدم في نفس الوقت.[51]
- **التكيف (التأقلم):** على الخدمة العمومية أن تتكيف و الحاجات الكمية و النوعية للشخص، و لإتباع هده القاعدة يجب على الخدمة العمومية أن تكون ديناميكية(نشيطة).[52] فمبدأ التكيف يعني أن الخدمة العمومية عليها أن تتكيف و تطور الحاجيات العمومية و التغيرات التقنية، و بتطبيق هدا المبدأ على المستخدمين، لن يكون بإمكانهم إجراء أية تغييرات، أو حذف في الخدمات المقدمة لهم. كما أن للمؤسسة الحق في إجراء بعض التعديلات التي تراها ضرورية على الخدمات المقدمة، مثل: التغيير في الأسعار أو في نوعية الخدمة عندما تقتضي الضرورة.[53]
- **التطور:** هذا الأخير يسمح بتكييف محتوى الخدمة العمومية مع التطور الاجتماعي و التقدم التقني من جهة و احتياجات المستفيدين من جهة أخرى ،مثلا: إدخال البطاقات البيومترية في الحالة المدنية و معالجة العمليات الحسابية بالنظم الآلية الحديثة ،وتحديث وسائل النقل الجماعي كالميطرو و الطرامواي و القطار الكهربائي.[54]
- **المجانية النسبية:** امتدادا لمعيار المساواة بين المواطنين في حالة ما إذا كانت وضعياتهم متباينة (من حيث مستوى الدخل)، يتم اعتماد سلم يبين هذا التباين بحيث يدرج في أعلى هذا السلم الخدمات العمومية التي يكون الوصول إليها مجانيا للجميع، مثلا خدمة الصحة و الأمن...إلخ، ثم ترتيب الخدمات تنازليا حسب نوعية الخدمة و مستوى دخل المستفيد، بحيث تتعدد التسعيرات و تتدرج إلى غاية أسفل السلم، أين يقتضي معيار المساواة في التعامل، بالحصول على الخدمة العمومية بمقابل، مثل أغلبية الخدمات العمومية ذات الصفة الصناعية و التجارية، كالسكن، التأمين، السياحة و الترفيه...إلخ. و يكون هذا التسعير خاضعا لثمن تقريبي قابل للمراجعة دوريا.

[50] www.letudiant.fr/boite-a-docs/telecharger/le-service-public.

[51] SAMUEL.D, **Opcit** , 3/12/2012.

[52] www.letudiant.fr/boite-a-docs/telecharger/le-service-public,26

[53] SAMUEL.D, **Opcit**, 3/12/2012.

[54] محمد سعيد، **إدارة الموارد البشرية**، دار الجامعة للطباعة و النشر، بيروت، 1990، ص90.

- **الشمولية:** انطلاقا من مفهوم الخدمة العمومية كونها خدمة أساسية يكون حق الاستفادة منها مكفولا لكل المواطنين، لأنها تعتبر ضرورية في أغلب الأحيان، و من ثم فإن هذه الخدمة ينبغي أن تكون في متناول جميع المواطنين، و السماح لهم بالوصول إليها بشروط مواتية لقدراتهم و مستويات معيشتهم.
- **معيار التضامن**: الخدمة العمومية ما هي إلا تعبير عن التضامن الاجتماعي بين المواطنين تتولى الدولة قيادته و تجسيده ميدانيا، من خلال محاربة ظاهرة الفقر و الحرمان، بالمساهمة في تقليص الفوارق بين المواطنين بسبب الدخل أو الإعاقة الصحية و المادية، لذا فالخدمة العمومية تصنف مهامها إلى ثلاثة أصناف وفق معيار التضامن الاجتماعي و المتمثلة في:

- مهام تهدف غلى جعل الخدمة العمومية مادية و مالية في متناول المواطنين المهددين بالفقر و التهميش (الفئات المعوزة).
- مهام تهدف إلى المحافظة على الانسجام الاجتماعي و الشعور بالمواطنة.
- مهام تهدف إلى المساهمة في تشجيع الاستعمال الفعال و العادل للموارد المشتركة.[55]

3.2.1 خصائص الخدمة العمومية

كل منتج خدمة كان أو ملموس يحتوي على مجموعة من الخصائص تميزه، و توضح الفرق بين الخدمة و السلعة وتتمثل هذه الخصائص في:

1 – عدم الملموسية: أي أن الخدمة ليس لها كيان مادي كما أنها تفقد متلقي الخدمة القدرة على إصدار قرارات وأحكام بناءا على تقييم محسوس من خلال لمسها، أو تذوقها أو رؤيتها عند حصوله عليها.

2 – التلازمية : وتعني وجود علاقة مهمة بين الخدمة وبين مانح الخدمة مما ينتج عنه ضرورة حضور المستفيد من الخدمة إلى أماكن تقديمها، مثل الخدمات الطبية.

3 – التباين: تتصف الخدمة بعدم التجانس وصعوبة التنميط وتعني هذه الخاصية عدم القدرة في كثير من الحالات على تنميط الخدمات خاصة تلك التي يعتمد تقديمه على الإنسان بشكل كبير واضح، فيصعب على مورد الخدمة، أن يتعهد بأن تكون

[55] الموقع الالكتروني لجامعة التكوين المتواصل: www.e_campus.ufc.dz

خدماته متماثلة ومتجانسة على الدوام وبالتالي فهو لا يستطيع ضمان مستوى جودة معين لها، ويصعب على طرفي التعامل التنبؤ بما ستكون عليه الخدمات المقدمة .

4 – الفنائية (عدم القابلية للتخزين): إن الخدمة هي ذات طبيعة غير قابلة للتخزين فلا يمكن الاحتفاظ بها لفترة معينة وهذا راجع لعدم ملموسيتها، فبعض مؤسسات الخدمات وخصوصا في القطاع الخاص وتلحق بها خسارة كبيرة في حالة عدم الاستفادة منها، وبالتالي فهذه الخاصية لا

تؤثر إذا كان الطلب مستمرا، إلا أن التباين في الطلب وعدم استمراره بوتيرة منتظمة يحدث اضطراب في المؤسسات المقدمة للخدمة.

5– عدم انتقال الملكية: إن هذه الخاصية تميز بين النتاج السلعي والإنتاج الخدمي، كون آن ملتقى الخدمة له الحق فقط في استعمال الخدمة لفترة معينة دون أن يمتلكها.[56]

3.1 ماهية جودة الخدمة

أكدت الدراسات و الأبحاث أن هناك اهتماما ملحوظا من قبل الباحثين و الممارسين في مجال جودة الخدمة بتحديد مفهوم الجودة، و من هنا ظهرت العديد من التعريفات. وفقا للعديد من الباحثين فإن مفهوم جودة الخدمة يعكس تقييم العميل لدرجة الامتياز أو التفوق الكلي في أداء الخدمة و هو نفس المفهوم الذي تبنته الدراسات الحديثة في تعريف و قياس الجودة، فيما يلي سنتطرق إلى مجموعة من المفاهيم التي تخص الجودة و جودة الخدمة.

1.3.1 تعريف الجودة و جودة الخدمة

إن كلمة (Quality) باللغة العربية تعني الجودة أو النوعية، و استنادا إلى لسان العرب لإبن منظور، فإن النوعية تعني التذبذب في الشئ و معنى أصل الفعل (التمايل) و مصدرها (الجود)، أما الجودة فهي تأتي من الفعل (جاد) و (يجود) و يقصد بها الإجادة و الإتقان في العمل الحسن و كل ما هو ضد الرديئ و الباطل، لذا يمكن ترجمة كلمة (Quality) بحسب غرض المستفيد.[57] إن

[56] عثماني فؤاد، دور نظام الرقابة الداخلية في تحسين جودة الخدمة العمومية (دراسة عينة من مصالح الاستعجالات بالقطاع العمومي الاستشفائي بولاية الجزائر)، مذكرة ماجيستر، كلية العلوم الاقتصادية، شعبة التسيير، تخصص محاسبة، جامعة بوقرة، بومرداس، 2016/2015، ص46.

[57] النجار يحي غني، تقييم المشروعات: دراسات الجدوى و تقييم كفاءة الأداء، دار المستقبل للطباعة و التصميم، بغداد، 2006، ص41.

الجودة ذات مفهوم نسبي كونها تعطي تعاريف مختلفة حسب الفرد المستعمل للمنتج و حسب الوقت و المكان المستعمل في المنتج، لذا فقد تعددت مفاهيم الجودة بين روادها و المختصيم و الباحثين كل حسب وجهة نظره. تعرف الجودة حسب مضمون المواصفات القياسية (IOS:9000) لسنة 2000 على أنها "مجموعة الصفات المميزة للمنتج (أو النشاط أو العملية أو المؤسسة أو الشخص) و التي تجعله ملبيا للحاجات المعلنة و المتوقعة أو قادرة على تلبيتها و بقدر ما يكون المنتج ملبيا للحاجات و التوقعات، فإنه منتج جيد أو عالي الجودة أو رديئا". كما عرفت الجودة على أنها مطابقة توقعات المستهلكين يتمثل في خصائص أداء السلعة أو الخدمة، لذا تتحقق الجودة عندما يشتمل المنتج على جميع الخصائص التي يتوقعها المستهلك و عندما يتم أداء السلعة أو الخدمة بطريقة ترضي المستهلك. [58]

كما أن هناك وجهتي نظر رئيسيتين لبيان مفهوم الجودة و هما: من وجهة نظر الزبون، و الجودة من وجهة نظر المنتج (المصنع)، و يمكن توضيحها كالآتي:

أ. الجودة من وجهة نظر الزبون Quality from the customer's view:

عرفت الجودة بأنها: "الخصائص العامة لمنتج أو لخدمة التي تمنح لتلبية الحاجات الصريحة أو الضمنية".[59] كما قدم رائد الجودة Juran تعريفه المختصر و الشهير للجودة الذي أشار فيه أن الجودة هي:" الملائمة للإستعمال" (Fitness for use)[60] بحيث ينظر فيه إلى الجودة بأنها أكثر قربا من الزبون، بمعنى أن يكون مستخدم السلعة أو الخدمة قادرا على الاعتماد عليها في إنجاز ما يريده منها. و قد أشار Evans إلى أن جودة المنتوج أو الخدمة يجب أن تقابل أو تتجاوز حاجات الزبون مع الاستعمال المراد أو المرتقب منه.[61] أما المعنى الثاني المتعلق بمفهوم الجودة فيشير إلى: التفوق و التميز في شيء ما.[62] أما الجمعية الأمريكية للسيطرة النوعية (ASQC) (American Society for Quality Control) فترى بأن الجودة هي: مجموعة من الصفات للمنتوج

58 Garrison, Ray H; Noreen. Eric W. Managerial accounting , 12th ed, McGrow Hill, Singapore, 2008, p993.

59 BARUCHE.J, la qualité du service, 1ére edition, paris, 1984,p2.

60 Laurence.M, la qualité en industrie, thèse pour obtenir le grade de docteur vétérinaire, université Paul-Sabatier, Toulouse,2004, p17.

61 Evans, James R ; Applied production and operation management, 4th ed, West_publishing Co, USA, 1993, p496.

62 Guerault.S, la qualité : un outil d'amélioration continue de l'entreprise hôtelière, master tourisme et hôtelier,2014/2015, université de Toulouse, p14.

المصنع أو الخدمة و التي ستلبي احتياجات الزبائن وقت الشراء أو خلال الاستعمال،[63] و بذلك فإن العنصر الرئيسي في تعريف الجودة وفق وجهة النظر هذه يكمن في خدمة و تلبية احتياجاته و توقعاته.

و هناك عدة أبعاد لجودة المنتوج و التي من خلالها يمكن تلبية احتياجات الزبون و توقعاته و بالشكل الذي يحقق رضاه، و تتمثل هذه الأبعاد فيما يلي: [64]

- **الأداء** (**Performance**): و يمثل مجموعة الخصائص التشغيلية الأساسية و التي ستلبي احتياجات الزبائن و توقعاتهم، أو أنه الكيفية التي سيتم بها أداء الوظيفة و معالمها.
- **السمات** (**Features**): و هي الخصائص الإضافية للمنتوج و التي تساعد في أداء وظائفه الأساسية.
- **الاعتمادية** (**Reliability**): و تعني احتمالية عمل المنتوج بشكل جيد خلال فترة معينة في ظل ثبات الظروف.
- **المطابقة** (**Conformance**): و هي درجة مطابقة المنتوج للمعايير أو المواصفات المحددة التي يرغب بها الزبائن بحيث يمكن أن تلبي احتياجاتهم و توقعاتهم.
- **المتانة** (**Durability**): و تعني مقدار الاستفادة التي يحصل عليه الزبون من المنتج خلال عمره الانتاجي أي قبل التخلص منه أو استبداله.
- **القابلية** (**Serviceability**): و تشير إلى إمكانية تصليح المنتوج بالسرعة و الكفاءة عند حصول مشكلة في استعماله، فضلا عن توافر أدواته الاحتياطية بكلفة منخفضة.
- **الجمالية** (**Aesthetics**): و هي مجموعة من الخصائص التي يفضلها الزبون بناءا على تفضيلاته الخاصة كالشكل و الصوت و اللون و غيرها.
- **الجودة المدركة** (**Perceived Quality**): و يقصد بها صورة انطباع الزبون اتجاه المنتوج و المتولدة من خلال سمعته، إذ ينظر للجودة على أنها درجة الانسجام ما بين توقعات الزبون لمنتجات الوحدة الاقتصادية و إدراكهم لهذه التوقعات.[65]

[63] Horngren, Charles T ; Dater Srikant M ; Foster, Cost Acconting A managerial Empathasis, 12th Pearson Prentice- Hall, USA, 2006, p660.

[64] Khanna, V.K, Perm, Sashay, B.S; Shankar, Ravi; TQM Planning, Design and Implementation, New AGE International Publishers, 2008, p 4.

ب. الجودة من وجهة نظر المنتج (المصنع) (Quality from the producer's View):

لقد أشار Crosby إلى أن الجودة ليست إلا المطابقة للحاجات أو المتطلبات، و هذا مايجعل من الجودة هي الأكثر قربا من الانتاج و خصائصه، إذن فالجودة هي المطابقة للمواصفات، و المواصفات ما هي إلا أهداف (Targets) أو السماحات (Tolerances)، فالأهداف تمثل القيمة المثالية للمنتوج، أما السماحات فهي إلا انحرافات مقبولة عن هذه القيم، و ما كان خارج هذه السماحات ما هو إلا خسارة.[66] و عليه فإن المنتِج (المصَنِع) ينظر إلى الجودة على أنها درجة مطابقة المنتوج للمواصفات من خلال تحقيق الأهداف و ضمن حدود السماحات المقبولة.

من المهم أيضا التمييز بين المؤسسات الإنتاجية و الخدمية في استراتيجيات تحسين الجودة، فالمؤسسات الخدمية لها تحديات خاصة، و الإستراتيجيات المتاحة لها ليست نفسها لدى المؤسسة الإنتاجية. المؤسسات الخدمية مثلا لا تستطيع أن تعتمد على تحسين خدمات ما بعد البيع أو على المراقبة البعدية للجودة، لأن الخدمة تستهلك ساعة إنتاجها.[67]

تتميز الخدمة أيضا عن السلعة المادية بمشاركة الزبون في إنتاجها و أدائها، و بحضور الزبون في مكان الخدمة و أحيانا مشاركته في إنتاجها. فكل ما يراه الزبون في مركز الخدمة قد يؤثر في تقييمه للمؤسسة و للخدمة. من جهة أخرى تؤثر كفاءة الزبون نفسه و رغبته في التعاون على الجدوى في النهاية، و خير مثال على ذلك خدمات التعليم و التكوين و الصحة. هذه الخصائص و إن تفاوتت من صناعة خدمية لأخرى، فإنها موجودة في أغلب الخدمات، و تجعل قياس جودة الخدمة أكثر صعوبة لعدم استقرار المؤشرات الموضوعية و تفوق الخصائص الذاتية للخدمة على الخصائص الملموسة. حدد عمل Grönroose ثلاثة مكونات لجودة الخدمة: [68]

1. الجودة الفنية (الأداء الفني): هي نوعية ما يحصل عليه العميل فعليًا أثناء تعامله مع شركة الخدمات و التي تعتبر ذات أهمية قصوى بالنسبة له في تقييم جودة الخدمة؛

[65] Slack, Nigel, Chambers, Sturat and Jonhston Robert, Operation Management, 4thed, Prentice-Hall, 2004, p596.
[66] Evans, James.R, Applied Product and Operations Management, 4th ed, West publishing Co, USA, 1993, p 44.
[67] Berry and al. (1985). Op. cit.
[68] Grönroos C.,"Service Quality model and its marketing implications", European Journal of Marketing, 18, vol no. 4, pp.36- 44, 1984.

2. الجودة الوظيفية (تصور العميل للخدمة): تشير إلى الطريقة التي يحصل بها العميل على النتيجة الفنية، هذا مهم بالنسبة له و لإدراكه للخدمة التي تلقاها؛

3. جودة صورة الشركة: يتم بناؤها من خلال الجودة الفنية و الوظيفية للخدمة، بما في ذلك العوامل الخارجية الأخرى (التقاليد، الأيديولوجية، الكلمة المنقولة، الأسعار، العلاقات الاجتماعية ...).

2.3.1 تطور مفهوم الجودة

منذ الثمانينات، كانت جودة الخدمة واحدة من أهم القضايا في الأدب التسويقي واعتبرت عنصرا حيويا في استراتيجيات الإدارة الداخلية لتحقيق النجاح و / أو للعيش في بيئة تنافسية. قرر العديد منهم تحسين جودة الخدمة من أجل التمييز بين خدماتهم وتلك الخاصة بمنافسيهم.[69] فتاريخ الجودة هو تاريخ الحضارات نفسها، لفترة طويلة ظل ضمان جودة المنتج يستمد من اسم الحرفي، فهو من يقوم بالرقابة على جودة منتجاته.[70] في القرن الثالث عشر ميلادي كانت اتحادات الحرفيين في أوروبا تضع لهم طرقا و إجراءات محددة للعمل يلتزمون بها، و كانت الوحدات ذات جودة تعلم بختم يبين مصدرها، من جراء ذلك بدأت عملية التحكم في الجودة تنفصل عن العملية الإنتاجية تنامي انفصال الملكية عن العملية الانتاجية المباشرة.[71] هذا التحول كان أساس التطور السريع الذي عرفته الصناعة و الرقابة على الجودة معها خلال القرن العشرين. في الفترة من 1900 إلى 1920 تأسست وظيفة الجودة في المؤسسة للقيام بالرقابة البعدية على المنتجات الجاهزة. الجودة في هذه الحقبة كانت تقريبا مرادفا للتفتيش، و انفصلت مراقبة الجودة عن العملية الإنتاجية البحتية (العاملين و المشرفين عليهم)، و أوكلت إلى مشرفين متخصصين.[72] إذ كانت الحاجة ماسة لفرز المنتجات بحثا عن الوحدات التي لا يرغب المصنع أن تصل إلى المستهلك. [73] في النصف الثاني من الخمسينيات ظهر مصطلح الرقابة الشاملة على الجودة (Total Quality Control) على يد Armand Feigenbaum سنة 1956 الذي

[69] Parasuraman, (1985). Opcit.

[70] الطائي رعد عبد الله، قدادة عيسى (2008)، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري، عمان، الأردن، ص57.

[71] Boyer Luc et Equilbey Noël (2003). Organisation : théorie et application, Edition d'organisation, Paris, France. 42-46.

[72] علوان قاسم نايف (2005)، إدارة الجودة الشاملة و متطلبات الإيزو، دار الثقافة للنشر و التوزيع، بيروت، ص24.

[73] Fisher N. I. and Nair V. N. (2009). Quality management and quality practice: Perspectives on their history and their future. Appl. Stochastic Models Bus. Ind. Wiley InterScience, 25, 1–28. Retrieved Jan. 16-2009 from http://www.interscience.wiley.com,.

أكد في هذا المنهج على الوقاية من الأخطاء بدلا من تصحيحها، و على ضرورة أن تبنى الجودة في مرحلة التصميم، و على الإهتمام بالموردين و النظر إلى العملية الإنتاجية كنظام متكامل يبدأ بالعميل و ينتهي به.[74]

للحديث عن فكر الجودة في القرن العشرين لابد من ذكر قصة الجودة في اليابان، التي يسردها فيشر و نير [75] اللذان قالا أن ساراسون هومر (Sarasohn) هو مهندس إلكترونيات ياباني، انتقل من الولايات المتحدة إلى اليابان، في 1946، بإيعاز من الجنرال الأمريكي دوقلس ماك آرثر (Douglas MacArthur)، القائد الأعلى لقوات الحلفاء، فأنشأ في البداية هيئة للاتصالات المدنية، و بعدها مباشرة أنشأ اتحادا للعلماء و الفنيين اليابانيين (JUSE) بقيادة ايشيكاوا (Ishikawa). في سنة 1948 أنشأ الاتحاد لجنة لدراسة الرقابة الإحصائية للجودة، و في عام 1949 أنشأ ساراسون و بروتزمان (Protzman) مؤتمر الاتصالات المدنية. و بدءا باستطلاع حاجات الشركات، و من ثم أقاما لشهر في فندق في أوزاكا، و عملا على تأليف مرجع عن مبادئ الإدارة الصناعية. في نفس السنة أمر الجنرال آرثر بانطلاق أعمال المؤتمر رغم معارضة قسم الشؤون الاقتصادية العلمية (Economic Scientific Section) الذي كان يشرف على مختلف أوجه الاقتصاد و الصناعة في اليابان. معارضة هذه الهيئة كان على خلفية أن تعليم اليابانيين الإدارة الحديثة قد يحفز إنتاجية صناعتهم بما يجعل من الصعب على الشركات الأمريكية فيما بعد أن يكون لها موضع قدم في اليابان. إنطلقت أشغال المؤتمر بحضور رؤساء المؤسسات الكبرى وحدهم بدون السماح بالنيابة. كانت الحصص 4 ساعات يوميا لأربعة أيام في الاسبوع، و في نهاية كل يوم كان يطلب من الحضور إنجاز واجبات منزلية. استمرت الدراسة ثمانية أسابيع، لم يكن هناك امتحان في نهاية الدراسة، و لكن تم إخبار المشاركين بأنهم سيقيمون على أساس نتائج مؤسساتهم بعد 12 شهرا. كان ساراسون مصرا على أن مادة التكوين يجب أن تعنى أيضا بالتطبيق العملي للتقنيات الإحصائية و الأساليب الإدارية، ففي رأيه لم تنتصر الولايات المتحدة في الحرب فقط لتفوقها في الرياضيات. اعتبر البعض هذه الرؤية استباقا لاتجاه الجودة الشاملة. هناك من يرى أن الجودة هي إتقان و سلامة من العيوب، بينما يراها آخرون تحقيق الشيء للهدف منه أو لحاجات و رغبات مستخدمه، و يراها آخرون على أنها تميز.[76] و التعريف الأبرز و الذي يعتبر الأصل الذي منه

[74] الطائي رعد عبد الله، قدادة عيسى (2008)، ص60.

[75] Fisher N. I. and Nair V. N. (2009). Op. cit.

[76] Harvey L. and Green D. (1993). Defining quality. Assessment and Evaluation in Higher Education, 18(1). 9-34.

تطورت و تفرعت التعريفات الأخرى هو الذي يعتبر أن الجودة تقوم على الإتقان أو السلامة من العيوب، فالعيب هو مخالفة التصميم أو مخالفة المواصفات. فالجودة حسب أحد أعمدة فكر الجودة Philip Crosby هي المطابقة للمواصفات.[77]

تمت دراسة جودة الخدمة لفترة طويلة في مجال إدارة الأعمال. ومع ذلك، تشير الأدبيات في مجال الخدمة إلى عدم وجود توافق في الآراء حول كيفية وضع تصور لجودة الخدمة المدركة أو تشغيلها.[78] [79]

تم تبني منظورين مختلفين بخصوص هذه المسألة: يشير المنظور الأول إلى أن جودة الخدمة المدركة تستند إلى نموذج عدم التأكد،[80] جودة الخدمة هي مقارنة بين توقعات المستهلكين وتصوراتهم عن الخدمة التي تلقوها بالفعل. [81] وفقا لهذه المقاربة، Gronrros (1984) طور نموذج الشمال (The Nordic Model).

حدد Gronrros بعدين من أجل دراسة جودة الخدمة: كان البعد الأول هو الجودة التقنية (technical quality) التي تشير إلى نتائج أداء الخدمة، البعد الثاني هو الجودة الوظيفية (Functional quality) التي تشير إلى الإدراك الذاتي لكيفية تقديم الخدمة. [82] فيما بعد، أضاف Rust و Oliver (1994) بعدا ثالثا: و هو البيئة المادية لنموذج Gronrros (1984)، و اقترح نموذج ثلاثي لجودة الخدمة. و نظرا للآراء المختلفة تم النظر إلى جودة الخدمة كالنتيجة التي تم الحصول عليها جراء المقارنة بين توقعات و تصورات الأداء.[83]

Parasuraman وآخرون (1988) قالوا أنه وبغض النظر عن نوع الخدمة، فإن المستهلكون يقيمون جودة الخدمة باستخدام معايير مماثلة و التي يمكن حصرها في خمسة أبعاد: الملموسية، الثقة، الإستجابة، الأمان و التقمص العاطفي. قد تم استخراج هذه الأبعاد الخمسة من عشرة أبعاد متداخلة فيما بينها، التي تعتبر ضرورية من أجل خدمة ذات جودة.

---

[77] Crosby Philip B. (1979). Quality is Free. In: Berry L. L., Zeithaml V. A., & Parasuraman A. (1985). Quality counts in services, too, Business Horizons, May-June, 44-52.

[78] Cronin, J. and Taylor, S. (1992) „Measuring service quality: re-examination and extension", Journal of Marketing,.56(3), .55–68.

[79] Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994).Insights and managerial implications from the frontier. In R. T. Rust & R. L. Oliver (Eds.), Service quality: New directions in theory and practice (pp. 1–19). Thousand Oaks, CA: Sage

[80] Martin, R., Martin, P. Y., Smith, J. R., & Hewstone, M. (2007). Majority versus minority influence and prediction of behavioral intentions and behavior. Journal of Experimental Social Psychology, 43, 763-771

[81] A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry Source; Opcit; pp. 41-50

[82] Gronroos, C. (1984) Opcit, 36-44.

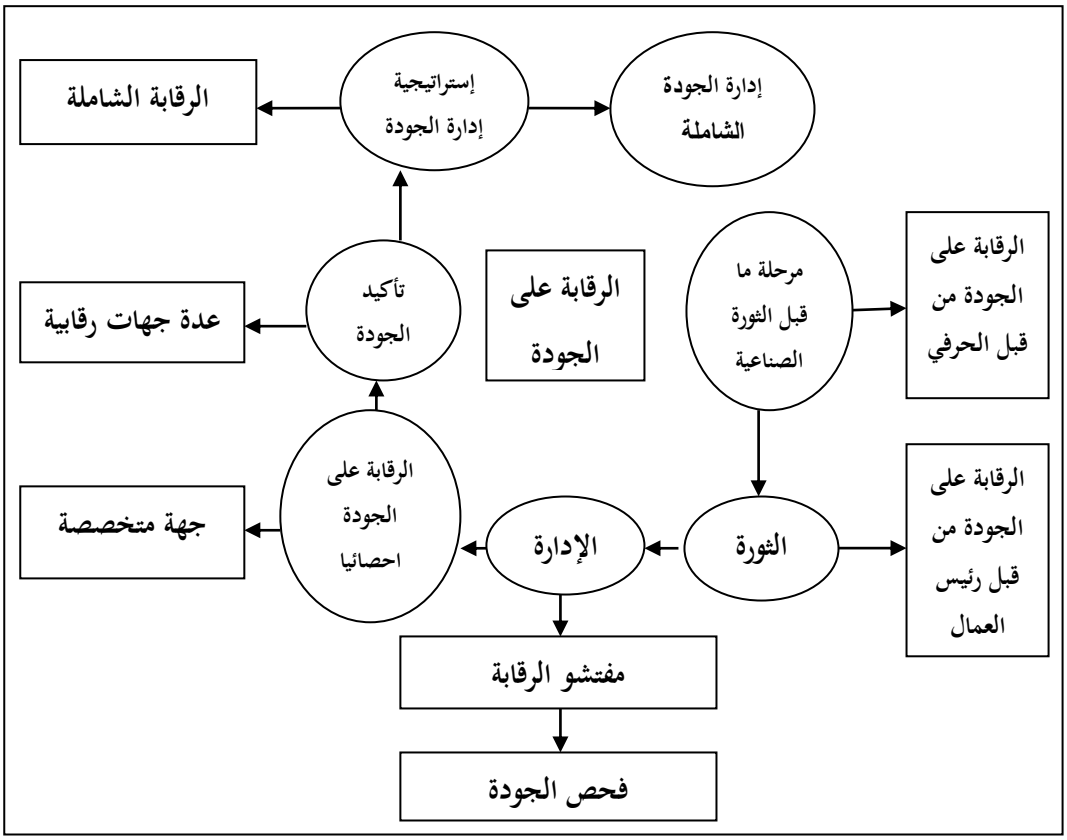
[83] Rust, R.T. and Oliver, R.L. (1994) Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier: New Directions in Theory and Practice, Sage Publications, Thousand Oaks, 1-19.

و يمكن إعطاء تعريف للجودة حسب Carrard Frédéric من وجهتي نظر:[84]

1- **من وجهة نظر المؤسسة:** بالنسبة لها تعرف الجودة على أنها الغرض من عمل يتم في مرحلتين: الجودة المدركة، و الجودة المنجزة أو المحققة. و أن المنتج المحقق يجب أن يكون متوافقا مع متطلبات التصميم المدروسة من قبل التسويق.

2- **من وجهة نظر المستخدم:** بالنسبة له السلعة أو الخدمة ذات جودة، يجب أن تكون قادرة على إشباع حاجياته، و إرضاء توقعاته، دون أن تكون بالضرورة السلعة او الخدمة من تشكيلة فخمة أو ذات خصائص عالية. لأن رضا المستهلك يأتي من خلال مقارنته بين ما ينتظره و ما يتصوره عن السلعة أو الخدمة، فهو ينتظر فعليا أن المنتج أو الخدمة يحتويان مجموعة من الخصائص قادرة على إرضاء حاجاته التي ينتظرها. بمجرد أن يستهلكها و يدرك خصائصها فإنه يجد خصائص يقارنها مع توقعاته، و عليه سيحدد مستوى رضاه عن الجودة المرتبطة بالمنتج أو الخدمة.

الشكل 01: مراحل تطور الجودة



المصدر: يوسف الطائي،محمد العجيلي ،ليث الحكيم ،نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية و الخدمية دار اليازوري ،2009، ص64.

[84] CARRARD.F, management de la qualité: vers un management durable,2éme édition,paris,2012,p20

3.3.1 خصوصيات الجودة في القطاع الخدمي

من المهم التمييز بين المؤسسات الإنتاجية و الخدمية في استراتيجيات تحسين الجودة، فالمؤسسات الخدمية لها تحديات خاصة، و الإستراتيجيات المتاحة لها ليست نفسها لدى المؤسسة الإنتاجية. فالمؤسسات الخدمية لا تستطيع أن تعتمد على تحسين خدمات ما بعد البيع أو على المراقبة البعدية للجودة، لأن الخدمة تستهلك ساعة إنتاجها.[85]

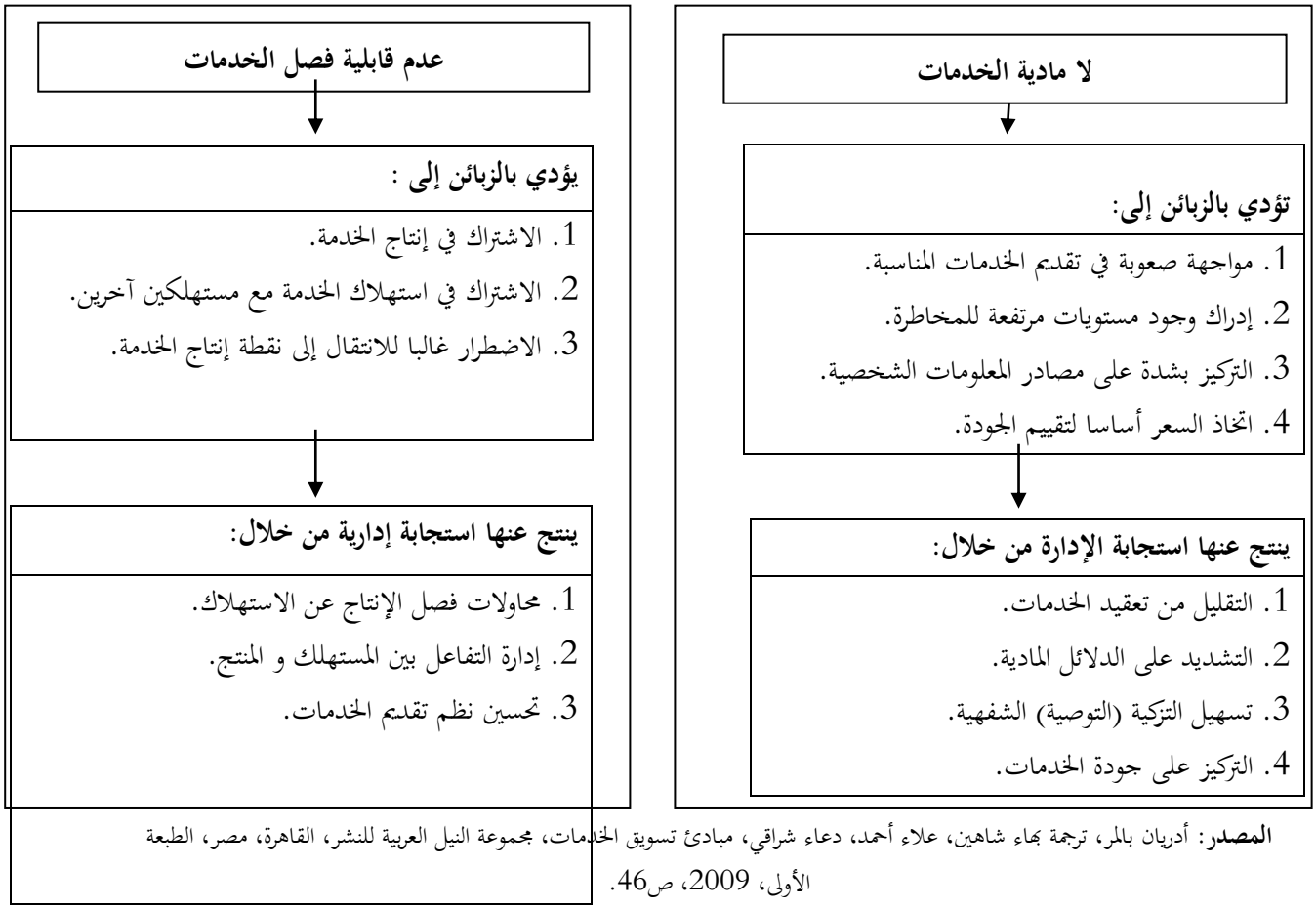
خصوصية الخدمة تنشأ أيضا من تزامن إنتاجها مع استهلاكها، إذا كان المنتج المادي ينتج ثم يباع ثم يستهلك، في عمليات متتالية و منفصلة، فالخدمة لا تخضع لهذه التراتبية الواضحة، حيث تباع الخدمة أولا ثم تنتج و تستهلك غالبا في الوقت نفسه، وهذا يفرض تعقيدات خاصة حين تكون كثافة الطلب شديدة التباين زمنيا، ما ينتج عنه تدهور الخدمة في أوقات الذروة و تعطيل الموارد في أوقات الطلب الضئيل. تلازمية إنتاج و استهلاك الخدمة مع تباين كثافة الطلب تصعبان ضمان الخدمة باستمرار و بنفس الجودة.

كما تتميز الخدمة أيضا عن السلعة المادية بمشاركة الزبون في إنتاجها و أدائها، و بحضور الزبون في مكان الخدمة و أحيانا مشاركته في إنتاجها. هذا الدور يولد هو الأخر تعقيدات خاصة، فكل ما يراه الزبون في مركز الخدمة قد يؤثر في تقييمه للمؤسسة و للخدمة. من جهة أخرى تؤثر كفاءة الزبون نفسه و رغبته في التعاون على الجدوى في النهاية، و نجد مثالا واضحا لذلك في خدمات التعليم و التكوين و الصحة.

هذه الخصائص و إن تفاوتت من صناعة خدمية لأخرى، فإنها مشاهدة في أغلب الخدمات، و تجعل قياس جودة الخدمة أكثر صعوبة لعدم استقرار المؤشرات الموضوعية و غلبة الخصائص الذاتية للخدمة على الخصائص المادية الملموسة.

[85] Berry, J. O., Nrkolan. B. J.. Carr, J. P.. and Klessig, D. F. (1965). Transcriptional and post-transcriptional regulation of nbulose 15 bisphosphate carboxylase gene expression in light- and dark-grown amaranth cotyledons, Mol. Cell. Biol. 5. 2236-2246.

الشكل02: بعض آثار لا مادية الخدمة



المصدر: أدريان بالمر، ترجمة بهاء شاهين، علاء أحمد، دعاء شراقي، مبادئ تسويق الخدمات، مجموعة النيل العربية للنشر، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2009، ص46.

4.3.1 أهداف تحسين الجودة

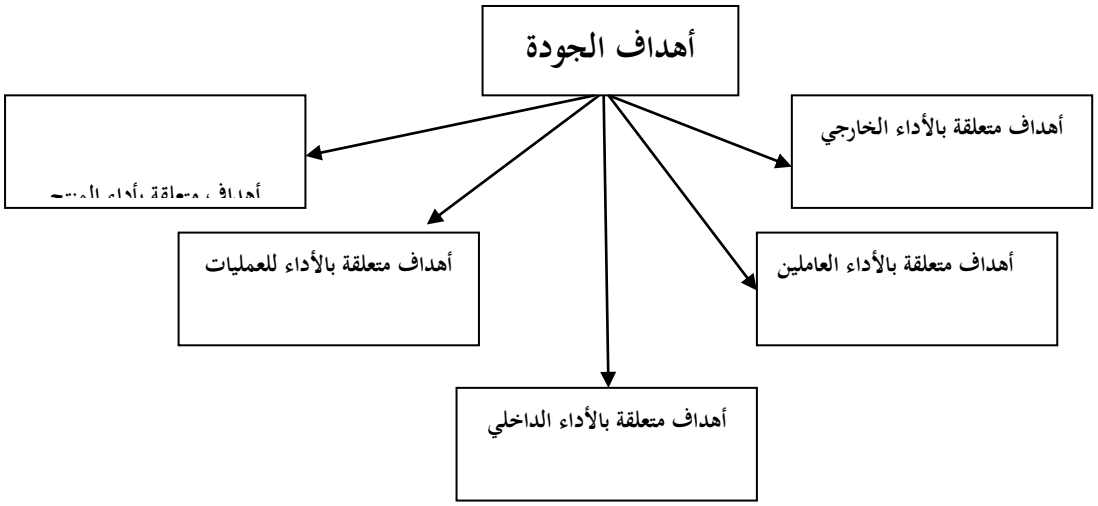
و هي غالبا تنحصر في الحد من الأخطاء و تطوير منتجات جديدة ترضي المستخدمين بفاعلية اكبر.

وهذا تنكن تصنيف أهداف الجودة بنوعيها إلى خمس فئات هي:

- أهداف الأداء الخارجي للمؤسسة و يتضمن الأسواق و البيئة و المجتمع.
- أهداف الأداء للمنتوج و تتناول حاجات المستخدمين و المنافسة.
- أهداف العمليات و تتناول مقدرة العمليات و فاعليتها و قابليتها للضبط.
- أهداف الأداء الداخلي و تتناول مقدرة المؤسسة و فاعليتها و مدى استجابتها للتغيرات و محيط العمل.

- أهداف الأداء للعاملين وتتناول المهارات و القدرات و التحفيز و تطوير العاملين.[86]

الشكل رقم 03:أهداف الجودة



المصدر :قاسم نايف علوان المحياوي،**مرجع سبق ذكره**، ص 39

و في ذات السياق يمكن تعداد مدخلين لبيان مفهوم الجودة (مدخل التفوق و مدخل القيمة:

أ- مدخل التفوق (**Transcendent Approch**): ينظر إلى الجودة وفق هذا المنظور إلى أنها امتياز فطري لا يمكن إلا من خلال التجربة، كما و ينظر إليها على أنها غير قابلة للقياسو لا يمكن تعريفها، و إنما يمكن التعرف عليها عند رؤيتها. [87]

ب- مدخل القيمة (**Value Approche**): ينظر إلى الجودة وفق هذا المدخل على أنها درجة التمايز بالسعر المقبول و يحقق السيطرة على متغيراتها بالتكلفة المقبولة. و استكمالا لما سبق يرى الباحث أن هناك مداخل أخرى يمكن من خلالها النظر إلى الجودة، و هي المدخل الاجتماعي و المدخل البيئي و المدخل الاستراتيجي.[88]

[86] غمير د الهام، **جودة الخدمة المصرفية واثارها على رضا وولاء الزبائن**، مذكرة ماجستير، 2015/2014، ص13.

[87] Pull an, Thankachan, T ; Bhasi, M; Madhu G, Application of concurrent engine ring in Manufacturing industry, Introduction journal of computer integrated Manufacturing, vol 23, No 5, 2010, p15.

[88] العلي، عبد الستار محمد، إدارة الإنتاج و العمليات: مدخل كمي، الطبعة الأولى، دار المسيرة للطباعة و النشر، عمان، 2008، ص54.

4.1 الجودة الشاملة

الفلسفة الشمولية للجودة عنت تضافر الجميع، إدارة و موظفين و أعوان، و أيضا شمولية كل أنشطة المؤسسة منذ تحديد حاجات الزبون و تصميم المنتج إلى خدمات ما بعد البيع. الهدف هو أداء كل شيء في الوقت و بالشكل الصحيح من البداية، أي تجنب الأخطاء و عدم المطابقة، تجنب العمل المكرر و العمل الذي لا يضيف قيمة، و من جهة أخرى التحسن المستمر للوضع الحالي. [89] المكونات الأساسية للجودة الشاملة تختلف من كاتب لآخر، لكن هناك شبه اتفاق عام على مجموعة من المبادئ: التوجه بالزبون، دور القيادة، تخطيط الجودة، الإدارة بالحقائق و البيانات، التحسين المستمر، دور إدارة الموارد البشرية بإشراك الجميع و التدريب و العمل في فرق و الاتصال، التعلم، إدارة العمليات، التنسيق مع الموردين و الوعي بالشؤون الاجتماعية و البيئية.[90] اهتمام الحكومات بالجودة هو أيضا اهتمام قدم خدمة بأدائه، العديد من الدول من العالم المتقدم و النامي أطلقت حملات للجودة في الأداء الحكومي و الخدمة العمومية. اتخذت أهداف متعددة منها: تحسين الخدمة العمومية، تحسين الاتصال مع المواطن، تخفيض البيرقراطية، زيادة فعالية الأجهزة الحكومية و محاربة الفساد. في العالم الإسلامي برزت التجربة الماليزية ببرنامج طموح سمي "استراتيجية 2020"، و في العالم العربي أطلقت الكويت برنامجا منذ 1995 لتحسين الخدمة في الوكالات العمومية، و كان من أبرز ما تضمنه من إجراءات إنشاء مراكز للمعلومات في كل مدينة لتحسين التواصل مع المواطنين و محاربة البيروقراطية.[91] على وجه التحديد، فإن الاهتمام بالجودة في القطاع العام واضح، في الواقع زادت نسبة شهادات ISO بشكل خطير. فوفق منظمة الجودة العالمية ISO 9000 :2000 فإن الجودة عرفت على أنها قدرة مجموعة من الخصائص الجوهرية على تلبية الاحتياجات. إذ يعتبر إشباع حاجة المستخدم/المستهلك الجوهر الأساسي لبلوغ المؤسسة أهدافها المعلنة و غير المعلنة. و في ذات السياق عرفت الجودة كتقييم معرفي [92] و التي أشير إليها في التسويق كمجموعة من المبادئ و الطرق مجتمعة في إستراتيجية عامة،

[89] Boyer Luc et Equilbey Noël (2003). Organisation : théorie et application, Edition d'organisation, Paris, France. 297.

[90] Tari J. J. (2005). Components of successful total quality management, in Draghici Mihai and Petcu Andreea Jenica, (2010). Op. cit

[91] Jakka, Ateeq, A, (2004), Client-Quality Dimensions: Empirical Evidence from the Public Sector of the United Arab Emirates, Public Organization Review, 4, 239–257.

[92] Llosa Sylvie. L'analyse de la contribution des éléments de service & la satisfaction : un modèle Tétraclasse, Decisions Marketing, 1997, 10, p. 81-88.

هدفها تجنيد المؤسسة بأكملها لتحقيق رضا الزبون بأفضل شكل و بأقل تكلفة. [93] كما عرفت هذه الأخيرة على أنها قدرة مجموعة من الخصائص الجوهرية على تلبية الاحتياجات. و تتألف الجودة بمجموعة من خصائص و ميزات المنتج أو الخدمة التي تمنحهما القدرة على إشباع حاجات واضحة أو ضمنية (AFNOR NFX 50-120) يمكن تعريف جودة الخدمة الشاملة على أنها حكم شامل يشبه الموقف تجاه الخدمة ويتم قبوله عمومًا كسابق لرضا العملاء بشكل عام.[94] حددت جودة الخدمة بأنها قدرة المؤسسة على تلبية أو تجاوز توقعات العملاء.[95] جودة الخدمة هي الفرق بين توقعات العملاء من الخدمة والخدمة المتصورة.[96] إذا كانت التوقعات أعلى من الأداء ، فإن الجودة المدركة تكون أقل من مرضية وبالتالي يحدث استياء العملاء. تتأثر جودة الخدمة في جميع لقاءات الخدمة بشكل جوهري من منظور كل من مزود الخدمة ومستقبل الخدمة.[97] خلص Czepiel (1990) إلى أن الأبحاث المتعلقة بجودة الخدمة يجب أن تتضمن دائمًا وجهات نظر كل من المزود والمتلقي.[98] نظرًا لأن تقديم الخدمة يحدث أثناء التفاعلات بين موظفي الاتصال والعملاء، يمكن أن تؤثر مواقف وسلوك موظفي الاتصال على تصورات العملاء بشأن جودة الخدمة. علاوة على ذلك، بيتسون وآخرون (2008) وجدوا أن رضا تصورات الموظفين ، ولاء الموظف المدروس، و التزام الموظف المتصور كان له تأثير كبير على جودة المنتج المدركة وعلى جودة الخدمة المدركة. وفقًا لـ Zeithaml و Bitner (1997) ، يمثل اتصال الموظفون مع الزبون المنظمة ويمكنهم التأثير بشكل مباشر على رضا العملاء ، فهم يؤدون دور المسوقين. سواء تم الإقرار بذلك أم لا ، يقوم موظفو الخدمة بوظائف التسويق.

[93] Sylvie Rolland, Déborah Wallet-Wodka, (2003), La qualité des sites Web marchands en distribution : proposition d'une échelle de mesure E-Qual, p21.

[94] Jo Bitner, M., Faranda, W., Hubbert, A. and Zeithaml, V. (1997), "Customer contributions and roles in service delivery", International Journal of Service Industry Management, Vol. 8 No. 3, pp. 193-205.

[95] Parasuraman A., Zeithaml V. A. and Berry L. L. (1988) SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. Journal of Retailing 64(1), 12-40.

[96] Parasuraman, A., Berry, L. L. and Zeithaml, V. (1991) Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. MSI Working paper.

[97] Prabha Ramseook-Munhurrun, Soolakshna D. Lukea-Bhiwajee, Perunjodi Naidoo, (2010), service quality in the public service, INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT AND MARKETING RESEARCH ♦ Volume 3 ♦ Number 1, p 2-14.

[98] John A. Czepiel, (1990), service encounters and service relationships: Implications for research, Journal of Busmess Research 20, 13-21

افترض بعض الباحثين أن جودة الخدمة يجب أن تقاس كمتغير وحيد الأبعاد من قبل مختلف أصحاب المصلحة[99]. الاهتمام بالجودة ارتبط في الفكر الإداري بالقياس و استخدام الأدوات الإحصائية، خاصة بعد أن ذلل الإعلام الآلي الحسابات المعقدة التي تتطلبها بعض تلك الأدوات، و تميز الجودة بين الجودة الموضوعية التي تقيمها و تقيسها المؤسسة بالملاحظة و التجربة و المعاينة، و بين الجودة المدركة التي تصدر عن تقييم المستهلك.[100] في فترة الثمانينات بدأت نقلة كبيرة في فكر الجودة تنمو مرة أخرى عن نضج هذا الفكر و استقلاله عن الأسس التي وضعها البناة الأوائل شيوارت و ديمنج و جوران. تمثلت هذه النقلة في صدور معايير موحدة عن المنظمة العالمية للمعايير لإدارة نظم الجودة في المؤسسات و تزايد الاهتمام بهذه المعايير في كل العالم. حيث أصدرت المنظمة الدولية للمعايير (ISO) منذ مطلع الخمسينيات مئات المعايير التقنية في الاتصالات و الصناعة و الأمن و غيرها، فكانت معايير خاصة، إلى أن تقرر وضع معايير للجودة بصفة عامة، في وقت زادت فيه التجارة الدولية الحاجة إلى معايير موحدة في هذا المجال. أنشأت المنظمة الدولية للمعايير في 1976 لجنة تقنية (TC 176) لإعداد معايير في الإدارة و ضمان الجودة، نظم أول لقاء لهذه اللجنة في 1980، و في 1986 أصدرت النشرية ISO 8402 التي اختصت بالمصطلحات (Vocabualry standard)، ثم في 1987 أصدرت المجموعة الأولى من معايير ISO 9000، و التي تألفت من:[101]

- المفاهيم الأساسية و المصطلحات و معايير توجيهية ISO 9000 ،
- ثلاثة معايير لمتطلبات ضمان الجودة (ISO 9001, ISO 9002, ISO 9003) تتمايز البعض من حيث شموليتها، معيار ISO 9001 هو المعيار الشامل، معيار ISO 9002 لا يشمل التصميم، و معيار ISO 9003 لا يشمل أيضا الخدمات البعدية، الشراء و التحكم في العمليات.
- معيار توجيهي لإدارة الجودة ISO 9004، صححت هذه المجموعة لمزيد من الفعالية و الكفاءة في 1994، 2000 و 2008. تعتمد نشرة ISO 9001 ثمانية مبادئ لنظام الجودة:[102]
- التوجه بالزبون: على المنظمة أن تفهم الحاجات الحالية و المستقبلية للزبون و أن ترضي رغباته و تتفوق على توقعاته.

[99] Benjamin Schneider, Susane s.White, (2004), Service quality: research perspectives, foundations of organizational science, sage publications.Inc, London. P 1-185.

[100] Sylvie Rolland (2003). Opcit ; p 23.

[101] Juran M. Joseph and Goodfrey A. Blanton (1999). Juran's Quality Handbook , 5th edition, McGraw-Hill, USA. P. 11.1.

[102] Abdellali Bouzid (2010). Normes ISO 9001, ou ligne directrices EQUA pour l'enseignement supérieur, Actes du colloque international sur les enjeux de l'assurance qualité dans l'enseignement supérieur, 20 et 21 Nov. Consortium des Universités de l'Est, Université de Skikda. Algérie.

- القيادة، على القيادة العليا وضع الغايات و التوجهات للمنظمة، و خلق مناخ يشجع على التزام و انخراط العاملين بأهداف المنظمة.
- الإشراك الفعال للعاملين، الأفراد على كل المستويات هم الأساس الحقيقي لأي منظمة، و التزامهم يسمح بوضع كفاءاتهم في فائدة المنظمة.
- استخدام مدخل العمليات: يمكن تحقيق النتائج المرغوبة بكفاءة أكبر عندما يستخدم مدخل العمليات في النظر إلى الأنشطة.
- الإدارة بمدخل النظم: تعيين و فهم و إدارة العمليات المرتبطة كنظام يساهم في فعالية و كفاءة المنظمة في سعيها لتحقيق أهدافها.
- التحسين المستمر: التحسين المستمر للأداء يجب أن يكون دوما هدف المنظمة.
- اتخاذ القرارات بناءا على البيانات و الحقائق.
- العلاقات ذات الفائدة المتبادلة: و جود علاقات مربحة لكل من المورد و المؤسسة يزيد فرص خلق القيمة من قبل الطرفين.

هذه المبادئ هي تقريبا مبادئ إدارة الجودة الشاملة.

و عموما تعرف الجودة عادة بأنها "ما يرضي العميل"، تتكون من "جميع خصائص المنتج أو الخدمة التي تمنحها القدرة على تلبية الاحتياجات المعلنة أو الضمنية".[103]

1.4.1 سياسة الجزائر في مجال الجودة و المعايير

عام 2000 أطلقت وزارة الصناعة الجزائرية برنامجا وطنيا لمرافقة المؤسسات في عملية الحصول على اعتماد معايير الإيزو، و تأخذ الوزارة على عاتقها 50 بالمئة من المصاريف المرتبطة بهذه العملية، كما تمنح جائزة للجودة للمؤسسات. الجزائر هي أيضا عضو في اللجنة التقنية T176 المكلفة ببناء معيار ISO9000 داخل منظمة الإيزو، و اللجنة التقنية 207 الخاصة بالمعيار ISO 14000. [104] في مجال معايير الجودة، أوكلت الوزارة عملية اقتراح السياسة الوطنية في مجال معايير الجودة و تحديد احتياجات

[103] AFNOR NFX 50-120.

[104] محمد شعيب عيساوي، مدير المعهد الجزائري للمعايير، عن منتدى طلبة الماجستير و الدكتوراه الجزائريين، اطلع عليه يوم: 01-06-2019 في: www.mgisteralgerien.3oloum.

القطاعات المختلفة في هذا المجال إلى المجلس الوطني للمعايير (CNN) الذي أنشأ رسميا في 13- 10- 2008 و هو مجلس ذي طابع استشاري يجمع في صفوفه ممثلي مختلف المصالح الوزارية و ممثلين عن الجمعيات المهنية و جمعيات حماية المستهلك و حماية البيئة. [105] يقوم المجلس الوطني للمعايير باقتراح أسس سياسة المعايير في الجزائر و أهدافها على المديين المتوسط و البعيد، بالإضافة إلى مشاريع برامج المعايير و تقييم تقدمها.

الأداة التنفيذية الأساسية لسياسات الدولة في مجال المعايير و مساعدة الفاعلين الاقتصاديين على الحصول على المعايير و تطبيقها و الحصول على الاعتماد هو المعهد الجزائري للمعايير (IANOR). أنشأ هذا المعهد كمؤسسة ذات طابع تجاري و صناعي (EPIC) بعد المعهد الوطني الجزائري للمعايير و الملكية الصناعية (INAPI) بمرسوم تنفيذي في فيفري 1998 تم تعديله في فيفري 2011. من مهام هذا المعهد: [106]

- صياغة و طباعة و نشر المعايير الجزائرية، و الإشراف المركزي على بناء المعايير،
- اعتماد علامات المطابقة مع معايير الجودة و علامات الجودة و منح التراخيص باستخدامها،
- تطبيق الاتفاقيات الدولية في مجال المعايير التي تنتمي إليها الجزائر،
- توفير المعلومات حول عوائق التقنية للتجارة وفقا للاتفاقية المعنية مع المنظمة العالمية للتجارة،
- مساعدة المؤسسات على الحصول على المعايير و تطبيقها،
- مساعدة اللجان التقنية للمعيرة و المجلس الوطني للمعايير.

من خلال النتائج و الأبحاث، لا تزال المؤسسات الجزائرية ضعيفة التنافسية و لا تزال حركة الحصول على شهادة الإيزو 9001 في الجزائر بطيئة، حوالي 1100 مؤسسة فقط حصلت على هذه الشهادة، و هو عدد قليل مقارنة بحجم النسيج الصناعي في بلد كالجزائر. [107]

[105] IANOR, consulté : Sept. 9-2013 from http://www.IANOR.dz.

[106] IANOR, Opcit.

[107] Belkhair Ikkache: Les entreprises algériennes et la norme ISO, Le phare, Consulté Sept. 9-2017, from : http://www.kgn.lephare.com

2.4.1 منظمات الخدمات العمومية في الجزائر

يعتبر تحقيق المنفعة العامة من بين اهداف منظمات القطاع العام، التي تمثل الركيزة الأساسية في خدمة المجتمع و تحقيق ما قد يعجز القطاع الخاص عن توفيره على اعتبار أن نشاطها يوكل بصورة مباشرة إلى الدولة بمختلف هياكلها، خاصة و أن دور هذه الأخيرة قد تعاظم في جميع المجالات بما فيها المجال الاقتصادي، إذ أصبح القطاع العام يستحوذ على نسب هامة من الناتج القومي الإجمالي.[108] فالمؤسسات العمومية لم تنشأ نتيجة تفكير معمق و مبرمج، و إنما أنشأت لحل مشاكل مستعجلة و ظرفية، و أكثر من هذا أنها أنشأت بمبادرة من الدوائر الحكومية و في مراحل و أزمنة مختلفة. و كانت الأسباب الداعية لذلك كثيرة و متعددة، و نظرا لتعدد الأسباب فإن المؤسسة العمومية لم تشغل بال مؤسسيها.[109]

المنظمة العامة هي كل هيئة أو جهاز يقوم بإنتاج و توفير خدمة عامة بغرض إشباع حاجة عامة من حاجات المجتمع، و تعتبر أيضا كل مشروع يعجز أو يحجم الأفراد و الجماعات الخاصة عن القيام به، إما لضخامة ما يتطلبه من موارد وإمكانيات، أو لقلة أو انعدام الربح المتوقع تحقيقه في الأجل القصير.و تختلف المنظمات العامة عن المنظمات الخاصة من حيث الملكية، فبينما تملك الدولة المنظمات العامة يملك الأفراد المنظمات الخاصة ،و لا تقتصر المنظمات العامة على تلك التي تملكها الدولة بالكامل، بل تمتد أيضا إلى المشروعات التي تملك الدولة نسبة معينة من رأسمالها. و قد يكون تملك الدولة للمنظمات دائما أو مؤقتا.[110] و تعرف المنظمة العامة أيضا بأنها هيئة تقوم بتسيير مجموعة من النشاطات الاقتصادية، الاجتماعية و الثقافية، حيث الدولة هي التي تتحكم في آليات التسيير.[111]

و تعتبر المنظمة العمومية كل منظمة منشأة بموجب القانون، أو يتم تسيير عملها في إيطار قانوني، و للمنظمة العمومية أربعة مبادئ أساسية تميزها هي :النظام الأساسي، الأهداف، الأعمال و البيئة. و بعكس المنظمات الخاصة التي يمكنها تكييف نظام أهدافها لتعظيم الأرباح،[112] فالمنظمة العامة تهدف إلى إشباع حاجات عامة و التي تمثل في الحقيقة أهدافا عامة تسعى الحكومة لتحقيقها للأفراد و الجماعات و هي المبرر الرئيسي لوجودها، و تنقسم هذه الأهداف إلى الأنواع الرئيسية التالية :أهداف

---

[108] بن عيسى ليلى، **أهمية التسيير العمومي الجديد في قطاع التعليم العالي (دراسة حالة جامعة محمد خيضر بسكرة)**، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة،2005-2006، ص10.

[109] Hafsi.T,**Gérer l'enterprise publique** ,office des publications universitaire ,alger ,1990 ,p17.

[110] د.ثابت الرحمن ادريس، **المدخل الحديث في الإدارة العامة**، الدار الجامعية للنشر و التوزيع، 2001، ص94.

[111]Hafsi.T,**Opcit**, 1990,p20.

[112] Pasquier.M,**Communication public** ,edition de boeck univ ,Bruxelles ,1ere édition ,2011 ,p13-14.

اقتصادية، سياسية، ثقافية، أخلاقية، روحية، و أخرى تتعلق بالصحة العامة، و أهداف حسية أو جمالية.[113] أما الأعمال فيجب أن تنجز وفق قاعدة قانونية، فلا يقتصر عمل المنظمات العمومية مثل المنظمات الخاصة على إنتاج توريدات و وضعها في متناول الأشخاص، و لكن يجب عليها متابعة تطبيق السياسات العامة بهدف تلبية الحاجيات الجماعية. عموما فإن المؤسسات الخاصة تنشط في بيئة تنافسية و يمكنها اختيار شركائها(موردين و عملاء)، و بالعكس فالمنظمة العمومية ليست خاضعة لشروط السوق، و لا يمكنها اختيار الوضعية التي ستقدم فيها خدماتها، كما عليها التعامل مع عدد كبير من المتدخلين. يجب الاخذ في الحسبان ليس السلطة السياسية فحسب و لكن أيضا مجموع الشركاء، وسائل الإعلام و الجمهور بصفة عامة.[114] و تستهدف المنظمات العامة تحقيق حاجات المواطنين و المحافظة على حياته و تنظيمها من خلال تقديم المنافع بدون مقابل من خلال الاجهزة و الهيئات التابعة للجهاز الحكومي في الدولة، و يطلق عليها مصطلح الإدارة العامة.[115]

3.4.1 أنواع المنظمات العمومية في الجزائر

اتفق غالبية علماء الإدارة على تقسيم المنظمات العمومية إلى ثلاثة أقسام سوف نذكرها على النحو التالي:

- ***المنظمات العامة التنفيذية*** :يعبر عنها بأنها الوحدات الإدارية العامة الرئيسية أو الأصلية، التي لها صلاحيات التصرف و اتخاذ القرارات في الموضوعات التي تختص بها، و وضعها موضع التنفيذ و إمكانية التأكد من إتمامها بالشكل و المحتوى المراد، باستخدام السلطات الشرعية الممنوحة لها قانونا، و تتمثل في :

- الوزارة التي تعتبر الصورة الكلاسيكية لهذه المنظمات العامة التنفيذية، و يكون لكل وزارة مهمة أساسية متميزة من مهام الدولة كمهمة التعليم، الدفاع...الخ.

- الهيئة العامة التي تعد صورة من صور اللامركزية، و هي منظمة عامة تنفيذية ذات شخصية معنوية مستقلة تباشر نشاطات فنية، و تقتصر على تقديم خدمات فقط مثل :هيئة الكهرباء، الإذاعة و التلفزيون.

- المؤسسة العامة تتمتع بشخصية معنوية مستقلة تباشر نشاطات اقتصادية سواء تجارية، زراعية أو مالية و لها حساب أرباح و خسائر، و هي تمثل صورة من صور اللامركزية.

---

[113] د ثابت عبد الرحمن ادريس، (2001)، **مرجع سبق ذكره**، ص 93-95.

[114] Pasquier.M,**Opcit**, 2011, p13.

[115] د. محمد حافظ حجازي، **المنظمات العامة**، الاسكندرية، 2002، بدون دار النشر، ص27.

- *المحافظة(الولاية) :حيث أدى اتساع نشاطات الدولة و زيادة العبء على الوزارات إلى الأخذ بأفكار تنحو ناحية اللامركزية، فظهرت المحافظة – و ما شابهها – كمنظمة عامة تنفيذية في شكل وحدة إقليمية مستقلة تعمل على إدارة جزء من إقليم الدولة. و عليه فهي صورة من اللامركزية المحلية.* [116]

- ***المنظمات العامة الفنية*** *:يقصد بها تلك المنظمات التي تتعامل مع المنظمات العامة التنفيذية و لا علاقة لها بالجمهور و أن هذه المنظمات تقدم خدماتها الفنية المتخصصة للمنظمات التنفيذية، و ذلك بحكم التخصص و كي تخفف عنها الأعباء. و تكتسب هذه المنظمات نوعا من السلطة يطلق عليه السلطة الوظيفية، متى تتجلى هذه الصلاحيات المشابهة للصلاحيات التنفيذية.* [117]

- ***المنظمات العامة الاستشارية*** *:يرتبط مفهومها بتلك المنظمات التي تقدم الآراء و المقترحات في صورة توصيات للمنظمات العامة التنفيذية التي قد تأخذ بها أو لا تأخذ بها، و لا تتصل هذه المنظمات الاستشارية بالجمهور و تمثل هذه المنظمات أهمية قصوى للمنظمات التنفيذية، حيث توفر لها المعلومات المناسبة و الكافية في موضوعات تحتاج فيها إلى المعاونة، و عليه إمكانية اتخاذ القرارات بصورة جيدة و مدروسة و من ثم تحقيق الأهداف المبتغاة.* [118]

إن القطاع العمومي هو قطاع متعدد الأبعاد، فمن وجهة النظر القانونية يمكن تمييز تقسيمات أخرى للمنظمات العمومية و هي :

- *الدولة و الجماعات المحلية و هي مؤسسات تابعة للقانون العمومي، تمول من الأموال العمومية و لا تخضع لقانون السوق و المنافسة.*

- *المؤسسات العمومية و توجد على عدة أشكال كالمؤسسات ذات الطابع الصناعي و التجاري و الشركات العمومية الاقتصادية و الدواوين و الشركات الوطنية، و بعض هذه المؤسسات ما يخضع لقانون السوق و المنافسة.*

- *المؤسسات التي تخضع للقانون الخاص الموضوعة تحت رقابة الدولة، إما لموضوعها الاجتماعي كونها مؤسسات مختلفة و إما لأن رأس مالها هو ملك للدولة، مثل بعض المؤسسات التجارية العمومية.* [119]

---

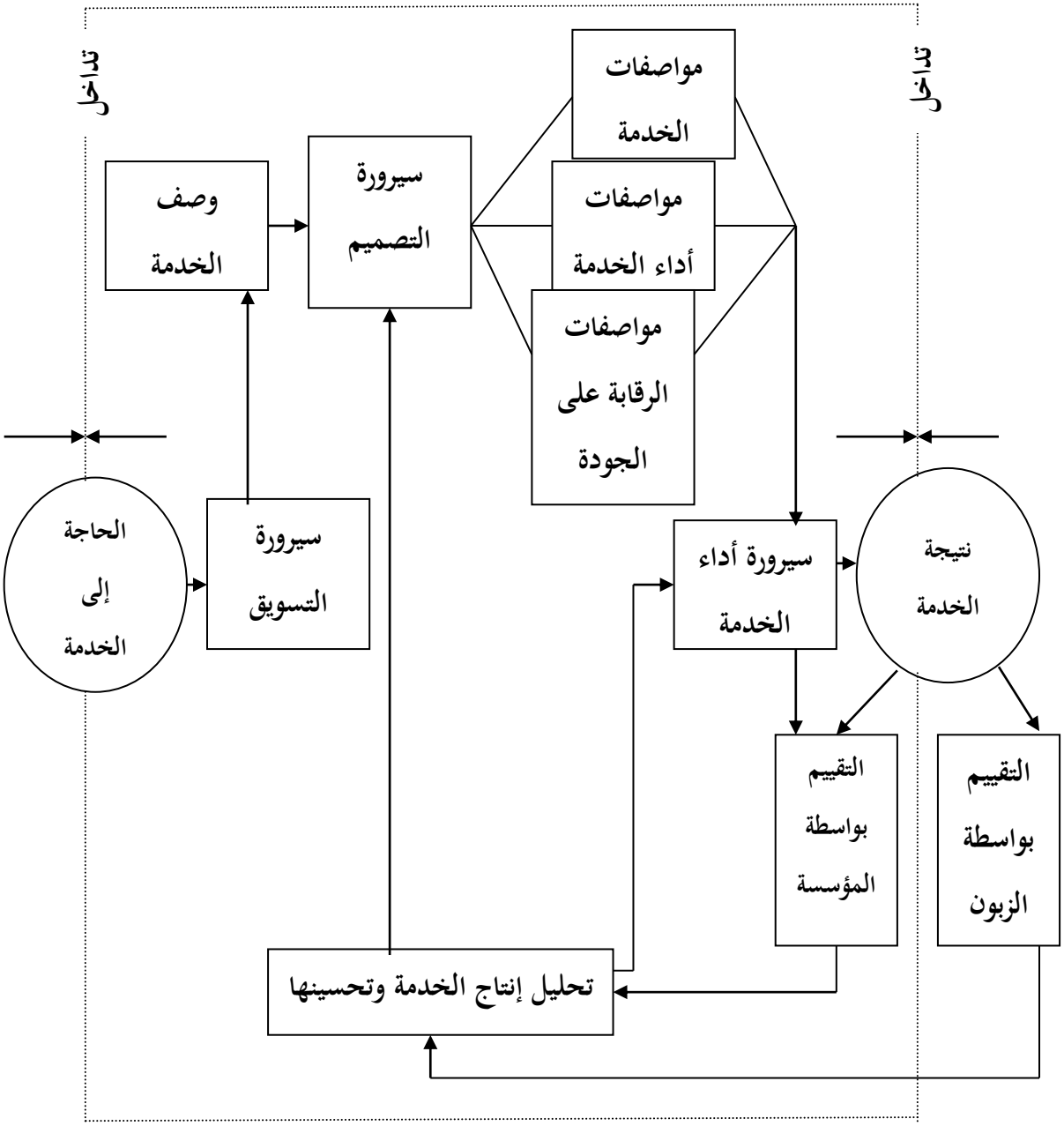
[116] د. محمد حافظ حجازي، (2002)، **مرجع سبق ذكره**، ص 100-101.

[117] د. محمد حافظ حجازي، **مرجع سابق**.

[118] د. محمد حافظ حجازي، **نفس المرجع**، ص102.

[119] باعو بن يخلف، **الشراكة كإستراتيجية لتنمية المؤسسة العمومية الجزائرية**، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، المركز الجامعي، معسكر، 2004، ص 1-3.

الشكل رقم 04 : حلقة تحسين جودة الخدمة



المصدر: بوعنان نور الدين، جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء، مذكرة ماجيستر،(غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير والعلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2006 ص86.

5.1 ماهية الجودة المدركة للخدمة

تشير الجودة المدركة إلى مستوى جودة منتج أو خدمة كما يراها المستهلك بطريقة ذاتية إلى حد ما. يمكن أن تلعب الجودة المدركة دورا كبيرا في عملية اختيار و شراء المنتج أو الخدمة و كذلك في مجال الولاء.

1.5.1 تعريف الجودة المدركة

"الجودة المدركة" تعطي المعنى والقيمة للمنتجات، فهي تحد من مخاطر الفشل بسبب الإغراء و الثقة و الرضا التي تمنحها. يجب إجراء تشخيص عالمي من قبل كل مؤسسة لتقدير المساهمات بسبب الجودة المدركة لمنتجاتها أو خدماتها. ستكون هذه هي الصفات الأساسية اللازمة دائمًا، و الخدمات المقدمة و علامات الجودة التي يتصورها العميل. الجودة المدركة هي مفهوم ليس فقط خاصية للمنتج أو الخدمة و لكن يعتمد أيضًا على من سيقدرها.[120] إنه يؤثر على المنتج بأكمله (كله) ولكن أيضًا على تصور التفاصيل التي يمكن أن تصدم (لا شيء). لا يثق الناس في إحساس واحد فقط أو انطباعهم عن الكل ولكنهم يقومون بالتحقق باستمرار من الانتقال من الكل إلى التفاصيل والعكس بالعكس وبتنوع كبير. في الاستهلاك الواسع. لمعرفة التوقعات، ما عليك سوى الاستماع إلى المحادثات، على سبيل المثال التبادلات بين النساء اللائي يتحدثن عن نوعية مساحيق التجميل التي شاهدوها. تغطي فكرة "الجودة المدركة" جميع الأبعاد الملموسة والحساسة والحسية: كل من الخدمات المقدمة (الميزات) والخصائص التي تعبر عن وعد بالجودة. هذه الفكرة الأولى هي من أصل أمريكي ، فهي تعتبر أن الجودة المدركة تشكل رضا العملاء وتمثل نظامًا عالميًا للحكم. يأخذ في الاعتبار كل ما يمكن للعميل إدراكه ويحثه على تحقيق مستوى من الرضا.[121] تتعلق الفكرة الأوربية حول "الجودة المدركة" بالتصورات الفورية و العقلانية و الذاتية، و كلاهما من التفاصيل، لدى المستخدم لمنتج ما. لا تأخذ في الاعتبار فوائد الاستخدام أو تقدم العمر، و غالبًا ما تقتصر على الاتصال الأول الذي يمكن أن يحصل عليه المستخدم، في قاعة المعارض على سبيل المثال. هي مجموعة الانطباعات الحساسة و الحسية، فضلاً عن الأدلة التي تغوي وتجتذب للوهلة الأولى، والتي يفسرها العميل على أنها وعد بالجودة مما يمنحه الثقة، و التي ترضيه مع الاستخدام.

[120] Jean-Louis giordano, (2006), l'approche qualité perçue, groupe eyrolles, édition d'organisation, p 17.

[121] Jean-Louis giordano, (2006), op cit, p 18

2.5.1 مكونات الجودة المدركة للخدمة

تعتمد الجودة المدركة المحددة على ثلاثة مكونات تتعايش وتشكل "نظامًا متسقًا"، أي مجموعة يجب أن تكون متسقة، ويستند هذا التصنيف إلى المستويات المحددة في مخطط Kano و هي:[122]

أ– الجودة الأساسية: لا يوجد عيب في ما يتم تقديمه. يتم إدراكها إذا لم يكن المستخدم راضيا، فإن الحكم سيكون سلبيا أو يحفز للرفض. عندما يتم الحصول عليها، فإنه لم يعد هناك خلق للرضا. يتعلق هذا المكون الأساسي الأول بجودة المتانة، و نوعية العملية التي لا تحتوي على أخطاء، أو أعطال، أو ملاحظات خاطئة للتفسير الموسيقي أو لا تحتوي على معلومات خاطئة في النص.

ب– جودة الخدمات المقدمة: (التي هي الخدمات الذاتية والموضوعية)، الحساسة و الحسية على حد سواء. الخدمات التي يقدمها المنتج أو الخدمة هي الأسباب ذاتها لشرائها. يتم تقدير صفاتهم خاصة من خلال التجارب التي سيحصل عليها العملاء بعد الشراء أو أثناء استخدامها أو عند استهلاكهم للخدمة ذاتها. يعتمد المكون الثاني على الجودة القياسية المقدمة في السوق، و الاستجابة للمعايير، ونسبة الجودة أو السعر، و جودة "الأداء" الموضحة في مخطط Kano. هذا على سبيل المثال السلامة و الراحة و الأداء للمركبة و جودة العلاقة و التوقع و الخدمة الفعلية لعرض الخدمة.

ت– علامات الجودة: تصبح مهمة لأنهم سيعبرون للوهلة الأولى عن ثقتهم في المنتج وشرائه. علامات الجودة الأساسية، و إظهار الوظيفة بشكل جيد و إعطاء الثقة، هي تعبير ضمني عن الخدمات التي هي علامات أثار عند استخدام الخدمة.

[122] Jean-Louis giordano, (2006), op cit, p20-21

الجدول 01: مفاهيم مختلفة عن "الجودة المدركة"

التعريف العام للجودة المدركة (الولايات المتحدة الأمريكية، اليابان)	تعريف الجودة المدركة الذي يقتصر على الإدراك أثناء الشراء	مكونات الجودة المدركة	محتوى الجودة المدركة	أمثلة عن الجودة المدركة
كل أنواع الجودة (الخصائص التي تقدم القيمة و المزايا و العلامات الوظيفية و الموضوعية)	علامات جذابة و مقنعة للجودة، و إعطاء الثقة و اقتراح وعد الخدمة.	علامات الجودة، مدركة "من أول نظرة"	علامات التعبير عن الصفات، و تصميم المنتجات، التعبير عن الخدمة، علامات إعطاء الثقة،	تصميم المنتج • جودة علاقة الخدمة • صورة العلامة التجارية ينظر إليها على المنتج • التعبئة و التغليف • التسمية
مدركة من قبل المستخدم في سوق محدد	جودة الخدمات المقدمة	جودة الخدمات • الرضا عن الاستخدام.	الرضاء عن الاستخدام جودة الخدمات المقدمة (الخدمات الذاتية والموضوعية) حساسة ، الحسية. كلمة المنقولة.	الخدمات المقدمة • الخدمات الذاتية والموضوعية (الراحة والأمان والأداء، وما إلى ذلك) • الصفات الحسية
	الجودة الأساسية	عمل متقن • الدقة والصرامة	جودة خالية من القلق • بسبب الجودة الأساسية ، لا عيوب ، لا يتم إدراكها إذا لم تكن هناك مشكلة	حسن التصميم، مدروسة جيدا، جيدة الصنع • العلاقة خلو من الهم. • الجودة معلومات، بالضبط، بدون خطأ الموثوقية، المتانة.

المصدر: Jean-Louis giordano, (2006), l'approche qualité perçue, groupe eyrolles, édition d'organisation, p 21.

تتكون الجودة المدركة، في التعريف الذي نعتمده، من جميع "الصفات" التي يتصورها المستخدم. ماذا يقول المستخدم عن الجودة المدركة؟ هي "كل شيء" ولكن أيضًا "لا شيء". تُظهر دراسات "الجودة المدركة" التي تم إجرائها من قبل (من عام 1986 إلى عام 1994) أن هذه الفكرة واسعة و ذاتية للغاية. جودة الخدمة المدركة هي مفهوم يقيس التباين بين توقعات العملاء وتصوراتهم بشأن خدمة معينة. (parasuraman et al, 1985) يشير الإدراك إلى تقييم المستهلكين لمزود الخدمة، ويُنظر إليه على أنه مزيج بين ما يتم تسليمه وكيف يتم تسليمه. (Lim and Tong, 2000; Lovelock and Wright, 2002; Zeithaml et al, 1993) على غرار نظرية Gronroos (1983) حول الجودة المدركة للخدمة ، حدد Berry (1983) بعدين: نتائج الجودة و جودة العملية. بناءً على مراجعة شاملة لأدبيات جودة الخدمة المدركة ، قام لويس (1989) بوضع التعريف التالي: جودة الخدمة هي حكم المستهلك (شكل من أشكال الموقف) ، وينتج ع.ن مقارنات المستهلكين لتوقعات الخدمة وتصوراتهم عن الأداء الفعلي للخدمة "[123] هذا الحكم الكلي هو نتيجة مقارنة بين توقعات.

المستخدم بشأن الخدمة و تصوره بخصوص الخدمة الفعلية المنفذة. من الواضح أن هذا التعريف يشير إلى "نموذج التوقع والتأكيد" السائد في كل من جودة الخدمة المتصورة وآداب رضا المستخدمين. [124] في المعارضة لتصور عدم التأكيد، يشير كرونين وتايلور (1992) إلى أن الجودة المدركة هي شكل من أشكال المواقف ويجب أن يتم تصورها على هذا النحو.[125] في الواقع، يتم تعريف الموقف الفردي اتجاه الخدمة ببساطة من خلال تقييمها المرجح لأداء الخدمة وفقًا لبعض السمات المحددة.[126]

3.5.1 طبيعة و محددات الجودة المدركة من الخدمات

الخدمة التي يتوقعها المستخدم هي الفجوة بين الخدمة المطلوبة و الخدمة المقبولة ،و إذا كانت الخدمة المتلقاة اقل من الخدمة المتوقعة فسوف تسبب استياءا للعميل .الخدمة المطلوبة تتأثر بعاملين رئيسين هما : العوامل المحددة للمستخدم و العوامل ذات الصلة بالمؤسسة ،الخدمة المطلوبة تعتمد دائما على تصرفات العميل ،مستوى الطلب العام على الخدمات ،الاحتياجات الشخصية

[123] Lewis, B. R., 1989, Quality in service sector: A review, International Journal of Bank Marketing, vol. 7, No 5, 4-12.

[124] Liljander, Veronica, Strandvik, Tore, 1993, Estimating zones of tolerance in perceived service quality and perceived service value, International Journal of Service Industry Management, vol. 1, No 2, 6-27.

[125] Cronin, J.J., Jr., Taylor, S.A., 1992,Opcit, vol. 56, 55-68.

[126] Cohen, Joel B., Fishbein, Martin, Ahtola, Olli T., 1972, The nature and uses of expectancy-value models in consumer attitude research, Journal of Marketing Research, vol. 9 (November), 456-460.

و يتوقف أيضا على الشركات ،الوعود الصريحة و الضمنية ،من الفم إلى الأذن ،التجارب السابقة من الخدمة. أما الخدمة المقبولة وتعني قبولها يتوقف على توقعها الحد الأدنى من الخدمة ،تصور البدائل ،تصوير أو إدراك الدور الخاص في خدمة العملاء و العوامل الظرفية ،و مقارنة بين الخدمة المتوقعة و الخدمة المدركة من قبل الزبون خلال تجربة الخدمة يخلق إما رضا الزبون أو عدم رضاه[127].

أخيرًا، سواء كان ذلك لصالح التوقعات ونموذج التأكيد أو نموذج الأداء، يمكن تعريف جودة الخدمة المدركة على أنها حكم شامل (موقف) حول التفوق النسبي (الأدنى) لخدمات الشركة.[128] في الواقع، الجودة المدركة هي شكل من أشكال المواقف، نوع من التقييم العالمي، وهو مستقر مع مرور الوقت. [129] تختلف العوامل التي تسهم في القيمة المدركة بالنسبة للمنتجات والخدمات. و بالمثل، تختلف المتغيرات التي تسهم في الجودة المدركة بالنسبة للمنتجات و الخدمات. بشكل عام، تترجم تصورات الجودة إلى زيادة القيمة المدركة.[130] يرتبط إدراك الجودة بالتقييمات الممنوحة لجوانب محددة من الخدمات من قبل المستدمين. [131] [132]

[127] Lendreve. J –Lévy. J –Lindon.D, Mercater, 2009, Opcit, p 993.

[128] Bitner, Mary Jo, Hubbert, Amy R., 1994, Encounter satisfaction vs overall satisfaction vs quality: the customer's voice, in Rust, R.T. and Oliver, R.L., Service quality: new directions in theory and practice, Sage Publications, U.S.A., 72-94.

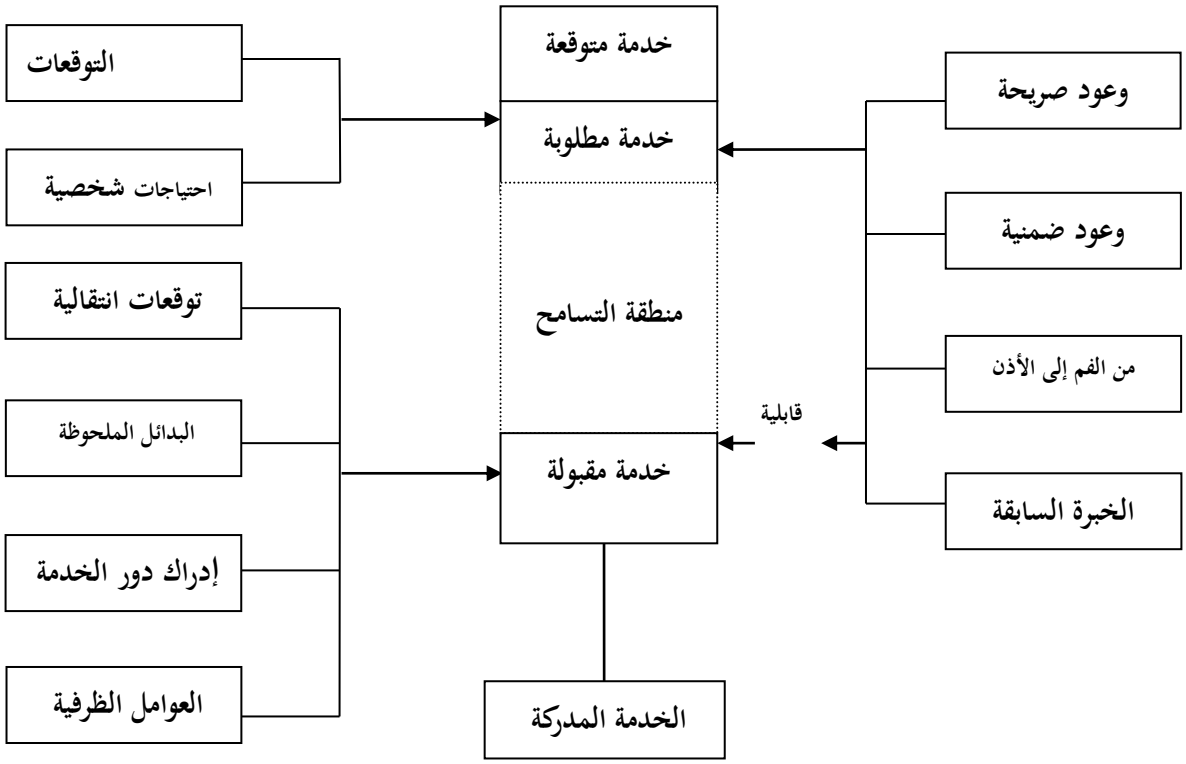
[129] Oliver, Richard L., 1981, Measurement and evaluation of satisfaction process in retail settings, Journal of Retailing, vol. 57, No 3, 25-48.

[130] John C. Groth, Richard T. Dye, (1999) "Service quality: perceived value, expectations, shortfalls, and bonuses", Managing Service Quality: An International Journal, Vol. 9 Issue: 4, pp.274-286,

[131] Cleary, P. (1998), "Satisfaction may not suffice!", International Journal of Technology Assessment in Health Care, Vol. 14 No. 1, pp. 35-7.

[132] Haddad, S., Potvin, L., Roberge, D., Pineault, R. and Remondin, M. (2000), "Patient perception of quality following a visit to a doctor in a primary care unit", Family Practice, Vol. 17 No. 1, pp. 21-9.

الشكل رقم 05 : محددات الجودة المدركة من الخدمات



المصدر :Lendreve. J –Lévy. J –Lindon. D, **Mercater**, (Dunod, 2009 Paris) p 993

إن العمل على جودة الخدمة، التي تم تطويرها بشكل خاص في مجال تسويق الخدمات، يهتم أساسًا بجودة الخدمة المدركة من قبل المستخدم.[133] يشير هذا إلى الحكم الصادر عن هذا المستخدم بشأن الخدمة، و بالتالي فهو جزء من عملية تأكيد أو إبطال التوقعات. الجودة المدركة من قبل المستخدم هي تقييم شامل للخدمة، ينتج عن المقارنة بين توقعات العملاء فيما يتعلق بأداء الخدمة بشكل عام و تقييم هذه العروض لخدمة معينة، تم تطويرها بواسطة مؤسسة ما.[134] إن مفهوم الجودة المدركة قريب جدًا من الرضا، حتى لو كان بعض المؤلفين يميزون بين هذين المفهومين، يرتبط الرضا إلى حد ما بوضع خدمة معين. يعني الاهتمام بجودة الخدمة التي يدركها المستخدم تحديد المعايير التي يستخدمها في تحديد توقعاته و تقييم الخدمة المقدمة له. في هذه النقطة، تعمل

[133] Nguyen N. (1991), Un modèle explicatif de l'évaluation de la qualité d'un service : une étude empirique, Recherche et Applications en Marketing, 5, 4, 71-86.

[134] Grönroos C. (1984), Opcit, 37-44.

أبحاث التسويق بشكل أساسي على محورين. جزء من الأبحاث يحدد مجالات تقييم الجودة من قبل المستخدم. [135] وتشمل أساسا النتيجة، و توفير الخدمات و بيئة الخدمة.

تتعلق مجموعة أخرى من الأبحاث، و لا سيما ذات الأصل الأمريكي، بتحديد أبعاد الجودة التي تحدد السمات التي يتوقعها العملاء في الخدمة المعنية.[136] يستكمل فهم طبيعة التوقعات من خلال تقييم أهميتها بالنسبة للمستخدمين من حيث الجودة و الرضا المتصورين، [137] مما يسمح للمؤسسة بتحديد أولويات إجراءات التحسين و تركيزها على التوقعات التي تساهم في رضا المستخدمين. يبرز هذا العمل أن أحد تفاصيل الجودة المدركة للخدمة يكمن في مدى نطاق تقييم الجودة من قبل المستخدم. في الواقع، إنه يشمل جميع الأوقات و الأماكن التي يتواجد فيها المستخدم، أو حتى يتدخل في الحصول على الخدمة المطلوبة (التصميم، الإنتاج، خدمة ما بعد البيع، الشكوى)، الأفراد المختلفون الذين سوف يجتمعون خلال تقديم الخدمات (الاتصال بالموظفين و العملاء الآخرين) و كذلك الدعم الفني المستخدم. ومع ذلك، فإن مفهوم الجودة المدركة للخدمة لا يختلف عن مفهوم الجودة المدركة للسلعة المادية. يجمع نهج الجودة المدركة بين عناصر نظرية النشاط ونظرية الصورة الذهنية و يجمعها، خاصة فيما يتعلق بتطبيقها لتحليل المواقف في حياة الإنسان اليومية. يستخدم مصطلح "الجودة المدركة" أكثر و أكثر في مفردات المهنيين المسؤولين عن تقييم خصائص المنتجات أو الخدمات المقدمة للمستهلك، لقد استبدلت تقريبا مصطلح "الجودة". هذا الاتجاه مفهوم: أحكام الجودة "الجيدة" أو "الرديئة" يتم استخدامه في أغلب الأحيان لتمييز هذا من وجهة نظر شخص ما، فيما يتعلق بتصوره. بالإضافة إلى ذلك، تعتمد معظم الصفات "الموضوعية" المزعومة للمنتج على بيانات من خبرة ذاتية.[138]

في هذا السياق، تجذب مشكلة الجودة المدركة حاليًا انتباه العديد من الباحثين، لا سيما في مجال التسويق. وفقًا لـ (2006) Giordano، فإن الجودة المدركة هي التي تحدد العلاقة بين السوق، و تحدد المواقع للمنتج و سعره.[139] إنه تفسير يميز معظم العمل الذي يحلل الجودة المدركة و رضا المستخدمين. ومع ذلك، تجدر الإشارة إلى أنه على الرغم من الحديث عن "التصور" ، فإن

[135] Holmlund M. (2001), The D&D model, dimensions and domains of relationship quality perceptions, The Service Industries Journal, 21, 3, 13-36.

[136] Albrecht K. et Zemke R. (1985), Service America! Doing business in the new economy, Homewood, IL, DowJones-Irwin.

[137] Lichtlé M., Llosa S. et Plichon V. (2002), Les contributions des différents éléments d'une grande surface alimentaire à la satisfaction du client, Recherche et Applications en Marketing, 17, 4, 23-34.

[138] Valery Nosulenko, (2008), Mesurer les activités numérisées par leur qualité perçue, Social Science Information Vol 47 – no 3, p 396-397

[139] Giordano, J.-L. (2006) L'approche qualité perçue. Paris: Editions d'Organisation.

هذه الأعمال بالكاد تعالج مشكلة الإدراك. يبدو أن المؤلفين يضيفون إلى مصطلح "الجودة" المصطلح "التصور" أولاً للتأكيد على أن المنتج مهتم حقًا بإرضاء موكله أو تحديد أهمية أبحاث السوق (بمعنى التسويق). إنه تفسير منطقي من وجهة نظر الفطرة السليمة، لكنه لا يكفي لفهم أصول الجودة المدركة وطبيعتها.[140] من هذا المنظور، يمكن صياغة تعريف الجودة المدركة على النحو التالي: مجموعة من الخصائص ذات الصلة ذاتيًا للعالم و النشاط الذي يتم تشكيله في الموضوع بهدف تحقيق أهدافه.[141] يهدف نهج الجودة المدركة إلى إقامة روابط بين الظواهر الذاتية و الظواهر "الموضوعية"، أي الظواهر "القابلة للقياس" (مع تقنيات المراقبة). من المهم التأكيد هنا على أنه في بيان الجودة المدركة ليست خصائص البيئة المهمة للموضوع فقط، و لكن أيضًا العلاقة مع هذه بيئة الموضوع نفسه.

4.5.1 وضع قطاع جودة الخدمات في الجزائر

يحتل قطاع الخدمات مكانة هامة في الاقتصاد الجزائري، فهو يشغل ما يزيد عن نصف اليد العاملة النشطة (55.2%)، كما يساهم بحوالي 31 % من الناتج الوطني الخام. [142] وصل القطاع إلى هذه المكانة من خلال نشاط متنامي، حيث يحقق معدلات نمو عالية (9.3%)[143] ، لا يضاهيه فيها إلا قطاع البناء و الأشغال العمومية، الذي يستفيد من الأنفاق الحكومي على برامج السكن الاجتماعي و الطرقات.

تهيمن الدولة في الجزائر على جزء كبير من قطاع الخدمات، حيث تحتكر مؤسساتها قطاعات عدة إما كليا أو بنسبة كبيرة، كما هو الحال في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي. ينطبق ذلك على الخدمات الحيوية: التزويد بالكهرباء، الغاز، الماء، البريد، التربية و التعليم، التعليم العالي، قطاع الصحة... على مدى السنوات الأخيرة ظل تحسين الخدمات من أولويات الإنفاق العام في الجزائر، و استفادت المؤسسات الخدمية العمومية من تمويل عملية تحديث كبيرة، غير أن التسيير غير السوقي لجزء كبير من قطاع الخدمات لا يشجع على الجودة و التطور لتلبية حاجات و رغبات المستخدم، و في الوقت نفسه كثيرا ما يتسبب في هدر الموارد بسبب ثقل الإجراءات الإدارية التي تحرم المسير من استغلال فرص السوق في التموين بأنسب الأسعار أو توظيف أحسن الكفاءات.

[140] Hill, N., Self, B. & Roche, G. (2001) Customer satisfaction measurement for ISO 9000:2000. Oxford: Butterworth Heinemann.

[141] Valery Nosulenko, (2008), op cit, p400.

[142] L'office National des Statistiques, consulté Dec. 21-2018, from : http://www.ons.dz/emploi et chommage.html

[143] World bank, Algeria at a glance, consulté ؛Sept. 12-2018, from: http://web.worldbank.org/dz

أعطيت الأولوية في الإنفاق على الخدمات العمومية في السنوات الأخيرة لتوصيل الخدمة إلى أكبر شريحة من المواطنين. هذا الاهتمام بالكم على حساب الجودة تفسره كثافة الطلب الاجتماعي الذي تراكم في سنوات سابقة و تغذية مجانية أو شبه مجانية للخدمات العمومية المقدمة. يؤخذ على هذه السياسة أنها تتسبب في تسخير الموارد أحيانا لتغطية طلب "غير حقيقي" أو "غير اقتصادي"، لا يمثل حاجة حقيقية للسوق. و خير مثال على هذا قطاع التعليم العالي الذي يخرج لسوق الشغل أعداد من حاملي الشهادات أكثر مما يستوعب. يتسبب هذا باختلالات حادة في توجيه موارد البلاد و تترتب عنه فجوات بين الطلب و العرض على الخدمات و السلع و اليد العاملة، بينما نشهد بطالة سافرة أحيانا و مقنعة أحيانا أخرى لخريجي الجامعات، تعاني قطاعات من نقص اليد العاملة المؤهلة في المهن.

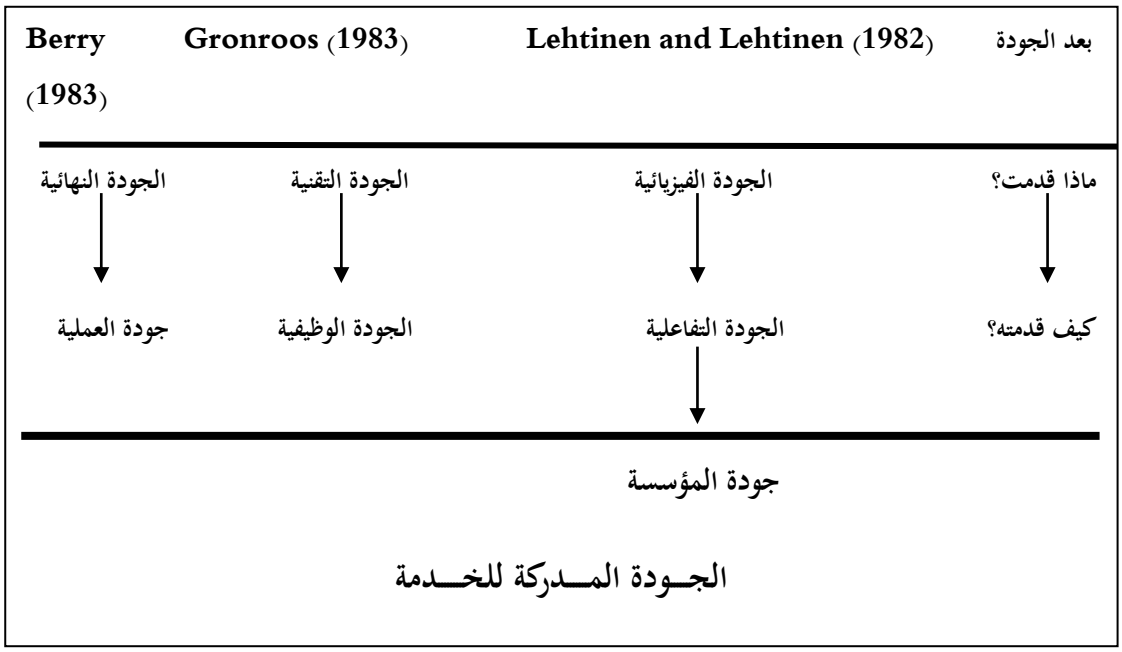
نتائج هذه السياسة في تفضيل الكم لها في المقابل أوجه إيجابية حقيقية تتمثل في تلبية رغبات أكبر عدد من المواطنين، و دعم تكافؤ الفرص، و هي سياسة تشجع الإحساس بالتكافل الاجتماعي، على خلاف الحال لو تم تقديم السلع أو الخدمات الأساسية بأسعار مختلفة في المناطق تبعا لاختلاف التكلفة.

في السنوات الأخيرة ظهرت بداية اهتمام بالجودة في بعض القطاعات، مثل: قطاع التعليم العالي الذي يحضر لتثبيت نظام الجودة في الجامعات، و قطاع السكن الاجتماعي، أصدرت وزارة السكن معايير أدق للبناء بعد أن كانت تكتفي أحيانا بمراقبة الأشغال الكبرى، كما زادت مقدار الإعانة لتحسين جودة السكنات المبنية، و قطاع الضمان الاجتماعي الذي أدخل أيضا الإدارة الإلكترونية كوسيلة لتسهيل المعاملات بأسرع وقت و أقل تكلفة و أكثر دقة. تستند هذه النظرة على مؤشرات استقرار الطلب الاجتماعي في بعض القطاعات، مثل الطلب على الهياكل التربوية (في سنة 2013 سجل لأول مرة انخفاض في عدع المسجلين لامتحان التعليم الأساسي "الأهلية")، و هو تحول يأتي من جهة كنتيجة لتراكم الجهد التنموي المبذول في السنوات الأخيرة لاستدراك نسبة كبيرة من الحاجات الأساسية الملحة، و من جهة أخرى بسبب التغير التدريجي للتركيبة الديمغرافية للبلاد. إذن يمكن القول أن هذا التوقع يقود الجزائر إلى مرحلة جديدة للجودة تحتاج إلأ مواكبة و مراقبة الباحثين في هذا المجال.

الاهتمام بالجودة في أي مجتمع هو أيضا مسألة ثقافية تتجسد في سلوك الأفراد و المؤسسات التي ينتظم فيها، يمكن أن نلمس مكانة الجودة كقيمة في مجتمع ما في درجة العناية النسبية بالمديين القريب و البعيد، على مستوى الأفراد، لا يظهر المستأجر ذات الاهتمام بالحي و الجيران كما المالك، و على مستوى المؤسسات الاقتصادية، تدفع الرغبة في الحصول على نتائج مالية سريعة إلى البحث عن موردين بأسعار دنيا و الاستثمار في منتجات ذات تكلفة متدنية و أسعار مغرية لتسريع استرجاع الأموال المنفقة.

الاهتمام بالجودة قد يتأخر أيضا بسبب الحرمان السابق، الكهل الذي اتسعت حاله أخيرا تجده لا ينفك يذكر مشقة الأيام الخوالي، فيستكثر على نفسه الإنفاق على تدفئة جيدة و يفضل أن يدخر أمواله لبناء طوابق إضافية.

الشكل 06: ملخص التصورات النظرية الرئيسية حول الجودة المدركة للخدمة



المصدر: Purcarea Victor Lorin, Gheorghe Luliana Raluca, Petrescu Consuela Madalina, (2013), The assessment of perceived service quality of public health care services in Romania using the servequal scale, Procedia Economics and Finance journal, volume6, p2.

خاتمة الفصل الأول

تعتبر الجودة سلاحا إستراتيجيا بالنسبة للمؤسسة، و ذلك لأنها تحقق ميزة تنافسية في مجال نشاطها. لذلك نجد اليوم المؤسسات بكل أنواعها: خدماتية، صناعية، تجارية أو اقتصادية تهتم بتطبيق مفهوم الجودة داخلها. لذلك يشهد القطاع العمومي إصلاحات جديدة فيما يخص جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات العمومية. إن من أساسيات الحكم على جودة الخدمة العمومية، هو توقعات المستخدمين نحو هذه الأخيرة. و من خلال مقارنة الجودة المدركة للمستخدين مع مستوى الأداء للخدمة المقدمة لهم بالفعل، يتضح قيمة و مكانة جودة الخدمة المقدمة. و من أهم الشروط التي يجب أن تتوفر في الخدمة العمومية لكي تكون ذات جودة عالية تمكنها من أن تقابل أو تفوق توقعات مستخدميها، هو الفهم الصحيح لطبيعة و محددات توقعات المواطنين من جانب الإدارة العمومية. حيث أن هذا الفهم بدوره يساعد الإدارة العمومية على الوصول إلى الوسائل و الأساليب الفعالة لإدارة هذه التوقعات، بطريقة تمكنها من تقديم خدمات للمواطنين تفوق المستوى المقبول لديهم، و من ثم زيادة رضاهم عن هذه الخدمات.

الفصل الثاني

نماذج و طرق قياس جودة الخدمة العمومية

مقدمة الفصل الثاني

تحقيق الجودة ارتبط دائما بالقياس و استخدام الأساليب الإحصائية إما لمراقبة المنتج النهائي، أو مدخلات العملية الإنتاجية أو الخدمية، أو لمراقبة العمليات و تحليل أسباب الخلل الذي يصدر عنها، و كما هو موضح في الأدبيات كيف أن تدريب القيادات العليا على استخدام الأساليب الإحصائية كان أول ما حرصت عليه جمعية العلماء و المهندسين اليابانيين التي قادت جهود الجودة في اليابان. فيما يلي نطرح نبذة عن تجربة القياس و فكرته في القطاع الخدمي و عن موضعه في منهجيات الجودة و الفكر الإداري عموما، و أساس تقسييم القياس إلى موضوع ذاتي.

تاريخيا، تظهر تجربة القطاع الخدمي في القياس قصيرة إذا قيست إلى تجربة القطاع الصناعي. بينما تمتد التجربة الصناعية في القياس و مراقبة الجودة على الأقل إلى المدرسة التايلورية في بداية القرن الماضي، تعود تجربة القطاع الخدمي في القياس إلى التنامي الحديث نسبيا لدور القطاع الخدمي في الولايات المتحدة و الدول الصناعية في منتصف الستينات. [144]

بصرف النظر عن الجانب التاريخي، تقف حاليا صعوبات حقيقية في وجه تطور هذه التجربة متعلقة بصغر خدمية، ما يبعدها عن استخدام وسائل قياس معقدة. من جهة أخرى، لا يشجع ضعف المنافسة في عدد من القطاعات الخدمية بسبب احتكار أو كثافة الطلب على الاهتمام بالجودة، فلطالما كانت المنافسة الدافع وراء الابتكار و التغيير و التطور. يتأكد هذا الضعف في التحكم في الجودة في العالم النامي عموما، حيث تركز المرافق العمومية على الكم على حساب الجودة[145]. فمنذ المدرسة التايلورية شكل القياس مكونا أساسيا في "التنظيم العلمي للعمل"، حيث نجده في الحلقة الأخيرة من الدائرة: تخطيط- تنفيذ- مراقبة. في التجربة اليابانية حرص روادها: ساراسون، ديمينج و جوران، من البداية على تدريس أرباب الصناعة اليابانية الأساليب الإحصائية للرقابة على العمليات. المنهجيات الحديثة للجودة لا تختلف عن سابقتها في الاهتمام بالقياس، في ضمان الجودة و الجودة الشاملة تؤدي عملية القياس و التقييم دورا مركزيا، و هي مفهوم مركزي، نجده مثلا في المرحلة الثالثة من مراحل عجلة ديمنج للتحسين (PDCA)[146]: تخطيط، تنفيذ، اختبار، تصرف. نجد فكرة القياس و قياس الجودة المدركة بالتحديد و لو ضمنيا في تعريف المنظمة الدولية للتعيير إيزو في نشريتها الخاصة بمفاهيم الجودة 8402، و التي تعرف الجودة بأنها: "مجموعة خصائص الوحدة التي تجعلها قادرة على تلبية الحاجات المعبر عنها و الضمنية"، فالتأكد من تلبية الوحدة حاجات الزبون المعلنة و الضمنية يقتضي قياس

[144] Rathmell J. M. (1966). What is meant by services? Journal of Marketing, 30(4). 32-36.

[145] Kara Ahmet (2007). An applied stochastic model of the quality–quantity trade-off in the public health care sector, Springer Science plus Business Media B. V.

[146] PDCA: Plan-Do-Check-Act or PDMA: Plan-Do-Measure-Act.

هذه الأخيرة. في الانحرافات الستة نجد القياس في قلب هذه المنهجية الحديثة، فهو أحد المراحل الخمسة لعملية التحسين [147] (DMAIC): تحديد، قياس، تحليل، تحسين، مراقبة، و هي أيضا أحد المراحل الثمانية في تسيير العمليات[148] (BPM). منهجية الانحرافات الستة تهتم بالقياس الموضوعي و القياس الذاتي لمعرفة و قياس المؤثرات الحرجة على الجودة (Critical-to-Quality) كمفهوم مركزي لتوجيه عملية التحسين.

1.2 أبعاد جودة الخدمة

قبل التطرق إلى مختلف نماذج و طرق قياس الجودة المدركة للخدمة العمومية، لابد أن نعرج على مجموع الأبعاد التي تخص جودة الخدمة بصفة عامة، لنتمكن من التخصص أكثر و إحصاء أبعاد قياس الجودة المدركة للخدمة العمومية. بحيث تتمثل أبعاد جودة الخدمات في العناصر التالية:[149]

- **الاتصالات:** و تتمثل في القدرة على الإصغاء للمستخدم لفهم جميع رغباته و متطلباته سواء تحدث أو صمت، تعتبر أيضا وسيلة للتعبير.
- **الفهم و الإدراك:** و يتمثل في استعداد مقدم الخدمة في إعطاء الوقت الكافي للمستخدم للتحدث و إبداء وجهة نظره دون ملل بهدف فهم حاجات المستخدم الخفية.
- **التوقيت:** و يتمثل في محاولة تحقيق رغبة المستخدم في تقديم الخدمة له في الوقت الذي يريده.
- الثقة في أداء الخدمة: هذه الثقة إنما تتأثر من خلال السمعة التي يتمتع بها مقدم الخدمة.
- **المضمون الذاتي للخدمة:** يتمثل في المهارة التي يجب أن يتمتع بها مقدم الخدمة و ذلك فيما يتعلق بطريقة عرض الخدمة و إقناع المستخدمين بها.
- **الاستمرارية:** و تعني المقدرة على أداء الخدمة بنفس الكفاءة و الفعالية طوال الوقت.
- **المطابقة:** أي تحقيق التجانس بين تطلعات المستخدم و الخدمة المقدمة له أي تحقق الخدمة درجة الإشباع التي يتطلع إليها المستخدم.

[147] DMAIC: Define, Measure, Analyze, Improve, Control.

[148] BPM: Business Process Management.

[149] نور الدين بوعنان، جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007، ص69.

1.1.2 أهمية قياس الجودة المدركة للخدمة

الجودة هي ما يقول الزبون أنه الجودة، و هذا ما تطرقنا إليه في فصل سابق، و هي مقولة لفايجنباوم (Feigenbaum) لماذا تنطلق مختلف منهجيات الجودة من معرفة الزبون و تحديد حاجاته و رغباته المعلنة و الضمنية. نجد هذا عند كل أعلام الجودة تقريبا. جوران مثلا يجعل الزبون أساس فلسفته للجودة التي يلخصها في خطة طريق من تسع نقاط [150]، معرفة الزبون، تحديد حاجاته، ترجمتها إلى لغة المؤسسة، تصميم منتج يلبي تلك الرغبات، تحسين خصائص المنتج بما يلبي حاجات المؤسسة و الزبون ... في منهجية الانحرافات الست، تبدأ مراحل التحسين الخمسة DMAIC بتحديد زبائن العملية، حاجاتهم و رغباتهم. فهم الزبون إذن و كيف يقيم الجودة هو خطوة أولى ضرورية في أي عملية تحسين.

تتأكد أهمية قياس الجودة المدركة أكثر في الخدمات، فالخدمة كمنتج غير ثابت الجودة و يتضمن أبعاد ذاتية غير مستقرة مرتبطة بشخصيات الزبائن و تجاربهم السابقة، ما جعل الباحثين في جودة الخدمة يركزون على الجودة المدركة للخدمة أكثر من الجودة الموضوعية [151]. أمام المنتج المادي يستخدم المستهلك عدة مؤشرات محسوسة ظاهرة (كاللون، الملمس، الرائحة، الصلابة، الوزن، الطول...)، لكن أمام الخدمة، لا يوجد هذا الكم من المؤشرات الظاهرة، إلا ما يظهر من تجهيزات و مظاهر مادية و تسهيلات في مركز الخدمة أو مظهر العاملين[152]. في غياب علامات مادية ظاهرة يلجأ المستهلك لتقييم الخدمة إلى مؤشرات أخرى، و هي التي يسعى الباحثون لتحديدها.

يسمح القياس من خلال رأي الزبون بتوجيه المؤسسة في عملية تحسين الجودة بما يحقق لها رضا و ولاء زبائنها و من ثم تحقيق استمرارية و ربحية أكبر. لكن معرفة كيف يقيم الزبون الخدمة المقدمة له ليس بالأمر السهل، فكثيرا ما تجد شركات الخدمات صعوبة في فهم تجاوب الزبون مع الخدمة و كيفية تقييمه لها [153]، و لاشك أن فهم الزبون هو نقطة البداية في أي منهجية لتحسين الجودة.

---

[150] Chang Tsung-Ling (2002). Six sigma: A framework for SME to Achieve Total Quality, Doctoral dissertation, Cleveland State Un. June, USA. p. 195.

[151] Langlois M., Toquer G. (1992). Marketing des Services: Le Défi Relationnel, Gaetan Morin, Montréal.

[152] Parasuraman A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L. (1985). Op. cit.

[153] Surechandar G. S. & al. (2001). Customer perceptions of service quality: a critique, Total Quality Management, 12(1). 111-124.

في منهجية الانحرافات الست، لعملية استطلاع رأي الزبائن أكثر من هدف، فلا يكفي أن نقيس مستوى الجودة المدركة و إنما ينبغي تحديد أي العناصر أكثر أهمية من وجهة نظر الزبون، و تحديد مرجعية معينة للمقارنة، أو معيار يفصل بين المستوى المقبول و المستوى غير المقبول من قبل الزبون.

معرفة محددات الجودة، و بالتحديد أهم محددات الجودة يتم عادة باستخدام أداة إحصائية قوية هي تحليل الانحدار المتعدد. يعمد الباحثون عادة للمقارنة بين المتغيرات المستقلة لتحديد أكثر المتغيرات تأثيرا و ذلك من خلال قيمة بيتا (Beta)، و هي الميل بالمتغيرة المركزية (Standardized coefecient). أحيانا يستخدم تحليل الانحدار بالخطوة (Stepwise regression) لتحديد أهم المتغيرات المباشرة (الفقرات) المؤثرة على مجمل الجودة. يتم أيضا التوصل إلى معرفة أهم محددات الجودة من خلال السؤال المباشر. عن طريق سؤال مفتوح، أو عن طريق سلم محدد مكون من عدد من الدرجات، أو أيضا بأن يطلب من المستجوب إعطاء نسب مئوية مجموعها مائة للتعبير عن أهمية كل محدد. هناك أيضا طريقة أخرى لتعيين أهم محددات الجودة، و هي طريقة التحليل العاملي. تمكن هذه الأداة من معرفة محددات جودة الخدمة و ترتيبها من حيث الأهمية من خلال نسبة التباين المفسر بكل محدد.

بداية الاهتمام بموضوع الجودة المدركة للخدمة تعود حسب فورر و شركائه لثمانينات القرن الماضي[154]. فمنذ 1982 اقترح قرونروز نموذجه الذي يفترض أن المستهلك يقارن إدراكه للجودة بتوقعاته، و بدأ رضا الزبون يقاس باتجاه و مدى الفرق بين الجودة المدركة و المتوقعة[155]. تزامن هذا الاهتمام مع الانطلاقة الحقيقية لعلم تسويق الخدمات، الذي ظهرت طلائعه في الخمسينات، حين كان كتاب هذا الاختصاص يناضلون لإثبات وجودهم، وإثبات تميز الخدمة عن المنتج المادي بخصائصها اللاملموسية، التزامن، الفنائية و اللانمطية. في دراسة له عن تطور و مسار الكتابات في التسويق، وجد فورر أن جودة الخدمة هي الموضوع الأكثر تناولا في المقالات العلمية ب 231 مقالة، و هي النتيجة نفسها التي توصلت لها دراسة مشابهة لفيسك [156]. وقد وجد فورر أن أغلب الكتابات مازالت تستند إلى الأعمال الأولى لبارسورامون، بيري و زيثمال المنشورة في الثمانينات، و يضيف هذا الباحث بأن المواضيع الأخرى الأكثر تناولا هي أيضا مواضيع مرتبطة بموضوع الجودة، و يتعلق الامر بسلوك المستهلك ب 203 مقالة، و رضا

[154] Furrer Olivier and Sollberger Pierre, (2007). Op. cit.

[155] Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. (1985). Op. cit.

[156] Fisk, Raymond P., et al. (1993). Tracking the evolution of the services marketing literature. In: Caruana Albert, Ewing Michael T., Ramaseshan B. (2000) Assessment of the Three-Column Format SERVQUAL: An Experimental Approach, Journal of Business Research, 49, 57–65.

المستهلك ب 195 مقالة، ثم الأداء ب 152 مقالة. هذا الكم من الدراسات بقدر ما ينضج الموضوع، يصعب على الباحث الإحاطة بجميع جوانبه.

الاهتمام الكبير بالجودة و الجودة المدركة ليس بالأمر المستغرب، فهي محدد من محددات التكلفة و الربح و استمرار و توسع المؤسسة، أي أنها محدد لنجاح أو فشل مشروع المؤسة نفسها. منذ التسعينات أثبتت دراسات عدة العلاقة بين الجودة المدركة و عدد المؤشرات المهمة لأي مؤسسة: الربحية، التكلفة، الرضا، الولاء، الحصة السوقية، الحفاظ على الزبائن و الحديث الإيجابي عن المؤسسة[157].

2.1.2 تقييم جودة الخدمة

اهتم العديد من الباحثين بدراسة الجوانب المختلفة لجودة الخدمة من حيث طرق قياسها و نماذجها و الصعوبات التي تواجهها، بالإضافة إلى العلاقة بين مقدم الخدمة و بين المستخدم و ذلك بهدف رفع مستوى جودة الخدمة المقدمة لتتناسب و توقعات المستخدمين. حيث أن ذلك يؤثر بشكل مباشر على القيمة المدركة من قبل المستخدمين.

1.2.1.2 صعوبات قياس جودة الخدمة

إن جميع المؤسسات الخدمية في مجملها تسعى و تركز على تحسين جودة خدماتها، سواء مؤسسات عمومية كانت أو خاصة. و ذلك باعتمادها على نماذج لقياس هذه الجودة و أساليب مناسبة لها، إلا أنها تواجه مجموعة من الصعوبات تكمن فيما يلي:[158]

- ✓ في الخدمات يلعب العنصر البشري دورا مهما في إنتاج الخدمة، و من هنا تعتمد جودة الخدمة على أفراد موجهين بالمهام أكثر من توجههم باحتياجات العملاء، كما أن جودة الخدمة تعتمد على مشاركة المستفيد في عملية إنتاج الخدمة، و بالتالي فإننا نتحدث هنا عن عملية تفاعلية بين مقدم الخدمة و المستفيد، و هنا تحتاج المؤسسة إلى معلومات دقيقة عن احتياجات العملاء و محاولة الوفاء بها، و مع تعدد العملاء يجب تنويع أساليب القياس ما يجعل توافر مقياس ثابت لجودة الخدمة أمرا صعبا.
- ✓ هناك بعض الخدمات لا يكون الطلب عليها ثابت و إنما يتغير من فترة لأخرى، و هنا يجب أن تتم عملية القياس في أوقات مختلفة.

[157] Buttle Francis (1996). Op. cit.

[158] فيروز قطاف، تقييم جودة الخدمات المصرفية و دراسة أثرها على رضا العميل البنكي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011/2010، ص101-102.

- ✓ تكون الكثير من نظم القياس متصدعة نظرا لعدم إلمام هؤلاء المصممين و المستخدمين للنظام بالمعرفة الكافية بما الذي يقاس، و الغرض منه، و كيف تستخدم النتائج.
- ✓ المدراء لا يقيسون في أغلب الأحيان الجودة خلال سلسلة الخدمة، فبينما يمكن أن يختار بعضهم التركيز على قياسات الأداء الداخلي فقط، فيمكن أن يركز بعضهم الآخر على قياسات المستخدم الخارجية فقط، و بالطبع ما يلزم هو اتزان بين كل منهما.
- ✓ قياس إدراكات المستخدم يمكن أن يزيد في حد ذاته من التوقعات، و في الكثير من الحالات يكفي "تحسين الجودة" لإنتاج إحساس مرتفع بالتوقع من ناحية المستخدم.
- ✓ صعوبة وضع معايير ثابتة لقياس جودة الخدمات و تعميمها على كل المؤسسات المصرفية و هنا تظهر حاجة ماسة لقيام كل قطاع بتطوير مقاييس مناسبة لخصائص الخدمات التي يقدمها، على أن تضمن هذه المقاييس تحقيق نوع من التوازن بين أهداف مقدمي الخدمات و طالبي الخدمة في آن واحد، و بالتالي تحقيق أهداف المؤسسة ككل.

3.1.2 طرق قياس جودة الخدمة المدركة

تسعى كل مؤسسة خدمية من أجل كسب رضا الزبون بصفة دائمة إلى التحسين المستمر في جودة خدماتها، و تواصلت الدراسات التي استهدفت قياس توقعات و إدراكات الزبائن لجودة الخدمات. و من بين أهم المقاييس التي يمكن الاعتماد عليها لقياس جودة الخدمات نذكرها كالتالي:

1.3.1.2 قياس جودة الخدمات من وجهة نظر الزبون

و يمكن تمييز خمسة طرق أساسية لقياس جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون:[159]

- ✓ مقياس عدد الشكاوي: و تمثل عدد الشكاوي التي يتقدم لها العميل خلال مدة زمنية معينة، مقياسا هاما لمستوى جودة الخدمات المطلوبة، و بالتالي يجب على المؤسسة اتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنب حدوث المشاكل، و تحسين جودة الخدمات التي تقدمها.

[159] محمد الطاهر بوذراع، إدارة الجودة الشاملة و تأثيرها على الخدمة المصرفية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013/2012، ص64-65.

- ✓ مقياس الرضا: يعتبر هذا المقياس من أكثر المقاييس استخداما لقياس اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمات المقدمة، و ذلك من خلال توجيه الأسئلة التي تكشف طبيعة شعور العملاء نحو الخدمة المقدمة لهم و جوانب القوة و الضعف فيها.
- ✓ مقياس الفجوة: و هو الذي يستند إلى توقعات الزبائن لمستوى الخدمة و إدراكاتهم لمستوى أداء الخدمة المقدمة بالفعل، و من ثم تحديد الفجوة بين هذه التوقعات و الإدراكات أي:

جودة الخدمة = التوقعات – الإدراكات.

- ✓ مقياس الأداء الفعلي: يقوم هذا المقياس على اعتبار أن جودة الخدمة يمكن الحكم عليها مباشرة من خلال اتجاهات العملاء، و يمكن التعبير عنها بالمعادلة التالية: **جودة الخدمة = الأداء الفعلي.**

إن هذا الأسلوب يتميز بالبساطة و السهولة و ارتفاع درجة المصداقية و الواقعية، و بالرغم من ذلك فهو مقياس يعجز عن مساعدة الإدارة على الكشف على مجالات القوة و الضعف في الخدمة المقدمة و التي تتعلق بجوانب متعددة و ليس فقط بإدراكات العميل للخدمة.

- ✓ مقياس القيمة: إن الفكرة الأساسية التي يقوم عليها هذا المقياس هي أن القيمة التي تقدمها مؤسسة الخدمة للعملاء التي تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمة المدركة من جانبي العميل و التكلفة للحصول على هذه الخدمات، فالعلاقة بين المنفعة و السعر هي التي تحدد هذه القيمة حيث كلما زادت مستويات المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة كلما زادت القيمة المقدمة للعملاء و كلما زاد إقبالهم على طلب هذه الخدمة و العكس صحيح.

2.3.1.2 قياس الجودة المهنية

يمكن التمييز بين أنواع من مقاييس الجودة المهنية كالآتي: [160]

- ✓ قياس جودة الخدمات بدلالة المدخلات: بمعنى إمكان اعتبار المدخلات أو الموارد جوهر الخدمة و جودتها فإذا ما توفر للمؤسسة البناء المناسب بتجهيزاته و معداته و العاملون الأكفاء و القوانين و الأدوات و النظم المساعدة الكافية فضلا عن الأهداف المحددة و الواضحة و العميل المستفيد لتلقي الخدمة و إذا توفر كل هذا كانت الخدمة مميزة و دون شك.

[160] المحياوي قاسم نايف علوان، إدارة الجودة فب الخدمات، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان 2010، ص106.

و رغم أهمية عناصر المدخلات في جودة الخدمة إلا أنها لا تعد كافية في حد ذاتها لضمان الجودة فهناك عوامل اخرى من أهمها طرق تناول المدخلات و التفاعلات فيما بينها و ما يربط بذلك من عملية تحدد جدوى هذه المدخلات، مثل نظام إجراءات و أساليب العمل و تنظيمات العاملين، نظام السجلات و المعلومات ...إلخ. فالعبرة في الخدمة ليست هي بمجرد توفر المدخلات أو الموارد الجيدة و إنما في كيفية استغلالها عمليا في أحسن صورة ممكنة. و برغم منطقية هذا المدخل و القبول به من قبل العديد من الباحثين في دعم الجهود المبذولة للتوصل إلى نموذج مناسب لقياس جودة الخدمة فإن عدم انتشاره يرجع إلى ما يلي:

- الاختلاف حول الأبعاد و العناصر الخاصة بجودة الخدمة.
- عدم القدرة على التوصل إلى مقياس كمي لاستخدامه لقياس الأبعاد و العناصر الخاصة بجودة الخدمة.
- التركيز على الجانب النظري مع افتقار التطبيق العملي لأفكار هذا المدخل.

✓ قياس جودة الخدمات بدلالة العمليات: و يركز هذا المدخل على جودة العمليات أو المراحل المختلفة لتقديم الخدمة المطلوبة، و ينطوي هذا المدخل على مجموعة من المؤشرات و المعايير التي توضح النسب المقبولة لكافة عناصر أنشطة الخدمات المقدمة و التي يجب أن تستوفيها كافة هذه العناصر لكي يتم تصنيف هذه الخدمات كخدمات جيدة. و بالرغم من توافر بعض الجوانب المنطقية في هذا المدخل إلا أنه لا يعتبر دقيقا و ذا أهمية في التصميم و القياس و التقييم لجودة الخدمة لأنه يركز بصفة أساسية على عمليات الخدمة بدلا من التركيز على الأبعاد الكمية لهذه الخدمة و التي يمكن قياسها.

✓ قياس الجودة بدلالة المخرجات: و هو من المقاييس التي تتعلق بالنتائج النهائية حيث ينظر للنتائج على أنها الانجاز أو عدم الإنجاز للنتائج النهائية من الخدمة التي يسعى إليها العميل، و يتم قياس جودة المخرجات من خلال مجموعة الطرق التالية:

- القياس المقارن: و في هذه الطريقة يتم إجراء مقارنات كمية بين المستهدف و الأداء الفعلي بغرض اكتشاف جوانب الضعف و محاولة تلافيها مستقبلا.
- استقصاء رضا العميل بخصوص الخدمات المقدمة.
- استقصاء العاملين في مؤسسات الخدمة للوقوف على كافة المشاكل و المعيقات التي حالت دون تحقيق الأداء المنشود.

3.3.1.2 قياس الجودة من منظور شامل

رغم ما أسهمت به كل الطرق السابقة من تقدم في قياس الجودة و تقويمها، إلا أن جميعها يغلب عليها الطابع الجزئي، و قد أدت هذه الطرق و المقاييس الجزئية إلى إبراز ضرورة المعالجة الشاملة في قياس جودة الخدمة و تقويمها.[161]

4.3.1.2 طرق أخرى للحصول على تغذية راجعة من العملاء

إضافة إلى طرق قياس جودة الخدمة سابقة الذكر، هناك حاجة إلى استخدام المؤسسات الخدمية إلى طرق أخرى لجمع البيانات اللازمة لعملية القياس و بشكل يمكنها الاقتراب المستمر من عملائها، و لعل أهم هذه الطرق بدءا بأكثرها موضوعية إلى أقلها موضوعية في الاستخدام نذكر ما يلي:[162]

– استخدام مؤشرات موضوعية تعكس مدى رضا العميل عن الخدمة مثل معدل الطلب على الخدمة، وقت الانتظار، درجة الحرارة، الضوضاء ... إلخ.

– الملاحظة و التي من خلالها يمكن الحصول على معلومات كثيرة عن جودة الخدمة المقدمة، و لكي تحقق هذه الأداة و النتائج المرجوة منها في الحصول على بيانات دقيقة تعكس واقع الأداء الفعلي في مجال القياس، يجب أن تتم عملية جمع البيانات أكثر من مرة و خلال فترات طويلة نسبيا.

– هيئة محلفين من العملاء: حيث تقوم المؤسسة بابتكار و إيجاد هيئة محلفين تتكون من عينة مختارة تمثل نوعيات من العملاء المتميزين و الذين يتوافر لديهم الاستعداد لتوصيل أفكارهم و اتجاهاتهم بصفة دورية سواء عن طريق الهاتف، أو ارسال استقصاء بالبريد إليهم، لكن نجاح هذه الطريقة يعتمد على تمثيل هذه الهيئة لمجتمع العملاء.

استقصاء العملاء: و يقضي هذا النظام بعمل قوائم استقصاء توزع على العملاء المترددين على المؤسسة الخدمية و غالبا ما تتضمن التعرف على رأيهم في مستوى الخدمة التي تقدمها المؤسسة لهم و مقترحاتهم لتحسينها، و بنفس المنطق استقصاء العاملين بالمؤسسة للوقوف على احتياجاتهم و توقعاتهم باعتبارهم عملاء داخلين و أن آدائهم ينعكس على جودة الخدمة المقدمة للعملاء الخارجين.

– خطوط الهاتف المجانية لتدوين ملاحظات و شكاوي العملاء.

---

[161] المحياوي قاسم نايف علوان، مرجع سبق ذكره، ص107.

[162] عبد المحسن توفيق محمد، قياس الجودة و القياس المقارن، دار النهضة العربية، مصر، 2006، ص 75-77

- زيارات سرية للعملاء، حيث يقوم بعض الباحثين بزيارة مواقع الخدمة و التنكر في هيئة عملاء من أجل تقييم الخدمة و للتأكد من تقديم العاملين للخدمة وفقا للمعايير المحددة.
- إرسال خطابات دورية لعينة من العملاء للحصول على وجهة نظرهم اتجاه خدمة ما.
- إجراء مقابلات مع جماعات محددة بحيث يتم دعوة عدد من الأشخاص (من 6 إلى 10) يمثلون السوق المستهدف تمثيلا جيدا بهدف مناقشة بعض الأمور التي تتعلق بجودة الخدمة، و يمكن إجراء عدد من المقابلات مع عدد من الجماعات المختلفة لاختبار اتجاهات القطاعات المختلفة للسوق.

2.2 نماذج قياس الجودة المدركة للخدمة

يجب على المؤسسات باختلاف أنواعها أن تقيس نتائج أعمالها و إدارتها حتى و لو لم تحصل من خلال هذه النتائج على عائد، فالمعلومات التي يتم الحصول عليها تحول أداء المؤسسة إلى الأحسن. و تعتبر عملية القياس أحد المحاور الأساسية لتطوير جودة الخدمات. فقد ذكر (Oakiand, 1995) أن ما لا يمكن قياسه لا يمكن تطويره، و قد ناقش (Crosby, 1984) اعتقاد بعض المؤسسات أن عملية القياس مكلفة للوقت و المال.[163] إذا كان بإمكان الباحثين الممارسين تحديد و قياس الجودة في مجال الخدمات نظرا لكون الخدمة أداء أكثر منها شيئا تدركه الحواس.[164]

و من هنا برزت بعض النماذج العلمية لقياس جودة الخدمات العمومية و التي تعتمد على مدخلين أساسيين هما: المدخل الإتجاهي و مدخل نظرية الفجوة.

حيث يعد سيرفكوال اليوم النموذج "الكلاسيكي" للجودة المدركة للخدمة، فلا تخلو دراسة في هذا المجال من تطبيقه أو الاستلهام منه أو نقده بوجه من الوجوه. فيما يلي نقدم نبذة عن هذا النموذج و الطريقة العملية التي طورها كتابة للقياس الفعلي، كما نعرض أبرز البدائل المتوفرة. بعد ذلك نتطرق لنموذج سيرفبارف للجودة المدركة الذي يعد البديل الأبرز لسيرفكوال. في الأخير نذكر بعض الدراسات التي تطرقت لأهمية مراعاة الفروق الثقافية بين البلدان و الثقافات عند قياس الجودة المدركة.

[163] Philip.B Crosby, Quality is free: the art of quality certain, Mc Graw –Hill Book, N.Y, 1997, p12.

[164] طارق قندوز، النظام التسويقي و تجويد خدمات القطاع المصرفي، مؤسسة الثقافية الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص101-102.

1.2.2 نموذج الفجوة Servqual

بدأت أبحاث الثلاثي الامريكي بيري، زيثامل و باراسورامون مشهورة[165] سنة 1985 لبحث مكونات جودة الخدمة و وضع نموذج لها. دراسات قياس جودة الخدمة التي جاءت بعد ذلك تأثرت في معظمها بهذا النموذج و المقياس و الكتابات اللاحقة للثلاثي الشهير، و الذي سنرمز له اختصارا (BPZ). في بداية عملهم قام هذا الفريق الامريكي بدراسة نوعية استكشافية، هدف الدراسة كان فهما أفضل لطبيعة جودة الخدمة من وجهة نظر كل من الإدارة و المستهلك، من أجل تحديد أسباب مشاكل الجودة و اقتراح استراتيجيات لحلها. المؤسسات المستهدفة كانت أربع مؤسسات معروفة في الولايات المتحدة الأمريكية، كل واحدة من قطاع خدمي مختلف: البنوك، بطاقات الئتمان، السمسرة و التصليح. الغرض من التنوع هو تمثيل التنوع في محددات الجودة. الباحثون قاموا بأربعة عشر مقابلة معمقة (من ساعة إلى ساعتين) مع منفذين، مدراء تسويق و مدراء مصالح العلاقة مع الزبائن و مدراء تنفيذيين. المقابلات تضمنت نفس المجموعة من الأسئلة المطروحة: ما هي الجودة حسب الزبون؟ ما هي مشاكل رفع الجودة؟ الباحثون رتبوا أيضا اثني عشر مجموعة نقاش متجانسة من حيث العمر و الجنس، ثلاثة من كل قطاع. المشاركون ناقشوا تجاربهم و آراءهم بصفة عامة دون تسمية مؤسسات معينة. المؤسسات الأربع المشاركة في الدراسة لم يتم الإعلان عنها.

بناءا على نتائج هذه المقابلات و مجموعات النقاش، و استنادا إلى مبدأ التاكيد/النفي لأولفر[166]، و الذي يعتبر أن الزبون يقيم جودة الخدمة المقدمة له بمقارنتها مع توقعاته التي تكونت لديه. بناءا على هذا الأساس المزدوج بين الأدبيات السابقة و البحث الميداني، بنا بيري و زملاؤه نموذجا مفاهيميا يعرف جودة الخدمة على أساس خمس فجوات، أهمها الفجوة بين الأداء الذي يتوقعه الزبون من مؤسسات القطاع عموما و الاداء الفعلي للمؤسسة المدروسة. الأداء عالي الجودة حسب هذا النموذج[167] (BPZ، 1985) هو الذي يفاجئ الزبون، أو يفوق توقعاته، و من هنا تأتي المعادلة: **الجودة = الإدراكات – التوقعات.**

الجودة حسب نموذج الفجوة تتحدد إذن بدرجة و اتجاه الفرق بين الأداء الفعلي للخدمة حسب إدراك الزبون، و بين ما يتوقعه تبعا لحاجاته، و تجاربه السابقة، و ما ينمى لسمعه من تجارب الآخرين. إلى جانب هذا النموذج استخدمت نماذج أخرى مثل :

الجودة = الإدراكات

الجودة = (الإدراكات – التوقعات) × الأهمية

[165] Berry L., Zeithaml V. A., Parasuraman A. (1985). Op. cit

[166] Oliver R. L. (1980), Opcit

[167] Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. (1985). Op. cit.

الجودة = الإدراكات × الأهمية

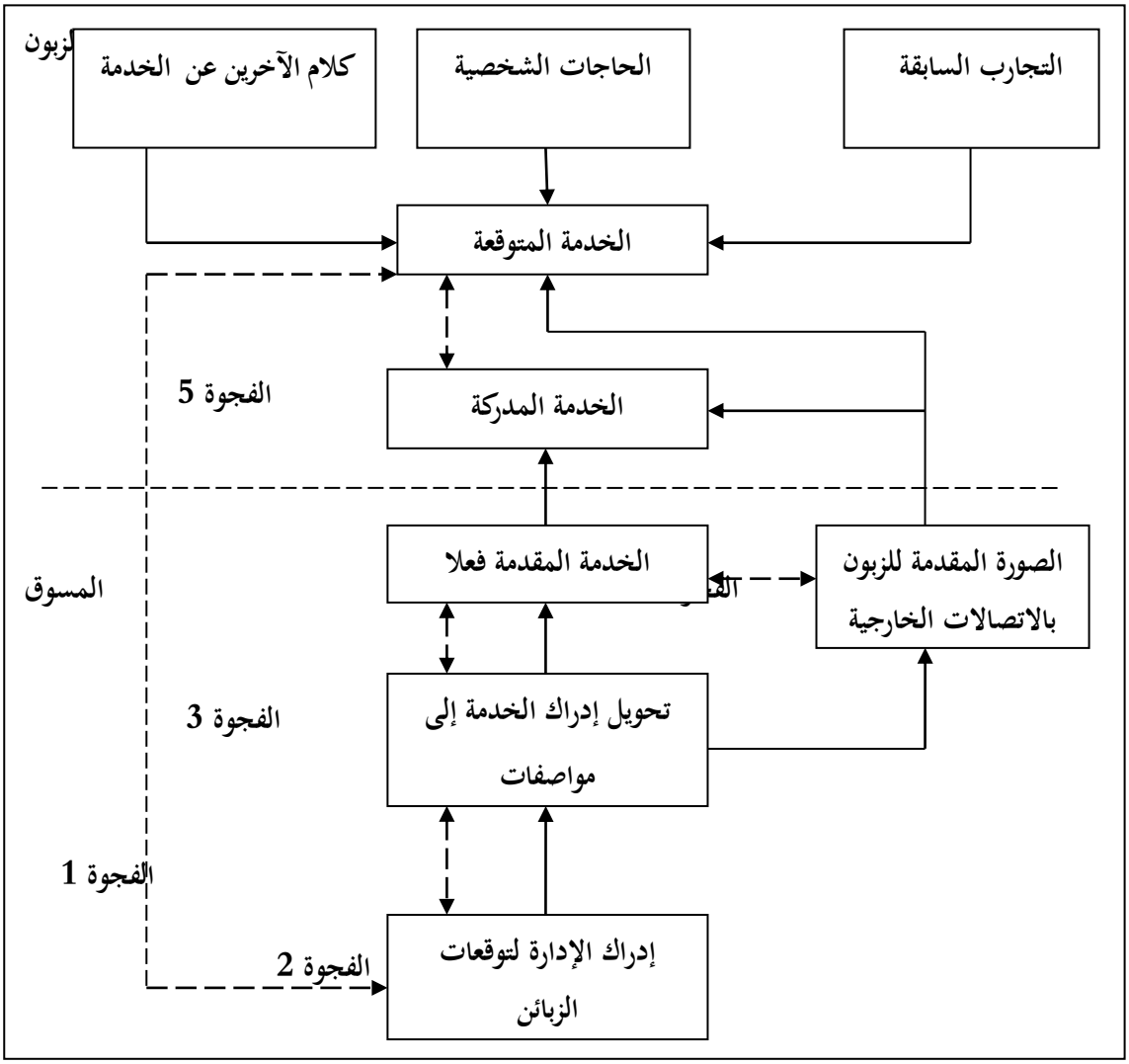
التوقع و الإدراك يستخرجان لكل بند من بنود المقياس، أما الأهمية فيمكن استخدامها بنفس الطريقة، أي لكل بند، و يمكن الاكتفاء بالاستبيان المستخدم عن اهمية الأبعاد، إما على سلم متعدد الدرجات أو بإعطاء نسب مئوية يكون مجموعها مائة بالمائة. بالإضافة للفجوة بين إدراكات و توقعات الزبون، توصل الكتاب الثلاثة إلى أربع فجوات أخرى افترضوا أنها تؤثر في النهاية على تقييم الزبون للجودة[168]:

- **الفجوة 1**: الفرق بين توقعات الزبون و بين إدراك الإدارة لهذه التوقعات، حيث ظهر أن بعض توقعات الزبائن قد لا تدركها الإدارة أو لا تدرك أهميتها الصحيحة لدى الزبون.
- **الفجوة 2**: الفرق الناشئ عند ترجمة الإدارة لتوقعات الزبون كما تدركها إلى مواصفات، حيث ظهر من المقابلات مع المسيرين استحالة ترجمة كل توقعات الزبائن إلى مواصفات لأسباب مثل تذبذب الطلب أو عدم انتظامه أو عدم توفر اليد العاملة المدربة أو حتى نقص التزام المسيرين.
- **الفجوة3**: الفرق بين المواصفات المحددة للجودة و بين الأداء الفعلي، فوضع توجيهات بالخدمة لا يعني أنها ستطبق دائما باستمرار، مديري المؤسسات أعربوا عن تباين أداء العاملين.
- **الفجوة4**: الفرق بين الأداء الفعلي و بين مستوى الجودة المروج. المبالغة في الصورة المسوقة عن الخدمة يرفع توقعات الزبون و بالتالي ينخفض تقييم الزبون عندما لا تتم تلبية تلك التوقعات. الفرق ينشأ أيضا عن إغفال المؤسسات أحيانا إظهار الجهد الذي تبذله و يبذله العاملون لتلبية رغبات الزبون. إطلاع الزبائن على هذه الجهود يمكن أن يرفع بعض الأفكار المسبقة أو المغلوطة و يحسن تقييمهم للخدمة.

من بين الفجوات الخمس نالت الفجوة الخامسة النصيب الأكبر من اهتمام الباحثين، الرسم التالي يشرح الفجوات الخمس المذكورة و بم تتأثر في تكونها.

[168] Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. (1985). Op. cit

الشكل 07: نموذج سيرفكوال لجودة الخدمة (1985)



Source: Parasuraman A., Zeithaml V. A., Berry L. L., (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. Journal of Marketing, 49, pp. 41-50.

من مجموعات النقاش خرج الباحثون بعشر محددات للجودة، تشمل كل عناصر الجودة في قطاعات خدمة المستهلك حسب رأيهم، و إن اختلفت أهمية كل محدد من قطاع لآخر: [169]

1. الاعتمادية: و تعني أداء الخدمة بدون خطأ من المرة الأولى، الوفاء بالالتزامات، صحة السجلات، صحة الفواتير، و التزام الوقت المحدد.

2. الاستجابة: و تعني رغبة أو استعداد العاملين لخدمة الزبون و تقديم الخدمة بسرعة.

[169] Parasuraman A., Zeithaml V.A. and Berry L.L. (1985). Opcit, 49, 41-50

3. الكفاءة: و تعني امتلاك المعرفة و المهارة من قبل العاملين الذين يظهرون للزبائن.

4. سهولة و سرعة الوصول للخدمة: تسهيل الخدمة بالهاتف، قلة الإنتظار، ملائمة توقيت و موقع الخدمة.

5. المجاملة: و تشمل الاحترام للشخص و الملكية، و الأدب و البشاشة في الاتصال الشخصي، و مظهر العاملين.

6. الاتصال: و تشمل إعلام المستخدم عن الخدمة و تكلفتها، باستمرار و بلغة مفهومة، و طمأنته على حل المشاكل.

7. المصداقية: و تشمل النزاهة و الثقة، و الحرص على مصلحة الزبون، و تتأتى أساسا من اسم الشركة و صمعتها، و من طريقة التفاعل الشخصي مع الزبون.

8. الأمن: و تشمل الأمن من المخاطر و الشك و ضمان سرية بيانات الزبون.

9. فهم الزبون: و تشمل بذل الجهد لفهم الزبون، حاجاته و رغباته، و إعطائه عناية شخصية.

10. الجوانب الملموسة في الخدمة: و تشمل المعدات و الأدوات المستخدمة في تقديم الخدمة و مظهر العاملين.

الباحثون أبقوا على احتمال دمج بعض الأبعاد لاحقا تبعا لنتائج أبحاث لاحقة، و هو ما تم فعلا، حيث أجملها الثلاثي (BZP) لاحقا في خمسة أبعاد هي التي يظهرها الجدول التالي. عمل الكتاب الثلاثة فيما بعد على مراحل لتطوير طريقة عملية لقياس الجودة المدركة للخدمة عبر بناء مقياس أسموه سيرفكوال[170] يقيس هذه المكونات من خلال 22 سؤالا مزدوج الصياغة، لقياس التوقعات و الإدراكات، مع سلم للإجابة من سبع درجات أعلاها أوافق بشدة و أدناها لا أوافق بشدة.

الجدول 02: بنود و أبعاد جودة الخدمة في مقياس سيرفكوال (RATER)

الملموسية (4 بنود) Tangibility	التسهيلات المادية، التجهيزات و مظهر العاملين.
الاعتمادية (4 بنود) Reliability	القدرة على تأدية الخدمات بجدارة و على الوجه الصحيح
الاستجابة (4 بنود) Responsiveness	الحرص على مساعدة المستخدم و تقديم الخدمة بسرعة.
الضمان (5 بنود)	تحلي الموظفين بالمعرفة و المجاملة و القدرة على الإيحاء بالثقة

[170] Parasuraman A. Zeithaml V.A. and Berry L.L. (1988),Opcit, 64, 12-40.

Assurance	و الاطمئنان للمستخدم.
التعاطف (5 بنود) Empathy	الاهتمام و العناية الشخصية التي توليها المؤسسة لزبائنها.

المصدر: Parasuraman A., Zeithaml Valarie A., Berry Leonard L., (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality. Journal of Retailing. 64, 12-40.

استمر الفريق الأمريكي في عدة مقالات لاحقة في تنقيح أداتهم تجاوبا مع النقد الذي لقوه[171]، و تولى النقاد اختبارها في قطاعات خدمية عدة. الفكرة الأساسية للنموذج هي أهمية دور المستهلك و تجاوبه في تحقيق جودة الخدمة، و أهمية تحقيق توقعاته، لكسب رضاه و ولائه. من هذا المنطلق، تأتي أهمية أن ينبني تقييم الجودة على شعور الزبون نفسه، لتتمكن المؤسسة من أن توجه جهودها بالاتجاه الصحيح. إضافة لهذا أكد الفريق الأمريكي على أربع نتائج مهمة أخرى:

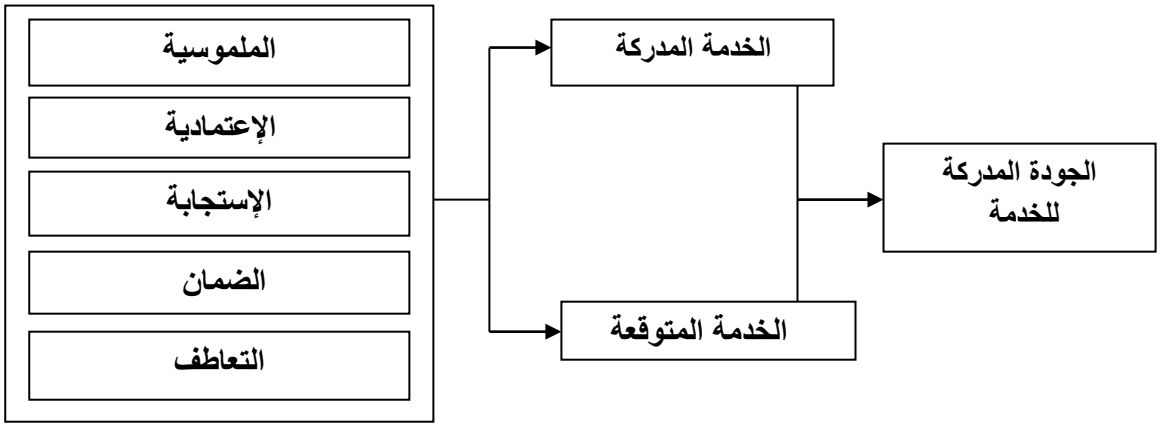
- التأكيد على أهمية جودة العمليات كما جودة المخرج. هذا التأكيد لم يمنع أن يرى البعض أن الجودة التقنية لم تأخذ بالحسبان بالشكل المناسب في أبعاد الثلاثي بيري و زملاؤه.
- التأكيد على أهمية الاتصال من المؤسسة بالزبون و أهمية التعامل الشخصي عند التعاملات مع الحالات الخاصة.
- الباحثون أكدوا وجود أكثر من مستوى للجودة، فهناك المستوى العام الذي يظهر عند النشاط العادي، و هناك المستوى الذي تقدم به الخدمة في الحالات الاستثنائية حين تكون هناك أخطاء أو ملابسات.

كتاب المقال يذكرون مثلا أن بعض المؤسسات لا يكون بينها و بين الزبون أي اتصال مباشر، لكن حين يحدث الخطأ، تجري اتصالا وثيقا مع الزبون لتصحيح الخطأ.

بالنسبة لمقياس SERVQUAL ذي الأبعاد الخمسة لـ Parasuraman، فقد تم تطويره لقياس الجودة المدركة للخدمة ، وقام بتجميع أبعاد الجودة المدركة للخدمة في الأبعاد الخمسة التالية:

[171] Parasuraman A. et al. (1991a). Op. cit.

الشكل 08: نموذج SERVQUAL لـ Parasuraman و آخرون (1984)



المصدر: Parasuraman A., Zeithaml V.A. et Berry, L.L., "SERVQUAL: a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality", Journal of Retailing, vol. 64, no.1, pp. 12-40, 1988.

1.1.2.2 دراسات طبق فيها نموذج SERVQUAL

باعتبار نموذج الفجوة من النماذج الأولى التي تم اعتمادها في قياس جودة الخدمة، ارتأينا في هذه المرحلة تقديم بعض الدراسات التي طبق فيها هذا النموذج لقياس جودة الخدمة العمومية في بلدان مختلفة، و هذا ما توضحه الجداول أدناه.

جدول رقم 03: دراسات طبق فيها نموذج servequal

(مجال الصحة و المستشفيات)

المرجع	مجال التطبيق	تطبيق servequal	طبيعة التخصصات(عمومية أو قطاعية)
Carman (1990)	الصحة	نعم	من خلال مقابلة مع مستخدمين. الباحثين طوروا بعض البنود ل servequal لكي تتماشى مع قطاع محدد للبحث التالي"الصحة" لكن مع الاحتفاظ بالابعاد الخمسة للنموذج الاولي ل servequal. خصوصية القطاع.
Bbakus et mangold (1992)	مستشفى	لا	لا يوجد

Bowers et al (1994)	مستشفى	نعم	الباحثون يقترحون بعدين جديدين في مجال الصحة: فعل الانتباه على المرضى(الرعاية) الذي يقترح مشاركة انسانية و شخصية في وضعية الخدمة و الآثار للمريض(نتائج المريض) التي تعنى بتخفيف الألم، انقاذ حياة. خصوصية القطاع.
McAlexander et al (1994)	صحة	نعم	Servequal يتكيف مع سياق محدد للبحث، باستخدام مقابلات من طرف خبراء في المجال المحدد. الباحثون احتفظوا بالأبعاد الخمسة للنموذج الأولي. خصوصية القطاع.
Murrow et murrow (2002)	الصحة	نعم	يتماشى النموذج و سياق الدراسة. الباحثون أضافوا للأبعاد الخمسة لنموذج servequal بعد واحد يسمى"الكفاءات التقنية". خصوصية القطاع.
Lyer et munch (2004)	الصحة	لا	لا يوجد
Roshnee R.Ramsaran-Fowder (2005)	المستشفى	نعم	الباحثون أضافوا بعدين خاصين على نموذج servequal في قطاع الصحة بالاضافة الى بعض العناصر.البعدين يحملان الآثار الرئيسية و النتائج للمرضى ئ احترافية الموظفين. خصوصية القطاع.

المصدر: Goudarzi.K et Guenoun.M,2010, Opcit, p5

جدول رقم 04: دراسات طبق فيها نموذج servequal

(البلديات و الخدمات العمومية)

المرجع	مجال التطبيق	تطبيق servequal	طبيعة التخصصات(عمومية أو قطاعية)
Donnelly et al (1995)	**بلدية**	لا	لا يوجد
Wisniewski et Donnelly (1996)	**خدمات المواطن**	نعم	من خلال مقابلات قام بها خبراء في الاختصاص، بعض العناصر تم استبعادها و أخرى تم إضافتها.النموذج لا يقترح أبعاد جديدة و لا يسمح بالتعميم على القطاع العام. خصوصية القطاع.
Donnelly et Shiu (1999)	**خدمات المواطن**	تعم	من خلال مقابلة مع المستخدمين، الباحثون طوروا عناصر servequal لكي تتلائم و الوسط المدروس لكن حافظوا على الأبعاد الخمسة للنموذج الأولي. خصوصية القطاع.
Nielsen et host (2000)	**البلدية**	نعم	عمل الباحثون على الادراك الذي يعطيه وكلاء البلدية لجودة الخدمة. ألغوا أبعاد servequal التي لا يستطيع أن يقدمها الموظفون(التأمين و الملموسية). خصوصية القطاع.
Gowan et al	**وكالة عمومية**	نعم	سبع عناصر للنموذج servequal لم تعطي معنى في السياق

(2001)			المدروس تم إستبعادها. و لم يضف أي عنصر جديد. خصوصية القطاع.
Wisniewski (2001)	**البلدية الاسكتلندية**	لا	لا يوجد
Sabadie (2003)	**CAF et SNCF**	نعم	الباحث أضاف نموذج ثانوي الذي يدمج اربع مبادئ: المساواة في المعاملة، المشاركة، تسيير الشكاوي، الشفافية. خصوصية القطاع.
Sanchez- perez et al.(2007)	**النقل العمومي**	نعم	الباحثون يحددون خمسة أبعاد لجودة الخدمة: المصداقية، الملموسية، التقمص العاطفيّ، الضمان و القابلية للتفاعل. خصوصية القطاع.

المصدر: Goudarzi.K et Guenoun.M,2010, Opcit, p5

جدول رقم 05: دراسات طبق فيها نموذج servequal

(الحرس الوطني)

المرجع	مجال التطبيق	تطبيق servequal	طبيعة التخصصات(عمومية أو قطاعية)
Orwig et al (1997)	الحرس الوطني الجوي الأمريكي	لا	لا يوجد الباحثون يلخصون بالاشارة إلى أن servequal غير ملائم للوسط المدروس، و يقترحون أنه من الضروري ضبط النموذج من أجل استخدامه في القطاع العام.

المصدر: Goudarzi.K et Guenoun.M,2010, Opcit, p5

2.1.2.2 الانتقادات الموجهة لنموذج سيرفكوال كطريقة عملية لقياس جودة الخدمة

الانتقادات التي وردت اتجاه سيرفكوال عديدة، و جاءت من باحثين اختبروا المقياس على قطاعات خدمية عدة و في بيئات اقتصادية مختلفة. التحفظات التي وردت على المقياس يمكن أن نجملها في ثلاثة أقسام: موضوع القياس، أبعاد القياس و استخدام الفجوة أو غموض مفهوم التوقعات.

على الرغم من أن SERVQUAL قد تم تطبيقه عبر مجموعة واسعة من سياقات الخدمة، إلا أنه تعرض لانتقادات عديدة لأسباب منهجية ونفسية من قبل العديد من الباحثين في مجال التسويق مثل (Carman, 1990 ; Babakus et Boller, 1992 ; Cronin et Taylor, 1992 ; Teas, 1993 ; Buttle,1996). في وقت لاحق، و في مزيد من الأبحاث التجريبية، جدد Parasuraman و آخرون سنة 1994 بنية SERVQUAL، حيث اتفقوا على أن التجسيد ليس فقط الفجوة بين الخدمة المدركة والخدمة المطلوبة، ولكن أيضا الفجوة بين الخدمة المتصورة والخدمة الكافية. ومع ذلك، و على الرغم من التعديلات على مقياس SERVQUAL، ظهرت نماذج أخرى من أجل التشكيك في تصور وقياس جودة الخدمة التي اقترحها

Parasuraman (1988)، وهكذا، طور Teas (1993) نموذج تقييم الأداء (EP)، الذي يقيس الفجوة بين الأداء المدرك و توقعات المستهلكين. اعتبر Teas (1993) أن هذا النموذج يمكنه التغلب على بعض المشاكل المرتبطة بالفرق بين توقعات و إدراكات جودة الخدمة. كما يشير المنظور الثاني و الذي اعتبر كمنظور بديل إلى وجوب قياس جودة الخدمة من وجهة نظر المستهلك فقط، بدلا من قياسها بطرح التوقعات من التصورات. (Carman,1990 ; Cronin et Taylor, 1992 ; McDougall et Levesque, 1994 ; Brady et Cronin,2001)

يعتبر McDougall و Levesque (1994) أن إدراج التوقعات في قياس جودة الخدمة يمكن أن يكون غير فعالة و غير ضروري. ويرجع ذلك إلى حقيقة أن الناس يميلون إلى الإشارة باستمرار إلى تقدير توقعات عالية ونادراً ما تتجاوز درجات إدراكاتهم توقعاتهم. (Babakus et Boller, 1992) هذا ما أدى لتطوير سلم قياس بديل ل SERVEQUAL، مثل SERVPERF (Cronin et Taylor, 1992).

وفقًا لـ Cronin و Taylor (1992)، كان المقياس المستند إلى الأداء كوسيلة أفضل لقياس جودة الخدمة، حيث قاموا بتطوير نموذج SERVPERF باستخدام نفس عناصر الأداء الـ 22 من بحوث Parasuraman et al (1988).

بسبب اعتماده مفهوم الفجوة، يرى بعض الباحثين، مثل كرونين و تايلور[172] و كاسبر[173]، أن مقياس سيرفكوال يقيس في الحقيقة رضا الزبون و ليس الجودة. مفهوم الرضا هو مفهوم يختلف عن الجودة من حيث الطبيعة و من حيث الاستقرار، فالرضا هو شعور ذاتي عن مدى تحقق توقعات الزبون بشأن عملية خدمة محددة، و مكافئتها أو تفوقها على التضحية المقدمة مقابلها، فهو مفهوم وجداني و عارض و متقلب أكثر من الشعور بالجودة، فالرضا يرتبط بعملية الخدمة أكثر منه بمقدم الخدمة، بينما الجودة معرفية و تتسم بقدر من الثبات لكونها تتضمن تقييما على مدى أوسع و تخص مقدم الخدمة كما عملية الخدمة نفسها. بالفعل فالعديد من الدراسات تستخدم سيرفكوال لقياس الرضا، و هذا يجعل من غير الواضح ما إذا كان المقياس يقيس الجودة المدركة أم الرضا.

القسم الثاني من الانتقادات يتعلق باستخدام مفهوم الفجوة بين التوقع و الادراك. استخدام هذا النموذج يتطلب قياس التوقعات مع الادراكات و من ثم حساب الفرق بين المتغيرين، إما من خلال متوسطيهما أو الفرق بين البنود. استخدام التوقعات

[172] Cronin J. J. and Taylor S. A. (1992). Opcit 55-68.

[173] Kasper H. P., Van Helsdingen and W. de Vries Jr. (1999). Services Marketing Management. An International Perspective, Chichester: John Wiley & Sons.

يفترض أن للزبائن توقعات واضحة عن الخدمة و هذا قد لا يكون في كل الحالات[174]، مثلا عندما يكون مقدم الخدمة أو الخدمة نفسها جديدة على المستخدم، أو تكون عملية الخدمة و نتيجتها غير ظاهرة للمستخدم في لحظتها.

مفهوم التوقعات يمكن أيضا أن يسبب ميلا اجتماعيا في الإجابات، بسبب رغبة المستجوب في الظهور بأن له توقعات عالية، في مقال لهم سنة 1991 يذكر باراسورامون و زملاؤه أن علامات التوقعات جاءت في معظمها في دراسة لهم 6 أو 7 على سلم من 7 درجات، بمتوسط جاء 6.22. من مشاكل إدخال مفهوم التوقعات أيضا وجود ميل آخر لتقليد علامات الادراكات من التوقعات أو العكس[175]، بسبب الفارق الزمني المعدوم بينهما. بالإضافة إلى ما سبق، أشار عدد من كتاب الجودة إلى استعصاء طريقة الاستبيان المزدوج هذه لحساب الفجودة على قياسات الانسجام الداخلية و الاختبارات البسيكومترية المعروفة. علامات الفجوة يظهر أنها تؤثر على ثبات المقياس و صدقيته التمييزية، و تقلص من التباين، فمعامل كرونباخ ألفا لا يناسب الاستبيانات التي تقيس الفجوة، لكونه يضخم ثبات المقياس عندما تمون نتائج المؤشرين شديدة الارتباط [176، 177،178، 179، 180.

أصحاب النموذج اعترفوا بتأثير الارتباط بين التوقع و الادراك على المعامل ألفا، غير أنهم أكدوا على أهمية استخدام مفهوم الفجوة لمعرفة ما إذا كان تدني مستوى الجودة مثلا يعود إلى تدني الخدمة أم إلى ارتفاع توقعات الزبائن.[181]

يعد تيز من اشهر منتقدي نموذج الفجوة، و يرى أن تعريف الجودة بالفرق بين التوقعات و الادراكات (الفجوة الخامسة)هو مكمن الضعف الأساسي في نموذج بيري و زملائه. بين تيز عدم دقة طريقة الفجوة في القياس من خلال وجود عدة طرق للحصول على نفس العلامة للجودة[182].

---

[174] Obenoura William, et al. (2006). Conceptualization of a meaning-based research approach for tourism service experiences, Tourism Management, 27, 34–41.

[175] Buttle Francis (1996). Op. cit.

[176] Van Dyke, Thomas P. Victor Prybutok and Leon Kappelman (1999), Cautions on the Use of the SERVQUAL Measure to Assess the Quality of Information Systems Services, Decision Sciences, 30(3), 877-891.

[177] Van Dyke and al. (1999). Ibid.

[178] Brown T. J., Churchill G. A. and Peter J. P. (1993). Improving the measurement of service quality. Journal of Retailing, 69, spring, 127– 139.

[179] Brady M. K. et al. (2002). Performance-only Measurement of Service Quality a Replication and Extension. Journal of Business Research, 55, 17–31.

[180] Johns G. (1981). Difference scores measures of organizational behaviour variables: a critique. Organ Behav Hum Perform. 27(6). 443–463.

[181] Parasuraman A. (1988). Opcit, p. 39.

[182] Teas, R. Kenneth (1993). Expectations, Performance Evaluation and Consumers Perceptions of Quality. Journal of Marketing, 57(10). 18-34.

أكد تيز على تعدد تفسيرات المستجوبين لمفهوم التوقعات، مقترحا تجاوز الإشكال من خلال مفهومي الأداء المقيم (evaluated performance) و الجودة المعيارية (normed quality)، و توصل إلى أن زيادة الفجوة (إدراك – توقع) لا يعني بالضرورة زيادة الجودة المدركة، فهو قد ينتج انخفاض التوقعات، فالزبائن الدائمين يميلون مع الوقت إلى تعديل توقعاتهم للخدمة متأثرين بإدراكهم لواقع هذه الاخيرة، و هذا يؤثر على الصدقية النظرية للنموذج.

خفف بيري و زملاؤه فيما بعد من أهمية تحفظات تيز (1993) و كرونين و تايلور[183]، مقترحين نموذجهم المزيج المتمثل في صياغة تحاول استيعاب الحالات المختلفة التي ذكرها تيز عبر إدخال مفهوم "الجودة المثالية". في هذا البديل اقترح الفريق الأمريكي مجالا مستمرا للتوقعات مع الجودة "المرغوبة" (desired) و الحد الأدنى المقبول (minimum expectations) في نهايته، و بينهما منطقة القبول (zone of tolerance). يطلق على هذا البديل الآن مقياس الأعمدة الثلاث، حيث يعطي المستجوب علامة عن كل من الأعمدة الثلاث لكل بند. جاء ذلك في دراسة قارنوا فيها بين أربعة مقاييس، سيرفكوال، سيرفبارف، مقياس براون[184] بالإضافة إلى المقياس المحوصل ثلاثي الأعمدة، الذي يقارن كلا من "الجودة المرغوبة" و "الجودة المناسبة للزبون" بإدراكاته. أبحاث باراسورامون خلصت إلى أن كل من سيرفبارف و المقياس المحوصل يتفوقان على سيرفكوال، غير أنها أوصت بالإبقاء على سيرفكوال لقدرته التشخيصية. تيز فيما بعد[185] إعتبر هذا البديل أكثر تعقيدا و أقل عمومية، و لا يحل جميع الإشكالات المطروحةن مشيرا إلى التعريفات المتعددة التي أعطاها فريق بيري و زملاؤه في مقالاتهم لمفهوم التوقعات كدليل على غموضه (حاجات الزبون، ما يريده الزبون، ما يجب على المؤسسة أن تحققه).

باراسورامان بقي يؤكد على أهمية استخدام مفهوم التوقعات باعتباره يثري البيانات المحصلة و يفيد المسير في فهم تغير مستوى الجودة، كما أكد على أهمية تقسيم توقعات الزبائن إلى مستويين، مستوى أدنى هو الحد الادنى الذي يقبله الزبون، و مستوى أعلى هو الذي يتوقع أن يحصل عليه، بحيث تكون الفجوة مؤشرا على نوعين من الجودة: "الجودة المناسبة" و تقاس بمقارنة المستوى الفعلي بالمستوى الذي يقبله الزبون، و "الجودة العالية" و تقاس بالمقارنة بالمستوى المتوقع[186].

[183] Cronin J. J. and Taylor S. A. (1992). Op. cit.

[184] Brown T. J., Churchill G. A., Peter J. P. (1993). Op. cit.

[185] Teas, R. Kenneth (1994). Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality, an Assessment of a Reassessment, Journal of Marketing, 58(7). 132-139.

[186] Parasuraman A. (2002). Defining, Assessing, and Measuring Service Quality: Conceptual Overview, Library Assessment and Benchmarking Institute, Monterey, CA, Sep.13.

طريقة الأعمدة الثلاث تعمل على توضيح مفهوم التوقعات للمستجوب و لكن ما من دليل عملي على أن هذا الأخير يميز فعلا بين الجودة المرغوبة و الحد الأدنى للتوقع. دراسة كروانا و أيون التي اختبرا فيها هذه الطريقة الثلاثية بالمقارنة مع طريقة العمودين (توقعات- إدراكات) و العمود الواحد (الادراكات)، أظهرت أن طريقة الادراكات كانت الأمثل، ما يجدد الشكوك حول استخدام مفهوم التوقعات[187].

الانتقادات على استخدام مفهوم التوقعات ترجع أيضا إلى صعوبات عملية، تتمثل أولا في طول الاستبيان نفسه[188]. من جهة أخرى، لوحظ وجود ميل لدى الزبائن إلى رفع توقعاتهم بشأن جودة الخدمة و إعطاء تقييم متدني للأداء الفعلي، ما يؤدي إلى انحراف في النتائج يؤثر على مصداقية المقياس[189]. بعض الدراسات أظهرت عكس ذلك ميلا لدى المستجوبين إلى نقل علاماتهم عن الجودة المدركة من علامات الجودة المتوقعة[190]. الجدل تطرق أيضا لتوقيت توزيع الاستبيان، قبل أم بعد الخدمة[191]. طريقة صياغة البنود هي الأخرى انتقدت، حيث انتقد باتل و آخرون المزاوجة بين الصياغة الإيجابية و السلبية في المقياس الأصلي، حيث تصاغ 13 فقرة إيجابيا و التسع الباقية سلبيا (بنود الاستجابة و التعاطف)، و رأوا أن ذلك يمكن أن يقود المستجوب إلى الخطأ في نقل علاماته. هدف باراسورامون و زملاؤه من ذلك كان تفادي الانحراف في العلامات بسبب الميل إلى تأثير علامة على التي بعدها (yea-saying and nay-saying)[192].

رغم أن طريقة المزاوجة بين الصياغتين الإيجابية و السلبية اعتبرت من الممارسات البحثية الجيدة [193]، إلا أن لها تأثيرها على زيادة أخطاء الفهم و إطالة المدة اللازمة لقراءة البنود. أكثر من ذلك، وجدت دراسة لـ باباكوس و باولر أن البنود ذات الصياغة

[187] Caruana Albert, Ewing Michael T. Ramaseshan B. (2000). Assessment of the Three-Column Format SERVQUAL: An Experimental Approach. Journal of Business Research, New York, 49, 57–65.

[188] Johns, N. and P. Tyas (1996). Use of service quality gap theory to differentiate between food service outlets', The Service Industries Journal, 16(3), 321-346.

[189] Sheppard Lesley (1998). Some background information on customer satisfaction measurement, Division of Sheppard Consulting. Retrieved from: http://www.trainquest.com

[190] Hereng Helène (2003). Réseau d'observation sociale caractérisation et performance, thèse de doctorat, Université des sciences sociales de Toulouse, p. 208.

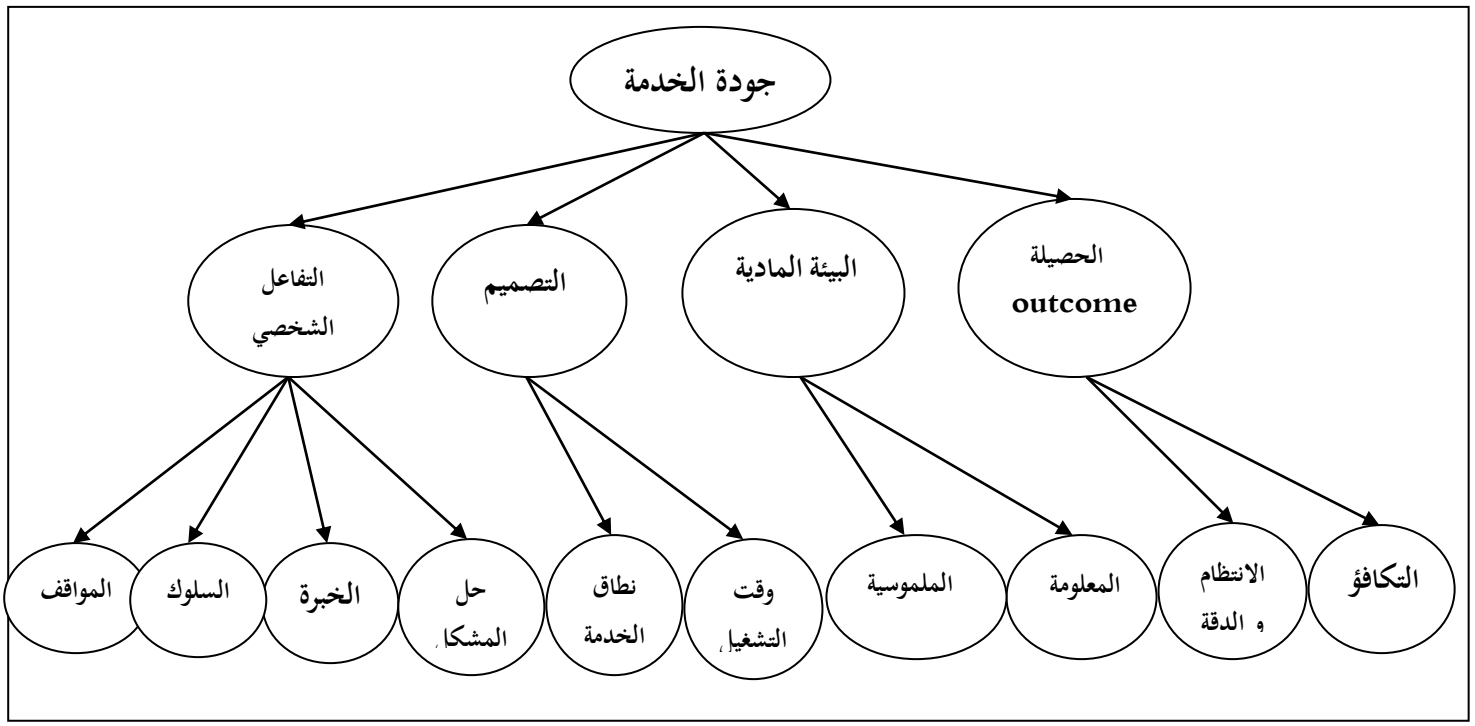
[191] Carman J. M. (1990). Consumer perceptions of service quality: an assessment of SERVQUAL dimensions, Journal of Retailing, 66, 33-55.

[192] Buttle Francis (1996). Op. cit.

[193] Churchill G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs, Journal of Marketing Research, 16(1). pp 64–73. Retrieved 11-9-2018, from: http://www.scribd.com/doc/79117067/Churchill-G-a-1979

السلبية ترتبط أكثر بنفس المكون عند التحليل العاملي، بينما تحمل البنود الإيجابية على عامل آخر[194]. الباحثان أطلقا على هذا الميل "عامل الطريقة"، مؤكدين أن صياغة البنود يمكن أن تتسبب في إيجاد أبعاد اصطناعية ناتجة عن طريقة الصياغة بدلا من أن تكون أبعادا لها معنى مفاهيمي حقيقي. باراسورامون و زملاؤه أنفسهم تخلوا منذ 1991 عن الصياغة المزدوجة و حولوا كل البنود السلبية إلى بنود إيجابية، تفاديا للمشاكل التي تسببها الازدواجية في البيانات المجمعة. هذا النقاش قادنا إلى تجنب استخدام مفهوم الفجوة و بالتالي مفهوم التوقعات، و الاكتفاء بقياس الجودة المدركة فقط.

الشكل 09: مقياس مقترح لقياس جودة الخدمة المدركة.



المصدر: Laura Martinez Caro, Jose Antonio Martinez Garcia, 2007, Measuring perceived quality in urgent transport service, journal of retailing and consumer services, 14, p3.

3.1.2.2 بدائل لأبعاد سيرفكوال

[194] Babakus, E., Boller, G. W. (1992). Op. cit.

يبقى نموذج سيرفكوال مستخدما بكثرة، رغم الانتقادات الموجهة له، و استجابة للخصوصيات و الاختلافات من قطاع لآخر يلجأ بعض الباحثين إلى إدخال تعديلات طفيفة على صياغة البنود أو إضافة بعض البنود الجديدة، و البعض يلجأ إلى إحداث تغييرات كبيرة على بنود المقياس[195، 196، 197].

من أسباب الاعتماد الكبير على مقياس سيرفكوال صعوبة بناء مقياس مخصوص، خاصة عندما لا يكون هذا هو هدف الباحث الأساسي، كأن يكون الهدف دراسة علاقة الجودة المدركة بمفاهيم أخرى مثل الرضا أو الولاء، أو المقارنة بين مؤسسات أو قطاعات مختلفة، في مثل هذه الحالات يميل الباحثون إلى استخدام مقياس معروف لكي يمكن تبرير صدق المقياس المستخدم في الدراسة، بدل بناء مقاييس خاصة أو استخدام مقاييس خاصة ليس لها نفس الشهرة.

البديل الأبرز للمحددات الخمسة للجودة لنموذج سيرفكوال نجده لدى "المدرسة الشمالية" حيث يرى قرونروز مكونين هما: المكون التقني، و هو ما تقدمه الخدمة من فائدة للزبون، و المكون الوظيفي، و هو الكيفية التي تقدم بها الخدمة أو معاملة مقدم الخدمة: مظهر و سلوك النادل مهم في تقييم الزبون لخدمة المطعم، لكن بشاشة الاستقبال و رياشة الأثاث لا تغني إذا كانت الوجبة نفسها سيئة المذاق. من حيث نموذج الجودة، معروف أن قرونروز من أنصار مفهوم الفجوة بين التوقعات و الإدراكات[198]. من أبرز البدائل لأبعاد سيرفكوال تلك التي يقدمها (Lihtinen and Lihtinen)، حيث أن أبعاد الجودة ثلاثة: الجودة المادية (Physical Quality) مثل التجهيزات و المباني، جودة المؤسسة (corporate Quality) و المقصود بها صورة المؤسسة، و جودة المعاملة (Interactive Quality) و تنجم عن المعاملة بين الزبون و العاملين أو بينه و بين الزبائن الآخرين[199]. يقسم أيضا جودة الخدمة إلى جودة العمليات (Process Quality) و جودة المخرج (Output Quality). جودة العمليات يلاحظها الزبون أثناء تقديم الخدمة، و جودة المخرج تلاحظ بعد تلقي الخدمة، فمثل جودة العمليات المهارة التي يظهرها الحلاق أثناء الحلاقة بحركته و حديثه، و مثل جودة المخرج التسريحة النهائية، يحكم عليها الزبون في آخر المطاف[200].

---

[195] Carman, J. M. (1990). Op. cit.

[196] Babakus, E., Boller, G. W. (1992). Op. cit.

[197] Karatepe, O. M., Yavas, U., & Babakus, E. (2005). Op. cit

[198] Grönroos, Christian (1984). A service quality model and its marketing implications, In: Tony Woodall (2001). Op. cit.

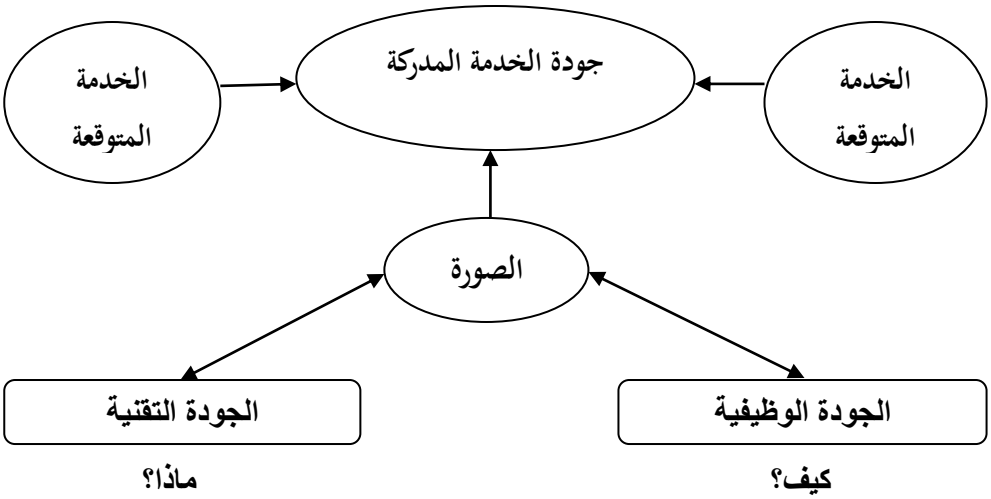
[199] Lehtinen Uolevi and Lehtinen Jarom R. (1982). Service Quality: A Study of Quality Dimensions. In Berry L. L.

Zeithaml V. A., Parasuraman A. (1985). Op. cit.

[200] Lehtinen Jarom R. (1982). Customer Oriented Service System, Service Institute, In Berry L. L., Zeithamel V. A. Parasuraman A., (1985). Ibid.

الشكل الموالي يمثل نموذج الجودة المدركة المقتبس عن Grönroose و الذي يضم ثلاث مكونات سبق لنا ذكرها بالتفصيل (الجودة الفنية (الأداء الفني)، الجودة الوظيفية (تصور العميل للخدمة)، جودة صورة الشركة)

الشكل 10: نموذج الجودة المدركة للخدمة (Grönroose)



المصدر: Grönroos C.,"Service Quality model and its marketing implications", European Journal of Marketing, 18, vol no. 4, pp.36- 44, 1984

3.2 نموذج الأداء الفعلي servperf

يعرف البعض نموذج الأداء الفعلي servperf بأنه نموذج يركز فقط على الأداء الفعلي لقياس جودة الخدمات، و يستند هذا المقياس إلى التقييم المباشر للأساليب و العمليات المصاحبة لأداء الخدمة، اعتمادا على الأبعاد الخمسة للجودة و هي: العناصر الملموسة، الاعتمادية، سرعة الاستجابة، الأمان، التعاطف.[201]

و من ثم يمكن أن يعرف نموذج الاداء الفعلي إجرائيا بأنه نموذج يستخدم لقياس و تقييم جودة الخدمات بالمؤسسات الخدمية المختلفة التي من بينها الخدمات العمومية.

لعل كرونين و تايلور هما أبرز من انتقد اتخاذ التوقعات معيارا لقياس الجودة، مقترحين قياس الجودة من خلال الأداء وحده.

حسب هذا النموذج: **الجودة = الأداء**

[201] Rodrigues, Lewlyn L.R et al; (2011), "Comparison of servequal and servperf Metrics: an empirical study", the TQM journal, vol. 23 Iss 6, pp 629-643.

يقصد بالجودة هنا، الجودة المدركة، و يقصد بالاداء الفعلي الذي يدركه الزبون، و هو نفسه المفهوم الذي يقيسه مقياس سيرفكوال مع التوقعات، لكن نموذج سيرفبارف لا يعتمد على التوقعات في حساب الجودة المدركة.

اقترح كرونين و تايلور نموذجهم البديل في مقالة لهما سنة 1994 [202]، شملت قطاعات خدمية مختلفة متعددة. أظهرت هذه الدراسة أفضلية نموذج الأداء و قدرته على تحسس التباين في إدراك الزبائن لجودة الخدمة[203].

الطريقة العملية للقياس في هذا النموذج هي استخدام نفس أداة سيرفكوال، لكن مع الاستغناء عن البنود 22 التي تقيس التوقعات. يسمح هذا بلا شك بتسهيل معتبر لعملية القياس. هذا النموذج هو الآخر وردت عليه تحفظات من البعض و تأييدا من البعض الخر، و منهم زيثمال نفسه، أحد بناة نموذج الفجوة[204].

بصفة عامة يؤيد كثير من الباحثين حجة الفريق الأمريكي (BZP 1994) بأن مقياس سيرفكوال أكثر غنى من حيث المعلومات المستخلصة و أفيد للمسير في تشخيص مواقع القوة و النقص، لأنه يظهر ما إذا كانت العلامات المتدنية ناتجة عن توقعات عالية أم أداء ضعيف. لكن مقياس الأداء سيرفبارف أقدر على تفسير التباين في مقياس الجودة المدركة[205]، كونه يتجنب المفهوم المعقد للتوقعات و النقائص العملية المترتبة عن مفهوم الفجوة. النقاش لم يحسم بعد فيما يتعلق بأفضلية هذا النموذج أو ذاك، و تختبر الدراسات المتتالية صلاحيتها في الفروع المختلفة من الخدمات وفي بلدان متقدمة و نامية[206]. دراسة بروشادو مثلا، قارنت في قطاع التعليم العالي بين خمسة نماذج: سيرفكوال، سيرفبارف، سيرفكوال مرجح بالأهمية، سيرفبارف مرجح بالأهمية و مقياس خاص هيدربارف (Hedperf)[207] .

لم تصل الدراسة إلى تفضيل قطعي لأي من المقاييس المختبرة، لكنها أكدت أن سيرفبارف أقدر على القياس، إذ يتفوق على بقية المقاييس في كل من الصدقية المعيارية، و الصدقية المفاهيمية، و القدرة التفسيرية.[208]

---

[202] Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1994). Servperf Versus Servqual: Reconciling Performance-based and Perceptionminus-expectations Measurement of Service Quality. Journal of Marketing, 58(1), 125-131.

[203] Brady, M. K. et al. (2002). Performance-only Measurement of Service Quality a Replication and Extension. Journal of Business Research, 55, 17–31.

[204] Cronin, J. J. and Taylor, S.A., (1994). Ibid.

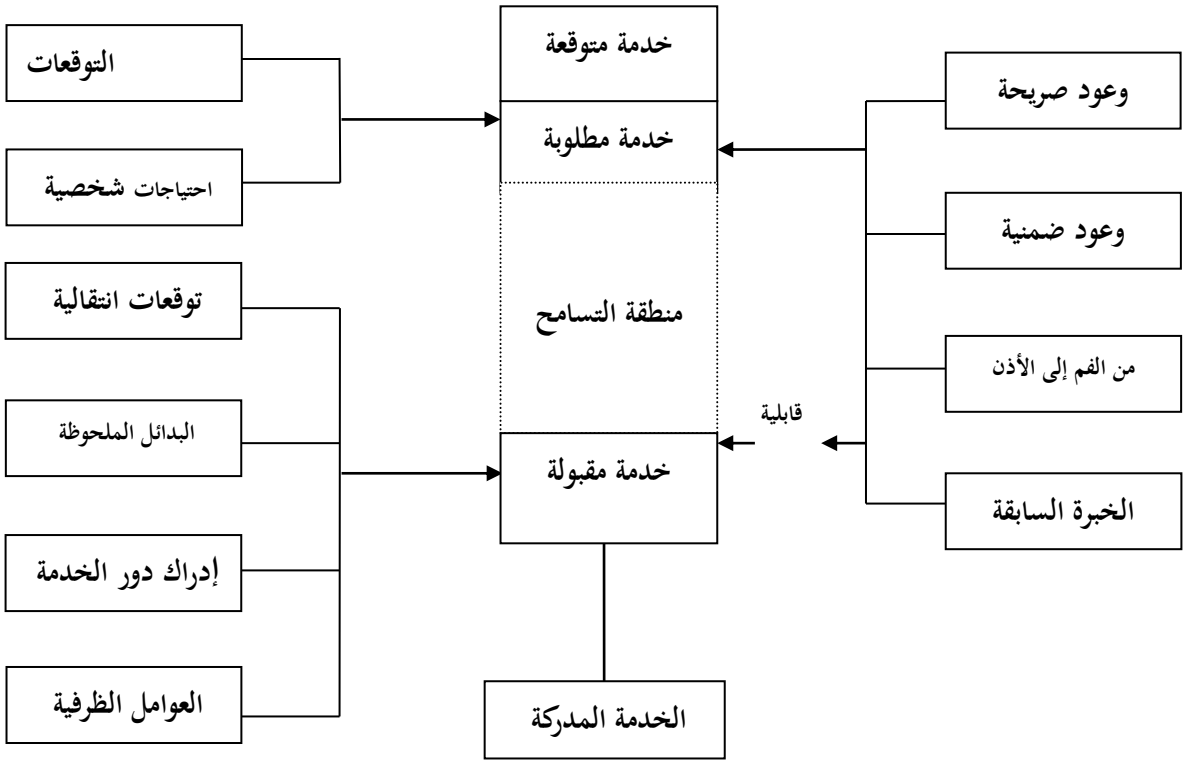
[205] Kevin M. Elliot, (1994). Servperf vs Servqual: a Marketing Dilemma when Assessing Service Quality, The Journal of Marketing Management, Mankato State University, Fall/Winter.

[206] Brady K. M. et al. (2005). Op. cit.

[207] Brochado Ana (2009). Comparing alternative instruments to measure service quality in higher education, Quality Assurance in Education, 17(2), 174-190.

[208] Firdaus A. (2006). The development of HEDPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector, International Journal of Consumer Studies, 30(6), 569-581.

الشكل 11: طبيعة و محددات الجودة المدركة من الخدمات



المصدر: Lendreve. J –Lévy. J –Lindon. D, **Mercater**, (Dunod, 2009 Paris) p 993

الخدمة التي يتوقعها المستخدم هي الفجوة بين الخدمة المطلوبة و الخدمة المقبولة، و إذا كانت الخدمة المتلقات اقل من الخدمة المتوقعة فسوف تسبب استياء للعميل. الخدمة المطلوبة تتأثر بعاملين رئيسين هما: العوامل المحددة للمستخدم و العوامل ذات الصلة بالمؤسسة، الخدمة المطلوبة تعتمد دائما على تصرفات العميل، مستوى الطلب العام على الخدمات، الاحتياجات الشخصية و يتوقف أيضا على الشركات، الوعود الصريحة و الضمنية، من الفم إلى الأذن، التجارب السابقة من الخدمة. أما الخدمة المقبولة و تعني قبولها يتوقف على توقعها الحد الأدنى من الخدمة، تصور البدائل، تصوير أو إدراك الدور الخاص في خدمة العملاء و العوامل الظرفية، و مقارنة بين الخدمة المتوقعة و الخدمة المدركة من قبل الزبون خلال تجربة الخدمة يخلق إما رضا الزبون أو عدم رضاه[209].

1.3.2 نموذج CARTER

[209] Lendreve. J –Lévy. J –Lindon.D, Mercater, 2009, Opcit, p 993.

في ورقة بحثية بعنوان "تطوير أداة لقياس جودة خدمة العملاء (SQ) في البنوك الإسلامية" نشرت في IJIFS في جوان 2001، خلص المؤلفون إلى أنه من المهم للمصارف الإسلامية تبني برنامج جودة الخدمة لتحسين طرق تقديم المنتجات و الخدمات لعملائها و التعامل مع المنافسة القوية من البنوك التقليدية و الوافدين الجدد إلى السوق. كما طورت الدراسة أداة لقياس جودة الخدمة في الصيرفة الإسلامية بستة أبعاد سميت ب CARTER نسبة للحروف الأولى من كل بعد: (الامتثال التام للشريعة الإسلامية و مبادئها، الضمان، الموثوقية، التعاطف و الاستجابة).

وأظهرت الدراسة أخيرًا أن CARTER تضمن 6 أبعاد مع 34 عنصرًا و معظمها كانت صالحة بشكل كبير والتي ظهرت في كل من أوزان و نسب العناصر المهمة.

وفقًا لما أفاد به عثمان و أوين (2001)، فقد أدرك العديد من الباحثين و علماء الجودة الحاجة إلى تطوير مقاييس صحيحة و مميزة للتقييم المعياري نظرًا لارتفاع تطوير الخدمة في العقود القليلة الماضية،[210] كما هو الحال مع Gronroos سنة (1988;1984)،[211، 212] و أيضا Le Blan و آخرون سنة (1988)[213]. كما هو موضح سابقا، فإن نموذج SERVQUAL يتكون من 22 عنصرًا أو بندا، و يستند إلى فكرة أن جودة الخدمة مستمدة من الفرق بين توقعات المستهلكين حول أداء فئة معينة من مقدمي الخدمة و تقييمهم للأداء الفعلي لشركة معينة داخل تلك الفئة. تم وصف جودة الخدمة على أنها شكل من أشكال السلوك المرتبط بالرضا و لكن ليس مكافئًا له، و الذي ينتج عن مقارنة التوقعات بالأداء.[214]

إن نموذج "CARTER " هو عبارة عن أداة يمكن استخدامها لتحديد و قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية و لإنشاء أدوات مفيدة لتقييم الجودة. و يشمل بالإضافة إلى الامتثال للشريعة الإسلامية و المبادئ جميع الأبعاد الخمسة للخدمات و التي تشمل 34 بندا.[215] يعرّف كلا النموذجين رضا العملاء على أنه جودة الخدمة المدركة، وهي الفجوة بين الخدمة المتوقعة وتصور الخدمة المستلمة فعليًا. تم تصور أبعاد كارتر كإطار مقترح لقياس جودة الخدمات في البنوك الإسلامية و كشفت النتائج المنشورة

---

[210] Othman, A. and Owen L. (2001), "developing an Instrument to measure customer service quality (SQ) in Islamic banking", International Journal of Islamic Financial Services , Vol. 3 (1), April and June, pp. 1-26.

[211] Gronroos, C. (1984), "A SQ model and its marketing implications", European Journal of Marketin g, Vol. 18, pp. pp. 36-44.

[212] Gronroos, C., (1988), "SQ: the six criteria of good perceived SQ", Review of Business, 9(3), pp. 10-13.

[213] Le Blanc, G. and Nguyen, N. (1988), "Customers' Perceptions of service quality in Financial Institutions", International Journal of Bank Marketing , 6(4), pp. 7-18.

[214] Parasuraman, A., Berry, L. and Zeithaml, V. (1988), "SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perceptions of SQ", Journal of Retailing , Vol. 64, spring, pp. 12-40.

[215] Othman, A. and Owen L. (2001), opcit.

في الأوراق الأخيرة أنه من المهم بالنسبة للبنوك اعتماد برنامج جودة الخدمة. حدد Othman و Owen (2001) الأبعاد الستة على النحو التالي:

- البعد 1: الامتثال "Compliance " (1-5 بنود) و هو ما يعني القدرة على الإيفاء بالشريعة و العمل تحت مبادئ الاقتصاد و الاقتصاد الإسلامي.
- البعد 2: الضمان "Assurance " (البنود 6-10) هو معرفة و مجاملة الموظفين و قدرتهم على نقل الثقة. كما يشمل التواصل الشفهي و المكتوب بين موظفي البنك و العملاء.
- البعد 3: الموثوقية "Reliability " (البنود 11-14) القدرة على أداء الخدمة الموعودة بموثوقية و دقة.
- البعد 4: الأشياء الملموسة أو الملموسية "Tangibles " (البنود 15-19) و هذا يعني ظهور المرافق المادية و المعدات و الأفراد و مواد الاتصال.
- البعد 5: التعاطف "Empathy "(البنود 20-28) الاهتمام والاهتمام الفردي الذي يقدمه البنك الإسلامي لعملائه.
- البعد 6: الاستجابة "Responsiveness "(البنود 29-33) هي الرغبة في مساعدة العملاء وتقديم خدمة سريعة.

علاوة على ذلك، أظهرت النتائج أن صحة هذا النموذج مهمة بشكل كبير لأن العلاقة بين الجودة و الرضا و الالتقاء بالخدمة وجدت إيجابية. قد يقدم هذا النموذج (كارتر) الفوائد التالية للمصارف الإسلامية:

- ✓ إنها المقاربة الأولى لإضافة و مزج المعتقدات الدينية و القيم الثقافية للعملاء مع أبعاد الجودة الأخرى.
- ✓ يوفر تحليلاً متعدد الأوجه لرضا العملاء.
- ✓ يربط الجودة برضا العملاء و تلبية الخدمة.
- ✓ يوفر معلومات على عدة مستويات، منظمة بالفعل في مجموعات ذات مغزى.
- ✓ إنه نهج مثبت، ينتج عنه إجابات قابلة للاستخدام لتلبية احتياجات العملاء.
- ✓ إنه قائم على أساس تجريبي ومنهجي وموثق جيدًا.

2.3.2 النموذج النظري للبحث (دراسات سابقة)

فيما يلي نكتفي بعرض عدد من الدراسات التي اختصت بالجودة في القطاع الخدمي في البلدان النامية و العالم:

دراسة williams Sabadie، (2003)، تصور و قياس الجودة المدركة للخدمة العمومية، فرنسا.

William sabadie, **conceptualisation et mesure de la qualité perçue d'un service public**, **Recherche et application en marketing**, **vol**. **18**, **n1**, **pp 1–25**.

يتمثل الهدف الأول من البحث في تطوير و التحقق من أداة قياس لكل من مفهوم الجودة المدركة من قبل المستخدمين (نماذج العملاء "Modèles Client"، و النماذج القانونية "Modèles legal" و نموذج المواطن). للقيام بذلك، تمت دراسة فئتين من الخدمات العامة: الخدمات القانونية التي يقدمها صندوق مخصصات الأسرة (CAF) و خدمات النقل الإقليمي السريع المقدم من صندوق دعم الأسرة (SNCF). من خلال 214 استبيانا وزع على متعاملي صندوق مخصصات الأسرة، و 263 استبانة وزعت على مستخدمي النقل الإقليمي السريع تم التوصل إلى أن أداء الخدمات العمومية على جوانب الجودة له تأثير مهم و هام على رضا المستخدمين. تشير نتائج دراسة القدرة التنبؤية للنماذج الثلاثة البديلة للجودة إلى التحقق جزئيًا من الانقسام الكلاسيكي بين الخدمات العمومية المعيارية و الخدمات العمومية الصناعية و التجارية. نموذج العملاء الخاص بالجودة متفوق على النماذج الأخرى في سياق خدمات SNCF. من ناحية أخرى، تؤكد النتائج على أهمية نموذج المواطن للجودة في سياق الخدمات العمومية المعيارية. توضح هذه النتيجة مساهمة المبادئ التي وضعها المشرع من أجل إعادة التوازن في علاقة القوة بين المستخدم و المزود.

دراسة Enrique Bigné و آخرون، (2003)، الجودة المدركة و الرضا في المنظمات متعددة الخدمات: حالة الخدمات العمومية الإسبانية، إسبانيا.

Enrique Bigné Miguel A. **Moliner Javier Sánchez**, (**2003**),"**Perceived quality and satisfaction in multiservice organisations**: **the case of Spanish public services**", **Journal of Services Marketing**, **Vol**. **17 Iss 4 pp**. **420 – 442**

الهدف الرئيسي من هذا البحث هو دراسة العلاقة السببية بين بنيتين، الجودة المدركة والرضا، في حالة معينة داخل المنظمات متعددة الخدمات. تقدم هذه المؤسسات مجموعة من الخدمات لعملائها، بحيث يكون تقييم الجودة و الرضا الشاملين أكثر تعقيدًا من مؤسسات تقدم خدمة واحدة فقط. تركز الدراسة على منظمتين متعددتي الخدمات مملوكتين للقطاع العام: المستشفيات و الجامعات. يقول الباحثون الطبيعة الخاصة للمنظمات متعددة الخدمات هي أنه عند التعامل مع تأثيرات أبعاد الجودة المدركة من الضروري الأخذ في الاعتبار ليس فقط الجودة المدركة لكل خدمة ، ولكن أيضًا الجودة الشاملة المتصورة لمنظمة متعددة الخدمات والرضا العام عنها. من خلال النتائج المتحصل عليها يمكننا أن نؤكد أن المقياس المستخدم لتحديد الجودة المدركة للخدمات الأساسية للمستشفيات، و الجامعة، يتكون من خمسة أبعاد، كما اقترحها Parasuraman و آخرون (1988) و هي : الملموسية، الموثوقية، الاستجابة، الثقة و التعاطف.

كما أنه فيما يتعلق بعملية تشكيل الجودة المدركة للخدمات الأساسية والمحيطية التي تم النظر فيها، من حيث الأبعاد التي تشكل الجودة المذكورة، يمكن تعميم تأثير الموثوقية فقط على جميع الحالات التي تم تحليلها. يتم تحديد الجودة الشاملة المدركة لجميع الخدمات العمومية التي يتم النظر فيها بشكل أساسي من خلال الجودة المدركة للخدمة الأساسية، حيث يكون تأثير الجودة المدركة للخدمات الطرفية أضعف، و لكنه مهم دائمًا.

دراسة زيسيس باندليس و آخرون، (2009)، تطبيق قياس الأداء في مفهوم جودة الخدمة، حالة منظمة خدمية يونانية. اليونان.

Zisis Pandelis et al. (**2009**). **The Application of Performance Measurement in the Service Quality Concept**: **The Case of a Greek Service Organisation**. **Journal of Money**, **Investment and Banking**, **9**, **27–41**.

تناولت هذه الدراسة قياس الأداء في مؤسسة خدمية في اليونان. استخدم الباحثون المقابلة شبه المهيكلة مع المسيرين في المناصب المعنية بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى دراسة وثائق المؤسسة لمعرفة نقاط الضعف و القوة في نظام قياس الأداء. بالإضافة لذلك تم استجواب الزبائن لمعرفة أثر قياس الأداء في المؤسسة على جودة الخدمة من وجهة نظرهم.

حسب الباحثين، قامت المؤسسة بتكليف هيئة بحث مختصة لمعرفة أكثر الخصائص المؤثرة على الجودة، فأجرت 6 مقابلات معمقة و 328 مقابلة بالهاتف مع ثلاث مجموعات من الزبائن: زبائن حاليين، زبائن أوقفوا تعاملهم و زبائن مهمين خفضوا تعاملهم مع المؤسسة. أكثر الخصائص المؤثرة حسب النتيجة المتوصل إليها كانت: كفاءة خدمة الزبائن، سرعة التسليم، كفاءة عملية التسليم، الأمن أثناء الشحن، تأدب العاملين أخيرا مهارة العاملين. من أجل نفس الغية، قامت المؤسسة بتوزيع استبيان على كافة وكالاتها، شارك فيه 800 من العاملين ذوي الاحتكاك المباشر مع المستخدمين بهدف معرفة المؤثرات على الجودة من وجهة نظر داخلية. أغلب المؤشرات التي برزت من الدراسة الداخلية كانت قد ظهرت في المقابلات مع الزبائن المهمين، بالإضافة إلى: الصبر على شكاوي الزبائن، و الحرص و الاجتهاد في تلبية طلباتهم.

المؤسسة قامت بعد ذلك بتوزيع استبيان نموذج SERVQUAL على المستخدمين، و تبين أن الاعتمادية و الاستجابة هما البعدين اللذين سجل فيهما أكبر فرق سالب بين الإدراكات و التوقعات. في النهاية تقرر أن تركز المؤسسة على تحسين نظام التسليم و تحسين العلاقة مع الزبون و خاصة معالجة الشكاوى.

بعد تحديد الخصائص المؤثرة على الجودة (Critical To Quality attributes) عملت هذه المؤسسة على ترجمة هذه المتطلبات إلى طرق و كيفيات، أي ترجمة "الماذا" إلى "كيف" و ذلك باستخدام طريقة دار الجودة، حيث وزعت مصفوفة تطوير وظائف الجودة (Quality Function Development)، على ممثليها و مسؤولي العلاقة مع المستخدمين من أجل تقييم درجة الارتباط بين بنود "الماذا" و "الكيف".

الباحثون قاموا من جهتهم بتوجيه استبيان إل 10 مؤسسات حددت لطول تعاملها مع المؤسسة من أجل تقييم أثر تطبيق قياس الأداء من وجهة نظر الزبائن على جودة الخدمة. أغلب المستجوبين أجابوا بأن المؤسسة تحسن أداؤها العام بعد تطبيق قياس الأداء في عدد من جوانب الخدمة. بينما بقي الوضع على حاله في جوانب أخرى. في الأخير قام الباحثون بنقد نظام قياس الأداء في المؤسسة على ضوء الأدبيات، فانتقدوا استخدامها SERVQUAL لقياس الفجوة بين التوقعات و الادراكات من أجل تحديد الأبعاد التي تحتاج أن تحضى بالأولوية، حيث يرون أن النقائص في مقياس SERVQUAL يمكن أن تكون قد أدت إلى الخطأ في تحديد الأبعاد ذات الأولوية الحقيقية.

أهمية هذه الدراسة تأتي من كونها تناولت مؤسسة بريدية في بلد نامي (اليونان)، و أبرزت إجراءات البحث التي اتبعتها لتعيين محددات الجودة الأهم للزبون. في المقابل استخدم الباحثون الثلاثة أساسا منهجية كيفية اعتمدت على المقابلات و على دراسة الوثائق، ثم استخدموا الدراسة الكمية في نهاية المطاف لقياس أثر نظام قياس الأداء على الجودة المدركة للخدمة لدى عينة من عشر مؤسسات.

دراسة Prabha Ramseook و آخرون، (2010)، جودة الخدمة العمومية، موريشيوس.

Prabha Ramseook–Munhurrun, **Soolakshna Lukea–Bhiwajee et Perunjodi Naidoo**, (**2010**), **Service Quality in the public Service**, **international journal of management and marketing research**, **volume3**, **n1**, **37–50**.

تم اعتماد أداة SERVQUAL لقياس جودة خدمة المستخدمين في هذه الدراسة، لأنها أظهرت "الفجوة" بين توقعات العملاء و تصورات موظفي الخط الامامي (FLE) لتوقعات العملاء. و هكذا تم إعطاء استبيان الاستقصاء لهاتين المجموعتين المتميزتين من المجيبين. كل مجموعة لديها وجهة نظر متباينة لجودة الخدمة. تم قياس البنود الواردة في الاستبيان على مقياس من خمس نقاط يتراوح بين "1 = لا أوافق بشدة" و "5 = أوافق بشدة"، و تم سؤال المشاركين عن تقدير توقعاتهم وتصوراتهم للعناصر المختلفة للخدمة العمومية. تم اختبار الاستبيان المطور من قبل 15 عميلًا و 5 موظفين. و قد لوحظ أن المجيبين كانوا مرتبكين مع صياغة

بعض الأسئلة وتكرر سؤالين. بالنظر إلى أنه يمكن تعديل أداة SERVQUAL لتناسب الاحتياجات البحثية المحددة، تم تغيير الكلمات المطلوبة و اختصار 22 عبارة إلى 20.

تم إجراء هذا البحث في أحد إدارات القطاع العام في موريشيوس. و تتمثل المهمة الرئيسية لهذه الإدارة العامة في ضمان تنفيذ القوانين التي تنظم النقل البري من أجل الحفاظ على الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية للبلد. هذه الإدارة العامة لها فروع فرعية في جميع أنحاء الجزيرة، و مقرها الرئيسي في بورت لويس، عاصمة موريشيوس. يقدم القسم مجموعة من الخدمات "بسعر التكلفة". أثبت تقييم توقعات و تصورات جودة الخدمة التي تم بحثها في هذه الدراسة أنه يمكن الاعتماد عليه في إعداد الخدمة العمومية. تشير الفجوات في جودة الخدمة إلى أن قسم الخدمة العمومية فشل في تلبية توقعات العملاء. تقدم نتائج هذا التحليل دليلًا على ضرورة تقليص الفجوات بين مقدمي الخدمة. تتمثل إحدى الخطوات المهمة في تقليل الفجوات بين مزودي الخدمة في قياس توقعات العملاء و إيصال هذه التوقعات إلى موظفي الخط الأمامي. إذا لم يفهم موظفو الخط الامامي احتياجات المستخدمين تمامًا، فلن يُتوقع منهم تلبية هذه الاحتياجات أو تجاوزها. في الواقع يرتبط النقص في جودة الخدمة العمومية في موريشيوس بعدد من القيود، مثل عدم كفاية النظم الداخلية لدعم الموظفين و عدم كفاية القدرة على تقديم الخدمات الجيدة. بسبب هذه القيود، الموظفون غير راغبون أو غير قادرين على أداء الخدمة على المستوى المطلوب من قبل المستخدمين.

دراسة Ritu Narang، (2010)، "قياس الجودة المدركة لخدمات الرعاية الصحية"، الهند.

Ritu Narang, (2010),"Measuring perceived quality of health care services in India", Assurance, Vol. 23 Iss 2 pp. 171 – 186 International Journal of Health Care Quality

الهدف من هذه الدراسة هو فهم تصور المرضى تجاه خدمات الرعاية الصحية في لكناو استنادًا إلى مقياس مكون من 20 عنصرًا. تمت إدارة المقياس المكون من 20 عنصرًا لـ 500 مستخدم من مراكز الرعاية الصحية التي تضم مركزًا صحيًا ثلاثيًا و جامعة طبية تابعة للدولة و مستشفيين تبشيريين في لكناو بالهند. تم العثور على مقياس موثوق به إلى حد كبير مع قيمة ألفا كرونباخ الشاملة من 0.74. تم العثور على "العاملين في مجال الصحة و الممارسات" و "تقديم الرعاية الصحية" لتكون ذات دلالة إحصائية في التأثير على التصور. كان المستجيبون أقل إيجابية نسبياً في البنود المتعلقة بـ "الوصول إلى الخدمات" و "كفاية الأطباء للنساء". تم تقييم المركز الصحي العالي على أنه أكثر فقراً من الجامعة الطبية و المستشفيات التبشيرية. كان المشاركون في البداية في حيرة وغير قادرين على فهم الغرض من الدراسة. شكك عدد منهم في التعبير عن آرائهم لأنهم اعتقدوا أنها بدأت من قبل إدارة المستشفى

ولا يريدون التعبير عن أي رأي سلبي خوفًا من دعوة غضبهم. أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأداة المستخدمة للدراسة كانت أداة موثوق بها إلى حد كبير، مما يعكس حقًا القدرة على تمييز تأثير المتغيرات الديموغرافية و الاجتماعية و الاقتصادية المختلفة مثل العمر والجنس والتعليم والدخل على تصور المرضى المتعلقة بالجودة في مراكز الرعاية الصحية المختلفة. يقول الباحث هنا أنه على صانعي السياسة النظر في متطلبات و آراء المرضى لإحداث تغيير جوهري و تحسين كبير في جودة خدمات الرعاية الصحية الخاصة بهم من أجل الاستخدام الأفضل و المتزايد لخدماتهم.

دراسة عزيزداه وآخرون، (2013)، قياس جودة الخدمة في القطاع العام، دراسة حالة مكتب بريدي، إيران.

Azizzadeh Fariba, Khalili Karam and Soltani Iraj, (2013), Service Quality Measurement in the Public Sector, Ilam Province Post Office Case Studies, International Journal of Economics, Finance and Management, 1(3).

استخدم الباحثون في هذه الدراسة مفهوم الفجوة بين التوقعات و الإدراكات لقياس جودة الخدمة في مكتب بريدي بمقاطعة إلام بإيران. الأداة المستخدمة هي مقياس Servequal بأبعاده الخمسة مع إضافة بعد خاص بالتكلفة. توصلت هذه الدراسة التي بلغت عينتها النهائية 180 استبانا إلى وجود فجوات سلبية في كل من الأبعاد الستة المكونة للمقياس المستعمل. تبين هذه الدراسة إلى أن مقياس Servequal لا يزال يستخدم بأبعاده الخمسة في العالم النامي، مع إجراء تعديلات عن طريق إدخال أبعاد جديدة أو حذف أبعاد معينة.

دراسة شرف سعيدي و بشرى العبادي، (2018)، محددات الجودة المدركة للخدمة: التطبيق على الخدمات العمومية ذات الطابع التجاري و الصناعي، المغرب.

Charaf Saidi et Bouchra El Abbadi, (2018), Les déterminants de la qualité perçue dans la relation de service : Application aux services publics à caractère commercial et industriel (SPIC), international journal of innovation and applied studies, vol. 16, n1, pp25-37

تعالج هذه الدراسة علاقات المستخدمين في مجال معين و هو مجال الخدمات العمومية الصناعية و التجارية (SPIC). إنه موضوع البحث النظري و التجريبي حول إدارة الخدمات العمومية الصناعية و التجارية (SPIC)، و الذي يركز على مراعاة توقعات المستخدمين / العملاء و عواقبه على الشعور بالرضا / عدم الرضا. استنادًا إلى النموذج المنهجي لتشرشل إلى جانب إجراء Larcker و Fornell، فإن هدف هذه الدراسة هو معرفة العوامل التوضيحية لهذا الشعور و بناء مجموعة من محددات الجودة التي ينظر إليها المستخدمون / العملاء في علاقتهم مع الخدمات العمومية الصناعية و التجارية (SPIC). تمت الدراسة في قطاع

الخدمات العمومية ذات الطابع الصناعي و التجاري من مياه الشرب و الصرف الصحي. تم توزيع استبيان منظم و مغلق لدعم جمع البيانات، اعتمد الباحثان على نموذج Servequal لصياغة الاستبيان، تم توزيع هذا الاستبيان بالاعتماد على ثلاثة طرق هي: التوزيع المباشر لـ 290 استبانه من أصل 850 وجهاً لوجه عند مدخل الوكالات التجارية لمقدمي الخدمات المعنيين، و 322 استبانه من أصل 980 وزعت بطريقتين إما عن طريق التوصيل إلى المنازل مع الرجوع ثانية لاسترداد الاستبيان المكتمل أو باستخدام البريد الإلكتروني.

تم الوصول إلى نموذج متكون من عاملين هما: شروط الاستقبال و يشمل كل من إدارة الحشود، جودة الأجهزة و المعدات، الاهتمام و المساعدة. أما العامل الثاني يتمثل في كفاءة موظفي الخط الأمامي (الذين لديه اتصال مباشر مع المستخدمين) و يضم هذا الأخير: المجاملة من قبل الموظفين، اليقظة من الموظفين في مواقع البناء، الثقة في الموظفين و كفاءة الموظفين. حيث خلص الباحثان إلى أنه تتحدد الجودة المدركة للخدمات العمومية التجارية و الصناعية وفق بعدين هما: "شروط الاستقبال" و " كفاءة موظفي الخط الأمامي".

4.2 فرضيات البحث

كمرحلة أولى من هذا البحث نريد اختبار أبعاد سيرفكوال الخمسة إضافة إلى أربعة أبعاد للباحث sabadie من حيث الانسجام الداخلي و من حيث صدقيتها التقاربية و التمايزية، بحيث نهدف إلى قياس الجودة المدركة فقط دون التوقعات للخدمات التي يقدمها "الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي"، حسب توصية Cronin و Taylor، الفرضية الأساسية الأولى المختبرة في هذا الفصل هي كالتالي:

ف1: ما مدى ملائمة أبعاد الجودة المدركة للخدمة (RATER) عند تعديلها على السياق الجزائري "خدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء"؟

لاختبار هذه الفرضية نقوم بقياس الانسجام الداخلي بمعامل ألفا لكرونباخ، و ارتباط البنود بالمجموع، و مجموع ارتباطات البند بالبنود الأخرى. سوف نعتبر أن البعد يتمتع بالانسجام الداخلي إذا جاءت ألفا أكبر من 0.7، حسب المعيار الشهير Nunnally و Bernstein [216]، و ذلك بعد تصفية المقياس باستخدام مجموعة من المؤشرات:

قيمة ألفا في حالة حذف البند، ارتباط البند بالمجموع و مدى تقارب مجاميع ارتباطات كل بند بالبنود الأخرى للمقياس الفرعي.

تتفرع الفرضية السابقة إلى فرضيات فرعية تخص كل بعد على حدة:

ف1.1: تعتبر الملموسية بعدا لقياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.

ف1.2: الاعتمادية بعد لقياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.

ف1.3: الاستجابة بعد لقياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.

ف1.4: الضمان بعد من أبعاد قياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.

ف1.5: التعاطف بعد من أبعاد قياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.

أما الفرضية الأساسية الثانية فهي كالتالي:

ف2: ما مدى ملائمة أبعاد الجودة المدركة للخدمة (PTRE) عند تعديلها على خدمات صندوق الضمان الاجتماعي الجزائري؟

و تتفرع هذه الأخيرة إلى الفرضيات التالية:

ف2.1: المشاركة بعد من أبعاد قياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.

ف2.2: الشفافية بعد من أبعاد قياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.

ف2.3: تسيير الشكاوي بعد لقياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.

ف2.4: المساواة في المعاملة بعد لقياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.

تعالج دراستنا إشكالية الخدمة العمومية من منظور تسويقي، بحيث قمنا بتسليط الضوء في فصل سابق على مفهوم الجودة المدركة للخدمة العمومية، دعما لهذا الجزء النظري ارتأينا القيام بدراسة ميدانية من أجل تحديد العوامل المحددة لجودة خدمات صندوق

[216] Nunnally, Jum C. and Bernstein Ira H. (1994). Op. cit.

الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء من وجهة نظر المستخدم (المواطن) و منه الوصول إلى سلم قياس خاص و محدد لهذه الخدمات في الجزائر. و عليه اعتمدنا في دراستنا على نموذجين هما: نموذج الفجوة Servequal و الذي يضم خمسة أبعاد (RATER) إضافة إلى أربعة أبعاد أخرى لـ Sabadie.

1.4.2 تساؤلات البحث و المنهجية المتبعة لدراستنا

تفرعت فرضيات هذه الدراسة إلى مجموعة من التساؤلات قمنا بتوضيحها من خلال المخطط التالي:

رسم توضيحي "1": تساؤلات البحث و المنهجية المتبعة لدراستنا

التساؤلات الأساسية للبحث	الفرضيات الأساسية
ما مدى ملائمة أبعاد الجودة المدركة للخدمة (RATER) عند تعديلها على السياق الجزائري "خدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء"؟	**ف1: تعتبر الملموسية بعدا لقياس الجودة المدركة لخدمات (ص، ض،إ، ع، أ) ؟** **ف2: الاعتمادية بعد لقياس الجودة المدركة لخدمات (ص، ض،إ، ع، أ)؟** **ف3: الاستجابة بعد لقياس الجودة المدركة لخدمات**
ما مدى ملائمة أبعاد الجودة المدركة للخدمة (PTRE) عند تعديلها على خدمات صندوق الضمان الاجتماعي الجزائري؟	**ف6: المشاركة بعد من أبعاد قياس الجودة المدركة لخدمات (ص، ض،إ، ع، أ)؟** **ف7: الشفافية بعد من أبعاد قياس الجودة المدركة لخدمات (ص، ض،إ، ع، أ)؟** **ف8: تسيير الشكاوي بعد لقياس الجودة المدركة لخدمات (ص، ض،إ، ع، أ)؟** **ف9: المساواة في المعاملة بعد لقياس الجودة المدركة لخدمات (ص، ض، إ، ع، أ)** **ف10: التقييم العام بعد لقياس الجودة المدركة للخدمة.**
ما هي أبعاد الجودة المدركة للخدمة في صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء؟ اقتراح نموذج يربط الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان	

4.1 فرضيات الجزء الأول – صلاحية أبعاد (RATER) في السياق الجزائري "خدمات ص ض إ ع أ"

الفرضيات الرئيسة لهذا القسم متعلقة بصلاحية الأبعاد الخمسة الشهيرة (RATER) عند تطبيقها على السياق الجزائري و اختبرناها من حيث الثبات و الصدقية و التمايزية. ناقشت العديد من الدراسات مسألة ثبات و صدقية هذه الأبعاد و غالبا ما وجدت ذات درجة عالية من الانسجام الداخلي، أما هيكلة المفهوم فتباينت فيها نتائج الدراسات حتي في السياق الأمريكي و الأوروبي.

4.2 فرضيات الجزء الثاني – صلاحية أبعاد (PTRE) في السياق الجزائري "خدمات ص ض إ ع أ"

فرضيات هذا الجزء متعلقة بصلاحية أبعاد الباحث Sabadie المختصرة في (**PTRE**) " **Participation**, **Transparence**, **Gestion des Réclamations**, **Egalité**" عند تطبيقها على السياق الجزائري اختبرناها من حيث الثبات و الصدقية و التمايزية.

من خلال الجزئين السابقين و تبعا لنتائج الفرضيات التسعة السابقة الذكر، نطمح إلى بناء أداة عملية لقياس الجودة المدركة للخدمات التي يقدمها صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء، بمعنى صياغة أبعاد مقياس خاص لهذه الخدمة (dedicated scale).

خاتمة الفصل الثاني

إن من أساسيات الحكم على جودة الخدمة العمومية، هو توقعات المستخدمين نحو هذه الأخيرة. و من خلال مقارنة الجودة المدركة للمستخدين مع مستوى الأداء للخدمة المقدمة لهم بالفعل، تتضح قيمة و مكانة جودة الخدمة المقدمة. و من أهم الشروط التي يجب أن تتوفر في الخدمة العمومية لكي تكون ذات جودة عالية تمكنها من أن تقابل أو تفوق توقعات مستخدميها، هو الفهم الصحيح لطبيعة و محددات توقعات المواطنين من جانب الإدارة العمومية. حيث أن هذا الفهم بدوره يساعد الإدارة العمومية على الوصول إلى الوسائل و الأساليب الفعالة لإدارة هذه التوقعات، بطريقة تمكنها من تقديم خدمات للمواطنين تفوق المستوى المقبول لديهم، و من ثم زيادة رضاهم عن هذه الخدمات.

يعتبر نموذج الفجوة هو الركيزة أو الإنطلاقة التي اعتمدها أغلب الباحثين أثناء قياسهم و تقييمهم لجودة الخدمة مهما كان تصنيف هذه الخدمات، فمن خلال هذا الأخير استطاع الباحثون أن يخلصوا إلى عدة نماذج أو سلم لقياس جودة الخدمات.

الفصل الثالث

منهجية البحث و نتائج الدراسة

مقدمة الفصل الثالث

من المعروف أن جودة الخدمة تعتبر متغيرًا كامنًا (latent) يتم اشتقاقه في النهاية كمزيج من بعض المتغيرات (الأبعاد) الكامنة المستقلة الأخرى. تتم ملاحظة المتغيرات (attributes) المعروفة، والتي يتم التعبير عنها عمومًا بمقياس ترتيبي، من خلال تسليم الاستبيانات إلى مستخدمي الخدمة، من أجل قياس هذه الأبعاد. لذلك، كون الاستبيان أداة قياس، يجب معايرته. المعايرة الإحصائية هي إجراء يحقق أفضل تقريب للتدابير الحقيقية مما يجعل من الممكن معايرة أخطاء القياس.

تقارن نماذج المعايرة الكلاسيكية المقياس الذي تم الحصول عليه بواسطة الجهاز مع المقياس الحقيقي، و هذا ما اعتمدناه في دراستنا. الهدف في مشكلة المعايرة الكلاسيكية متعددة المتغيرات هو الحصول على أفضل تقريب للمقياس الحقيقي بواسطة مقياس غير مباشر.[217] في مجال القياس النفسي، هذا غير ممكن لأن المقياس الحقيقي كامن، لهذا لا يمكن ملاحظته. لذلك، فإن الهدف هو قياس الجودة الفعالة للخدمة، و التي تختلف عن الجودة المدركة هنا، و هو عكس الهدف الذي يصبو إليه بحثنا.

1.3 منهجية الدراسة

الهدف من هذا البحث هو بناء مقياس خاص بالخدمة في "الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء"، و من ثم اختبار ثباته و صدقيته. منهجية هذه الدراسة مستلهمة من منهجية (Paradigm of churchill) الشهيرة[218]. حيث يميز churchill بين مرحلتين، الاستكشاف و التأكيد، و تتكون منهجيته لتطوير مقياس معين من مجموعة من ثمان خطوات متتالية، مع ذهاب و إياب بحسب نتيجة تقدير الثبات و الصدقية (في الخطوات 4، 6 و 7)، بما يسمح بمرونة في الخيارات النظرية و المنهجية. الخطوات الأربع الأولى في منهجية churchill هي تحديد مجال المفهوم، صياغة بنود الاستبيان، جمع بيانات ثم تنقية المقياس. تمثل هذه المراحل الثلاثة الجزء الاستكشافي من الدراسة، و تسمح بتحديد المفهوم بالنسبة للباحث و صياغة و تحديد البنود المعبرة عن الأبعاد التي يفترضها بعبارات قريبة من لغة الزبون حتى يفهمها المستجوب و يتجاوب معها. الخطوات الثلاثة

[217] Salini S, Zirilli A, Tiano A, (2002), "Multivariate Calibration by Means of Kalman Filter", in Proceedings of the 'SIS 2002' meeting, 5-7 Giugno, Università degli Studi Milano-Bicocca, 493-496, Cleup Editrice.

[218] Churchill, G. (1979). Op. cit.

المتبقية تمثل الجزء التأكيدي من الدراسة، و الجانب العملي يظهر في الخطوة الأخيرة حيث تستغل نتائج الدراسة لصياغة مؤشرات عملية[219].

تقديم اختبار ثبات المقاييس (باستخدام ألفا لكرونباخ) على اختبار الصدقية التقاربية و التمايزية بالتحليل العاملي (باستخدام طريقة المكونات الأساسية، طريقة المحاور الأساسية أو المعقولية العظمى) يبرره churchill بأن البدء باختبار الثبات يسمح بسحب البنود غير المنسجمة مع البعد لكي لا تؤثر على نتيجة التحليل العاملي بإظهار مكونات غير حقيقية.

تكون هذه المنهجية ملائمة حسب Roussel عندما يكون المفهوم الذي يتم قياسه يتوفر على إطار نظري جيد، و هو ما يمكن قوله عن مفهوم الجودة المدركة للخدمة بالنظر إلى العدد الكبير من الدراسات حولها، بحيث يقتصر هدف الباحث على تطوير أداة لقياس المفهوم المستهدف و اختبار الأداة المطورة و صدقيتها و اختبار الأبعاد المفترضة.

1.1.3 مجتمع و عينة الدراسة

لتحديد العينة المناسبة للدراسة يجب معرفة مجتمع الدراسة و الأسباب التي جعلتنا نختار هذه العينة بالتحديد.

1.1.1.3 مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في طلبة الماستر و الدكتوراه لكلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير لجامعة معسكر لسنة 2019/2018، هذا بالنسبة للفئة الأولى أما الفئة الثانية فتمثلت في مواطني مدينة معسكر الذين وجدناهم في قاعات الانتظار في كل من بلدية معسكر و مركز الصندوق الوطني للعمال الأجراء لمدينة معسكر.

2.1.1.3 أسباب اختيار العينة

لعل من بين أهم الأسباب التي جعلتنا نختار هاتين الفئتين، هي كونهم يتعاملون مع الإدارة محل الدراسة. بحيث أن طلبة الماستر و الدكتوراه يتوجهون إلى مركز الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء بغية استخراج وثيقة عدم الانتساب لأي عمل (attestation de non affiliation) و بالتالي يمكن القول أنهم قاموا بتجريب على الأقل إحدى الخدمات التي تقدمها هاته الإدارة. أما عن

[219] Roussel Patrice et Fâcheux Frédéric, (2003). Methods de recherche en sciences humaines et sociales, Management des ressources humaines, UQAM – Education, France.

الفئة الثانية فهي عبارة عن رجال و نساء بالغين بما أنهم وجدوا في قاعات الانتظار الخاصة بالإدارة محل الدراسة فهذا يعني أنهم ينتظرون تقديم خدمات لهم، و حتى حالة الانتظار تلك التي وجدوا فيها تعتبر نوع من الخدمات التي يقدمها الصندوق.

3.1.1.3 طبيعة و حجم عينة الدراسة

في دراستنا تم اختيار العينة العشوائية البسيطة بغرض تحقيق أعلى ثقة في النتائج، لأن هذه العينة الأكثر فعالية فهي اختيار جيد خاصة إذا كان البحث بحاجة إلى معلومات عديد من المجتمع لمعرفة خصائصهم العديدة.[220] و بالتالي فإن العينة الخاصة بهذه الدراسة تمثلت في 510 فرد مجتمعة بين طلبة و عمال و متقاعدين.

2.1.3 أداة القياس

يعتبر الاستبيان أداة قياس و اختبار. المقصود بالاختبار هو ذلك الاختبار الذي يعطي نفس النتائج مهما اختلف المصححون. و الاختبار الموضوعي هو ذلك الاختبار الذي تكون أسئلته محددة و إجاباته محددة، الاختبار الصادق هو الذي يقيس الجانب الذي أعد من أجل قياسه.

1.2.1.3 تكوين أداة القياس

خلصت أداة القياس (الاستبيان) إلى جزئين: الجزء الأول يضم المعلومات الشخصية للمستجوبين من الجنس، السن، المستوى التعليمي و المهنة، أما الجزء الثاني فقد اشتمل على الأبعاد الخمسة (RATER) و الأبعاد الأربعة (PTRE) بالإضافة إلى بعد آخر (التقييم العام) و قد قمنا بإضافته من أجل معرفة رأي المواطن اتجاه الخدمات العمومية بصفة عامة و اشتمل على 14 بندا، يحتوي البعد الأول (الملموسية) على ستة بنود، البعد الثاني (الاعتمادية) شمل أربعة بنود، البعد الثالث (الاستجابة) خمسة بنود، البعد الرابع (الضمان) ضم خمسة بنود أيضا، البعد الخامس (التعاطف) ضم 8 بنود، أما البعد السادس (المشاركة) تضمن 3 بنود، فيما بعد البعد السابع (الشفافية) احتوى على 8 بنود، ليأتي البعد الثامن (تسيير الشكاوي) بـ 3 بنود و البعد التاسع و الأخير

[220] Sekaran, U. (2004). Research methods for business: A skill building approach (Fourth ed.). New York, USA: John Wiley & Sons.

(المساواة في المعاملة) اشتمل هو أيضا على 3 بنود، لتكون مجموع كل بنود الاستبيان الموسع للجودة لمدركة 59 بندا مقاسة وفق خمس نقاط (غير موفق تماما، غير موافق، محايد، موافق، موافق تماما) حسب نموذج Likert. بنود بعد الملموسية كانت كالآتي:

- تحتوي الإدارة على معدات و تجهيزات حديثة و مناسبة للخدمة.
- مواقع الأجهزة مريحة، موضوعة بصورة جيدة و جاذبة للنظر.
- ديكور و جماليات أماكن الأجهزة رائعة.
- مواقع المعدات و الأجهزة تتكيف و تدفق المستهلكين الهائل.
- الأجهزة المرتبطة بتقديم الخدمة جاذبة للنظر.
- يلبس الموظفون لباسا جميلا و أنيقا.

بنود بعد الاعتمادية كانت كالتالي:

- تقوم الإدارة بالوفاء بوعودها حول انجاز/ تقديم خدمة ما.
- تظهر الإدارة اهتمام حقيقي و صادق أثناء معالجة مشكل ما.
- يقدم الموظفون خدمات صحيحة من أول مرة، دون ارتكاب الأخطاء.
- تقدم الخدمات في آجالها المحددة سابقا.

بنود بعد الاستجابة هي:

- إعلام المستخدمين عن وقت تقديم الخدمات.
- تضمن الإدارة تقديم خدمة سريعة (مثلا: أثناء دراسة الطلبات).
- رغبة الموظفين و استعدادهم الدائم لمساعدة المستخدمين.
- سرعة الرد على طلبات المستخدمين.
- سهولة الرد على طلبات المستخدمين.

بنود بعد الضمان تطرقت للآتي:

- يضع المستخدمون ثقتهم بالموظفين.

- يقدم الموظفون معلومات دقيقة و صحيحة و بكل صدق و وضوح.
- يحس المستخدم بالأمان أثناء تعامله مع الموظفين.
- الموظفون مهذبون في كل الأوقات.
- كفاءة الموظفين في قدرتهم على الإجابة عن تساؤلات المستخدمين.

بنود بعد التعاطف ضمت التالي:

- يقدم الموظفون اهتماما فرديا لكل مستخدم.
- يمنح الموظفون اهتماما شخصيا لكل مستخدم (يأخذون الوقت الكافي لسماعكم و استيعاب حالاتكم الشخصية).
- يحرص الموظفون على مساعدة المستخدمين نحو الأفضل.
- يفهم الموظفون احتياجات المستخدمين.
- أوقات عمل الإدارة مناسبة لجميع المستخدمين.
- التغطية الجغرافية للإدارة مناسبة لكل المستخدمين (مجاورة نقاط الاستقبال).
- يمكن بسهولة الاتصال بالإدارة للاستفسار أو طلب التوجيه (عبر الهاتف، او الأنترنت ...)
- تبسط الإدارة إجراءات التعامل (أثناء تكوين ملف مثلا).

بنود بعد المشاركة:

- تعلم الإدارة المستخدمين بكل المشاكل و التغييرات على الفور.
- تشرح الإدارة للمستخدمين القرارات التي تخصهم بوضوح.
- تمنح الإدارة للمستخدمين المعلومات الضرورية ليتمكنوا من الحكم على جودة الخدمة الخدمة المقدمة لهم.

بنود بعد الشفافية:

- تتميز المعلومات المقدمة من قبل الإدارة بالشفافية و الوضوح.
- هناك شفافية في تسيير الخدمات و تقديمها للمستخدمين.
- في حالة مشكل أو تغيير ما، تقوم الإدارة بتوضيح الأمور للمستخدمين.

- تعلم الإدارة المستخدمين بمسار ملفاتهم.
- تستمع الإدارة لتوقعات المستخدمين.
- تأخذ الإدارة بعين الاعتبار رأي المستخدمين في إنشاء و تقديم خدماتها.
- يشارك المستخدمون في تحديد خدمات الإدارة.
- تأخذ الإدارة بعين الاعتبار اقتراحات المستخدمين و تهتم بها من أجل تطوير خدماتها.

بنود بعد تسيير الشكاوي صيغت كالتالي:

- إمكانية تقديم شكوى في حالة مصادفتكم لمشكل ما.
- تهتم الإدارة بمشاكل المستخدمين المقدمة لها.
- تقوم الإدارة بمعالجة المشاكل.

بنود بعد المساواة في المعاملة:

- يسهر الموظفون على تحقيق المساواة بين المستخدمين.
- يتعامل الموظفون بطريقة غير عادلة مع مستخدمين عن غيرهم.
- تأخذ الإدارة قرارات منطقية.

بنود بعد التقييم العام:

- عموما، أنت راض عن الخدمات المقدمة لك من قبل الإدارة العمومية.
- يعتريك شعور سار عند تفكيرك في الطريقة المتبعة من قبل الإدارة في تقديم خدماتها.
- تشعرني الخدمات المقدمة من قبل الإدارة بخيبة أمل.
- مقارنة مع ما كنت أتوقعه من الخدمات المقدمة لي من قبل الإدارة، أشعر بخيبة أمل.
- أتحدث عن خدمات هذه الإدارة لأصدقائي كخدمة عمومية جيدة.
- لدي ميول للتباهي و الدفاع عن هذه الإدارة.
- أعتقد أنني سأستمر في تقدير و احترام هذه الغدارة.

- على العموم، أنا راض عن كل الخدمات العمومية التي أستخدمها.
- تعتبر الخدمات العمومية سريعة و فعالة.
- تسير الخدمات العمومية بطريقة جيدة.
- تشغل الخدمات العمومية مهمتها جيدا.
- أغلب الإدارات العمومية تستمع لمستخدميها.
- الخدمات العمومية تهتم بحالة كل شخص، حيث تتسم بالمرونة.
- جودة الخدمات المقدمة من قبل الإدارة العمومية جيدة.

3.1.3 عملية توزيع الاستبيان و جمع البيانات

قام الباحث بتوزيع الاستبيان خلال الفترة الممتدة من نوفمبر 2018 إلى فبراير 2019 في جامعة معسكر، و في الصندوق الوطني للعمال الأجراء بمساعدة عمال من داخل الإدارة، و على مستوى بلدية معسكر ملحقة حي سيدي سعيد. و تمت العملية بشكل مباشر في الكلية و ذلك قبل بدء حصص الدراسة أو بعد انتهاءها، و تمكنت الباحثة من التواصل المباشر مع الطلبة و هذا بفضل معرفتنا المسبقة ببعض الطلبة كوننا طالبة من نفس الجامعة؛ ولقد تم إعطاء الطلبة الحرية الكاملة في الإجابة مع التأكيد لهم أن إجاباتهم تخصهم و ليس هناك إجابات صحيحة أو خاطئة و هذا لإلجابة بشكل صادق على الاستبيان. و حسب منهجية Churchill، الخطوة التي تلي تحديد المفهوم المستهدف و صياغة الاستبيان الموسع، هي تنقية هذا الاستبيان و تخفيفه من خلال نتائج دراسة كمية أولية. هذه المرحلة تكتسي أهمية كبيرة، و هي تؤدي في العديد من الدراسات دور الدراسة الاستكشافية التي تمهد للدراسة النهائية، كما هو الحال في دراستنا. و هي أيضا تسمح باستكشاف المعوقات التي يمكن أن تعترض عملية توزيع الاستبيان بالطريقة المخطط لها، و بتقدير الوقت اللازم لملأه من قبل المستجوب الواحد. و عليه قمنا بإجراء دراسة تجريبية حيث قمنا بتوزيع 30 استمارة كدراسة أولية من أجل اختبار مصداقية و مدى ملائمة فقرات الاستبيان مع الأبعاد، أخيرا تم عرض الاستبيان على أساتذة باحثين في التسويق ما سمح بمزيد من التنقيح لصياغة الاستبيان و طريقة عرضه، للوصول إلى مستوى مقبول من الشمولية و التأصيل النظري[221]. لتحديد مجال المفهوم تم الاعتماد على الأدبيات و الدراسات السابقة، من جهة أخرى

[221] Paillé P. et A. Mucchielli, (2003). L'analyse qualitative en sciences sociales et humaines, Armand Colin, Paris, in : Patricia Coutelle, (2005). Introduction aux méthodes qualitatives en Sciences de Gestion, séminaire d'études qualitatives, CERMAT-IAE de Tours, Université de Tours.

أجريت مقابلات معمقة شبه مهيكلة مع إطارات من العاملين لدى "الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء". المقابلات استغرقت من 40 إلى 45 دقيقة، و تمحورت حول أهم مشكلات جودة الخدمات في المؤسسة و من ثم حول بنود الاستبيان (الملحق1).

تم توزيع الاستبيان الموسع على 530 مواطن من مدينة معسكر، على عدة مستويات: في الجامعة، عند أماكن الانتظار في الإدارات (بلدية معسكر، الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء، البلدية). ألغيت الاستمارات التي تضمنت أكثر من 5 بنود غير مجاب عنها، أو مجاب عنها بنفس العلامة، و صل عدد الاستمارات المقبولة إلى 510 استمارة، و هو عدد يعتبر كافيا لتفحص ثبات و صدقية المقياس في الدراسات المشابهة [222] [223].

2.3 أساليب التحليل الإحصائي المستعملة

تم تقسيم مراحل التحليل الإحصائي إلى عدة خطوات، بحيث قمنا كخطوة أولى بالتطرق إلى تحليل نموذج القياس للدراسة من خلال **تحليل العاملي الاستكشافي** Exploratory Factor Analysis (EFA) من خلال هذا التحليل نريد أن نقوم بمسح شامل حول البيانات و التحقق منها و مراقبتها. ثم كخطوة ثانية تحليل الصدق و الثبات عبر معامل ألفا كرونباخ و كذلك اختبار جودة مطابقة النموذج عن طريق مؤشرات المطابقة، ثم نرتكز على النمذجة بالمعادلات الهيكلية كخطوة ثالثة لتحليل النموذج البنائي للدراسة و التحقق من صحة الفرضيات و هذا باستخدام البرنامج الإحصائي Excel 2007.

التحليل العاملي هو أسلوب إحصائي يستخدم في الوقت الحاضر بشكل أساسي لتجريد المسوحات: عندما يكون لدينا عدد من الأفراد الذين لدينا الكثير من المعلومات حول الآراء و الممارسات و الوضع (الجنس، العمر، و ما إلى ذلك)، لإعطاء تمثيل هندسي[224]. وتم تطوير تقنيات التحليل العاملي الأخرى بعد ذلك مثل: تحليل المكون الرئيسي[225]. (l'analyse en composantes principales) (يُختصر غالبًا باسم ACP). ومجموعة متنوعة من تحليل المراسلات العاملي (AFC)، الذي تم

[222] Karatepe et M. Osman, Yavas Ugur, Babakus Emin, (2005). Op. cit.
[223] Parasuraman et al. (2005). Op. cit
[224] Henry Rouanet et Brigitte Le Roux, Analyse des données multidimensionnelles, Paris, Dunod, 1993.
[225] Hotelling, H. Analysis of a complex of statistical variables into principal components. Journal of Educational Psychology, 24 (1933) :417-441,498-520.

إنشاؤه في الستينيات من قبل جان بول بنزيكري[226]. في دراستنا نستعمل تقنية التحليل العاملي من أجل تقليص عدد المتغيرات، و تحديد العوامل و تصفية الأسئلة. قمنا بتحليل العوامل باستخدام طريقة تقدير أقصى احتمال (maximum likelihood)، بحيث قمنا بحذف الأسئلة التي لها علاقة ارتباط بالمحاور الأكبر من 0.299 فقط. فالشرط الأول هو يجب أن لا تكون > 0.299 و الشرط الثاني يجب أن لا تكون أصغر من < -0.299.

1.2.3 التحليل العاملي الاستكشافي (EFA) Exploratory Factor Analysis

لدراسة وتلخيص وتمثيل البيانات متعددة الأبعاد بما في ذلك المتغيرات الكمية (مع القيم المستمرة الحقيقية) والمتغيرات النوعية (المنفصلة أو الترتيبية أو الاسمية)، فإن الممارسين تحت تصرفهم عدد كبير من الطرق الفعالة و المثبتة و المحددة بالفعل في معظم البرامج الإحصائية. يتكون تحليل البيانات من بناء تمثيلات مبسطة للبيانات الأولية، لتسليط الضوء على العلاقات المهيمنة، البنية الداخلية لسحابة الملاحظات. يمكن تمييز مجموعتين رئيسيتين من التقنيات الكلاسيكية: **طرق العوامل و طرق التصنيف**.

إن طرق العوامل هي خطية في الأساس. تتكون من البحث عن مسافات فرعية متجهة، تغييرات في النقاط المرجعية، مما يجعل من الممكن تقليل الأبعاد مع فقدان أقل قدر ممكن من المعلومات. الأكثر شهرة هي تحليل المكونات الرئيسية (ACP) الذي يسمح بعرض البيانات الكمية على المحاور الأكثر أهمية و تحليل المراسلات الذي يسمح بتحليل العلاقات بين الطرائق المختلفة للمتغيرات النوعية المتقاطعة (تحليل العوامل) المراسلات، AFC، لمتغيرين، تحليل المراسلات المتعددة، ACM، لأكثر من متغيرين).

1.1.2.3 اختبار سلالم القياس لتصفية العبارات

2.1.2.3 الفرق بين التحليل العاملي الاستكشافي و التحليل العاملي التوكيدي

[226] Benzécri, J.P et al. L'analyse des données, Paris, Dunod, 1973, vol. 2: Correspondances.

قبل البدء في إجراء التحليل العاملي الاستكشافي يجب شرح لماذا القيام بهذا التحليل في دراستنا و توضيح الفرق بينه و بين التحليل العاملي التوكيدي، فالتحليل العاملي الاستكشافي يعمل على تحري الفقرات و تزويد الباحث بالمعلومات حول عدد العوامل اللازمة للتمثيل الجيد للفقرات و يستعمل التحليل العاملي الاستكشافي بدون معرفة عدد العوامل المتوفرة و لهذا فإنه يعتمد على الجانب الإحصائي (لا يعتمد على التنظير) فهو الذي يحدد للباحث عدد العوامل و هذا الأخير يمكنه أن يعطيه أسماء هذه العوامل بعد انتهاء عملية التحليل، و لهذا فإن التحليل العاملي الاستكشافي لا يتشابه مع التحليل العاملي التوكيدي تماما إلا في بعض النقاط، فالباحث عند استعانته بالتحليل العاملي التوكيدي يقوم بوضع العوامل الكامنة أولا و ربط أي فقرة تنتمي إليه بالارتكاز على مقياس نظري تم وضعه من قبل،[227] و لكن في الآونة الأخيرة أكد Kline سنة 2015 أنه يمكن للتحليل العاملي الاستكشافي أن يعمل عمل التحليل العاملي التوكيدي و هذا عند إعطاء للحاسوب أمر بأن يستخرج عدد خاص من العوامل حسب الإطار النظري[228]. ارتكزت دراستنا على مقياسي دراستين مختلفتين لنكون من خلالهما مقياس واحد تم بناءه و حذف العبارات الضعيفة عن طريق التحليل العاملي الاستكشافي.[229] بعد ذلك قمنا بالتحليل العاملي التوكيدي للتأكد من المقياس النظري و استخراج العوامل الخاصة بعينة و مجتمع دراستنا.

قبل البدء في التحليل العاملي الاستكشافي يجب توفر عدة سمات في البيانات و نلخصها في خمسة قواعد أساسية حسبHair سنة 2010 و تتمثل في **أولا**: أن تكون فقرات الدراسة معظمها مرتبطة فيما بينها بأكثر من 0.30 كما هو موضح في مصفوفة الارتباط قبل عملية حذف العبارات،**ثانيا**: كذلك ينبغي أن يكون اختبار برتليتsphericity of test ’s Bartlett دالا إحصائيا (ألفا دون 0.05) و يعني أن مصفوفة الارتباط ليست مصفوفة الوحدة (خالية من العلاقات) و إنما تتوفر على الحد الأدنى من العلاقات، **ثالثا**: يجب أن يكون اختبار (KMO)

Kaiser -Mayer- Olkin لكافة المصفوفة أعلى من 0.50 و يدل أيضا بأن الارتباطات في المستوى، **رابعا**:يجب أيضا أن يكون مقياس قياس ملائمة العينة (MSA) (Measures of Sampling Adequacy) لكل متغير (فقرة) أعلى من 0.5 مما يدل على أن مستوى الارتباط بين المتغيرات في مصفوفة الارتباطات كافية لإجراء التحليل العاملي. **خامسا**: و كذلك قبل التطرق

[227] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. (2010). Multivariate data analysis (7th Eds.). NY: Pearson .
[228] Kline, R. B. (2015). Principles and practice of structural equation modeling. New york: The Guilford press.
[229] Astrachan, C. B., Patel, V. K., & Wanzenried, G. (2014). A comparative study of CB-SEM and PLS-SEM for theory development in family firm research. Journal of Family Business Strategy, 5(1), 116-128 .

للتحليل العاملي ينصح التأكد من الارتباط الذاتي بين العوامل خاصة إذا كانت هناك متغيرات سلوكية و نفسية يصعب تفسيرها و هذا ما قد يؤدي إلى حالة الارتباط الذاتي Multicollinearity و يمكن التأكد من حالة الارتباط الذاتي من خلال معامل التضخم و التباين (VIF) The variance inflation factors فيجب أن تكون قيمة VIF عندها أقل من 10 و أن قيمة التساهل Tolerance الذي تتمثل في مقدار عدم شرح المتغير للمتغيرات الأخرى و منه عدم وجود حالة الترابط الذاتي أن تتخطى 0.10 لتفادي الارتباط الذاتي بين المتغيرات.

3.3 التحليل العاملي الاستكشافي (analyse exploratoire)

1.3.3 القيم المتطرفة (valeurs aberrantes)

من الضروري تعريف القيم المتطرفة بدقة أكبر حيث سعى العديد من المؤلفين لوصف المصطلح أكثر حدة وتطورت التعريفات المقدمة بمرور الوقت. إذ عرف Grubbs (1969) القيمة المتطرفة على أنها ملاحظة يبدو أنها تنحرف بشكل ملحوظ عن جميع الأعضاء الآخرين في العينة التي تظهر فيها.[230]

كارليتي (1988) مهتم بالقيم غير الطبيعية التي يعرفها بأنها قيمة تبدو مشبوهة لأنها تنحرف بشكل كبير عن القيم الأخرى للمتغير المدروس أو لا يبدو أنها تحترم معيارًا أو علاقة محددة بشكل جيد.[231]

يعرّف Barnett and Lewis (1994) القيم الخارجية (المتطرفة) في مجموعة بيانات على أنها ملاحظة (أو مجموعة من الملاحظات). و التي تبدو غير متوافقة مع بقية البيانات أو بطريقة أخرى، هناك انحراف عند ملاحظة واحدة أو أخرى لمجموعة بيانات، تنفجر أو لا تتوافق مع الملاحظات الأخرى.[232] ما يميز القيم المتطرفة هو تأثيرها على المراقب. المهم هو معرفة ما إذا كانت البيانات فعلا جزء من العينة الرئيسية، إذا لم يكن كذلك، فهي تعتبر ملوثات، يتم تعريفها كملاحظات تنحدر من عينات أخرى. و عليه قمنا بدراسة القيم المتطرفة لعينة دراستنا كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول 06: إحصاء القيم المتطرفة

[230] Grubbs FE. (1969). Procedures for detecting outlying observations in samples. Technometrics 11, p. 1–21.
[231] Carletti G. (1988). Comparaison empirique de méthodes statistiques de détection de valeurs anormales à une et à plusieurs dimensions. Gembloux, Belgique : Faculté des Sciences agronomiques de l'État, 225 p.
[232] Barnett V., Lewis T. (1994). Outliers in statistical data. 3rd ed. New York: John Wiley, .

Mode	FALSE	TRUE
Logical	44	466

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه يظهر أنه هنالك 44 قيمة متطرفة. في التحليل التالي، لم نقم بإزالة القيم المتطرفة.

2.3.3 البيانات المفقودة (Données manquantes) أو فحص الثغرات (lacunes)

وفق هذه العملية يتم مراجعة البيانات التي تم ترميزها، فغالبا ما يقع الباحث في هفوات بحيث ينسى ملء خانة معينة في سطر ما أو عمود ما. بحيث يتم ملء السلسلة التي تكون فيها الثغرات أقل من 5%. و هذا غير موجود في دراستنا بحيث وجدت ثغرتين لا أكثر تم ملؤها وفقا لإجابة الفرد. و العكس يتم إلغاء السطر أو العمود الذي تكون فيه الثغرات أكثر من 5%.

الأسئلة التي تحتوي على بيانات مفقودة هي:

الإستجابة 5: سهولة الرد على طلبات المستخدمين.

التعاطف6: يمكن بسهولة الاتصال بالإدارة للاستفسار أو طلب التوجيه (عبر الهاتف، الانترنت، إلخ...).

الشفافية6: تأخذ الغدارة بعين الاعتبار رأي المستخدمين في إنشاء و تقديم خدماتها.

التقييم العام2: يعتريك شعور سار عند تفكيرك في الطريقة المتبعة من قبل الإدارة في تقديم خدماتها.

1.2.3.3 الثغرات وفق كل سطر:

الجدول07 : احصاء الثغرات وفق الأسطر

Catégories (%lacune)	0	1,58730159	3,1746
Fréquence	502	6	2

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

2.2.3.3 الثغرات وفق العمود:

الجدول08: الثغرات وفق العمود

Catégories (%lacune)	0	0,39215686	0,5882
Fréquence	59	2	2

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

تم تقدير البيانات المفقودة، و بالتالي الحصول على قاعدة البيانات الكاملة و الجاهزة من أجل التحليل و الدراسة.

3.3.3 القيم الشاذة (anomalies)

تم التحقق من إمكانية وجود قيم شاذة أم لا، بحيث لم نسجل أي قيمة شاذة في قاعدة البيانات المشفرة. لتأتي بعد ذلك مرحلة تقييم المقياس من خلال معرفة مدى ثباته باستخدام معامل ألفا كرونباخ[233]. بحيث أنه ينظر في سحب البنود التي يكون تأثيرها سلبيا على انسجام المقياس، و يظهر ذلك في قيمة ألفا أعلى في حالة حذف البند، أو يكون ارتباطها بمجموع البنود ضعيفا. تستمر بعد ذلك تنقية المقياس و اختباره باستخدام التحليل العاملي لسحب البنود التي لا تنسجم مع أبعادها من خلال مؤشرات التحليل العاملي: المشتركات و التحميل.

4.3.3 التحليل الوصفي

[233] Churchill G. A. (1979). Op. cit

في هذه المرحلة قمنا بدراسة وصفية (Description) لعينة الدراسة، بحيث قمنا بحساب الربيعيات الأربعة (Quartiles) (الربيع الأول، الربيع الثاني، الربيع الثالث و الربيع الرابع) بالإضافة إلى المعدل. فكانت النتائج حسب الجدول في الملحق (01) كالتالي: أغلبية العينة كانت من الرجال، تتراوح أعمارهم بين 31 سنة و 40 سنة، ذوي مستوى تعليمي ثانوي و جامعي، أغلبيتهم موظفون. هذا بالنسبة للجزء الأول و المتمثل في المعلومات الشخصية للأفراد المستجوبون. أما الجزء الثاني و المتمثل في قياس الجودة المدركة للخدمة العمومية، و الذي ضم مجموعة من الأبعاد كان التحليل الوصفي بالنسبة لهذا الجزء بوصف كل بند على حدا و فق الربيعيات و المعدل أيضا خلصت النتائج إلى: البعد الأول و المتضمن "الملموسية" كانت معظم أجوبة أفراد العينة غير موافقة تميل إلى الحياد بمعدل 2.56، البعد الثاني "الاعتمادية" اتفق أفراد العينة على أنهم غير موافقون بمعدل 2.26، أما البعد الثالث و الرابع "الاستجابة" و "الضمان" لم يكن أفراد العينة موافقون بمعدل إجابة "غير موافق" 2.37، بعد ذلك البعد الخامس "التعاطف" الذي اتفق أفراد العينة على الإجابة غير موافق بمعدل 2.43. البعد السادس "المشاركة" و البعد التاسع "المساواة في المعاملة" أجاب أغلب أفراد العينة بغير موافق بمعدل 2.32 و 2.31 على الترتيب، كانوا أيضا غير موافقين على البعد السابع "الشفافية" بمعدل 2.17 و البعد الثامن "تسيير الشكاوي" بمعدل 2.49 و آخر بعد "التقييم العام" اتفق أفراد العينة على أنهم غير موافقون بمعدل 2.40. و هذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول 09: البيانات الديمغرافية لأفراد العينة

	الأدنى	الربيع 1	الربيع 2	الربيع 3	الربيع 4	المعدل
الجنس	1	1	1	2	2	1.32
السن	1	1	1	3	4	1.837
المستوى التعليمي	1	3	4	4	4	3.557
المهنة	1	1	1	2	6	1.88
الملموسية	1	2	2.5	3.66	5	2.56
الاعتمادية	1	2	2	2.75	5	2.26
الاستجابة	1	2	2	3.4	5	2.37

الضمان	1	2	2	3.16	5	2.37
التعاطف	1	1.75	2	3.5	5	2.43
المشاركة	1	2	2	3	5	2.32
الشفافية	1	1.375	2	2.5	4.75	2.17
تسيير الشكاوي	1	2	2	3.33	5	2.49
المساواة في المعاملة	1	1.33	2	3	5	2.31
التقييم العام	1	2	2.28	2.82	5	2.40

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

5.3.3 التحقق من البيانات ودقتها

1.5.3.3 الإضافة (addivity)/ مصفوفة الارتباط:

إن التحليل ألعاملي (analysis factor) هو أحد الأساليب الإحصائية الذي يحلل مصفوفة الارتباط بين المتغيرات ليقدم أكثر ما يمكن من المعلومات عن الظاهرة بأقل عدد من العوامل. من المتبع أن التحليل ألعاملي يطبق على مصفوفة ارتباط بيرسون (Pearson's matrix correlation)، عناصرها معامل الارتباط الثنائي لبيرسون و المعروف بمعامل الارتباط الثنائي البسيط (coefficient correlation simple)بين توافيق أزواج المتغيرات، كل معامل ارتباط عبارة عن مقياس لقوة و اتجاه العلاقة الخطية بين متغيرين.

إن التحليل ألعاملي يتعامل مع أعداد كثيرة من المتغيرات غالباً ما يكون لها مقاييس مختلفة. إن وجود متغير واحد ذي مقياس اسمي scale nominalأو رتبي scale ordinal يجعل مصفوفة ارتباط بيرسون تبتعد عن حقيقة تمثيلها للارتباط الثنائي بين بعض أو كل متغيراتها، و من ثم تبتعد نتائج التحليل ألعاملي عن صحتها في تفسير الظاهرة المدروسة. و للتغلب على هذه المعضلة وضع الهدف الآتي :إنشاء مصفوفة ارتباط تحدد عناصرها حسب نوع مقياس كل متغير من أزواج المتغيرات الداخلة في عملية الارتباط. ففي هذه المرحلة لا تهمنا قوة أو ضعف العلاقة بين المتغيرات، أو نوع العلاقة (طردية أو عكسية)، و إنما هدفنا من مصفوفة

الارتباط الخاصة بدراستنا و الموضحة في الملحق 02 معرفة مدى الارتباط بين كل متغير، بحيث ليس من المعقول أن يكون الارتباط يساوي 1، فهذا يعني أن كل أفراد العينة أجابوا بنفس الإجابات و هذا مستحيل، إذ يجب ألا يساوي الارتباط 1 (أو 0.999) إلا قطريًا، لتكون الإجابات معقولة.

لذلك و من خلال مصفوفة الارتباط (Matrice de corrélation)، قمنا بدراسة العلاقات بين المتغيرات اعتمادا على معاملات الارتباط بين كل بنود الأبعاد العشرة. (الملحق02). و عليه و من خلال النتائج التي توضحها مصفوفة الارتباط، يمكن القول أنه الارتباط يساوي 1 قطريا فقط و هذا معقول، أما باقي معاملات الارتباط بعيدة عن 1، أعلاها 0.70 و هو معامل بعيد عن 1 و 0.999. إذن يمكن القول أن هنالك مصداقية. و إذا أردنا التطرق للعلاقات بين المتغيرات فيمكن القول أن هناك علاقة طردية موجبة أحيانا ضعيفة و أحيانا قوية بين كل متغيرات البعد الأول "الملموسية" فيما بينها، و بين هذه الأخيرة و الأبعاد الأخرى كما أنه يمكن تشخيص العلاقة بين الأبعاد المتبقية فيما بينها على أنها علاقة طردية قوية تارة و ضعيفة تارة أخرى، عدا التقييم العام البند الثالث و الرابع فهناك علاقة عكسية بينه و بين كل الأبعاد الأخرى.

2.5.3.3 اختبار الطبيعة أو التوزيع الطبيعي (Test de normalité) (الانحدار الخطي المتعدد)

الغرض من استخدام أسلوب تحليل الانحدار الخطي المتعدد، هو دراسة و تحليل أثر متغير كمي على متغيرات كمية أخرى. في دراستنا دراسة الانحدار الخطي بين السلسلة العشوائية التي سنقوم بإنشائها مع متغيرات سلسلتنا الأولية.

في الإحصاء، تتيح اختبارات الحالة الطبيعية التحقق مما إذا كانت البيانات الحقيقية تتبع قانونًا طبيعيًا أم لا. اختبارات الحالة الطبيعية هي حالات خاصة من اختبارات الملائمة (أو اختبارات التسوية، الاختبارات التي تسمح بمقارنة التوزيعات)، المطبقة على التوزيع الطبيعي. [234]

من خلال هذه المرحلة تتم مناقشة مزايا الاختبارات و مدى ملائمة الفرضيات التي يجب معارضتها بشكل أو بآخر، ليأتي بعد ذلك الاختبار ألمعلمي. إذ لا يمكن اختبار فرضية الإحصاء ألمعلمي دون المرور باختبار الطبيعة.

[234] Ricco Rakotomalala, (2008), Tests de normalité Techniques empiriques et tests statistiques, Université Lumière Lyon 2, p3.

من أجل اختبار الاستبيان الخاص بدراستنا يجب علينا التأكد أولا من أن البيانات (الإجابات) عشوائية، لذلك كخطوة أولية قمنا بإنشاء سلسلة عشوائية لاختبار سلسلتنا (الردود من 1 إلى 5). بعد ذلك قمنا باختبار أسئلة السلسلة العشوائية و ذلك بالاعتماد على نماذج الانحدار الخطي البسيط. فيما يلي سوف نحدد و نشرح نتائج النموذج:

معاملات النموذج، من الناحية النظرية في الانحدار الخطي، تكون المعاملين ثابتين غير معروفين يمثلان حدود التقاطع و الانحدار في النموذج الخطي. لمعرفة الأسئلة التي لها تأثير أكبر ننتج تقديرات للمعاملات لاستخدامها في صياغة النموذج. في النهاية، نرغب في العثور على تقاطع و منحدر بحيث يكون الخط المجهز الناتج قريبًا قدر الإمكان من نقاط البيانات التسعة و الخمسين في مجموعة البيانات لدينا.

معامل التقدير: (**Coefficient – Estimate**)

يحتوي معامل التقدير أو القيمة المقدرة بخط الانحدار على صفين، الأول هو التقاطع. التقاطع (Intercept) أو ما يسمى بثابت المعادلة (la constant de l'equation)، في دراستنا، هو في الأساس تقاطع معاملات السلسلة العشوائية مع السلسلة الحقيقية عندما نأخذ بعين الاعتبار متوسط الإجابات في مجموعة البيانات. و بعبارة أخرى، القيمة المتوقعة للتقاطع بخط الانحدار هي 6.530537، أما عن الخطأ المعياري بين القيم الملاحظة و القيم المقدرة بواسطة خط الانحدار في التقاطع فكانت قيمته 0.910861، و لمعرفة ما إذا كانت هذه القيمة مختلفة عن الصفر قمنا بحساب t- value التي كانت قيمتها 7.170، ليأتي الاحتمال الحرج (Probabilité critique) كمرحلة أخيرة لمعرفة احتمال الخطأ Pr(>|t) و التي أشارت إلى 3.05e-12، و هي أقل من مستوى المعنوية 0.05 معناه الانحدار معنوي. إذ يجب أن يكون أقل من عتبة الأهمية المادية (5%). الصف الثاني في المعاملات هو المنحدر أو الميل، أو في دراستنا، هناك تسعة و خمسون ميل و التي تمثل متغيرات دراستنا.

معامل الخطأ المعياري: (**Coefficient – Standard Error**)

يقيس معامل الخطأ المعياري متوسط الخطأ المعياري الذي تختلف عنه تقديرات المعامل عن متوسط القيمة الفعلية لمتغير ردنا. و يأتي لتقدير معالم نموذج الانحدار أو اختبارات المرافقة. نريد بشكل مثالي رقمًا أقل بالنسبة إلى معاملاته. إذ يعبر عن الخطأ المعياري بين القيم الملاحظة و القيم المقدرة بواسطة خط الانحدار. في دراستنا، معامل الخطأ المعياري محصور بين 0.17 و 0.37.

معامل القيمة t: (**Coefficient – t value**)

إن معامل t-value هو مقياس لعدد الانحرافات المعيارية لتقدير معاملنا بعيدًا عن الصفر. نريد أن يكون بعيدًا جدًا عن الصفر لأن هذا قد يشير إلى أننا قد نرفض الفرضية الصفرية – أي يمكننا أن نعلن وجود علاقة بين متغيرات الدراسة. في دراستنا، تكون قيمة t-value الإحصائية بعيدة نسبيًا عن الصفر و هي كبيرة بالنسبة للخطأ القياسي، مما قد يشير إلى وجود علاقة. بشكل عام، تُستخدم قيمة t-value أيضًا لحساب قيمة p –value. حيث يصف توزيع معيار الطالب (t_student) كيف من المتوقع أن يتصرف متوسط العينة مع عدد معين من الملاحظات. غالبًا ما يتم استخدام مستوى 5٪ (أي فاصل ثقة 95٪). إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر (بالقيمة المطلقة) من القيمة النظرية المحددة، فإننا نرفض H_0: يختلف المعامل اختلافًا كبيرًا عن الصفر، ويمكننا تفسيره (علامة ، حجم ، ..).

معامل إحتمال الخطأ– Pr (> t):

طريقة أخرى لإجراء الاختبار هي النظر إلى قيمة p المرتبطة بالمعامل، أي احتمال أن تكون القيمة المحسوبة t أكبر في القيمة المطلقة من القيمة النظرية. إذا كان هذا الاحتمال أقل من العتبة المستخدمة (هنا 5٪)، فإن المعامل يكون كبيرًا. يرتبط الاختصار Pr (> t) الموجود في إخراج النموذج باحتمال ملاحظة أي قيمة مساوية أو أكبر من t. تشير القيمة الاحتمالية الصغيرة إلى أنه من غير المحتمل أن نلاحظ علاقة بين المتنبئ و متغيرات الاستجابة بسبب الصدفة. عادةً ما تكون القيمة الاحتمالية 5٪ أو أقل هي نقطة قطع جيدة. تمثل النجوم الثلاثة (أو العلامات النجمية) ('0' '***' 0,001 '**' 0,01 '*' 0,05 '.') قيمة p المهمة للغاية. و نتيجة لذلك، تشير قيمة p الصغيرة للتقاطع و المنحدر إلى أنه يمكننا رفض الفرضية الصفرية.

من خلال ما سبق و اعتمادا على الجدول الموضح أدناه يمكن استخراج أهم المعطيات التالية: أولا يشير الجدول إلى نتائج الانحدار الخطي المتعدد (regression multiple) بين السلسلة العشوائية (y) و التي تمثل المتغير المستقل و المتغيرات التابعة ($x1, x2, x3, x4.....x_n$). و الغرض منها هو اختبار الأسئلة المصاغة في الدراسة مقارنة بالسلسلة العشوائية، معرفة نسبة الخطأ و درجته و استخراج المتغيرات ذات الدلالة المعنوية و إعادة النظر في تلك التي ليست ذات معنوية. لذلك قمنا بالإشارة إلى المتغيرات التي لها معنى و دلالة إحصائية (significatif). متغير الملموسية 3 ذو دلالة معنوية بمعامل إيجابي (0.751243)، مع معامل خطأ قدره 2.664 و هي قيمة بعيدة عن الصفر، ما يدفعنا لرفض الفرضية الصفرية و هذا ما يؤكده

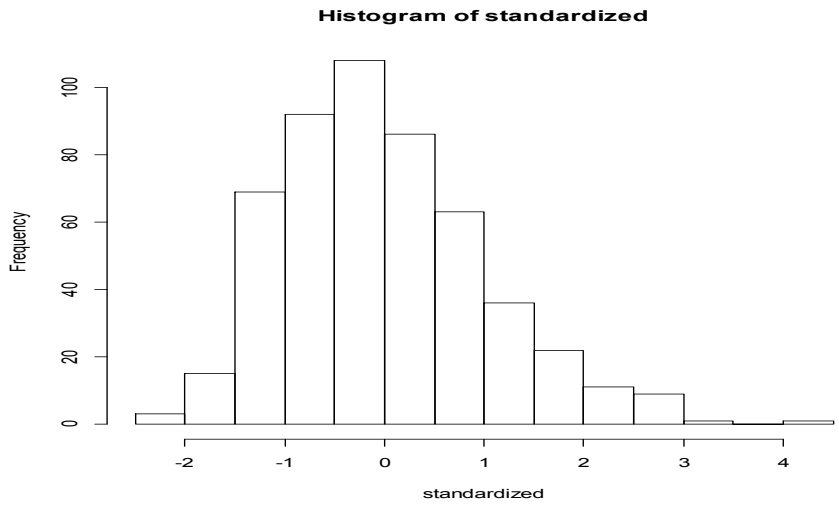
معامل احتمال الخطأ حيث قدر بـ 0.008005** و هي أقل من 5٪ فيمكن أن نقول أنها نقطة قطع جيدة. أما عن الاستجابة 5 فقدر معامل الخطأ فيها بـ 0.686140 و هو معامل إيجابي ذو دلالة معنوية، ليكون معامل الخطأ فيه 2.314 و هي قيمة إيجابية كونها بعيدة عن الصفر، و هذا ما يؤكده معامل احتمال الخطأ الذي قدر بـ 0.021110 و هو معامل إيجابي أقل من 5٪. بعد الضمان 4 قدر المعامل فيه بـ -0.526350 و هو معامل ذو دلالة معنوية لكن هناك علاقة عكسية بين بند الضمان 4 و السلسة العشوائية ما يؤكده معامل الخطأ -2.093 و هو معامل إيجابي من جهة بعده عن الصفر لكن سلبي العلاقة ليكون معامل الاحتمال الحرج 0.036908 و هو معامل إيجابي أقل من 5٪ ما يدفعنا لرفض الفرضية الصفرية. التعاطف 3 ذو معامل سلبي ذو دلالة معنوية -0.7275572 مما يعني وجود علاقة خطية مع معامل خطأ سلبي أيضا- 2.701 بمعنى t تختلف عن الصفر و معامل الاحتمال الحرج 0.007172 إذن يمكن رفض الفرضية الصفرية. الشفافية 6 معامل التقدير سلبي لكن ذو دلالة معنوية بقيمة -1.134197 مما يعني وجود علاقة خطية عكسية و معامل الخطأ فيه - 3.629 و هو معامل سلبي مختلف عن الصفر و معامل الاحتمال الحرج 0.000317 فهي نقطة قطع جيدة كونها أقل من 5٪. تقاطع السلسلة العشوائية مع بند الشفافية 7 يشكل علاقة خطية ذات دلالة معنوية بمعامل تقدير قدره 0.493620 و معامل الخطأ 1.677 مختلف عن الصفر باحتمال حرج قدره 0.094133 أكبر من 5٪. بند تسيير الشكاوي 3 معامل التقدير فيه قدر ب -0.497811 و هو معامل سلبي يدل على وجود علاقة عكسية، معامل الخطأ -1.3765 باحتمال حرج 0.07881 يؤول إلى الصفر.

أما عن البند 7 و 9 و 12 لبعد التقييم العام فقد كانت معاملات التقدير فيها إيجابية ذات دلالة معنوية مما يؤكد وجود علاقة خطية بين هاته البنود و السلسلة العشوائية بمعاملات أخطاء مختلفة عن الصفر 1.885، 1.685 و 1.685 على الترتيب و معاملات الاحتمال الحرج 0.060129، 0.092627 و 0.092688 مما يدفعنا إلى رفض الفرضية الصفرية. و أخيرا بند التقييم العام 13 فيه معامل التقدير -0.824320 و معامل الخطأ -2.605 و هو معامل يختلف عن الصفر و احتمال الحرج 0.009484.

البقايا أو المخلفات: (Residuals)

البقايا في الانحدار المصطلح الذي لا يتم تفسيره بواسطة المتغيرات الأخرى. في الواقع، هي كل العوامل المتغيرة التي لا تتناسب مع الصيغة المقدرة. بمعنى آخر "البقايا" هي الاختلافات بين القيم الواردة في دراستنا و القيم المقدرة بواسطة النموذج. ففي هذه المرحلة سنقوم بتطبيع المتبقيات ثم عرض الرسوم البيانية التكرارية. من الممكن أيضًا تمثيل الرسم البياني للمخلفات (أي الفرق بين التوزيع المرصود و التوزيع الطبيعي). يجب أن تتبع البقايا أيضًا قانونًا عاديًا. يجب أن يكون الرسم البياني للمخلفات المخفضة بين –2 و 2 ويجب ألا يكون له أي هيكل. من خلال البيان أدناه نلاحظ أن القيم الخاصة بدراستنا تنحصر بين –2 و 2. أي أنها تتبع القانون العادي مما يفسر أن الفرضية الخطية موجودة، تتبع القانون العادي. في نظرية الاحتمالات والإحصاءات، تعد القوانين العادية من أنسب قوانين الاحتمالات لنمذجة الظواهر الطبيعية الناتجة عن العديد من الأحداث العشوائية. ترتبط بالعديد من الأشياء الرياضية بما في ذلك الحركة البراونية أو الضوضاء الغوسية البيضاء أو غيرها من قوانين الاحتمالات. ويطلق عليها أيضًا قوانين Gaussian، قوانين Gauss أو قوانين Laplace-Gauss من أسماء Laplace (1749- 1827) و Gauss (1777- 1855) و اثنين من علماء الرياضيات و الفلكيين و الفيزيائيين الذين درسوا ذلك.

الشكل12: رسم بياني للمخلفات



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

الخطأ المعياري المتبقي: (Residual Standard Error)

الخطأ المعياري المتبقي هو قياس جودة تناسب الانحدار الخطي. من الناحية النظرية، يفترض أن يحتوي كل نموذج خطي على مصطلح خطأ E. نظرًا لوجود مصطلح الخطأ هذا، فإننا لسنا قادرين على توقع متغير ردنا عن المتنبئ تمامًا. الخطأ المعياري المتبقي هو متوسط المبلغ الذي ستنحرف فيه الاستجابة عن خط الانحدار الحقيقي.

أخيرًا، لدينا هنا بعض المعلومات لنعرف ما إذا كان نموذجنا يتناسب جيدًا مع بياناتنا أو بعبارة أخرى معرفة جودة النموذج. "الخطأ المعياري المتبقي" (Residual standard error) هو الانحراف المعياري للبقايا الذي يمثل 2.942 بعدد درجات الحرية 456 درجة.

معامل التحديد و معامل التحديد المصحح: (Multiple R-squared, Adjusted R-squared)

توفر إحصائيات **R-squared** (R^2) مقياسًا لمدى ملائمة النموذج للبيانات الفعلية. يأخذ شكل نسبة التباين.

إن معامل التحديد "Multiple R-squared" و معامل التحديد المصحح "Adjusted R-squared" يمثلان معاملا الارتباط، كلما اقتربوا من 1، كان نموذجنا أفضل. من خلال الجدول نلاحظ أن معاملا الارتباط ضعيفين و بعيدين عن 1 مما يفسر سوء جودة النموذج. من خلال معامل فيشر (F_fisher) ضعيف مما يفسر عدم معنوية النموذج. يعرف الاختلاف غير المفسر بالبواقي (Residuals).

الجدول10: معامل التحديد و معامل التحديد المصحح

Residual standard error: 2.942 on 456 degree of freedom

Multiple R-squared: 0.1288, Adjusted R-squared: 0.01612

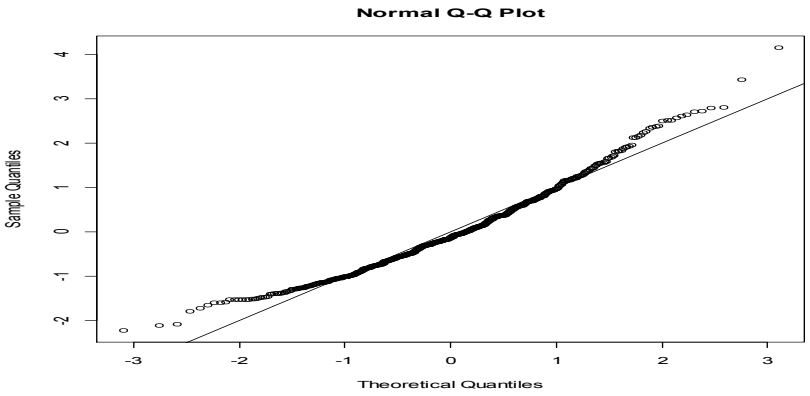
F-statistic: 1.143 on 59 and 456 DF, p-value: 0,2283

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

3.5.3.3 اختبار الخطية (Test de la linéarité)

من خلال الشكل نلاحظ أنه تقريبا أغلبية النقط المحصورة بين 2 و -2 تقع على الخط، مما يؤكد أن فرضية الخطية مؤكدة و موجودة.

الشكل 13: اختبار الخطية

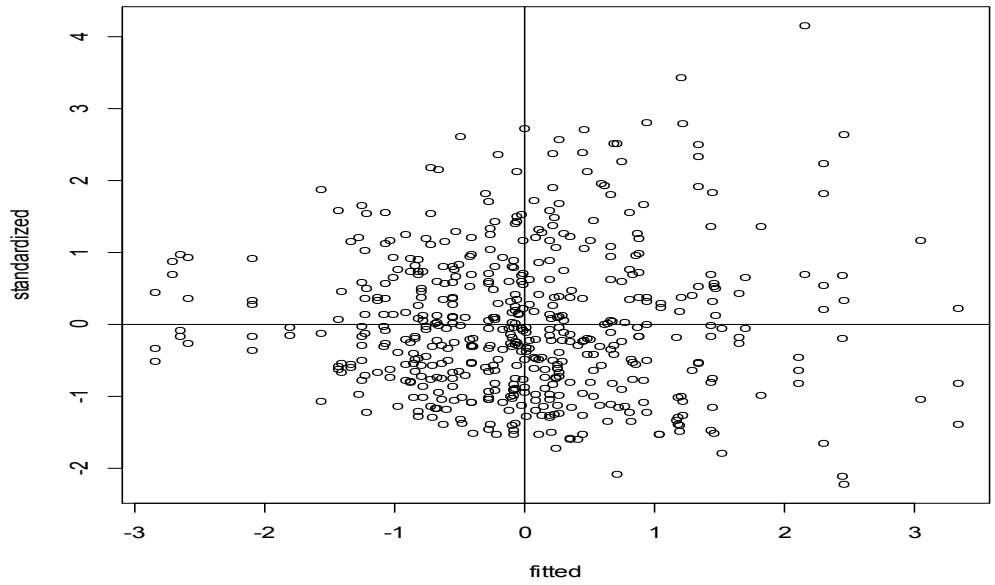


المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

4.5.3.3 اختبار التجانس (Test de l'homogénéité)

من خلال هذا الاختبار سنقوم بقياس التجانس و الشذوذ، بحيث يجب أن يكون موضع النقاط على الرسم البياني التالي حول الصفر. هنا التشتت حول الصفر مقبولًا، بينما يتجاوز -2 و 2 فهو كبير جدًا. من خلال الشكل يمكن القول أن فرضية التجانس مؤكدة.

الشكل 14: اختبار التجانس



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

6.3.3 اختبار الملائمة (Test d'adéquation)

بصفة عامة يمكن القول أن اختبار الملائمة هو اختبار من شأنه الحكم على مدى الملائمة بين سلسلة من البيانات الإحصائية و قانون الاحتمال المحدد مسبقًا. في الحالة العامة، يمكن أن يكون هذا القانون هو المتغير العشوائي Y الذي يأخذ عددًا محسوبا من القيم أو متغيرا عشوائيا مستمرا. في دراستنا هذا الاختبار من شأنه الإجابة على التساؤل التالي: هل البيانات جيدة من أجل القيام بتحليل العاملي الاستكشافي (EFA)؟

1.6.3.3 اختبار بارتليت (Test de Bartlett)

هو اختبار معلمي، يستخدم في الإحصاء لتقييم ما إذا كانت عينات K المستقلة تأتي من مجموعات من نفس التباين (ما يسمى حالة اللدونة الجنسية)، يكشف عن وجود علاقات مثيرة للاهتمام بين المتغيرات. من الناحية الرسمية، تتوافق الفرضية الصفرية (H_0) لاختبار كروية بارتليت مع: "جميع القيم الذاتية متطابقة، فهي تساوي 1".في دراستنا نريد من خلال هذا الاختبار قياس كفاية الارتباط. الجدول أدناه و من خلال معامل الاحتمال الحرج (ذو دلالة قوية، معنوي جدا) يبين أن الارتباط مهم للغاية فهو أقل من مستوى المعنوية 5%، و النموذج بشكل عام معنوي.

الجدول 11: اختبار Bartlett

Df	1711
Chi.sq.	4828.475
Pvalue	2E-294

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

2.6.3.3 اختبار KMO (كفاية عامل Kaiser-Meyer-Olkin)

مقياس Kaiser-Meyer-Olkin هو مؤشر كفاية للحل العاملي. إنه يشير إلى أي مدى تكون مجموعة المتغيرات المختارة مجموعة متماسكة و يجعل من الممكن تشكيل مقياس أو أكثر من المقاييس المناسبة للمفاهيم. يشير KMO العالي إلى وجود حل عامل مقبول إحصائيًا يمثل العلاقات بين المتغيرات. ما يهم في دراستنا هو متوسط الملائمة (Overall MSA) بحيث يجب أن يكون متوسط الملائمة العام 0.7 على الأقل. لنشير إلى كفاية مؤشر Kaiser-Meyer-Olkin.

الجدول 12: اختبار KMO، Overall MSA

كفاية (adequacy)	KMO
(r=correl)	Call: KMO
0.92	Overall MSA

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه يمكن القول أن متوسط الملائمة مقبول كونه يشير إلى 0.92 و هي قيمة أعلى من 0.7. قمنا فيما بعد بحساب متوسط الملائمة لكل بند على حدا، فقرأنا النتائج التالية:

كل البنود تحتوي على متوسط ملائمة أعلى من 0.7 (تتراوح بين 0.8 و 0.96)، عدا بندي التقييم العام 3 و 4 فكان مؤشر متوسط الملائمة 0.36 و 0.53 على التوالي و هو أقل من 0.7.

3.6.3.3 تحديد عوامل الدراسة

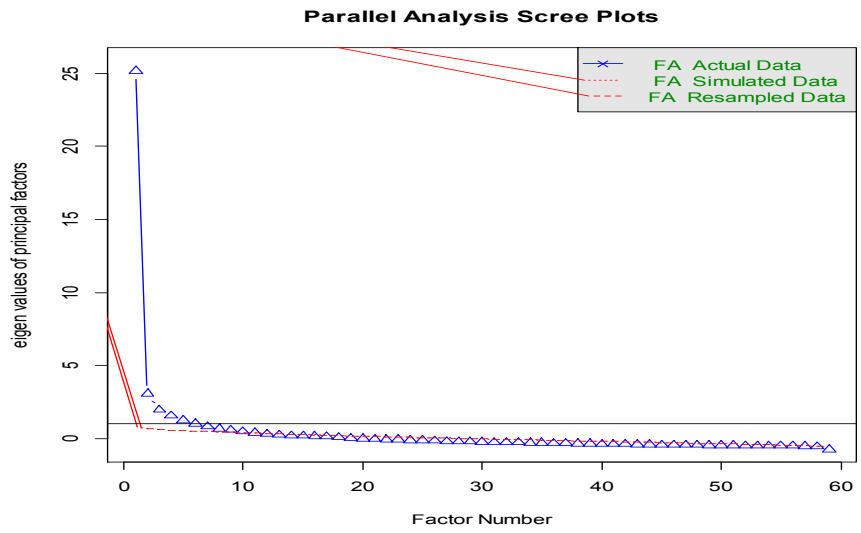
من خلال هذه المرحلة نريد معرفة أو استخراج العوامل الممكن الحصول عليها من دراستنا، فهذه الخطوة تجيبنا عن السؤال التالي: كم عدد العوامل التي يجب أن يكون لدي؟ من المهم أن نأخذ في الاعتبار أن أحد أسباب إجراء تحليل العوامل هو تقليل العدد الكبير من المتغيرات التي تصف مفهومًا معقدًا مثل الحالة الاجتماعية والاقتصادية إلى عدد قليل من المتغيرات الكامنة القابلة للتفسير (= عامل). بعبارة أخرى، نود أن نجد عددًا أقل من العوامل القابلة للتفسير التي تفسر أقصى قدر من تغير المبلغ في البيانات. هذا التحليل يتم وفق أربع خطوات:

الخطوة الأولى: الأخذ نظريا: بمعنى العودة إلى الأدبيات التي تقول أنه اختيار 3 عوامل هو الأنسب.

الخطوة الثانية: طريقة الاختبار الموازي: يقترح الاختبار 11 عاملا (العمل بمحيط العمل R).

الخطوة الثالثة: الاختيار من رسم بياني Scree plot: تظهر هذه الطريقة القيم الذاتية على المحور y و عدد العوامل على المحور x. يعرض دائمًا المنحنى إلى أسفل. تشير النقطة التي يستقر فيها منحدر المنحنى بوضوح ("الكوع") إلى عدد العوامل التي يجب أن يولدها التحليل. من الرسم البياني يمكننا الاحتفاظ بخمسة عوامل. كما هو موضح في الشكل (15).

الشكل15: تحديد العوامل



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

الخطوة الرابعة: طريقة Kaiser: تقوم هذه الطريقة على فكرة بسيطة، يكون مجموع القيم الذاتية مساويا لعدد المتغيرات، متوسطها = 1. و بالتالي فإننا نعتبر أن المحور مثير للإهتمام إذا كانت قيمته الذاتية أكبر من1. في دراستنا العوامل ذات القيم الذاتية> الأكبر من 1.0 = 6، و العوامل ذات القيم الذاتية> الأكبر من 0.7 = 7. ربما أخذ 3 عوامل من بين الخمسة هو الأنسب.

4.3 التحليل العاملي (Analyse factorielle)

التحليل العاملي هو أسلوب إحصائي يستخدم في الوقت الحاضر بشكل أساسي لتجريد المسوحات: عندما يكون لدينا عدد من الأفراد الذين لدينا الكثير من المعلومات حول الآراء و الممارسات و الوضع (الجنس، العمر، و ما إلى ذلك)، لإعطاء تمثيل هندسي[235]. وتم تطوير تقنيات التحليل العاملي الأخرى بعد ذلك مثل: تحليل المكون الرئيسي[236]. (l'analyse en composantes principales) (يُختصر غالبًا باسم ACP). ومجموعة متنوعة من تحليل المراسلات العاملي (AFC)، الذي تم إنشاؤه في الستينيات من قبل جان بول بنزيكري[237]. في دراستنا نستعمل تقنية التحليل العاملي من أجل تقليص عدد المتغيرات، و تحديد العوامل و تصفية الأسئلة. قمنا بتحليل العوامل باستخدام طريقة تقدير أقصى احتمال (maximum likelihood)، بحيث قمنا بحذف الأسئلة التي لها علاقة ارتباط بالمحاور الأكبر من 0.299 فقط. فالشرط الأول هو يجب أن لا تكون > 0.299 و الشرط الثاني يجب أن لا تكون أصغر من < -0.299. قمنا من خلال الجدول ( ) الموضح في الأسفل: باعتبار الأسئلة التي لها أكثر من قيمة واحدة ملونة كأسئلة سيئة، و هي التي تكون إما أكبر من 0.299 أو أصغر من -0.299:

الملموسية 5: الأجهزة المرتبطة بتقديم الخدمة جاذبة النظر، معامل الارتباط مع العامل 3 و العامل 2 هو 0.37 و 0.61 و هما قيمتان أكبر من 0.299 لذلك قمنا بحذف السؤال.

الاعتمادية1 : تقوم الإدارة بالوفاء بوعودها حول انجاز أو تقديم شيئ ما، المعامل مع العامل 1 و 2 هو 0.33 و 0.31 على التوالي و هما قيمتان أكبر من 0.299 تدفعنا لحذف السؤال.

الاعتمادية2 : تظهر الإدارة اهتمام حقيقي و صادق أثناء معالجة مشكل ما، معاملا الارتباط هما 0.33 و 0.57 على التوالي تشيران إلى حذف السؤال.

[235] Henry Rouanet et Brigitte Le Roux, Analyse des données multidimensionnelles, Paris, Dunod, 1993.

[236] Hotelling, H. Analysis of a complex of statistical variables into principal components. Journal of Educational Psychology, 24 (1933) :417-441,498-520.

[237] Benzécri, J.P et al. L'analyse des données, Paris, Dunod, 1973, vol. 2: Correspondances.

الاستجابة1: إعلام المستخدمين عن وقت تقديم الخدمات، 0.56 و 0.3 معاملان أكبر من 0.299 لذلك قمنا بحذف السؤال.

الاستجابة3: رغبة الموظفين و استعدادهم الدائم لمساعدة المستخدمين، 0.54 و 0.41 و هما قيمتان أكبر من 0.299 أيضا إذن سنلغي هذا السؤال.

الاستجابة5: سهولة الرد على طلبات المستخدمين، كلا المعاملين أكبر من 0.299 إذن نلغي السؤال.

الضمان2: يقدم الموظفون معلومات دقيقة و صحيحة بكل صدق و وضوح، يمكن إعتبار أن هذا سؤال سيئ كون معاملا الارتباط مع العاملين 1 و 2 هما 0.55 و 0.33 أكبر من 0.299.

التعاطف1: يقدم الموظفون اهتمام فردي لكل مستخدم، سؤال سيئ كون المعاملان أكبر من 0.299 (0.43 و 0.45).

التعاطف2: يمنح الموظفون اهتمام شخصي لكل مستخدم (يأخذون الوقت الكافي لسماعكم و استيعاب حالاتكم الشخصية)، المعاملان 0.35 و 0.51 أكبر من 0.299 رفض السؤال.

التعاطف3: يحرص الموظفون على مساعدة المستخدمين نحو الأفضل، معاملا الارتباط 0.53 و 0.42 أكبر من 0.299 معناه إلغاء السؤال. التعاطف4: يفهم الموظفون احتياجات المستخدمين، 0.55 و 0.34 أكبر من 0.299 إذن إلغاء السؤال.

المساواة2: يتعامل الموظفون بطريقة غير عادلة مع موظفين دون غيرهم، 0.35 و 0.5 حذف السؤال.

التقييم العام7: اعتقد أنني سوف أستمر في تقدير و احترام هذه الإدارة، 0.35 و 0.5 إلغاء السؤال.

الجدول13: جدول التحليل العاملي

	ML1	ML3	ML2		
ملموسية1	0,1	0,03	0,8		1
ملموسية2	0,06	0,05	0,83		2
ملموسية3	-0,13	0,12	0,93		3
ملموسية4	0,07	0,26	0,6		4
ملموسية5	-0,06	0,37	0,61	Mauvaise	5
ملموسية6	0,15	0,13	0,61		6
fiabilite1	0,33	0,26	0,31	Mauvaise	7
fiabilite2	0,33	-0,05	0,57	Mauvaise	8
fiabilite3	0,31	0,24	0,18		9
fiabilite4	0,42	0,22	0,24		10

reactivite1	0,56	-0,07	0,3	Mauvaise	11
reactivite2	0,45	0,12	0,23		12
reactivite3	0,54	-0,08	0,41	Mauvaise	13
reactivite4	0,39	0,2	0,23		14
reactivite5	0,33	0,32	0,25	Mauvaise	15
securite1	0,58	0,15	0,17		16
securite2	0,55	0,02	0,33	Mauvaise	17
securite3	0,68	0,13	0		18
securite4	0,46	0,15	0,15		19
securite5	0,62	0,04	0,22		20
empathie1	0,43	-0,07	0,45	Mauvaise	21
empathie2	0,35	0,01	0,51	Mauvaise	22
empathie3	0,53	-0,1	0,42	Mauvaise	23
empathie4	0,55	-0,09	0,34	Mauvaise	24
empathie5	0,52	0,05	0,07		25
empathie6	0,68	0	-0,12		26
empathie7	0,64	0,12	-0,06		27
emopathie8	0,69	0,12	-0,08		28
participation1	0,59	0,05	0,07		29
participation2	0,66	0,11	-0,04		30
participation3	0,68	0,11	-0,04		31
transparence1	0,64	-0,05	0,22		32
transparence2	0,61	-0,01	0,26		33
transparence3	0,75	0,16	-0,16		34
transparence4	0,8	0,07	-0,15		35
transparence5	0,71	0,16	-0,18		36
transparence6	0,41	0,26	-0,02		37
transparence7	0,35	0,22	0,06		38
transparence8	0,44	0,11	0,12		39
GDR1	0,55	-0,05	0,28		40
GDR2	0,72	0,13	-0,1		41
GDR3	0,48	0,06	0,16		42
egalite1	0,59	-0,23	0,03		43
egalite2	0,34	-0,1	0,3	Mauvaise	44
egalite3	0,62	0,19	-0,06		45
evaluationgeneral1	0,41	0,19	0,23		46
evaluationgeneral2	0,45	0,04	0,05		47
evaluationgeneral3	0,01	-0,17	0,03		48
evaluationgeneral4	-0,25	0,15	-0,11		49
evaluationgeneral5	0,03	0,63	-0,11		50
evaluationgeneral6	0,13	0,65	-0,04		51
evaluationgeneral7	0,35	0,5	-0,01	Mauvaise	52
evaluationgeneral8	0,15	0,64	0		53
evaluationgeneral9	-0,06	0,83	0,16		54
evaluationgeneral10	-0,05	0,87	0,1		55
evaluationgeneral11	0,17	0,66	0,01		56
evaluationgeneral12	0,15	0,71	-0,03		57
evaluationgeneral13	0,05	0,72	0,05		58
evaluationgeneral14	0,1	0,73	0,01		59

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

حسب الجدول (13) فإن مجموع الأسئلة التي تم الإبقاء عليها هي 46 سؤال من أصل 59 سؤالا، بمعنى قمنا بحذف 13 سؤالا.

فيما يلي سنقوم بدراسة الأسئلة التي لها ارتباط بكل عامل من العوامل الثلاثة التي تم الحصول عليها سابقا. كما يوضحها الجدول أدناه (14)، فإن الأسئلة المرتبطة بالعامل الأول هي: 30 سؤالا مرقمة من 9 حتى 47. أما الأسئلة المرتبطة بالعامل الثاني هي:

5 أسئلة مرقمة من 1، 2، 3،4 حتى 6.فيما يخص أسئلة العامل الثالث هي: 9 أسئلة مرقمة من 50 حتى 59. و عليه فيكون مجموع الأسئلة المرتبطة بالعوامل الثلاث هو 44 سؤالا.

الجدول 14: ارتباط كل بند بالعوامل الثلاثة

	ML1	ML3	ML2	
tangibilite1	0,1	0,03	0,8	1
tangibilite2	0,06	0,05	0,83	2
tangibilite3	-0,13	0,12	0,93	3
tangibilite4	0,07	0,26	0,6	4
tangibilite6	0,15	0,13	0,61	6
fiabilite3	0,31	0,24	0,18	9
fiabilite4	0,42	0,22	0,24	10
reactivite2	0,45	0,12	0,23	12
reactivite4	0,39	0,2	0,23	14
securite1	0,58	0,15	0,17	16
securite3	0,68	0,13	0	18
securite4	0,46	0,15	0,15	19
securite5	0,62	0,04	0,22	20
empathie5	0,52	0,05	-0,07	25
empathie6	0,68	0	-0,12	26
empathie7	0,64	0,12	-0,06	27
emopathie8	0,69	0,12	-0,08	28
participation1	0,59	0,05	-0,07	29
participation2	0,66	0,11	-0,04	30
participation3	0,68	0,11	-0,04	31
transparence1	0,64	-0,05	0,22	32
transparence2	0,61	-0,01	0,26	33
transparence3	0,75	0,16	-	34

			0,16	
			-	
transparence4	0,8	0,07	0,15	35
			-	
transparence5	0,71	0,16	0,18	36
			-	
transparence6	0,41	0,26	0,02	37
transparence7	0,35	0,22	0,06	38
transparence8	0,44	0,11	0,12	39
		-		
GDR1	0,55	0,05	0,28	40
GDR2	0,72	0,13	-0,1	41
GDR3	0,48	0,06	0,16	42
		-		
egalite1	0,59	0,23	0,03	43
			-	
egalite3	0,62	0,19	0,06	45
evaluationgeneral1	0,41	0,19	0,23	46
evaluationgeneral2	0,45	0,04	0,05	47
		-		
evaluationgeneral3	0,01	0,17	0,03	48
	-		-	
evaluationgeneral4	0,25	0,15	0,11	49
			-	
evaluationgeneral5	0,03	0,63	0,11	50
			-	
evaluationgeneral6	0,13	0,65	0,04	51
evaluationgeneral8	0,15	0,64	0	53
	-			
evaluationgeneral9	0,06	0,83	0,16	54
	-			
evaluationgeneral10	0,05	0,87	0,1	55
evaluationgeneral11	0,17	0,66	0,01	56
			-	
evaluationgeneral12	0,15	0,71	0,03	57
evaluationgeneral13	0,05	0,72	0,05	58
evaluationgeneral14	0,1	0,73	0,01	59

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

1.4.3 التحليل العاملي بدون الأسئلة السيئة (التي تم حذفها)

من خلال الجدول أدناه نلاحظ أن فقط السؤال الأول لبعد تسيير الشكاوي هو سؤال سيئ لكن نواصل بدون حذفه. الآن قمنا بتحقيق بنية بسيطة.

الجدول 15: التحليل العاملي بعد حذف الأسئلة السيئة

	ML1	ML3	ML2
tangibilite1	0,12	-0,04	0,85
tangibilite2	0,06	0,01	0,87
tangibilite3	-0,1	0,08	0,92
tangibilite4	0,15	0,16	0,61
tangibilite6	0,11	0,16	0,58
fiabilite3	0,42	0,11	0,19
fiabilite4	0,42	0,2	0,24
reactivite2	0,51	0,03	0,23
reactivite4	0,46	0,11	0,23
securite1	0,64	0,04	0,21
securite3	0,73	0,05	0,04
securite4	0,48	0,1	0,16
securite5	0,52	0,1	0,22
empathie5	0,59	-0,04	0,08
empathie6	0,66	-0,01	-0,1
empathie7	0,67	0,08	-0,04
emopathie8	0,71	0,07	-0,05
participation1	0,67	-0,07	0,12
participation2	0,73	0,01	0
participation3	0,77	-0,01	-0,03
transparence1	0,58	-0,02	0,23
transparence2	0,56	0,02	0,27
transparence3	0,77	0,1	-0,12
transparence4	0,82	0	-0,11
transparence5	0,76	0,07	-0,15
transparence6	0,48	0,17	0,01
transparence7	0,42	0,13	0,09
transparence8	0,52	0,01	0,15
GDR1	0,51	-0,04	0,31
GDR2	0,73	0,07	-0,05
GDR3	0,5	0,02	0,18
egalite1	0,59	-0,27	0,09
egalite3	0,6	0,17	-0,05

evaluationgeneral1	0,39	0,2	0,23
evaluationgeneral2	0,45	0,03	0,07
evaluationgeneral3	-0,07	-0,07	-0,01
evaluationgeneral4	-0,3	0,22	-0,17
evaluationgeneral5	0,06	0,6	-0,14
evaluationgeneral6	0,16	0,62	-0,08
evaluationgeneral8	0,12	0,66	-0,01
evaluationgeneral9	-0,08	0,86	0,13
evaluationgeneral10	-0,07	0,9	0,07
evaluationgeneral11	0,11	0,71	0,01
evaluationgeneral12	0,09	0,78	-0,04
evaluationgeneral13	0,01	0,76	0,03
evaluationgeneral14	0,1	0,74	-0,02

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

الجدول16: مؤشرات العوامل الثلاث

	ML1	ML3	ML2
SS loadings	12,52	6,24	4,76
Proportion Var	0,27	0,14	0,1
Cumulative Var	0,27	0,41	0,51
Proportion Explained	0,53	0,27	0,2
Cumulative proportion	0,53	0,8	1

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

2.4.3 ارتباط العوامل

الجدول 17: ارتباط العوامل فيما بينها

	ML1	ML3	ML2
ML1	1	0,66	0,52
ML3	0,66	1	0,41
ML2	0,52	0,41	1

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أنه فقط العاملين 3 و 2 مرتبطان نوعا ما، بشكل معتدل.

2.4.3 مؤشرات النموذج

من خلال الجدول أدناه نلاحظ أن قيمة الجذر التربيعي للبقايا (RMSR) هي 0.06 و هي قيمة أقل من 0.10 مما يبين صلاحية النموذج. كما يشير مؤشر المطابقة المقارن (Comparative Fit Index) (CFI) إلى 0.7 و هي قيمة أقل من 0.9 (يجب أن تكون قيمة مؤشر المطابقة المقارن CFI محصورة بين 0.95 و 1) مما يدل على سوء المطابقة. بينما مؤشر الجذر التربيعي لمتوسط خطأ الاقتراب RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) حسب الجدول يشير إلى 0.113 و هي قيمة بعيدة عن المجال 0.05 و 0.08 فيهذا يدل على عدم المطابقة. إلا أن قيمة التناسب قطريا تشير إلى 0.98 و هذا يدل على حسن المطابقة.

الجدول 18: مؤشرات النموذج

The root mean square of the residuals(RMSR)	0.06
The df corrected root mean square of the residuals	0.06
Tucker Lewis Index of factoring reliability	0.653
RMSEA index	0.113
BIC	1191.86
Fit based upon off diagonal values	0.98
CFI	0.7

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

3.4.3 ثبات القياس و تحليل الموثوقية

يختبر الثبات أساسا باستخدام ألفا كرونباخ. حسب Churchill[238]، ضعف قيمة ألفا يعني "ضعف أداء البنود في التقاط المفهوم المراد قياسه"، و في المقابل قوة ألفا تعني "قوة البنود في الدلالة على المفهوم". Churchill يؤكد أن حالة ضعف ألفا، و إذا كانت العينة كبيرة كفاية، يجب الاستدلال أن هنالك بنودا ضعيفة الارتباط بالمفهوم، يتم كشفها عندئذ بالارتباط بمجموع العلامات، و يمكن رسم هذه الارتباطات بيانيا لكشف النقاط القريبة من الصفر أو النقاط التي ينزل عندها الخط بحدة. هذه

[238] Churchill Jr., G. A. (1979). Opcit

النقاط تؤشر على بنود يتوجب التخلص منها. في حالة المفهوم المكون من عدة أبعاد يتوجب قياس ألفا لكل بعد و ارتباطات بنوده بمجموعه.

الأسئلة المرتبطة بالعامل الأول كانت 30 بندا كالتالي:

- يلبس الموظفون لباسا جميلا و أنيقا.
- تقوم الإدارة بالوفاء بوعودها حول إنجاز / تقديم خدمة ما.
- تظهر الإدارة اهتمام حقيقي و صادق أثناء معالجة مشكل ما.
- يقدم الموظفون خدمة صحيحة من أول مرة، دون ارتكاب أخطاء.
- تقدم الخدمات في آجالها المحددة سابقا.
- إعلام المستخدم عن وقت تقديم الخدمات.
- تضمن الإدارة تقديم خدمة سريعة (مثلا أثناء دراسة الطلبات).
- رغبة الموظفين و استعدادهم الدائم لمساعدة المستخدمين.
- سرعة الرد على طلبات المستخدمين.
- سهولة الرد على طلبات المستخدمين.
- يضع المستخدمون ثقتهم بالموظفين.
- يقدم الموظفون معلومات دقيقة و صحيحة و بكل صدق و وضوح.
- يحس المستخدم بالأمان أثناء تعامله مع الموظفين.
- الموظفون مهذبون في كل الأوقات.
- كفاءة الموظفين في قدرتهم على الإجابة على تساؤلات المستخدمين.
- يقدم الموظفون اهتمام فردي لكل مستخدم.
- يمنح الموظفون اهتمام شخصي لكل مستخدم (يأخذون الوقت الكافي لسماع و استيعاب حالاتكم الشخصية).
- يحرص الموظفون على مساعدة المستخدمين نحو الأفضل.
- يفهم الموظفون احتياجات المستخدمين.

الأسئلة المرتبطة بالعامل الثاني عبارة عن 5 بنود هي:

- تحتوي الإدارة على معدات و تجهيزات حديثة و مناسبة للخدمة.
- مواقع الأجهزة مريحة و موضوعة بصورة جيدة و جاذبة للنظر.
- ديكور و جماليات أماكن الأجهزة رائعة.
- مواقع المعدات و الأجهزة تتكيف و تدفق المستخدمين الهائل.
- يلبس الموظفون لباسا جميلا و أنيقا.

الأسئلة المرتبطة بالعامل الثالث هي عبارة عن 9 بنود:

- أتحدث عن خدمات هذه الإدارة لأصدقائي كخدمة عمومية جيدة.
- لدي ميول للتباهي و الدفاع عن هذه الإدارة.
- عموما، أنا راضي عن كل الخدمات العمومية التي أستخدمها.
- تعتبر الخدمات العمومية سريعة و فعالة.
- تسير الخدمات العمومية بطريقة جيدة.
- تشغل الخدمات العمومية مهمتها جيدا.
- أغلب الإدارات العمومية تستمع لمستخدمي خدماتها.
- الخدمات العمومية تهتم بحالة كل شخص، حيث تتسم بالمرونة.
- جودة الخدمات المقدمة من قبل الإدارة جيدة.

استعملنا اختبار ألفا لاختبار موثوقية النموذج المتحصل عليه، كل مجموعة من الأسئلة المرتبطة بكل عامل من العوامل الثلاثة قمنا باختبار موثوقيتها لوحدها منفصلة.

1.3.4.3 اختبار الموثوقية للعامل الأول

الجدول 19: اختبار الموثوقية للعامل الأول

raw_alpha	std.alpha	G6(smc)	average_r	S/N	Ase	mean	Sd	median_r
0,97	0,97	0,98	0,49	29,00	0,0021	2,40	0,78	0,49

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول 19 يظهر معامل ألفا 0.97 و هذا يدل على أن العامل الأول موثوق، كما تظهر نتائج الجدول ( ) أن كل الأسئلة المتعلقة بهذا العامل أيضا موثوقة.

الجدول 20: اختبار الموثوقية لبنود العامل الأول

	raw_alpha	std.alpha	G6(smc)	average_r	S/N	alpha se	var.r	med.r
tangibilite6	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0099	0,49
fiabilite1	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0104	0,49
fiabilite2	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0099	0,49
fiabilite3	0,97	0,97	0,98	0,5	29	0,002	0,0099	0,49
fiabilite4	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0103	0,48
reactivite1	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0103	0,49
reactivite2	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0102	0,49
reactivite3	0,96	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0101	0,48
reactivite4	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0104	0,49
reactivite5	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0102	0,49
securite1	0,96	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0102	0,48
securite2	0,96	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0103	0,48
securite3	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0106	0,48
securite4	0,97	0,97	0,98	0,5	28	0,002	0,0106	0,49
securite5	0,96	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0103	0,48
empathie1	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,01	0,49
empathie2	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0099	0,49
empathie3	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,01	0,49
empathie4	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,01	0,49
empathie5	0,97	0,97	0,98	0,5	29	0,002	0,01	0,49
empathie6	0,97	0,97	0,98	0,5	29	0,002	0,0096	0,5
empathie7	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0105	0,49
emopathie8	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0105	0,49
participation1	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0104	0,49
participation2	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0105	0,49
participation3	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0106	0,49
transparence1	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0103	0,48
transparence2	0,96	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0101	0,48
transparence3	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0105	0,49

transparence4	0,97	0,97	0,98	0,49	28	0,002	0,0105	0,49

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

2.3.4.3 اختبار الموثوقية للعامل الثاني

من خلال الجدول يظهر معامل ألفا للعامل الثاني 0.92 و هي قيمة تدل على موثوقية هذا العامل، كما يوضح الجدول (21) أيضا موثوقية الأسئلة المتعلقة بهذا العامل.

الجدول 21: اختبار الموثوقية للعامل الثاني

raw_alpha	std.alpha	G6(smc)	average_r	S/N	ase	mean	Sd	median_r
0,92	0,92	0,91	0,7	12	0,0054	2,6	1,1	0,68

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

الجدول 22: اختبار موثوقية فقرات العامل الثاني

	raw_alpha	std.alpha	G6(smc)	average_r	S/N	alpha se	var.r	med.r
tangibilite1	0,89	0,89	0,87	0,68	8,5	0,008	0,005	0,66
tangibilite2	0,89	0,89	0,87	0,68	8,4	0,008	0,0039	0,66
tangibilite3	0,9	0,9	0,88	0,69	8,7	0,008	0,0073	0,66
tangibilite4	0,91	0,91	0,9	0,73	10,7	0,006	0,0097	0,72
tangibilite6	0,92	0,92	0,91	0,75	12,1	0,005	0,0053	0,75

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

3.3.4.3 اختبار الموثوقية للعامل الثالث

الجدول 23: اختبار موثوقية العامل الثالث

raw_alpha	std.alpha	G6(smc)	average_r	S/N	ase	mean	Sd	median_r
0,93	0,93	0,93	0,6	13	0,0048	2,2	0,79	0,61

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

الجدول 24: اختبار الموثوقية لفقرات العامل الثالث

raw_alpha	std.alpha	G6(smc)	average_r	S/N	alpha	var.r	med.r

						se		
evaluationgeneral5	0,93	0,93	0,93	0,63	14	0,005	0,0057	0,64
evaluationgeneral6	0,92	0,93	0,93	0,61	13	0,005	0,0111	0,64
evaluationgeneral8	0,92	0,93	0,93	0,61	12	0,005	0,0101	0,62
evaluationgeneral9	0,92	0,92	0,92	0,59	11	0,006	0,0088	0,59
evaluationgeneral10	0,92	0,92	0,92	0,58	11	0,006	0,0085	0,58
evaluationgeneral11	0,92	0,92	0,92	0,6	12	0,005	0,0096	0,6
evaluationgeneral12	0,92	0,92	0,92	0,59	11	0,006	0,009	0,59
evaluationgeneral13	0,92	0,92	0,92	0,59	12	0,006	0,0105	0,6
evaluationgeneral14	0,92	0,92	0,92	0,59	11	0,006	0,0108	0,59

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدولين (23) و (24) نلاحظ أن معامل ألفا يدل على أن العامل الثالث و الأسئلة المرتبطة به موثوقة.

4.3.3 تحليل كفاية (adequacy analysis)

في هذه المرحلة سنقوم بالإشارة إلى ما يمثله كل سؤال أو كل بند حسب كل عامل أو بعد. من خلال المراحل السابقة قمنا باستخراج ثلاثة أبعاد من أصل عشرة، تضمن البعد الأول البنود التالية:

- يلبس الموظفون لباسا جميلا و أنيقا.
- تقوم الإدارة بالوفاء بوعودها حول إنجاز / تقديم خدمة ما.
- تظهر الإدارة اهتمام حقيقي و صادق أثناء معالجة مشكل ما.
- يقدم الموظفون خدمة صحيحة من أول مرة، دون ارتكاب أخطاء.
- تقدم الخدمات في آجالها المحددة سابقا.
- إعلام المستخدم عن وقت تقديم الخدمات.
- تضمن الإدارة تقديم خدمة سريعة (مثلا أثناء دراسة الطلبات).
- رغبة الموظفين و استعدادهم الدائم لمساعدة المستخدمين.
- سرعة الرد على طلبات المستخدمين.
- سهولة الرد على طلبات المستخدمين.
- يضع المستخدمون ثقتهم بالموظفين.

- يقدم الموظفون معلومات دقيقة و صحيحة و بكل صدق و وضوح.
- يحس المستخدم بالأمان أثناء تعامله مع الموظفين.
- الموظفون مهذبون في كل الأوقات.
- كفاءة الموظفين في قدرتهم على الإجابة على تساؤلات المستخدمين.
- يقدم الموظفون اهتمام فردي لكل مستخدم.
- يمنح الموظفون اهتمام شخصي لكل مستخدم (يأخذون الوقت الكافي لسماع و استيعاب حالاتكم الشخصية).
- يحرص الموظفون على مساعدة المستخدمين نحو الأفضل.
- يفهم الموظفون احتياجات المستخدمين.

هذه البنود العشرة تمثل العامل الأول الذي خلصنا من خلال الأسئلة التي يشملها إلى أنه يمثل أول بعد لقياس الجودة المدركة للخدمة العمومية و هو بعد "**الشفافية**".

أما العامل الثاني فقد تمثل في خمس بنود، اجتمعت لتعطينا ثاني بعد لقياس الجودة المدركة للخدمة العمومية و هو بعد "**الملموسية**".

- تحتوي الإدارة على معدات و تجهيزات حديثة و مناسبة للخدمة.
- مواقع الأجهزة مريحة و موضوعة بصورة جيدة و جاذبة للنظر.
- ديكور و جماليات أماكن الأجهزة رائعة.
- مواقع المعدات و الأجهزة تتكيف و تدفق المستخدمين الهائل.
- يلبس الموظفون لباسا جميلا و أنيقا.

و أخيرا ثالث عامل اشتمل على تسعة بنود، كانت موجهة لمعرفة نظرة المواطنين العامة اتجاه الخدمات العمومية بصفة عامة، و هو بعد "**الدقة**".

- أتحدث عن خدمات هذه الإدارة لأصدقائي كخدمة عمومية جيدة.
- لدي ميول للتباهي و الدفاع عن هذه الإدارة.

- عموما، أنا راضي عن كل الخدمات العمومية التي أستخدمها.
- تعتبر الخدمات العمومية سريعة و فعالة.
- تسير الخدمات العمومية بطريقة جيدة.
- تشغل الخدمات العمومية مهمتها جيدا.
- أغلب الإدارات العمومية تستمع لمستخدمي خدماتها.
- الخدمات العمومية تهتم بحالة كل شخص، حيث تتسم بالمرونة.
- جودة الخدمات المقدمة من قبل الإدارة جيدة.

خاتمة الفصل الثالث

قمنا من خلال هذا الفصل بعرض خطوات البحث التي تم اتباعها كمرحلة أولى، ثم قمنا بعرض أهم النتائج المتحصل عليها من خلال التحليل الإحصائي، بحيث قمنا بتحديد مجتمع و عينة الدراسة، بعد ذلك وضحنا الطريقة المتبعة في تكوين أداة القياس و جمع البيانات. لننتقل بعد ذلك لعرض و توضيح أساليب التحليل الإحصائي التي اعتمدناها في دراستنا. بحيث كان التحليل العاملي الاستكشافي الركيزة الأساسية للوصول إلى النتائج المرجوة. كما قمنا بتسليط الضوء على بعض الأساليب الاحصائية و تبرير سبب اختيار التحليل العاملي الاستكشافي في دراستنا. لنخلص في نهاية الفصل إلى تحديد ثلاث عوامل أو متغيرات النموذج و هي: الملموسية، الدقة و الشفافية، قمنا التحليل العاملي للعوامل، كما قمنا باختبار نموذج الدراسة المتحصل عليه و التي كانت مؤشراته نوعا ما ضعيفة. ثم اختبرنا الموثوقية لكل عامل على حدا لننهي الفصل بتحليل كفاية الذي وضح لنا كل عامل و البنود المرتبطة به.

الفصل الرابع

تفسير النتائج، المناقشة، المساهمات، حدود و آفاق الدراسة

مقدمة الفصل الرابع

في دراسات جزائرية سابقة تم استخدام الأبعاد الخمسة الشهيرة لقياس جودة الخدمة إلا أنه لم تأكد البيانات ملائمة أبعاد (RATER) للسياق الاقتصادي الجزائري، رغم التعديلات التي أدخلت عليها، مما يدل على أهمية الواقع الاقتصادي و الثقافي في تحديد أبعاد جودة الخدمة، و يطعن في عمومية الأبعاد الخمسة الشهيرة عبر القطاعات الاقتصادية و عبر الدول مختلفة الثقافات و مستويات التنمية.

عند تأمل الأبعاد الخمسة المذكورة يظهر أنها تركز على ظروف الخدمة، أي ما يسمى بالجودة الوظيفية، أكثر من الخدمة نفسها. من أجل الحصول على مقياس يقبل التطبيق على أي خدمة تقريبا، لم يكن بد من الابتعاد عن قياس الصفات المباشرة للخدمة و البقاء في مستوى أكثر تجريدا، لكي يحقق العمومية المطلوبة.

تقدم مؤسسة "الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء" (CNAS) خدمات عديدة و مختلفة، و هي توجه لفئات متباينة من المستخدمين، وهذا الاختلاف يجعل تقييمها ببنود مشتركة يغطي على تفاصيل و معلومات مهمة. الخدمات التي يقدمها "صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء" تعتمد على المورد البشري و التكنولوجيا، و لا تخلو أي خدمة من النقائص. فالخدمات التي يقدمها CNAS المشكلة التي يمكن أن تواجه الموظفين أو المستخدمين على حد سواء هي حدوث مشكلة في النظام، الانتظار و الازدحام داخل مكاتب هذه المؤسسة، لذلك من المهم أن تقيم بعض الخدمات على الأقل أو جوانب منها بشكل منفصل، و هو ما لا يوفره مقياس سيرفكوال.

1.4 التعريف بالميدان محل الدراسة (الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء)

– الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء هو مؤسسة عمومية ذات تسيير خاص، طبقا للمادة 49 من القانون رقم 88-01 المؤرخ في 12 يناير 1988 المتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية، يتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلالية المالية.[239]

[239] الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي فرع معسكر

1.1.4 مهام الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء

- تسيير الأداءات التأمينات الاجتماعية (المرض،الأمومة،العجز و الوفاة).
- تسيير المنح العائلية.
- تحصيل الاشتراكات.
- الرقابة و المنازعات.
- منح رقم تسجيل وطني للمؤمن لهم اجتماعيا و كذا أصحاب العمل.
- الوقاية من حوادث العمل و الأمراض المهنية.
- تسيير الأداءات المتعلقة بالمستفيدين من الاتفاقيات الثنائية.

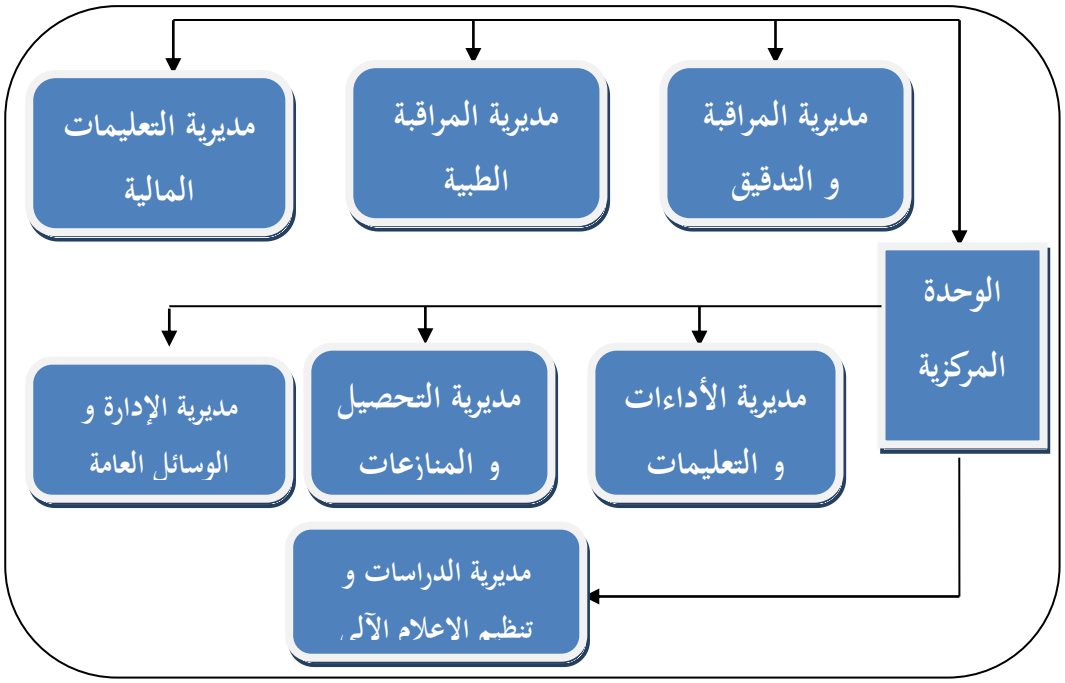
2.1.4 هياكل الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية

- المديرية العامة، 49 وكالة ولائية (اثنان منها بالجزائر العاصمة)
- 839 هيكل دفع.
- 368 مركز دفع.
- 405 فرع للدفع.
- 4 عيادات متخصصة.
- 4 مراكز للتصوير الطبي الشعاعي.
- 35 مركز للتشخيص و العلاج.
- 55 صيدلية تابعة للصندوق.
- مطبعة.
- مركز عائلي.
- 30حديقة و رياض أطفال.

3.1.4 هيكلة و تصنيف الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي

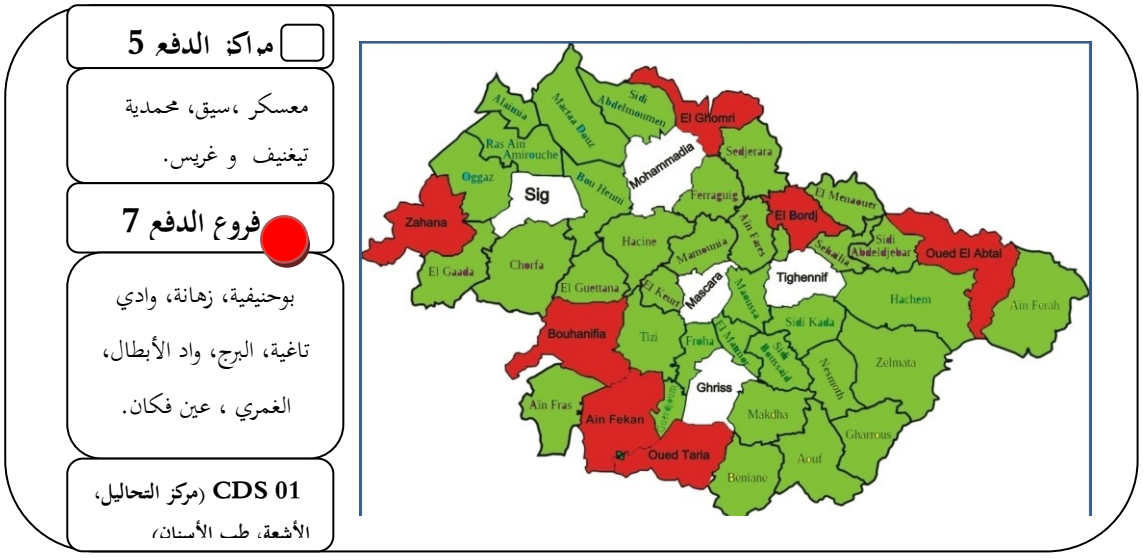
تصنف الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء لولاية معسكر كوكالة من الدرجة الثالثة، تحتوي على 5 مراكز للدفع، بكل من معسكر، سيق، محمدية، تيغنيف و غريس. بالإضافة إلى 7 فروع للدفع هي: معسكر، زهانة، وادي تاغية، البرج، واد الأبطال، الغمري و عين فكان. كما تحتوي الوكالة على مركز للتحاليل و الأشعة و طب الأسنان.

الشكل 16: هيكلة الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي



المصدر: الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء لولاية معسكر.

الشكل 17 : تصنيف الوكالة الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي



المصدر: الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء لولاية معسكر.

4.1.4 توزيع مستخدمي الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي

يتوزع مستخدمي (عمال) الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء فرع مدينة معسكر إلى غاية تاريخ 2018/06/27، على النحو التالي: تضم المديرية 16 عاملا بما فيهم مدير الوكالة، الإدارة العامة تضم 72 عاملا، العمليات المالية و التحصيل 47 عاملا، الأداءات 117 عاملا، المراقبة الطبية 35 عاملا، النشاط الصحي و الاجتماعي 11 عاملا و مركز الإعلام الآلي 9 عمال ليكون المجموع 307 عاملا.

الجدول25: توزيع مستخدمي الوكالة إلى غاية 27.06.2018

16	Administration	المديرية
72	Administration Général	الإدارة العامة
47	Finance et Recouvrement	العمليات المالية و التحصيل
117	Prestations	الأداءات
35	Contrôle Médical	المراقبة الطبية
11	Activité Sanitaire et Social	النشاط الصحي و الاجتماعي
09	Centre de Calcul	مركز الإعلام الآلي
307	Total	المجموع

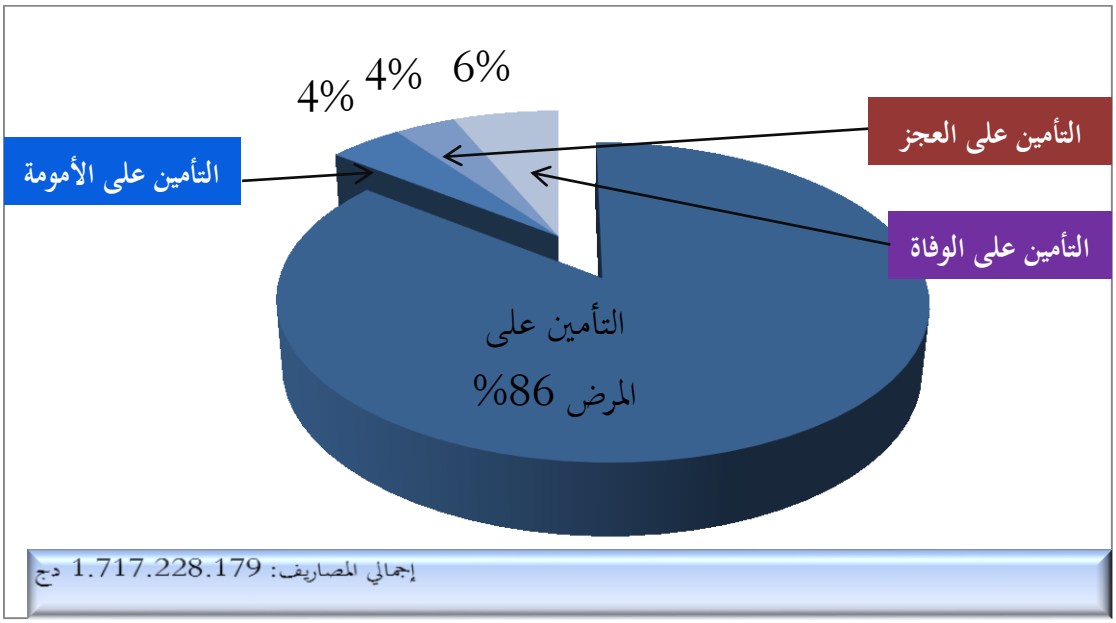
المصدر: الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء لولاية معسكر.

الجدول 26: توزيع مستخدمي الوكالة إلى غاية 31. 07. 2018

06	Cadres Supérieur	إطارات عليا
61	Cadres	إطارات
204	Agent Maitrise	عون التحكم
36	Agent d'exécution	عون التنفيذ
307	Total	المجموع

المصدر: الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء لولاية معسكر.

الشكل 18: مصاريف التأمينات الاجتماعية 31 ماي 2018



المصدر: الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء لولاية معسكر.

تتوزع مصاريف التأمينات الاجتماعية حسب ما هو موضح في الشكل(18) بنسب متقاربة، بحيث تشغل مصاريف التأمين على العجز و التأمين على الأمومة نسبة 4% أما مصاريف التأمين على الوفاة فنسبتها 6% لتكون الحصة الأكبر من المصاريف على التأمين على المرض بنسبة 86%، أما إجمالي المصاريف فقد بلغ 1.717.228.179 دج.

الجدول 27: تعداد أصحاب العمل المشتركين جوان 2018

القطاعات	أصحاب العمل employeurs	الأجراء Salariés cotisants
القطاع الاقتصادي العمومي Public	170	19204
القطاع الاقتصادي الخاص Prive	6170	44884
القطاع الإداري Administration	133	50046
الجمعيات Association	12	67

الفئات الخاصة Catégorie particulières	52	122006
التصريح الطوعي Déclaration volontaire	790	94
المجموع Total	7327	236301

المصدر: الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء لولاية معسكر.

الجدول أعلاه (27) يوضح تعداد الأفراد المشتركين لدى الوكالة الوطنية للعمال الأجراء لولاية معسكر (جوان 2018) بالصنفين، الصنف الأول أرباب العمل (الخواص)، و الصنف الثاني العمال الأجراء.

2.4 النمذجة الهيكيلية أو النمذجة بالمعادلات البنيوية (Structurel Equation Model) SEM

1.2.4 لمحة حول النمذجة الهيكلية

النمذجة بالمعادلات البنيوية SEM هي أداة إحصائية جديدة، و لكن تعود جذورها للنصف الأول من عشرينات القرن الماضي، و لقد حدت تعقيداته الرياضية من استعمالها و ذلك حتى أصبح كل من الكمبيوتر و البرامج الإلكترونية متوفرة، و لقد نمى استعمال نمذجة المعادلات الهيكلية بشكل بطيء ما بين 1970 و 1980 بسبب صعوبته، ولقد احتوت هذه النمذجة على فرعين نموذج القياس و نموذج المعادلات الهيكلية.[240]

ولا تستعمل نمذجة المعادلات البنيوية SEM إلا بقاعدة نظرية تتكون من تطوير كل من نموذج قياس خاص ونموذج بنائي خاص، و تمثل النماذج بمسارات بيانية ظاهرة و تكون الخطوط التي تنتهي بسهم في اتجاه واحد ممثلة للعلاقة بين متغير التابع و المستقل، والعلاقات الارتباطية تمثل بمسارات ذو سهمين من كلا الاتجاهين، و يجب دعم كل علاقة قبل انشائها نظريا[241].

إن مقاربة نمذجة المعادلات البنيوية SEM تمكن الباحثين من تحسين نموذج القياس المتعدد للعبارات بحساب الأخطاء عكس الإنحدار المتعدد الذي لا يتعامل مع نموذج القياس. فطريقة تحليل الإنحدار المتعدد تفترض أنه لا توجد أي أخطاء في البيانات، و لكن مقاربة نمذجة المعادلات البنيوية تكشف و تقدر هذه الأخطاء في كل عبارة مقاسة وهذا بغية تحسين دقة النتائج.[242] إن

[240] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. (2010). Opcit
[241] Hair et al, (2010), opcit.
[242] Astrachan, C. B., Patel, V. K., & Wanzenried, G. (2014). Opcit, 116-128 .

عملية استخدام النمذجة بالمعادالت الهيكلية SEM تمكن الباحثين من التقدير الجيد لنموذج القياس و النموذج الهيكلي، و خاصة عندما يحتوي النموذج الهيكلي على عدة متغيرات مستقلة، و عوامل كامنة مبنية بعدة عبارات، فالعديد من الباحثين في العلوم الإجتماعية استخدموا هذه الطريقة و هذا بسبب أن المتغيرات الكامنة لا يمكن ملاحظتها ولا قياسها بشكل مباشر. و منه نلخص أن النمذجة بالمعادلات الهيكلية SEM ، تسهل إيجاد و إثبات العلاقات بين المتغيرات المتعددة، و تتمثل أحد أهم نقاط قوتها في تقليل الأخطاء في نموذج ذو العلاقات المتعددة بين المتغيرات الكامنة. و لعل من أبرز مؤشرات حسن المطابقة التي تقدمها معظم برامج النمذجة ما يلي: [243]

- GFI (Goodness of Fit Index). مؤشر حسن المطابقة.
- AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index). مؤشر حسن المطابقة المعدل.
- RFI (Relative Fit Index). مؤشر المطابقة النسبي.
- CFI (Comparative Fit Index). مؤشر المطابقة المقارن.
- NFI (Normative Fit Index). مؤشر المطابقة المعياري.
- RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation). مؤشر الجذر التربيعي لمتوسط خطأ الاقتراب.

الجدول 28: المؤشرات المعتمدة للنموذج و محاكاتها

المؤشر	أحسن مطابقة
مربع كاي Cmin أو X^2	أصغر ما يمكن (غير دالة)
درجات الحرية df	Df
النسبة Cmin/df	Cmin/df < 5
الصدق المتوقع الزائف ECVI	
مؤشر جودة المطابقة GFI	GFI=1 مطابقة تامة، GFI > 0.90 مطابقة
مؤشر المطابقة المعياري NFI	NFI=1 مطابقة تامة، NFI > 0.90 أحسن مطابقة
مؤشر المطابقة المقارن CFI	CFI=1 مطابقة تامة، CFI>0.95 أحسن مطابقة

[243] Hox, J.J, An Introduction to Structional Equation Modeling, Family Science Review, Vol.11, 1998

مؤشر حسن المطابقة المصحح AGFI	AGFI=1 مطابقة تامة، AGFI>0.90 أحسن مطابقة
مؤشر توكر لويس TLI	TLI=1 مطابقة تامة، TLI>0.90 أحسن مطابقة
مؤشر المطابقة المتزايد IFI	IFI=1 مطابقة تامة، IFI>0.90 أحسن مطابقة
جذر متوسط مربعات الخطأ التقريبي RMSEA	RMSEA=0 تطابق تام، RMSEA<0.05 أفضل تطابق
جذر متوسط مربعات البواقي SRMR	RMR=0 تطابق تام، RMR<0.05 أفضل تطابق

المصدر: Hewitt et all, 2004

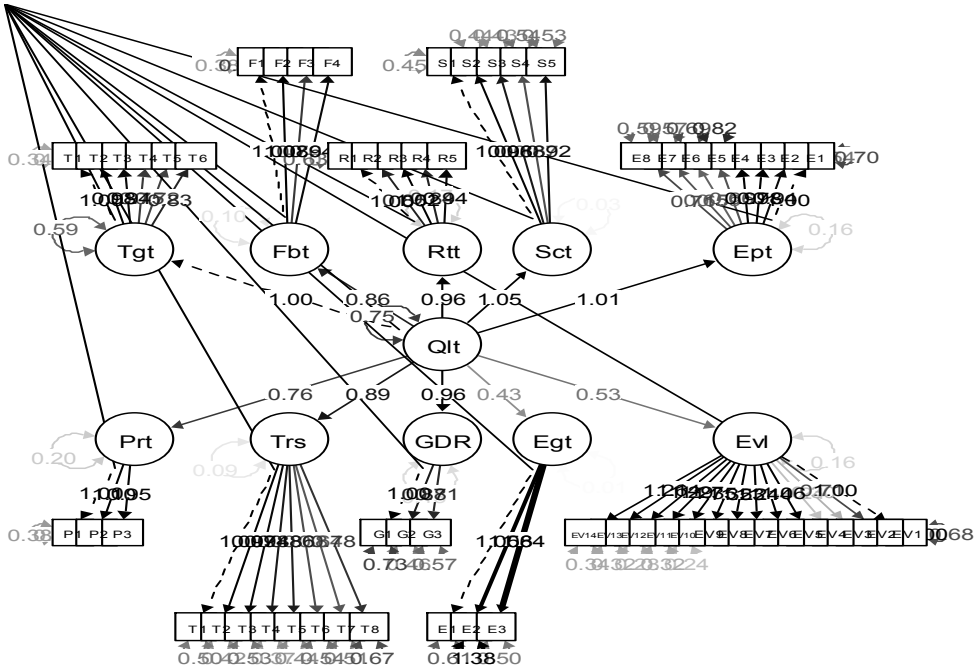
2.2.4 النموذج النظري للدراسة:

كما هو معروف فإن أي بحث لابد أن ينطلق من بنك نظري أو بالأحرى ركيزة نظرية، من شأنها أن تبين و توضح مجال البحث، نطاقه، أبعاده و نتائجه. في بحثنا أردنا أن نقيس جودة الخدمات التي يقدمها الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي من خلال ما يدركه المستخدم اتجاه الخدمات المقدمة له، بحيث استبعدنا توقعات المستخدم و ركزنا على إدراكاته فقط. و من أجل تقييم الجودة المدركة للخدمات انطلقنا من نموذجين معروفين و هما نموذج RATER للباحث Parasuraman و آخرون و نموذج PTRE للباحث Sabadie. للوصول إلى النتائج الإحصائية المرجوة تم الإعتماد على البرنامج الإحصائي آر "R" هو واحد من أشهر البرامج الإحصائية. فهو برنامج يعتمد على لغة البرمجة R و التي قام بتطويرها كلا من Ross Ihaka و Robert Gentlema، و هو برنامج يحتوي على العديد من الحزم التي استخدمنا حزمتين منها و هما: lavaan Package[244] و semPlot Package[245]، و كان النموذج النظري بوجود كل عامل (10 متغيرات) كالتالي:

[244] Yves Rosseel, lavaan: An R Package for Structural Equation Modeling, Journal of statistical Software, 48(2), 2012, 1-36.

[245] Sacha Epskamp, semPlot : Path Diagrams and Visual Analysis of Various SEM Packages Outpout.R Package version1.1.2.

الشكل 19: النموذج النظري الأول بوجود كل المتغيرات



المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال مخرجات برنامج آر، حزمة semPlot

يمكن التحقق من النموذج البنائي النظري (المعادلة البنائية) للنموذج الكلي الذي يوضح العلاقات بين الأبعاد العشرة التي يتضمنها المقياس، و المخطط أعلاه يمثل النموذج البنائي الكلي لمعادلة العلاقات بين الأبعاد العشرة التي تضمنها المقياس المستنبط من الجزء الأول من الدراسة الميدانية، الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الضمان، التعاطف، المشاركة، الشفافية، تسيير الشكاوي، المساواة في المعاملة، التقييم العام و المتضمن 59 مؤشرا (59 فقرة) أساسية تجتمع تحت كل منها مجموعة من المؤشرات الدالة عليها.

و بالرجوع لقيم التحليل المستخرجة بالبرنامج يتضح أن النموذج غير معنوي و أن البيانات لا تتطابق مع النموذج مطابقة حسنة، و يمكن التحقق من ذلك من خلال نتائج الجدول الموضحة أدناه:

الجدول 29: مؤشرات المطابقة للنموذج الأول

المؤشرات	النموذج الأول
Chi-square (df), pvalue	13024.978 (1642), 0
RMSEA	0.116 CI 90% [0.114 - 0.118]

SRMR	0,085 التي تقل عن 0.1 جيدة عموما
CFI	0,611
TLI	0,594
NFI	0,579
AIC	71514,954
ECVI	26,041

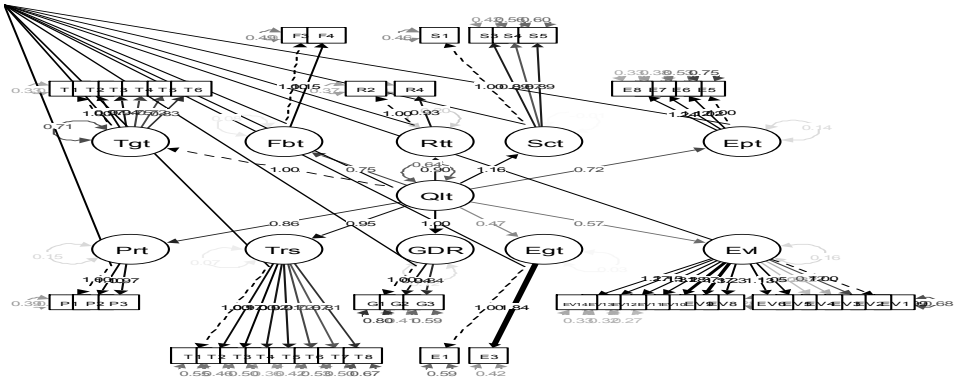
المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال مخرجات برنامج آر1.1.2 ، حزمة lavaan

يتضح من الجدول السابق لمؤشرات حسن المطابقة (Goodness of Fit) لنموذج العلاقات بين الأبعاد العشرة في النموذج أنه يحوز على قيم سيئة لأغلب المؤشرات، و أن معظم تقديرات النموذج غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01، حيث نلاحظ أن مؤشر توكر لويس (TLI) 0.594 و هي قيمة أقل من 0.90 ما يدل على عدم مطابقة النموذج البيانات للنموذج، بالإضافة لمؤشر RMSEA و هو أهم المؤشرات في النموذج البنائي و الذي بلغ قيمة 0.116 و هي قيمة بعيدة عن الصفر و أكبر من 0.08 حيث عدم التطابق. و بما أن كل المؤشرات تحوز على قيم سيئة للمطابقة فالنموذج غير مقبول (مرفوض) حسب ما تمت الإشارة إليه في المواضع السابقة، إذ تشير التقديرات السابقة المعطاة إلى محاكاة سيئة لرفض النموذج.

3.2.4 النماذج المعدلة بغية الوصول إلى التطابق

كما يوضحه الجدول 29 فإن نتائج مؤشرات النموذج المتحصل عليها كانت أغلبها ضعيفة، و غير متطابقة لذا إرتأينا تقليص المجال بغية الوصول إلى نموذج مطابق أو على الأقل يكون أقرب.

الشكل 20: النموذج الثاني بإدراج المتغيرات وفق المجال 0.299 و0.299-.



المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال مخرجات برنامج آر 1.1.2 ، حزمة semPlot

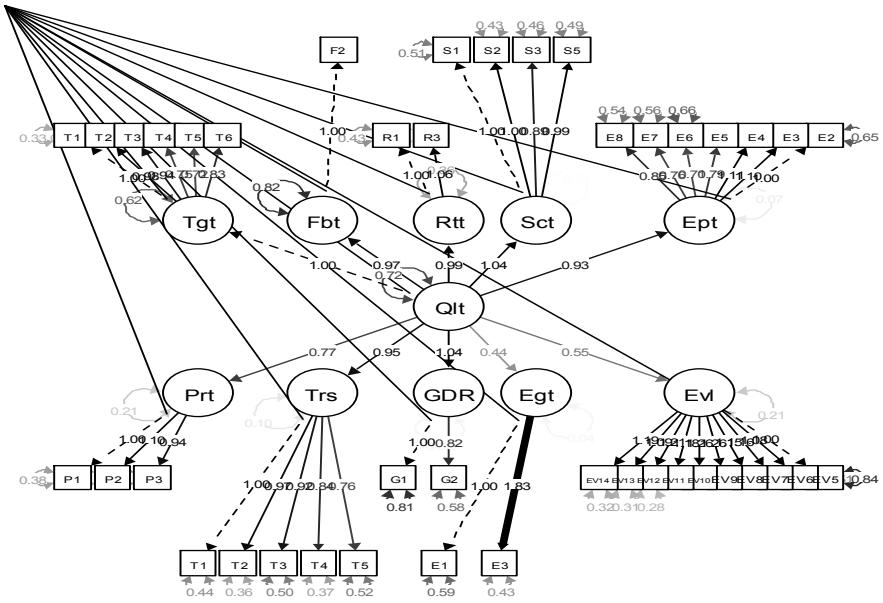
الجدول 30: مؤشرات المطابقة للنموذج الثاني

Index	Modele 2
Chi-square (df), pvalue	7686.841 (1024), 0
RMSEA	0.112 CI 90% [0.11 - 0.115]
SRMR	0,081
CFI	0,675
TLI	0,657
NFI	0,644
AIC	56332,595
ECVI	15,48

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال مخرجات برنامج آر1.1.2 ، حزمة lavaan

يتضح من الجدول السابق لمؤشرات حسن المطابقة (Goodness of Fit) لنموذج العلاقات بين الأبعاد العشرة في النموذج أنه يحوز على قيم لا تزال سيئة لأغلب المؤشرات، بالرغم من تقليص المجال من -0.299 إلى 0.299 إذ نلاحظ أن معظم تقديرات النموذج غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01، بالرغم من ارتفاعها نوعا ما إلا أنها تبقى ضعيفة.حيث يتضح أن مؤشر توكر لويس (TLI) يشير إلى القيمة 0.657 و هي قيمة أقل من 0.90 ما يدل على عدم مطابقة النموذج البيانات للنموذج، بالإضافة لمؤشر RMSEA و هو أهم المؤشرات في النموذج البنائي و الذي بلغ قيمة 0.112 و هي قيمة بعيدة عن الصفر و أكبر من 0.08 حيث عدم التطابق. و بما أن كل المؤشرات تحوز على قيم سيئة للمطابقة فالنموذج غير مقبول (مرفوض) حسب ما تمت الإشارة إليه في المواضع السابقة، إذ تشير التقديرات السابقة المعطاة إلى محاكاة سيئة لرفض النموذج.

الشكل 21: النموذج الثالث بإدراج المتغيرات وفق المجال 0.499 و 0.499-



المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال مخرجات برنامج آر1.1.2 ، حزمة semPlot

يتضح من الجدول أدناه لمؤشرات حسن المطابقة (Goodness of Fit) لنموذج العلاقات بين الأبعاد العشرة في النموذج أنه يحوز على قيم لا تزال سيئة لأغلب المؤشرات، بالرغم من تقليص المجال من -0.499 إلى 0.499 إذ نلاحظ أن معظم تقديرات النموذج غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01، بالرغم من ارتفاعها نوعا ما إلا أنها تبقى ضعيفة.حيث يتضح أن مؤشر توكر لويس (TLI) يشير إلى القيمة 0.698 و هي قيمة أقل من 0.90 ما يدل على عدم مطابقة النموذج البيانات للنموذج، بالإضافة لمؤشر RMSEA و الذي بلغ قيمة 0.116 و هي قيمة بعيدة عن الصفر و أكبر من 0.08 حيث عدم التطابق. و بما أن كل المؤشرات تحوز على قيم سيئة للمطابقة فالنموذج غير مقبول (مرفوض) حسب ما تمت الإشارة إليه في المواضع السابقة، إذ تشير التقديرات السابقة المعطاة إلى محاكاة سيئة لرفض النموذج.

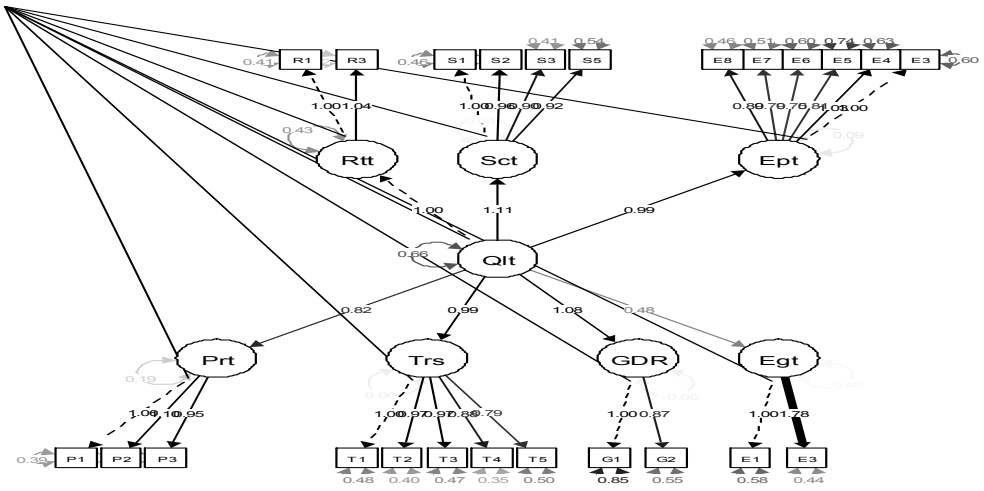
الجدول 31: مؤشرات المطابقة للنموذج الثالث

Index	Modele 2
Chi-square (df), pvalue	6369.559 (810), 0
RMSEA	0.116 CI 90% [0.113 - 0.118]
SRMR	0,077
CFI	0,716

TLI	0,698
NFI	0,688
AIC	49742,272
ECVI	12,854

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال مخرجات برنامج آر1.1.2 ، حزمة lavaan

الشكل 22: النموذج الرابع بإدراج متغيرات المحور الأول



المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال مخرجات برنامج آر1.1.2 ، حزمة semPlot

الجدول 32: مؤشرات المطابقة للنموذج الرابع

Index	Modele 2
Chi-square (df), pvalue	2293.033 (245), 0
RMSEA	0.128 CI 90% [0.123 - 0.132]
SRMR	0,065
CFI	0,778
TLI	0,75
NFI	0,759
AIC	29124,453
ECVI	4,711

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال مخرجات برنامج آر1.1.2 ، حزمة lavaan

يتضح من الجدول السابق لمؤشرات حسن المطابقة (Goodness of Fit) لنموذج العلاقات بين الأبعاد العشرة في النموذج أنه يحوز على قيم لا تزال سيئة لأغلب المؤشرات، بالرغم من تقليص المجال مع متغيرات المحور الأول إذ نلاحظ أن معظم تقديرات

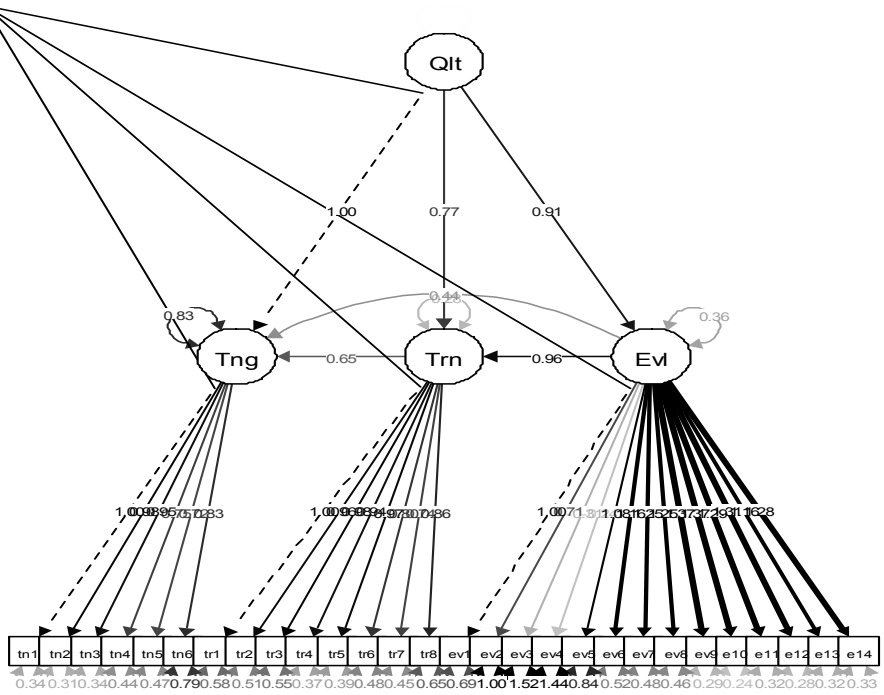
النموذج غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 بالرغم من ارتفاعها قليلا، إلا أنها تبقى ضعيفة.حيث يتضح أن مؤشر توكر لويس (TLI) يشير إلى القيمة 0.75 و هي قيمة أقل من 0.90 ما يدل على عدم مطابقة النموذج البيانات للنموذج، بالإضافة لمؤشر RMSEA و هو أهم المؤشرات في النموذج البنائي و الذي بلغ قيمة 0.128 و هي قيمة بعيدة عن الصفر و أكبر من 0.08 حيث عدم التطابق. و بما أن كل المؤشرات تحوز على قيم سيئة للمطابقة فالنموذج غير مقبول (مرفوض) حسب ما تمت الإشارة إليه في المواضع السابقة، إذ تشير التقديرات السابقة المعطاة إلى محاكاة سيئة لرفض النموذج.

4.2.4 النموذج النهائي للدراسة

يتكون النموذج النهائي الهيكلي للدراسة من 3 عوامل (أبعاد) و هي الملموسية، الدقة و الشفافية. و كذلك احتوى النموذج على 24 فقرة، منها 10 فقرات خاصة بالشفافية و 5 فقرات خاصة الملموسية و 9 فقرات خاصة بالدقة.

تظهر نتائج مؤشرات حسن المطابقة (Goodness of Fit) لهذا النموذج ضعيفة و عدم وجود تطابق للنموذج.

الشكل 23: النموذج النهائي للدراسة



المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال مخرجات برنامج آر1.1.2 ، حزمة semPlot

الجدول 33: مؤشرات المطابقة للنموذج النهائي

Index	Modele 2
Chi-square (df), pvalue	3315.017 (344), 0
RMSEA	0.13 CI 90% [0.126 - 0.134]
SRMR	0,087
CFI	0,732
TLI	0,706
NFI	0,711
AIC	33939,102
ECVI	6,743

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال مخرجات برنامج آر1.1.2 ، حزمة lavaan

بعد استبعاد 7 أبعاد خاصة بقياس الجودة المدركة للخدمة العمومية، تم الإبقاء على ثلاثة أبعاد (الملموسية، الدقة، الشفافية) قمنا بتقييم النموذج وفق الأبعاد الثلاثة. كما هو موضح في الجدول السابق لمؤشرات حسن المطابقة (Goodness of Fit) لنموذج العلاقات بين الأبعاد الثلاثة في النموذج أنه يحوز على قيم لا تزال ضعيفة المؤشرات، إذ نلاحظ أن معظم تقديرات النموذج غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01، بالرغم من ارتفاعها نوعا ما إلا أنها تبقى ضعيفة.حيث يتضح أن مؤشر توكر لويس (TLI) يشير إلى القيمة 0.706 و هي قيمة أقل من 0.90 ما يدل على عدم مطابقة النموذج البيانات للنموذج، بالإضافة لمؤشر RMSEA و هو أهم المؤشرات في النموذج البنائي و الذي بلغ قيمة 0.13 و هي قيمة بعيدة عن الصفر و أكبر من 0.08 حيث عدم التطابق. و بما أن كل المؤشرات تحوز على قيم سيئة للمطابقة فالنموذج غير مقبول (مرفوض) حسب ما تمت الإشارة إليه في المواضع السابقة، إذ تشير التقديرات السابقة المعطاة إلى محاكاة سيئة لرفض النموذج كونه غير ملائم للدراسة.

3.4 نتائج فرضيات الدراسة عن طريق نمذجة المعادلات البنيوية

يتكون النموذج الخاص بالدراسة من ثلاث عوامل (الملموسية، الشفافية، الدقة) من أصل عشرة عوامل (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الضمان، التعاطف، المشاركة، الشفافية، تسيير الشكاوي، المساواة في المعاملة) تم الوصول إليها من خلال خطوات تم التطرق إليها بالتفصيل في فصول سابقة. تشكل هذه العوامل الثلاث مجتمعة سلما لقياس الجودة المدركة للخدمة العمومية،

خدمات الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي فرع معسكر تحديدا. كذلك يحتوي النموذج على 24 فقرة، منها 10 فقرات خاصة ببعد الشفافية، و 5 فقرات لكل من بعد الملموسية، و 9 فقرات لبعد الدقة.

تم الوصول إلى سلم القياس الثلاثي انطلاقا من دمج سلمي قياس لكل من الباحثين Parasuramn (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الضمان، التعاطف) و Sabadie (المشاركة، الشفافية، تسيير الشكاوي، المساواة في المعاملة)، اللذان اعتبرا كأساس أو قاعدة انطلاق دراستنا، لتكون نتائج بحثنا ركيزة أيضا لبحوث أخرى قادمة.

من خلال النتائج السابقة يمكن الإجابة عن الفرضية الرئيسية الأولى القائلة: **ما مدى ملائمة أبعاد الجودة المدركة للخدمة (RATER) عند تعديلها على السياق الجزائري "خدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء"؟** بأنها غير ملائمة على الخدمات التي تقدمها الإدارة المدروسة (الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء) بحيث لا يمكن تطبيقها على السياق الجزائري و بالتالي نرفض الفرضية **ف1**. نفس الشيئ بالنسبة للفرضية الرئيسية الثانية التي تقول: **ما مدى ملائمة أبعاد الجودة المدركة للخدمة (PTRE) عند تعديلها على خدمات صندوق الضمان الاجتماعي الجزائري؟ لنجيب عنها من خلال النتائج المتحصل عليها سابقا بأنها مرفوضة إذ لم يطابق النموذج الأساسي نموذج دراستنا و بالتالي لا تعتبر أبعاد الجودة المدركة للخدمة (PTRE) ملائمة لدى تطبيقها على خدمات الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء**. و يمكن تلخيص نتائج فرضيات الدراسة على النحو التالي:

الجدول 34: نتائج فرضيات البحث

رقم الفرضية	الفرضيـــــة	النتيجة
ف **1.1**	تعتبر الملموسية بعدا لقياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.	**مؤكدة**
ف **1.2**	الاعتمادية بعد لقياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.	**غير مؤكدة**
ف **1.3**	الاستجابة بعد لقياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.	**غير مؤكدة**
ف **1.4**	الضمان بعد من أبعاد قياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.	**غير مؤكدة**
ف **1.5**	التعاطف بعد من أبعاد قياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.	**غير مؤكدة**
ف **2.1**	المشاركة بعد من أبعاد قياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.	**غير مؤكدة**
ف **2.2**	الشفافية بعد من أبعاد قياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.	**مؤكدة**
ف **2.3**	تسيير الشكاوي بعد لقياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.	**غير مؤكدة**
ف **2.4**	المساواة في المعاملة بعد لقياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.	**غير مؤكدة**
ف **2.5**	الدقة بعد لقياس الجودة المدركة لخدمات صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الأجراء.	**مؤكدة**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الدراسات السابقة

1.3.4 مناقشة و تفسيير النتائج

في دراستنا على "الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء"، تم اختبار صلاحية 10 أبعاد لقياس الجودة المدركة في الواقع الجزائري. تحليل جودة الخدمة إلى أبعاد يمكن لفهم نظرة المستخدم للخدمة و يستخدم لتوجيه جهود تحسين الخدمة إلى الأولويات الصحيحة و تحديد سمات المستخدم الراضي و غير الراضي عن الخدمة. في السنوات الأخيرة بدأ لاهتمام باختبار النماذج و المقاييس الكلاسيكية في البيئات المختلفة ثقافيا و اقتصاديا عن البيئة الاقتصادية و الثقافية الغربية التي نشأت فيها هذه المقاييس. على حد علمنا، لم تجرى أي دراسة من هذا النوع على القطاع المتطرق إليه في دراستنا في الجزائر.

نتائج هذه الدراسة من شأنها أن تساهم في إثراء المعرفة المطلوبة عن مكونات جودة الخدمة من وجهة نظر المستخدم الجزائري بمختلف فئاته. أظهر البحث أن النموذج المتحصل عليه ضعيف أثناء تطبيقه على المجتمع الجزائري، يمكن القول أن أبعاد سيرفكوال و الأبعاد الأخرى لا تتمتع بالتعميمية المرجوة على مختلف الثقافات و البلدان، فالهيكلية التي أبرزها التحليل العاملي تختلف عن هيكلية النماذج السابقة في عدد المكونات و مضامينها.

كانت إجابات المستجوبين حول عوامل الدراسة تتراوح بين غير موافق و محايد، و كان أعلاها موقفهم اتجاه طريقة تعامل موظفي الخط الأمامي معهم، حيث برهنت النتائج عدم تطابق النموذجين المذكورين في الفرضيات. بحيث حاولنا من خلال دراستنا تكوين سلم قياس من 10 أبعاد و ذلك بالاعتماد على الأدبيات بحيث قمنا بدمج سلم القياس الخاص بالباحث Parasuraman و آخرون (1988) و المتكون من خمسة أبعاد مع سلم القياس الخاص بالباحث Sabadie (2003) و الذي يضم 4 أبعاد، لنستهل دراستنا بسلم قياس نظري أردنا تطبيقه على مجتمعنا تحديدا الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء لمعرفة مدى ملائمة هذين المقياسين على السياق الجزائري و بالتالي الوصول إلى سلم قياس خاص بالمجتمع المدروس.

لتكون النتائج كما ذكرنا سابقا سلبية بحيث تم رفض النموذج المتكون من 10 أبعاد لعدم مطابقته. و هذا راجع لعدة أسباب يمكن تفسيرها بعدم وضوح أسئلة الاستبيان، أو ظروف الإجابة على الاستبيان المقدم، كذلك اختلاف الثقافات بين المجتمعات، المستوى الاقتصادي للدولة، و إهمال القطاع العمومي.

يمكن إيجاد العديد من الدراسات التي تثبت تمتع أبعاد سيرفكوال بالثبات لكن ليس الصدقية التقاربية و التمايزية. في دراسة لـ Morales و آخرين على 40 بحث استخدم سيرفكوال أو سيرفكوال معدل، وجد أن 44.3 بالمئة من الدراسات لا تتمتع للصدقية التقاربية و 54.1 بالمئة لا تتطرق للصدقية التمايزية. الباحث وجد أن الدراسات التي استخدمت سيرفكوال عادة ما توصلت إلى ثبات جيد لكن هيكلية الأبعاد كانت غير مستقرة، حيث تراوح عدد الأبعاد بتمايزين 2 و 9، و من بين 40 دراسة تناولها بحثه، 11 حالة فقط جاء فيها عدد الأبعاد يساوي خمسة، أي يتفق مع هيكلية سيرفكوال.[246]

أكدت نتائج البحث إذن إلى أن مفهوم جودة الخدمة هو مفهوم متعدد الأبعاد، لكن عدد الأبعاد يختلف من قطاع إلى آخر.

لاحظ Babakus و Boller أن مفهوم الجودة المدركة يمكن أن يكون ذا بنية عاملية معقدة و مركبة في بعض القطاعات و بسيطة و أحادية في قطاعات خدمية أخرى.[247] أيد Buttle أن عدد أبعاد جودة الخدمة يختلف باختلاف الخدمة المقدمة، و يشير إلى تحميل البنود على أبعاد غير أبعادها، و ارتباط الأبعاد الخمسة فيما بينها.[248]

إن افتراض وجود اختلاف في الطبيعة بين المصلحة العامة والمصلحة الخاصة هو أساس القانون العام. ومع ذلك، هناك أيضًا مفهوم "سميثي" في العمل في هذا القانون، و الذي بموجبه يكون السعي الحر وراء المصالح الفردية هو الشكل الأكثر اكتمالًا للمصلحة العامة. يمكن أن يؤدي هذا التوتر للمفارقة إلى إعادة تقييم فكرة الوظيفة الأساسية للدولة.

إن الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي كمؤسسة و سلطة عمومية مكلفة بتوفير خدمات عمومية محلية في نطاق إقليمها الجغارفي ، حيث تهدف إلى تلبية الحاجات العامة للمواطنين المحليين و إشباع مختلف مطالبهم. ومما لا شك فيه أن إشباع مختلف الحاجات العامة اقتصادية، اجتماعية و ثقافية أمر صعب للغاية لعدة عوامل كتعددها و تنوعها و تكلفتها الباهظة، صعوبة قياسها بدرجة دقيقة جدا، تعارض المطالب ا مكانيات أحيانا ... مما يتطلب الأمر تسخير وسائل قانونية، و بشرية، و تسييرية ومالية ... من أجل إشباعها، و هو ما يتطلب منظومة متكاملة من الأعمال التسييرية و التنظيمية و التخطيطية ترتقي إلى مستوى تجسيد هذا الدور الهام المكلفة به هذه الهيئة. غير أن هذا الدور للصندوق الوطني للضمان الاجتماعي يشوبه الكثير من النقص، والمواطن

[246] Morales Miguel et al, (1988), la validité de la mesure de la qualité des services : une évaluation de 10 ans d'utilisation de SERVEQUAL, université Laval, Québec, 11-21.

[247] Babakus, E, Boller, G.W (1992), Adapting the servequal scale to hospital services: an empirical investigation, health service research, 26(2); 86-767.

[248] Buttle Francis, (1996), servequal: review, critique, research agenda, European Journal of Marketing,30(1), 8-32.

بدوره دائما في حالة اتهام للإدارات العامة بعدم مواكبة مطالب مواطنيها باستمرار و تدني مستوى جودة و نوعية خدماتها بصفة عامة، و هذا رغم الإستثمارات المتزايدة و الإنفاق العمومي الكبير و المجهودات التي تقوم بها البلدية في مختلف الميادين فإنها تبقى في حالة عجز عن تلبية حاجات المواطنين المتزايدة من الخدمات المحلية و بعيدة عن معايير الجودة . و منه يمكن حصر أهم أسباب عجز الادارات العمومية و قصور دورها في تقديم مختلف الخدمات العمومية المحلية في: – أسباب مادية و مالية : فالطلب على مختلف الخدمات العمومية يتزايد بسرعة و من سنة لأخرى بسبب عدة عوامل منها النمو الديمغرافي و الهجرة الريفية، تغير أنماط الإستهلاك التطور الحضري، و كما هو معلوم فإن توفير هذه الخدمات في مختلف المجالات خاصة الاجتماعية بسبب عدم مردوديتها يتطلب مبالغ مالية ضخمة، و منه يطرح مشكل التمويل و الوسائل المالية و المادية لتوفير هذا الطلب.

– أسباب تسييرية و تنظيمية فنية : فقد يتحقق لبعض الإدارات الوفرة المالية و رغم ذلك تبقى نوعية خدماتها دون المستوى المطلوب، فهي لا تشكو من نقص الأموال أكثر مما تشكو من سوء تسييرها و استغلالها العقلاني لمختلف مواردها. و مما تعانيه من فرق بين النصوص القانونية و الواقع العملي، فرغم تكريس القوانين لمبدأ اللامركزية الإدارية لصالح الجماعات المحلية، إلا أن هناك فرق شاسع بين ما أتت به القوانين و بين ما هو معمول به في الواقع، حيث أن اتخاذ القرارات الخاصة بالقطاعات الحيوية و الهامة يبقى متمركزا على المستوى المركزي مما يقلل المبادرات المتخذة على المستوى المحلي. فضعف الوسائل المالية بالإضافة إلى الضغط الديموغرافي يجعل من طلب الأفراد غير مستجاب بدرجة كبيرة، و لكن هذا يرجع أيضا إلى سوء التسيير و اللامبالاة فبغض النظر عن الإختلاف الموجود بين الإدارات العمومية في الجزائر من نواحي مختلفة من حيث الطبيعة و نوع المشاكل التي تعرفها تبعا لخصوصياتها فإن الحل يكمن في التسيير العقلاني لمختلف الموارد، ففي غالب الأحيان تطرح الشكاوى من سوء تسيير الإدارات العمومية للمهام المتعلقة بخدمة المواطن. دون أن يعني ذلك أنها لا تقوم بدورها في تقديم مختلف الخدمات العمومية المحلية بل تعرف نقائص تحد من فعاليتها و تعرف أنماط تسيير قديمة لا تواكب التطور الحاصل في المجتمع. ففي الوقت الذي تتزايد فيه هذه المهام أهمية و اتساعا و تعقيدا بفعل عدة عوامل تبقى وسائل تدخلها (من أجل إشباع هذه الحاجات و تحقيق الرفاهية) المالية و المادية و البشرية على حالها دون أي تطور أو تحديث فكانت النتيجة أن أصبحت أغلب الإدارات العمومية عاجزة عن أداء دورها بكفاءة و فعالية حتى في أبسط الخدمات، و تخبطها في مشاكل سوء التسيير. هذا مع زيادة تطلعات المواطنين خاصة في مجال تسيير الخدمات المحلية من حيث الجودة و النوعية. إنه و من أجل النهوض بواقع هذه المؤسسة الأهلية المحلية و الإرتقاء بنمط أدائها لمختلف أنشطتها الخدمية و التنموية خاصة في ظل التطوارت الحاصلة و التوجهات الحديثة حيث لم تعد الهيئات

العمومية الفاعل الوحيد في عملية توفير الخدمات العمومية المحلية و أهمية الدور الذي تقوم به هذه الهيئات من قطاع خاص و مؤسسات المجتمع المدني كالجمعيات الخيرية والمنظمات الأهلية ... و تنوع آليات مشاركتهما و تدخلهما في هذا المجال. ونظرا للتحديات التي أصبحت تواجهها الإدارة محل الدراسة ليس فقط في توفير الخدمة العمومية و لكن أيضا الإرتقاء بنوعيتها و أدائها إلى مستوى تطلعات المواطن بما يحقق أقصى حد من الإشباع العام فقد أضحى إصلاح هذه الهيئة ضرورة ملحة لتحقيق ذلك.

إن تطوير و تحديث الخدمة العمومية لا يكون إلا بمشاركة من تقدم لهم هذه الخدمات و هم المواطنون أفاردا و جماعات، و في هذا الصدد يعتبر فتح قنوات الاتصال المختلفة و الإعلام و المشاركة المباشرة و غير المباشرة و تحديدها عبر آلياتها المختلفة وتفعيلها (الإجتماعات مع المواطنين المحليين، الشكاوي ...) من أهم مداخل إصلاح و تحسين أداء الإدارات العمومية، من أجل التعرف بدقة على احتياجاتهم و طلباتهم و إشاراكهم في تحديد الأولويات و تنفيذها، و تبني و تكريس الجوارية في التسيير المحلي الذي يهدف إلى إشراك المواطن بصفة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق الحركة الجمعوية و مختلف منظمات المجتمع المدني في تسيير البرامج و الأنشطة التي تتعلق بمحيطه المعيشي وتقديرها و تقييمها، و الذي يمثل اقترابا هاما لتحسين الخدمة العمومية و تفعيلها.

إن مؤسسات السلطات المحلية في العديد من دول العالم أدركت أهمية التعاون فأعطته الكثير من الاهتمام منذ أواخر القرن التاسع عشر فقامت بإنشاء روابط السلطات المحلية. لذلك فمن الجدير قيام الإدارات العمومية على غرار الإدارة المدروسة من خلال بحثنا في الجزائر بتحقيق التعاون المشترك و توسيع مجاله حتى يتسنى لها تقديم خدمات عمومية في مستويات جيدة.

2.3.4 إسهامات الدراسة

لا يمكن القول أن الدراسات في مجال قياس الجودة للخدمات قليل، و إنما هناك العديد من الدراسات في مجال قياس الجودة المدركة للخدمات العمومية أو الخاصة. فقد تطرق العديد من الباحثين الأجانب إلى هذا الموضوع، لكن إذا أردنا حصر مجال البحوث في الجزائر فيمكن القول أن ندرة الدراسات التي تطرقت لهذه المسائلة في الجزائر، جعل هذه الدراسة تعد من بين أولى الدراسات في بلدنا. و لتعزيز دراستنا قمنا بإدخال أحد النماذج الأصلية لقياس الجودة (نموذج الفجوة)، و كان من أسباب اختيار هذا النموذج كونه نقطة انطلاق معظم الأبحاث إن لم نقل كلها، و استخدامه بشكل واسع في دراسة جودة الخدمات. و في الأخير تم وضع نموذج نظري متكامل حول الجودة المدركة للخدمة العمومية، هذا النموذج سيساهم في إثراء الدراسات اللاحقة.

إن مساهمات هذه الدراسة من الناحية المنهجية تعتبر ثرية، خاصة و لقد تم اختيار منهجية تتناسب مع هدف و فرضيات الدراسة، فلقد قدمت هذه الدراسة الكثير من الإضافات العلمية كطرق اختيار و حساب العينة و بناء الأستبيان، هذا الأخير الذي تم اختباره بطريقة التحليل العاملي الإستكشافي و التوكيدي، و بعد ذلك تم اختبار الفرضيات، و كان اختيارنا للنمذجة بالمعادلات الهيكلية لدراسة التطبيقية مبنيا على أسس علمية، فهذه النمذجة التي تعد من الجيل الثاني في الإحصاء، تطرق لها قلة من الباحثين في الجزائر، و لهذا نأمل أن تكون هذه الدراسة كمرجع لهذه الطريقة الإحصائية مستقبلا، خاصة و أن منهجية الدراسة أتت بخطوات متسلسلة.

كما تمنح هذه الدراسة الفرصة أمام متخذي القرار في المؤسسات العمومية من معرفة النقائص الموجودة على مستوى إداراتهم أو مؤسساتهم، و تداركها من أجل القدرة على تكوين طاقم العمل على تقديم خدمات ذات جودة من شأنها أن ترضي المستخدم، بالإضافة إلى فتح المجال أمام الباحثين و إبرام عقود بين الجهتين بغية تحسين جودة الخدمات العمومية في الجزائر، خاصة و أن الدولة في الآونة الأخيرة تعمل على تقديم خدمات عمومية ذات جودة منافسة للخدمات التي تقدمها المؤسسات الخاصة.

إن الدولة الجزائرية اليوم تعمل على تحسين جودة الخدمات التي تقدمها مؤسساتها العمومية، و هذا ما نلاحظه من خلال الإدارة الإلكترونية لذلك من شأن النتائج التي توصلنا إليها أن تكون كنقطة انطلاق لمعرفة نقاط القوة و العمل على تعزيزها و نقاط الضعف و العمل على استبعادها.

3.3.4 حدود الدراسة

يجدر بنا الإشارة هنا إلى أن هذه الدراسة اقتصرت فقط على مجتمع معين (مواطني مدينة معسكر)، في الوقت الذي يمكن لدراسات أخرى أن تدرس جودة الخدمات العمومية على عدة مجتمعات مختلفة مع توسيع العينة و ليس فقط الطلبة و المواطنين داخل قاعات الانتظار.

4.3.4 آفاق الدراسة

يجب على الدراسات المستقبلية أن تطور نتائجنا، بالعمل على النموذج المتحصل عليه و إعادة النظر فيه للوصول إلى المطابقة التامة. كما تفتح هذه الدراسة المجال للعديد من البحوث المستقبلية، فيمكن للدراسات المستقبلية أن تستعمل نموذج غير نموذج

RATER و نموذج PTRE، و كذلك يمكن توسيع الدراسة عن طريق مقارنة بين الدول، أو في الجزائر بين شمال البلد و جنوبها، أو التطبيق على إدارات عمومية أخرى الجزائرية للمياه أو شركة توزيع الكهرباء و الغاز، كما يمكن التطرق إلى دراسة مقارنة بين جودة الخدمات في القطاع العام و القطاع الخاص. و يمكن أيضا دراسة الجودة المدركة و الجودة المتوقعة لخدمة عمومية أو خدمة خاصة بتدعيم النموذج المتحصل عليه و إعادة صياغته.

خاتمة الفصل الرابع

اختبر هذا الفصل فرضيات نموذج الدراسة، و قد أظهر نموذج الدراسة المطور (نموذج قياس الجودة المدركة للخدمة العمومية) ضعفا كبيرا، و عدم تطابق مع السياق الجزائري. و بالنسبة لفرضيات الدراسة تم تأكيد ثلاث فرضيات التي تصاغ ضمن ثلاث أبعاد يمكن اعتبارها كسلم قياس جودة الخدمات المقدمة من قبل الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء و التي تتمثل في الملموسية، الدقة و الشفافية.

الخاتمة العامة

لقد تطرقت هذه الدراسة في بدايتها إلى الإطار النظري حول الجودة المدركة للخدمة العمومية، بحيث قمنا بتسليط الضوء على أهم المطلحات من خلال تعريفها و تحديد مفهومها. كما أشرنا إلى بعض الدراسات التي اعتبرناها كنقطة انطلاق بحثنا. بحيث ارتكزنا على سلمي قياس وهما: سلم القياس المكون من خمسة أبعاد للباحث Parasuraman و آخرون فمعظم الكتابات في قياس الجودة و الجودة المدركة للخدمة تأثرت بأبحاث الثلاثي الأمريكي الشهير باراسورامون، بيري و زيثامل. أبحاث هذا الثلاثي توصلت في البداية، و عبر دراسة كيفية[249] إلى تحديد عشرة أبعاد أختصرت فيما بعد في خمسة أبعاد: الاعتمادية، الضمان، الاستجابة، الملموسية و التعاطف، و هي التي يشار إليها اختصارا بأحرفها الأولى باللغة الإنجليزية (RATER)، و التي اعتمدناها في دراستنا كمرحلة أولى. مع انتشار استخدام هذه الأبعاد، تعرضت إلى انتقادات عدة، جادلت خاصة في شموليتها و عموميتها على مختلف القطاعات[250]. بعض الأبحاث عدلت هذه الهيكلية لتناسب قطاعات بعينها[251] و أبحاث أخرى عادت إلى الهيكلة الثنائية (جودة و ظيفية – جودة تقنية) للمدرسة الشمالية المعتمدة لقرونروز[252] من أجل إعطاء أهمية أكبر للجودة التقنية كمكون أساسي لجودة الخدمة[253] [254] [255].

أما عن السلم الثاني فقد تكون من أربعة أبعاد للباحث Sabadie، الذي قام بإنشاء سلم قياس للجودة المدركة للخدمة العمومية المتمثل في أربعة أبعاد هي: المشاركة، الشفافية، تسيير الشكاوي و المساواة في المعاملة. و قد قمنا باعتمادها في دراستنا لقياس الجودة المدركة للخدمة العمومية كمرحلة ثانية.كان الهدف من هذا البحث هو تطبيق أبعاد قياس الجودة المدركة للخدمة على الخدمات التي يقدمها الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء، و رأية مدى ملائمتها بغية الوصول إلى سلم خاص.

يمكن القول أن نظرة الزبون للخدمة في الدول النامية قد تكون مختلفة عنها في البلدان المتقدمة بالنظر إلى الفروقات الثقافية و الاقتصادية بين العاملين هذا ما أثبتته عدة دراسات في هذا المجال، لكن الدراسات التي ناقشت هذه النظرة قليلة، و كثيرا ما

[249] Berry and al. (1985). Op. cit.
[250] Myerscough Mark A. Concerns about Servqual's underlying dimensions, Illinois State University, IACIS (2002).
[251] Parasuraman A. Zeithaml Valarie A., Malhotra Arvind, (2005). Op. cit..
[252] Grönroos Christian, (1984). Op. cit.
[253] Woodall Tony, (2001). Op. cit.
[254] Siddique Abu Bakar, et al. (2011). Op. cit.
[255] Sanghera Jackie, de Chernatony Leslie and Brown Ann, (2002). Testing Grönroos' Model in the Financial Services Sector. The Service Industries Journal, 22, 3(7). 1-14.

تستخدم نفس الأبعاد الخمسة دون مراعاة لاختلاف السياق الذي أنشئت فيه.و يعتبر موضوع تحسين الخدمة العمومية من الاهتمامات الجوهرية للحكومات، منها الجزائر التي ركزت و كثفت نشاطاتها وبرامجها على تحقيق إصلاحات كبيرة على مستوى المؤسسات العمومية من خلال صرف أموال ضخمة لتجهيزها بمختلف المعدات الحديثة رصدت لها غطاء مالي لتغطي احتياجات التسيير، كما سنت الحكومة ترسانة من النصوص القانونية التي من شأنها أن تساهم في تطوير المؤسسة العمومية، وقد ساهمت هذه القوانين في رفع أداء الموظفين و الإطارات من خلال التكوين النوعي و المستمر، و الذي بدوره يعتبر ضروريا للحياة المهنية للموظفين، و يساعد على رفع مستواهم العلمي و المهني مما يجعل الإدارات العمومية أكثر تجاوبا مع المواطنين.

من خلال هذه الأطروحة و استنادا على النتائج المتحصل عليها وجدنا أن النموذجين السابقين ضعيفين إلى حد ما. إذ لا يمكن تطبيقهما على مجتمع دراستنا. إلا أنه تم الوصول إلى سلم قياس خاص ذو ثلاثة أبعاد هي: الملموسية، الدقة و الشفافية. إنطلاقا من هاته الأبعاد الثلاثة يمكن لدراسات قادمة أن تحسن النموذج على مؤسسات عمومية باستبعاد النقائص و تحديث النموذج.

قائمة المراجع باللغة الأجنبية

- Abdellali Bouzid (2010). Normes ISO 9001, ou ligne directrices EQUA pour l'enseignement supérieur, Actes du colloque international sur les enjeux de l'assurance qualité dans l'enseignement supérieur, 20 et 21 Nov. Consortium des Universités de l'Est, Université de Skikda. Algérie.
- Albrecht K. et Zemke R. (1985), Service America! Doing business in the new economy, Homewood, IL, DowJones-Irwin.
- Anne Amar, Ludovic Berthier, le nouveau management public : avantages et limites, université Paul cézane, Clos Guiot, chemin de la Quille, pp5-6
- Astrachan, C. B., Patel, V. K., & Wanzenried, G. (2014). A comparative study of CB-SEM and PLS-SEM for theory development in family firm research. Journal of Family Business Strategy, 5(1), 116-128 .
- Azizzadeh Fariba, Khalili Karam and Soltani Iraj, (2013), Service Quality Measurement in the Public Sector, Ilam Province Post Office Case Studies, International Journal of Economics, Finance and Management, 1(3).
- Babakus Emen, Gregory, W. Boller (1992). An empirical assessment of the SERVQUAL scale. Journal of Business Research, 24. 253–268.
- Babakus, E, Boller, G.W (1992), Adapting the servequal scale to hospital services: an empirical investigation, health service research, 26(2); 86-767.
- BANDT J. et GADREY J. (1994), Relations de service, marchés de services, CNRS Editions,
- Barnett V., Lewis T. (1994). Outliers in statistical data. 3rd ed. New York: John Wiley, .
- BARUCHE.J, la qualité du service, 1ére edition, paris, 1984,p2.
- Belkhair Ikkache: Les entreprises algériennes et la norme ISO, Le phare, Consulté Sept. 9-2017, from : http://www.kgn.lephare.com
- Benjamin Schneider, Susane s.White, (2004), Service quality: research perspectives, foundations of organizational science, sage publications.Inc, London. P 1-185.
- Benzécri, J.P et al. L'analyse des données, Paris, Dunod, 1973, vol. 2: Correspondances.
- Benzécri, J.P et al. L'analyse des données, Paris, Dunod, 1973, vol. 2: Correspondances.
- Berry Leonard L. (2009). Competing with quality, service in good times and bad, Executive Digest, Business Horizons, 52, 309-317.
- Berry, J. O., Nrkolan. B. J.. Carr, J. P.. and Klessig, D. F. (1965). Transcriptional and post-transcriptional regulation of nbulose 15 bisphosphate carboxylase gene expression in light- and dark-grown amaranth cotyledons, Mol. Cell. Biol. 5. 2236-2246.
- Bitner, Mary Jo, Hubbert, Amy R., 1994, Encounter satisfaction vs overall satisfaction vs quality: the customer's voice, in Rust, R.T. and Oliver, R.L., Service quality: new directions in theory and practice, Sage Publications, U.S.A., 72-94.
- Boyer Luc et Equilbey Noël (2003). Organisation : théorie et application, Edition d'organisation, Paris, France. 42-46.
- Boyer Luc et Equilbey Noël (2003). Organisation : théorie et application, Edition d'organisation, Paris, France. 297.

- Brady A. et al. (2005). Removing the contextual lens: A multinational, multi-setting comparison of service evaluation models. Journal of Retailing, 81, 215–230.
- Brady M. K. et al. (2002). Performance-only Measurement of Service Quality a Replication and Extension. Journal of Business Research, 55, 17–31.
- Brady, M. K. et al. (2002). Performance-only Measurement of Service Quality a Replication and Extension. Journal of Business Research, 55, 17–31.
- Brochado Ana (2009). Comparing alternative instruments to measure service quality in higher education, Quality Assurance in Education, 17(2), 174-190.
- Brown T. J., Churchill G. A. and Peter J. P. (1993). Improving the measurement of service quality. Journal of Retailing, 69, spring, 127– 139.
- Buttle Francis, (1996), servequal: review, critique, research agenda, European Journal of Marketing,30(1), 8-32.
- Carletti G. (1988). Comparaison empirique de méthodes statistiques de détection de valeurs anormales à une et à plusieurs dimensions. Gembloux, Belgique : Faculté des Sciences agronomiques de l'État, 225 p.
- Carman J. M. (1990). Consumer perceptions of service quality: an assessment of SERVQUAL dimensions, Journal of Retailing, 66, 33-55.
- CARRARD.F, management de la qualité: vers un management durable,2éme édition,paris,2012,p20.
- CARTELIER L, FOURNIER J. et MONNIER L. (1996), Critique de la raison communautaire, Paris, CIRIEC- Economica.
- Caruana Albert, Ewing Michael T. Ramaseshan B. (2000). Assessment of the Three-Column Format SERVQUAL: An Experimental Approach. Journal of Business Research, New York, 49, 57–65.
- Chang Tsung-Ling (2002). Six sigma: A framework for SME to Achieve Total Quality, Doctoral dissertation, Cleveland State Un. June, USA. p. 195.
- Chevalier, J. et D. Lochak (1982), « Rationalité juridique et rationalité managériale dans l'administration française », Revue Française d'Administration Publique, 24, 21-33.
- Churchill G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs, Journal of Marketing Research, 16(1). pp 64–73. Retrieved 11-9-2018, from: http://www.scribd.com/doc/79117067/Churchill-G-a-1979
- Cleary, P. (1998), "Satisfaction may not suffice!", International Journal of Technology Assessment in Health Care, Vol. 14 No. 1, pp. 35-7.
- Cohen, Joel B., Fishbein, Martin, Ahtola, Olli T., 1972, The nature and uses of expectancy-value models in consumer attitude research, Journal of Marketing Research, vol. 9 (November), 456-460.
- Cronin, J. and Taylor, S. (1992) „Measuring service quality: re-examination and extension", Journal of Marketing,.56(3), .55–68.
- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1994). Servperf Versus Servqual: Reconciling Performance-based and Perceptionminus-expectations Measurement of Service Quality. Journal of Marketing, 58(1), 125-131.

- Crosby Philip B. (1979). Quality is Free. In: Berry L. L., Zeithaml V. A., & Parasuraman A. (1985). Quality counts in services, too, Business Horizons, May-June, 44-52.
- Di Iulio (John D.), « Principled agents : the cultural bases of behavior in a federal government bureaucracy », Journal of Public Administration Research and Theory, Vol. 4 (3), 1994, pp. 277-217.
- Dunleavy (Patrick) et Hood (Christopher), « From old public administration to new public management », Public Money and Management, Vol. 14 (3), 1994, pp. 9-16 ; Greuning (Gernod), « Origin and theoretical basis of new public management », International Public Management Journal, Vol. 4, 2001, pp. 1-25 ; Mae Kelly (Rita), « An inclusive democratic polity, representative bureaucracies and the new public management », Public Administration Review, Vol. 58 (3), 1998, pp. 201-208.
- Eiglier P. et Langeard E. (1987), Servuction. Le marketing des services, McGraw Hill.
- Enrique Bigné Miguel A. Moliner Javier Sánchez, (2003),"Perceived quality and satisfaction in multiservice organisations: the case of Spanish public services", Journal of Services Marketing, Vol. 17 Iss 4 pp. 420 – 442
- Evans, James R ; Applied production and operation management, 4th ed, West_publishing Co, USA, 1993, p496.
- Evans, James.R, Applied Product and Operations Management, 4th ed, West publishing Co, USA, 1993, p 44.
- Firdaus A. (2006). The development of HEDPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector, International Journal of Consumer Studies, 30(6), 569-581.
- Fisher N. I. and Nair V. N. (2009). Quality management and quality practice: Perspectives on their history and their future. Appl. Stochastic Models Bus. Ind. Wiley InterScience, 25, 1–28. Retrieved Jan. 16-2009 from http://www.interscience.wiley.com,.
- Fisk, Raymond P., et al. (1993). Tracking the evolution of the services marketing literature. In: Caruana Albert, Ewing Michael T., Ramaseshan B. (2000) Assessment of the Three-Column Format SERVQUAL: An Experimental Approach, Journal of Business Research, 49, 57–65.
- Frederickson (H. George), The Spirit of Public Administration, San Francisco, Jossey-Bass, 2001 ; Perry (James) et Wise (Lois Recascino), « The motivational bases of public service », Public Administration Review, Vol. 50, 1990, pp. 367-373
- Furrer Olivier and Sollberger Pierre (2007). The dynamics and evolution of the service marketing literature: 1993–2003, Service Business, 1, 93–117.
- Garrison, Ray H; Noreen. Eric W. Managerial accounting , 12th ed, McGrow Hill, Singapore, 2008, p993.
- Giordano, J.-L. (2006) L'approche qualité perçue. Paris: Editions d'Organisation.
- Goudarzi.K et Guenoun.M, « conceptualisation et mesure de la qualité des services publics(GSP) dans une collectivité territoriale », Politique et management public(en ligne), vol27/3 2010, mis en ligne le 15 juin 2012, consulté le 18-12-2015, URL :httpm//pmp.revue.org/2986, p5
- Grönroos C.,"Service Quality model and its marketing implications", European Journal of Marketing, 18, vol no. 4, pp.36- 44, 1984.

- Grönroos C.,"Service Quality model and its marketing implications", European Journal of Marketing, 18, vol no. 4, pp.36- 44, 1984
- Gronroos, C. (1984), "A SQ model and its marketing implications", European Journal of Marketin g, Vol. 18, pp. pp. 36-44.
- Gronroos, C., (1988), "SQ: the six criteria of good perceived SQ", Review of Business, 9(3), pp. 10-13.
- Grubbs FE. (1969). Procedures for detecting outlying observations in samples. Technometrics 11, p. 1–21.
- Guerault.S, la qualité : un outil d'amélioration continue de l'entreprise hôtelière, master tourisme et hôtelier,2014/2015, université de Toulouse, p14.
- Haddad, S., Potvin, L., Roberge, D., Pineault, R. and Remondin, M. (2000), "Patient perception of quality following a visit to a doctor in a primary care unit", Family Practice, Vol. 17 No. 1, pp. 21-9.
- Hafsi.T,**Gérer l'enterprise publique** ,office des publications universitaire ,alger ,1990 ,p17.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. (2010). Multivariate data analysis (7th Eds.). NY: Pearson .
- Harvey L. and Green D. (1993). Defining quality. Assessment and Evaluation in Higher Education, 18(1). 9-34.
- Heller, R. (1972), Naked Manager, Barrie&Jenkis, London, p 256.
- Henry Rouanet et Brigitte Le Roux, Analyse des données multidimensionnelles, Paris, Dunod, 1993.
- Henry Rouanet et Brigitte Le Roux, Analyse des données multidimensionnelles, Paris, Dunod, 1993.
- Henry, N. (1999), Public Administration and Public Affairs, Upper Saddle River (N.J.), Prentice Hall, 500 p.
- Hereng Helène (2003). Réseau d'observation sociale caractérisation et performance, thèse de doctorat, Université des sciences sociales de Toulouse, p. 208.
- Hill, N., Self, B. & Roche, G. (2001) Customer satisfaction measurement for ISO 9000:2000. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Holmlund M. (2001), The D&D model, dimensions and domains of relationship quality perceptions, The Service Industries Journal, 21, 3, 13-36.
- Horngren, Charles T ; Dater Srikant M ; Foster, Cost Acconting A managerial Empathasis, 12th Pearson Prentice- Hall, USA, 2006, p660.
- Hotelling, H. Analysis of a complex of statistical variables into principal components. Journal of Educational Psychology, 24 (1933) :417-441,498-520.
- Hotelling, H. Analysis of a complex of statistical variables into principal components. Journal of Educational Psychology, 24 (1933) :417-441,498-520.
- Houston (David J.), « Public service motivation : a multivariate test », Journal of Public Administration Research & Theory, Vol. 10 (4), 2000, pp. 713-727 ; Brewer (Gene A.), Selden (Sally Coleman) and Facer II (Rex L.), « Individual conceptions of public service motivation », Public Administration Review, Vol. 60 (3), 2000, pp. 254-264 ;

- Hox, J.J, An Introduction to Structional Equation Modeling, Family Science Review, Vol.11, 1998
- IANOR, consulté : Sept. 9-2013 from http://www.IANOR.dz.
- Imrie C., B., Cadogan, W., J. & McNaughton, R. (2002). The SQ construct on a global stage, Managing SQ, In Zisis Pandelis et al. (2009). The Application of Performance Measurement in the Service Quality Concept: The Case of a Greek Service Organisation. Journal of Money, Investment and Banking, 9, 27-41.
- Jacques CHEVALLIER, Le service public, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 1987. Evelyne PISIER, « Le service public entre libéralisme et collectivisme », Esprit, n° 12, décembre 1983, pp. 8-19.
- Jakka, Ateeq, A, (2004), Client-Quality Dimensions: Empirical Evidence from the Public Sector of the United Arab Emirates, Public Organization Review, 4, 239–257.
- Jean-Louis giordano, (2006), l'approche qualité perçue, groupe eyrolles, édition d'organisation, p 17.
- Jo Bitner, M., Faranda, W., Hubbert, A. and Zeithaml, V. (1997), "Customer contributions and roles in service delivery", International Journal of Service Industry Management, Vol. 8 No. 3, pp. 193-205.
- John A. Czepiel, (1990), service encounters and service relationships: Implications for research, Journal of Busmess Research 20, 13-21
- John C. Groth, Richard T. Dye, (1999) "Service quality: perceived value, expectations, shortfalls, and bonuses", Managing Service Quality: An International Journal, Vol. 9 Issue: 4, pp.274-286,
- Johns G. (1981). Difference scores measures of organizational behaviour variables: a critique. Organ Behav Hum Perform. 27(6). 443–463.
- Johns, N. and P. Tyas (1996). Use of service quality gap theory to differentiate between food service outlets', The Service Industries Journal, 16(3), 321-346.
- Juran M. Joseph and Goodfrey A. Blanton (1999). Juran's Quality Handbook , 5th edition, McGraw-Hill, USA. P. 11.1.
- Kaplan R. S. & Norton D. P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system, Harvard Business Review, January-February, 75-85.
- Kara Ahmet (2007). An applied stochastic model of the quality–quantity trade-off in the public health care sector, Springer Science plus Business Media B. V.
- Kasper H. P., Van Helsdingen and W. de Vries Jr. (1999). Services Marketing Management. An International Perspective, Chichester: John Wiley & Sons.
- Khanna, V.K, Perm, Sashay, B.S; Shankar, Ravi; TQM Planning, Design and Implementation, New AGE International Publishers, 2008, p 4.
- Kline, R. B. (2015). Principles and practice of structural equation modeling. New york: The Guilford press.
- Kotler, Dubois " Marketing et Management" , 8éme édition , Union Edition , Paris (France) , 1994 , p 457.
- Langlois M., Toquer G. (1992). Marketing des Services: Le Défi Relationnel, Gaetan Morin, Montréal.

- Laura Martinez Caro, Jose Antonio Martinez Garcia, 2007, Measuring perceived quality in urgent transport service, journal of retailing and consumer services, 14, p3.
- Laura Martinez Caro, Jose Antonio Martinez Garcia, (2007), Cognitive affective model of consumer satisfaction : an exploratory study within the framework of sporting event, journal of business research, vol 60, issue, 108-114.
- Laurence.M, la qualité en industrie, thèse pour obtenir le grade de docteur vétérinaire, université Paul-Sabatier, Toulouse,2004, p17.
- Le Blanc, G. and Nguyen, N. (1988), "Customers' Perceptions of service quality in Financial Institutions", International Journal of Bank Marketing , 6(4), pp. 7-18.
- Lee Jungki (2005). Measuring service quality in a medical setting in a developing country: The applicability of SERVQUAL, Services Marketing Quarterly, 27(2), 1-14.
- Lehtinen Uolevi and Lehtinen Jarom R. (1982). Service Quality: A Study of Quality Dimensions. In Berry L. L.
- Lewis (Gregory B.) and Alonso (Pablo) « Public service motivation and job performance — Evidence from the federal sector », American Review of Public Administration, Vol. 31 (4), 2001, pp. 363-380.
- Lewis, B. R., 1989, Quality in service sector: A review, International Journal of Bank Marketing, vol. 7, No 5, 4-12.
- Lichtlé M., Llosa S. et Plichon V. (2002), Les contributions des différents éléments d'une grande surface alimentaire à la satisfaction du client, Recherche et Applications en Marketing, 17, 4, 23-34.
- Liljander, Veronica, Strandvik, Tore, 1993, Estimating zones of tolerance in perceived service quality and perceived service value, International Journal of Service Industry Management, vol. 1, No 2, 6-27.
- Llosa Sylvie. L'analyse de la contribution des éléments de service & la satisfaction : un modèle Tétraclasse, Decisions Marketing, 1997, 10, p. 81-88.
- L'office National des Statistiques, consulté Dec. 21-2018, from : http://www.ons.dz/emploi et chommage.html
- Lovelock et al. (2008). Marketing des services, 6me édition, Pearson Education, Paris. p. 609.
- Martin, R., Martin, P. Y., Smith, J. R., & Hewstone, M. (2007). Majority versus minority influence and prediction of behavioral intentions and behavior. Journal of Experimental Social Psychology, 43, 763-771.
- Mattila A. S. (1999). The role of culture in the service evaluation process. Journal of Service Research, 1(3). 250–261.
- Morales Miguel et al, (1988), la validité de la mesure de la qualité des services : une évaluation de 10 ans d'utilisation de SERVEQUAL, université Laval, Québec, 11-21.
- MORLAT, G. et G. BESSIÈRE [1972], Vingt-cinq ans d'économie électrique, Paris, Dunod.
- Myerscough Mark A. Concerns about Servqual's underlying dimensions, Illinois State University, IACIS (2002).
- Nguyen N. (1991), Un modèle explicatif de l'évaluation de la qualité d'un service : une étude empirique, Recherche et Applications en Marketing, 5, 4, 71-86.

- Obenoura William, et al. (2006). Conceptualization of a meaning-based research approach for tourism service experiences, Tourism Management, 27, 34–41.
- Oliver R. L. (1980). Satisfaction, a behavioural perspective, McGraw Hill, N. Y..
- Oliver, Richard L., 1981, Measurement and evaluation of satisfaction process in retail settings, Journal of Retailing, vol. 57, No 3, 25-48.
- Othman, A. and Owen L. (2001), "developing an Instrument to measure customer service quality (SQ) in Islamic banking", International Journal of Islamic Financial Services , Vol. 3 (1), April and June, pp. 1-26.
- Paillé P. et A. Mucchielli, (2003). L'analyse qualitative en sciences sociales et humaines, Armand Colin, Paris, in : Patricia Coutelle, (2005). Introduction aux méthodes qualitatives en Sciences de Gestion, séminaire d'études qualitatives, CERMAT-IAE de Tours, Université de Tours.
- Parasuraman A. (2002). Defining, Assessing, and Measuring Service Quality: Conceptual Overview, Library Assessment and Benchmarking Institute, Monterey, CA, Sep.13.
- Parasuraman A., Zeithaml V. A. and Berry L. L. (1988) SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. Journal of Retailing 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Berry, L. and Zeithaml, V. (1988), "SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perceptions of SQ", Journal of Retailing , Vol. 64, spring, pp. 12-40.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. and Zeithaml, V. (1991) Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. MSI Working paper.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing. 49, 41–50.
- Pasquier.M,**Communication public** ,edition de boeck univ ,Bruxelles ,1ere édition ,2011 ,p13-14.
- Perry (James L.), « Measuring public service motivation : an assessment of construct reliability and validity », Journal of Public Administration Research and Theory, Vol. 6 (1), 1996, pp. 5-23.
- Perry (James) et Wise (Lois Recascino), 1990, op. cit. ; Perry (James L.), 1996, op. cit. ; Perry (James L.), « Antecendents of public service motivation », Journal of Public Administration Research & Theory, Vol. 7 (2), 1997, pp. 181-197 ; Perry (James L), « Bringing society in : toward a theory of public service motivation », Journal of Public Administration Research & Theory, Vol. 10 (2), 2000, pp. 471-488.
- Philip.B Crosby, Quality is free: the art of quality certain, Mc Graw –Hill Book, N.Y, 1997, p12.
- Pierre Chambat (1990), service public et néolibéralisme, Annales ESC, n3, pp616.
- Pierre Eigllier , Eric Langeard «Servuction: Le Marketing des Services» MC Gnaw Hill , 1991, p 16 .
- Pr.Gilles et J. GUGLIELMI, **UNE INTRODUCTION AU DROIT DU SERVICE PUBLIC**, université Panthéon-assas « paris2 », p6.
- Prabha Ramseook-Munhurrun, Soolakshna D. Lukea-Bhiwajee, Perunjodi Naidoo, (2010), service quality in the public service, INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT AND MARKETING RESEARCH ♦ Volume 3 ♦ Number 1, p 2-14.

- Prabha Ramseook-Munhurrun, Soolakshna Lukea-Bhiwajee et Perunjodi Naidoo, (2010), Service Quality in the public Service, international journal of management and marketing research, volume3, n1, 37-50.
- Pull an, Thankachan, T ; Bhasi, M; Madhu G, Application of concurrent engine ring in Manufacturing industry, Introduction journal of computer integrated Manufacturing, vol 23, No 5, 2010, p15.
- Purcarea Victor Lorin, Gheorghe Luliana Raluca, Petrescu Consuela Madalina, (2013), The assessment of perceived service quality of public health care services in Romania using the servequal scale, Procedia Economics and Finance journal, volume6, p2.
- Rathmell J. M. (1966). What is meant by services? Journal of Marketing, 30(4). 32-36.
- Ricco Rakotomalala, (2008), Tests de normalité Techniques empiriques et tests statistiques, Université Lumière Lyon 2, p3.
- Ritu Narang, (2010),"Measuring perceived quality of health care services in India", International Journal of Health Care Quality Assurance, Vol. 23 Iss 2 pp. 171 – 186
- Rodrigues, Lewlyn L.R et al; (2011), "Comparison of servequal and servperf Metrics: an empirical study", the TQM journal, vol. 23 Iss 6, pp 629-643.
- Roussel Patrice et Fâcheux Frédéric, (2003). Methods de recherche en sciences humaines et sociales, Management des ressources humaines, UQAM – Education, France.
- Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994).Insights and managerial implications from the frontier. In R. T. Rust & R. L. Oliver (Eds.), Service quality: New directions in theory and practice (pp. 1–19). Thousand Oaks, CA: Sage
- Rust, R.T. and Oliver, R.L. (1994) Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier: New Directions in Theory and Practice, Sage Publications, Thousand Oaks, 1-19.
- Sacha Epskamp, semPlot : Path Diagrams and Visual Analysis of Various SEM Packages Outpout.R Package version1.1.2.
- Salini S, Zirilli A, Tiano A, (2002), "Multivariate Calibration by Means of Kalman Filter", in Proceedings of the 'SIS 2002' meeting, 5-7 Giugno, Università degli Studi Milano-Bicocca, 493-496, Cleup Editrice.
- SAMUEL.D, **wiki territorial espace d'échange et de partage d'information autour de collectivités territoriales**, par Directeur general adjoint des services du conseil general du Gard, 3/12/2012.
- Sanghera Jackie, de Chernatony Leslie and Brown Ann, (2002). Testing Grönroos' Model in the Financial Services Sector. The Service Industries Journal, 22, 3(7). 1-14.
- Sekaran, U. (2004). Research methods for business: A skill building approach (Fourth ed.). New York, USA: John Wiley & Sons.
- Sheppard Lesley (1998). Some background information on customer satisfaction measurement, Division of Sheppard Consulting. Retrieved from: http://www.trainquest.com
- Slack, Nigel, Chambers, Sturat and Jonhston Robert, Operation Management, 4thed, Prentice-Hall, 2004, p596.
- Strobel P. (1993), L'usager, le client et le citoyen : quels rôles dans la modernisation du service public?, Recherches et Prévisions, janvier, 31-44.

- Surechandar G. S. & al. (2001). Customer perceptions of service quality: a critique, Total Quality Management, 12(1). 111-124.
- Sylvie Rolland (2003). Impact de l'utilisation d'internet sur la qualité perçue et la satisfaction du client, Doctorat en science de gestion, Université Paris IX-Dauphine, p 23.
- Sylvie Rolland, Déborah Wallet-Wodka, (2003), La qualité des sites Web marchands en distribution : proposition d'une échelle de mesure E-Qual, p21.
- Tari J. J. (2005). Components of successful total quality management, in Draghici Mihai and Petcu Andreea Jenica, (2010). Op. cit
- Teas, R. Kenneth (1993). Expectations, Performance Evaluation and Consumers Perceptions of Quality. Journal of Marketing, 57(10). 18-34.
- Teas, R. Kenneth (1994). Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality, an Assessment of a Reassessment, Journal of Marketing, 58(7). 132-139.
- Ueltschy L. C. et al. (2009). Is there really an Asian connection? Professional service quality perceptions and customer satisfaction. Journal of Business Research, 62, 972–979.
- Valery Nosulenko, (2008), Mesurer les activités numérisées par leur qualité perçue, Social Science Information Vol 47 – no 3, p 396-397
- Van Dyke, Thomas P. Victor Prybutok and Leon Kappelman (1999), Cautions on the Use of the SERVQUAL Measure to Assess the Quality of Information Systems Services, Decision Sciences, 30(3), 877-891.
- Warin P., 1999, « La performance publique : attentes des usagers et réponses des ministères », Politiques et Management Public, vol. 17, n° 2, p. 147-163.
- William sabadie, 2003, conceptualisation et mesure de la qualité perçue d'un service public, Recherche et application en marketing, vol. 18, n1, pp 1-25.
- William.S, conceptualisation et mesure de la qualité perçue d'un service public,Recherche et applications en Marketing, vol18, n1, p1-24.
- Woodall Tony (2001). Six Sigma andservice quality: Christian Grönroos revisited, Journal of Marketing Management, 17, 595-607.
- World bank, Algeria at a glance, consulté :Sept. 12-2018, from: http://web.worldbank.org/dz
- www.letudiant.fr/boite-a-docs/telecharger/le-service-public,26.
- Yves Rosseel, lavaan: An R Package for Structural Equation Modeling, Journal of statistical Software, 48(2), 2012, 1-36.
- Zisis Pandelis et al. (2009). The Application of Performance Measurement in the Service Quality Concept: The Case of a Greek Service Organisation. Journal of Money, Investment and Banking, 9, 27-41.

قائمة المراجع باللغة العربية

- أدريان بالمر، ترجمة بهاء شاهين، علاء أحمد، دعاء شراقي، مبادئ تسويق الخدمات، مجموعة النيل العربية للنشر، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2009، ص46.
- باعو بن يخلف، الشراكة كإستراتيجية لتنمية المؤسسة العمومية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، المركز الجامعي، معسكر، 2004، ص 1-3.
- بريش عبد القادر، (2005)، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد3، ص12.
- بن عيسى ليلى، أهمية التسيير العمومي الجديد في قطاع التعليم العالي (دراسة حالة جامعة محمد خيضر بسكرة)، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة،2005-2006، ص10
- بوعنان نور الدين، جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء، مذكرة ماجيستر،(غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير والعلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2006 ص86.
- د. محمد حافظ حجازي، المنظمات العامة، الاسكندرية، 2002، بدون دار النشر، ص27.
- د.ثابت الرحمن ادريس، المدخل الحديث في الإدارة العامة، الدار الجامعية للنشر و التوزيع، 2001، ص94.
- زكي خليل ساعد، (2006)، تسويق الخدمات و تطبيقاته، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ص35 .
- زكي خليل، (1997)، مساعد "التسويق في المفهوم الشامل"، دار زهران للنشر والتوزيع،الأردن، ص9.
- شرف سعيدي و بشرى العبادي، (2018)، محددات الجودة المدركة للخدمة: التطبيق على الخدمات العمومية ذات الطابع التجاري و الصناعي، المغرب.
- الصحن محمد فريد، (2002)، قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، ص 344.
- الصعيدي (محمود حاسم)، (2000)، مداخل التسويق المتقدم، جامعة المستنصرية: كلية الإدارة والاقتصاد، ط1، ص221.
- طارق قندوز، النظام التسويقي و تجويد خدمات القطاع المصرفي، مؤسسة الثقافية الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص101-102.
- الطائي رعد عبد الله، قدادة عيسى (2008)، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري، عمان، الأردن، ص57.
- عبد المحسن توفيق محمد، قياس الجودة و القياس المقارن، دار النهضة العربية، مصر، 2006، ص 75-77
- عثماني فؤاد، دور نظام الرقابة الداخلية في تحسين جودة الخدمة العمومية (دراسة عينة من مصالح الاستعجالات بالقطاع العمومي الاستشفائي بولاية الجزائر)، مذكرة ماجيستر، كلية العلوم الاقتصادية، شعبة التسيير، تخصص محاسبة، جامعة بوقرة، بومرداس، 2016/2015، ص46.
- علوان قاسم نايف (2005)، إدارة الجودة الشاملة و متطلبات الإيزو، دار الثقافة للنشر و التوزيع، بيروت، ص24.
- العلي، عبد الستار محمد، إدارة الإنتاج و العمليات: مدخل كمي، الطبعة الأولى، دار المسيرة للطباعة و النشر، عمان، 2008، ص54.
- عمر وصفي عقيلي، قحطان بدر العبدلي، (1994)، مبادىء التسويق، مدخل متكامل، الاردن- دار زهران للنشر والتوزيع، ص 120.
- غمريد الهام، جودة الخدمة المصرفية واثارها على رضا وولاء الزبائن، مذكرة ماجستير، 2015/2014، ص13.
- فيروز قطاف، تقييم جودة الخدمات المصرفية و دراسة أثرها على رضا العميل البنكي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011/2010، ص101-102.
- كريم بلقاسم :"ترقية السياحة في الجزائر"، رسالة لنيل شهادة الماجستير -جامعة الجزائر- المدرسة العليا للتجارة، فرع تسويق ص10.
- محمد الطاهر بوذراع، إدارة الجودة الشاملة و تأثيرها على الخدمة المصرفية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013/2012، ص64-65.

- محمد سعيد، (1990)، إدارة الموارد البشرية، دار الجامعة للطباعة و النشر، بيروت، ص90.
- محمد شعيب عيساوي، مدير المعهد الجزائري للمعايير، عن منتدى طلبة الماجستير و الدكتوراه الجزائريين، اطلع عليه يوم: 01-06-2019 في: www.mgisteralgerien.3oloum.
- المحياوي قاسم نايف علوان، إدارة الجودة فب الخدمات، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان 2010، ص106.
- الموقع الالكتروني لجامعة التكوين المتواصل: www.e_campus.ufc.dz
- النجار يحي غني، (2006)، تقييم المشروعات: دراسات الجدوى و تقييم كفاءة الأداء، دار المستقبل للطباعة و التصميم، بغداد، ص41.
- نور الدين بوعنان، جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007، ص69.

الملحق رقم 01

الاستبيان باللغة العربية

استبيان موجه لمواطني مدينة معسكر

كلية العلوم الاقتصادية، و العلوم التجارية، و علوم التسيير

قسم علوم التسيير **تخصص تسويق**

الموضوع: قياس الجودة المدركة للخدمة العمومية

الأخ الكريم و الأخت الكريمة

تقوم الباحثة بإجراء بحث ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسويق، و الغرض من هذه الدراسة هو توضيح **إمكانية تطبيق نماذج قياس الجودة المدركة للخدمة العمومية المستخدمة في دراسات أخرى على دراستنا هذه حول خدمات الضمان الاجتماعي لولاية معسكر**، من أجل ذلك نرجوا أن تتفضلوا بالإجابة على الأسئلة التالية بدقة و موضوعية، علما أن البيانات التي ستدلون بها ستستخدم حصرا لأغراض علمية، و ليست للنشر، و شكرا مسبقا على تعاونكم.

الجزء الاول: المعلومات الشخصية: الرجاء وضع العلامة (×) عند الإجابة التي تراها مناسبة:

الجنس:

- ☐ ذكر
- ☐ أنثى

السن:

- ☐ من 20 إلى 30 سنة
- ☐ من 31 إلى 40 سنة
- ☐ من 41 إلى 50 سنة
- ☐ أكثر من 50 سنة

المستوى التعليمي:

- ☐ ابتدائي
- ☐ متوسط
- ☐ ثانوي
- ☐ جامعي

المهنة:

- ☐ موظف
- ☐ مهن حرة
- ☐ عامل يومي
- ☐ عاطل عن العمل
- ☐ متقاعد
- ☐ طالب

قياس الجودة المدركة للخدمة العمومية: الرجاء وضع العلامة (×) عند الإجابة التي تراها مناسبة:

الرقم		غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الملموسية						
01	تحتوي الادارة على معدات و تجهيزات حديث و مناسبة للخدمة					
02	مواقع الاجهزة مريحة و موضوعة بصورة جيدة و جاذبة للنظر					
03	ديكور و جماليات أماكن الأجهزة رائعة					
04	مواقع المعدات و الأجهزة تتكيف و تدفق المستخدمين الهائل					
05	الأجهزة المرتبطة بتقديم الخدمة جاذبة للنظر					
06	يلبس الموظفون لباسا جميلا و أنيق					
الدقة						
07	تقوم الادارة بالوفاء بوعودها حول انجاز/ تقديم شئ ما					
08	تظهر الإدارة إهتمام حقيقي و صادق أثناء معالجة مشكل ما					
09	يقدم الموظفون خدمة صحيحة من أول مرة، دون ارتكاب أخطاء					
10	تقدم الخدمات في آجالها المحددة سابقا					
الإستجابة						
11	إعلام المستخدمين عن وقت تقديم الخدمات					
12	تضمن الإدارة تقديم خدمة سريعة (مثلا: أثناء دراسة الطلبات)					
13	رغبة الموظفين و استعدادهم الدائم لمساعدة المستخدمين					
14	سرعة الرد على طلبات المستخدمين					
15	سهولة الرد على طلبات المستخدمين					
الثقة (الضمان – التأمين)						
16	يضع المستخدمون ثقتهم بالموظفين					

17	يقدم الموظفون معلومات دقيقة و صحيحة و بكل صدق و وضوح					
18	يحس المستخدم بالأمان أثناء تعامله مع الموظفين					
19	الموظفون مهذبون في كل الأوقات					
20	كفاءة الموظفين في قدرتهم علة الاجابة على تساؤلات المستخدمين					
التقمص العاطفي						
21	يقدم الموظفون إهتمام فردي لكل مستخدم					
22	يمنح الموظفون اهتمام شخصي لكل مستخدم (يأخذون الوقت الكافي لسماعكم و استيعاب حالاتكم الشخصية)					
23	يحرص الموظفون على مساعدة المستخدمين نحو الأفضل					
24	يفهم الموظفون احتياجات المستخدمين					
25	أوقات عمل الادارة مناسبة لجميع المستخدمين					
26	التغطية الجغرافية للإدارة مناسبة لجميع المستخدمين (مجاورة نقاط الاستقبال)					
27	يمكن بسهولة الاتصال بالإدارة للإستفسار أو طلب التوجيه (عبر الهاتف، الانترنت، الخ...)					
28	تبسط الإدارة إجراءات التعامل (أثناء تكوين ملف مثلا)					
المشاركة						
29	تعلم الإدارة المستخدمين بكل المشاكل و التغييرات على الفور					
30	تشرح الإدارة للمستخدمين القرارات التي تخصهم بوضوح					
31	تمنح الادارة للمستخدمين المعلومات الضرورية ليتمكنوا من الحكم على جودة الخدمة المقدمة لهم					
الشفافية						
32	تتميز المعلومات المقدمة من قبل الادارة بالشفافية و الوضوح					
33	هناك شفافية في تسيير الخدمات و تقديمها للمستخدمين					
34	في حالة مشكل أو تغيير ما، تقوم الإدارة بتوضيح الأمور للمستخدمين					
35	تعلم الإدارة المستخدمين بمسار ملفاتهم					
36	تستمع الإدارة لتوقعات المستخدمين					
37	تأخذ الإدارة بعين الاعتبار رأي المستخدمين في انشاء و تقديم خدماتها					
38	يشارك المستخدمون في تحديد خدمات الادارة					
39	تأخذ الادارة بعين الاعتبار إقتراحات المستخدمين و تهتم بها من أجل تطوير خدماتها					
تسيير الشكاوي						
40	امكانية تقديم شكوى في حالة مصادفتكم لمشكل ما					
41	تهتم الادارة بمشاكل المستخدمين المقدمة لها					

42	تقوم الادارة بمعالجة المشاكل					
المساواة في المعاملة						
43	يسهر الموظفون على تحقيق المساواة بين المستخدمين					
44	يتعامل الموظفون بطريقة غير عادلة مع موظفين دون غيرهم					
45	تأخذ الإدارة قرارات منطقية					
التقييم العام						
46	عموما، أنت راضي عن الخدمات المقدمة لك من قبل الادارة					
47	يعتريك شعور سار عند تفكيرك في الطريقة المتبعة من قبل الادارة في تقديم خدماتها					
48	تشعرني الخدمات المقدمة من قبل الادارة بخيبة أمل					
49	مقارنة مع ما كنت أتوقعه من الخدمات المقدمة لي من قبل الادارة، أشعر بخيبة أمل					
50	أتحدث عن خدمات هذه الادارة لأصدقائي كخدمة عمومية جيدة					
51	لدي ميول للتباهي و الدفاع عن هذه الادارة					
52	اعتقد أنني سوف أستمر في تقدير و احترام هذه الادارة					
53	على العموم، أنا راضي عن كل الخدمات العمومية التي أستخدمها					
54	تعتبر الخدمات العمومية سريعة و فعالة					
55	تسير الخدمات العمومية بطريقة جيدة					
56	تشغل الخدمات العمومية مهمتها جيدا					
57	أغلب الخدمات العمومية تستمع لمستخدميها					
58	الخدمات العمومية تهتم بحالة كل شخص، حيث تتسم بالمرونة					
59	جودة الخدمات المقدمة من قبل الادارة جيدة					

عموما ما هو رأيك الشخصي حول الخدمات العمومية :

.....

.....

.....

الملحق 02

مقابلة شخصية من أجل سلم قياس الجودة المدركة للخدمة العمومية

المقابلة الشخصية

بغية القيام بدراسة جامعية حول **قياس جودة الخدمة العمومية، خدمات الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء تحديدا** من وجهة نظر مستخدمي هاته الخدمات، ارتأينا أنه من الضروري معرفة رأي أطر و عمال هذه الإدارة حول الخدمات التي يقدمونها.

هذه المقابلة تعتمد على نقاش دام لبضعة دقائق مع **إطار لدى الوكالة الوطنية للضمان الاجتماعي** حول موضوع الدراسة. إذا سمحتم لنا نود تسجيل المقابلة أو تدوينها و ذلك من أجل الاستفادة من إجاباتكم و عدم تحريفها أو تشويهها، و يمكن أن تحذف التسجيلات فور الانتهاء من تحليل المقابلة إن أردتم.

هذه المقابلة **سرية** كليا. أجوبتكم ستكون لها تأثيرات مباشرة على عملنا و ستكون بمثابة تكملة البحث. بالنسبة لنا لا توجد أجوبة **سيئة أو جيدة**، لذلك نرجو منكم الإجابة بكل مصداقية و عدم التحيز.

- أولا، ما طبيعة الخدمات التي تقدمها مؤسستكم ؟ .....
- كيف تقيمون هذه الخدمات بصفة عامة ؟.....
- ما طبيعة العلاقة بين الموظفين داخل الإدارة؟.....
- كيف تتصل مؤسستكم مع متعامليها؟.....
- كيف تعالج الإدارة المشاكل التي تواجهها داخل و خارج المؤسسة؟.....

- كيف تدرس مؤسستكم العجز الحاصل داخلها؟.....

- هل هناك دورات تكوينية للموظفين؟ هل يمكنكم إعطاؤنا بعض الأمثلة؟ على أي أساس تقام؟ و ما هي الفئة من العمال المعنية؟.....

- كيف تقيمون مهارات العمال داخل المؤسسة؟.....

- برأيكم، و حسب خبرتكم في الميدان هل الوسائل المستعملة داخل الإدارة كافية من أجل تقديم خدمات ذات جودة؟.....

- هل تعتبرون أن الخدمات المقدمة من قبل إدارتكم هي خدمات ذات جودة جيدة من شأنها أن ترضي المواطن؟.....

- هل تاخذون ملاحظات المواطنين أثناء تقديم خدماتكم؟.....

- أخيرا، إن كنتم على سلم من 10 فكيف تقيمون الخدمات التي تقدمها مؤسستكم للمواطن؟ .....

الملحق رقم 03

صور توضيحية عن فضاء، هياكل و الوسائل المستخدمة داخل الإدارة محل الدراسة.

المصلحة الإجتماعية
SERVICE SOCIAL

خروج
SORTIE

CNAS
بطاقة الشفاء

الملخص

تهتم هذه الدراسة بجودة الخدمة العمومية لدى الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء، و تسعى دراستنا لبناء مقياس خاص بالخدمة في "الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء"، بالإضافة إلى المصادقة على تطبيق سلم قياس الجودة المدركة للخدمة العمومية المستخدم في الدراسات السابقة على دراستنا.

لتحديد سلم لقياس الجودة المدركة من قبل المواطن للخدمات المقدمة له من قبل المؤسسة، حاولنا من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة متكونة من 530 فرد بمدينة معسكر، استخدام سلم قياس مستوحى من أعمال الباحثين (2003) sabadie و parasuraman (1988) و بينت الدراسة تفاوتا في إدراك جودة الخدمات المقدمة للمواطن، كما خلصت أهم نتائج البحث إلى وجود سلم قياس ذو ثلاثة أبعاد هي الشفافية، الدقة و الملموسية. إلا أن النموذج المتحصل عليه لا يفسر جيدا الجودة المدركة للخدمة العمومية.

الكلمات المفتاحية: الخدمة العمومية، الجودة المدركة للخدمة العمومية، القياس.

Abstract

This thisis focuses on the quality of service in the public sector. Its objective is to test a scale for measuring the perceived quality of the public service. Based on the works of Parasuraman (1988) and Sabadie (2011), our study was conducted on a population of 530 individuals regarding their assessment of the quality of Mascara's National Social Security insurance Fund (CNAS) services. The results highlighted three dimensions of public service quality: tangibility, transparency and reliability.

Keywords: Perceived Quality (PQ), Service Quality (SQ), Public Service (PS), Measuring Scale