

قياس جودة الخدمة في القطاع الثالث وأثرها على رضا المستفيدين (دراسة تطبيقية على منظمات القطاع الثالث في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية)

**Measuring Service Quality in the Third Sector and it's Impact on Beneficiaries' Satisfaction: An Applied Study on Third Sector Organizations in the Eastern Province of the Kingdom of Saudi Arabia**

الدكتور/ بندر بن محمد بن سعيد القحطاني

دكتوراه في إدارة الأعمال، كلية إدارة الأعمال، جامعة لينكولن، ماليزيا

Email: [Bndrmq@gmail.com](mailto:Bndrmq@gmail.com)

الدكتور/ محمد أنس شمسي

دكتوراه في إدارة الأعمال، جامعة بورغوني، ديجون فرنسا

**المخلص:**

هدف البحث إلى التعرف على جودة الخدمة وأثرها على رضا المستفيدين في منظمات القطاع الثالث بالسعودية، كما وهدفت إلى معرفة ما إذا كانت هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى إلى المتغيرات الديمغرافية. تكونت عينة الدراسة من 183 مفردة تم أخذها بطريقة العينة العشوائية، وتكون مجتمع الدراسة من العاملين والمتطوعين والمستفيدين من برامج منظمات القطاع الثالث في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية. تم استخدام المنهج الوصفي والكمي. تم إجراء اختبارات الإحصائية المناسبة من أجل الإجابة على أسئلة البحث والتحقق من الفرضيات. أظهرت النتائج التي تم الحصول عليها أن درجة جودة الخدمة في منظمات القطاع الثالث بالسعودية هي درجة عالية ومرتفعة بنسبة (78.2%)، من جانب آخر أظهرت نتائج تحليل الانحدار أن هنالك علاقة ارتباط وانحدار إيجابية قوية بين جودة الخدمة ورضا المستفيدين، وعليه فإن جودة الخدمة كمتغير مستقل له دلالة احصائية كمحدد أساسي لتعزيز رضا المستفيدين في منظمات القطاع الثالث بالسعودية، كما أوضحت أن هناك أثر ذو دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمة المتمثلة في (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، التعاطف، الامان) على مستوى رضا المستفيدين في منظمات القطاع الثالث بالسعودية بمستويات مختلفة. كشفت النتائج كذلك أنه لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى إلى متغيرات (الجنس، العمر، عدد سنوات التعامل مع المنظمة، الوظيفة، وسنوات الخبرة)، بينما أظهرت النتائج أنه توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

وأوصى البحث بعدد من التوصيات منها ضرورة القيام بالبحوث الميدانية الخاصة بتقييم رضا المستفيدين اعتمادا على النماذج العلمية الحديثة لمعرفة جوانب النقص في جودة الخدمات وتطويرها، الى جانب البحث عن المؤشرات التي يحكم من خلالها المستفيدين على جودة الخدمة من أجل التركيز عليها في أداء الخدمات.  
**الكلمات المفتاحية:** جودة الخدمة، رضا المستفيدين، القطاع الثالث.

**Measuring Service Quality in the Third Sector and it's Impact on Beneficiaries'  
Satisfaction: An Applied Study on Third Sector Organizations in the Eastern Province of  
the Kingdom of Saudi Arabia**

**Dr. Bandar Bin Mohammed Bin S. Alqahtani**

DBA in Business Administration, College of Business Administration, University of Lincoln,  
Malaysia

Email: [Bndrmq@gmail.com](mailto:Bndrmq@gmail.com)

**Dr. Mohamed Anas Shamsy**

PhD in Business Administration, University of Bourgogne, Dijon, France

**Abstract:**

This study aimed to identify the quality of service and its impact on the satisfaction of beneficiaries in the third sector organizations in Saudi Arabia, and also aimed to find out whether there are statistically significant differences in the beneficiaries' evaluations of the actual quality of services provided to them by the third sector organizations due to demographic variables. The study sample consisted of 183 individuals who were taken by random sampling method, and the study population consisted of workers, volunteers and beneficiaries of the programs of third sector organizations in the Eastern Province of the Kingdom of Saudi Arabia. A descriptive and quantitative approach was used. Appropriate statistical tests were conducted in order to answer the research questions and verify the hypotheses. The obtained results showed that the degree of service quality in the third sector organizations in Saudi Arabia is high with a percentage of (78.2%). On the other hand, the results of the regression analysis showed that there is a strong positive correlation and regression between the quality of service and the satisfaction of the beneficiaries.

Therefore, the quality of service as an independent variable has statistical significance as a basic determinant for enhancing the satisfaction of beneficiaries in the third sector organizations in Saudi Arabia. The results also showed that there is a statistically significant impact of the dimensions of service quality (reliability, response, tangibility, empathy, safety) on the level of satisfaction of beneficiaries in the third sector organizations in Saudi Arabia at different levels. The results also revealed that there are no statistically significant differences at the level of significance (0.05) in the beneficiaries' evaluations of the actual quality of services provided to them by the third sector organizations due to the (gender, age, number of years of dealing with the organization, job, and years of experience) variables, while The results showed that there are statistically significant differences due to the educational level variable. The research recommended the need to carry out field research to assess the satisfaction of beneficiaries based on modern scientific models to know the shortcomings in the quality of services and their development, in addition to searching for indicators by which the beneficiaries judge the quality of service in order to focus on them in the performance of services.

**Keywords:** Service Quality, Beneficiaries' Satisfaction, the Third Sector

## 1. مقدمة:

يعد القطاع الثالث أحد أهم الاتجاهات الحديثة التي يتم الاستحواذ عليها في ميدان العمل وذلك لمساهمته المهمة في الإنتاج الإجمالي للمجتمع، بعد ما كان هذا القطاع يعاني من الإهمال كونه لا يساهم في خلق الثروة، حالياً يعتبر القطاع الثالث الأهم في الاقتصاد المعاصر، حيث أصبح يستحوذ على حصة كبيرة من نفقات المجتمع والدولة والمستثمرين. قد أظهرت السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً بمفهوم الرضا في القطاع الثالث، فكانت العولمة، وتشبع الأسواق، والتطورات المتتابعة في وسائل الاتصال والمواصلات وغيرها من العوامل الرئيسية التي أسهمت في تعزيز الوعي لدى المستفيدين لمنظمات القطاع الثالث، وقدرتهم على اتخاذ قرارات تمويلية للخدمات ضمن ظروف عقلانية. إن رضا المستفيدين يعتبر مفتاح نجاح أي منظمة من منظمات القطاع الثالث حيث أن تحديها الأكبر هو كيفية الحصول والحفاظ على هؤلاء المستفيدين خاصة في إطار تعدد وتنوع الخدمات المقدمة من كل مؤسسة، وهي بذلك تحاول استقطاب أكبر عدد من المستفيدين وتحقيق رضائهم بتنوعها للخدمات، واعطاء مجموعة أكبر من التحفيزات، وبذلك تحاول أن تلبى احتياجاتهم ورغباتهم فتطور طريقة تقديم الخدمة وتنوعها وأيضاً تسويقها وتحسين جودتها، وبذلك تقيس مستوى الرضا لديهم عن الخدمات المقدمة.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر جودة الخدمة على رضا المستفيدين وبالتالي تحفيز المستفيدين على استمرار دعمهم لمنظمات القطاع الثالث وذلك بالتطبيق على المكاتب التعاونية والجمعيات الخيرية ولجان التنمية الاجتماعية بالمنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية.

سوف يتم تنفيذ هذه الدراسة وفق الأساليب والمعايير الأساسية المعتمدة، والإجراءات الخاصة بتخطيط وتنفيذ الاستطلاعات، ومن ثم تحليل البيانات والمعلومات الإحصائية ونشر المؤشرات والتقارير النهائي.

### 1.1. مشكلة الدراسة:

أصبحت المؤسسات الخدمية وعموماً ومؤسسات القطاع الثالث خصوصاً تواجه مجموعة من التحديات تدخل ضمن المناخ الاقتصادي الجديد الناشئ من الصراعات التنافسية الكبيرة التي يشهدها العالم حالياً في إطار العولمة الاقتصادية، والتي أدت إلى انتقال المنافسة من الأسواق المحلية إلى الأسواق العالمية، ولمواجهة هذه التحديات اتجهت معظم مؤسسات القطاع الثالث إلى الاهتمام بالجودة والتميز في خدماتها تجاه داعميها والمستفيدين من خدماتها وذلك لتحقيق رضاهم بعد مسح الأدبيات المتعلقة بالموضوع والاطلاع على الدراسات السابقة اتضح أن هنالك الكثير من الدراسات والأبحاث التي تناولت موضوع جودة الخدمة وأثره على الرضا في مجال الخدمات أو السلع على حد سواء، لكن رغم ذلك فإن الدراسات التي تناولت الموضوع في إطار منظمات القطاع الثالث كانت قليلة جداً، وانطلاقاً من هذا الفراغ في أدبيات الدراسة يظهر التساؤل الرئيسي وهو:

ما مدى تأثير جودة الخدمة على مستوى رضا المستفيدين في منظمات القطاع الثالث؟

وتتفرع من التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما هو أثر الاعتمادية على مستوى رضا المستفيدين منظمات القطاع الثالث؟
2. ما هو أثر الاستجابة على مستوى رضا المستفيدين في منظمات القطاع الثالث؟
3. ما هو أثر الملموسية على مستوى رضا المستفيدين في منظمات القطاع الثالث؟
4. ما هو أثر التعاطف على مستوى رضا المستفيدين في منظمات القطاع الثالث؟
5. ما هو أثر الامان على مستوى رضا المستفيدين في منظمات القطاع الثالث؟

### 2.1. أهمية الدراسة:

- إيجاد مقياس علمي مناسب يمكن استخدامه في قياس جودة الخدمات المقدمة من قبل منظمات القطاع الثالث استناداً إلى تقييمات المستفيدين، وذلك بالتركيز على مقياس SERVQUAL
- تسعى هذه الدراسة إلى الربط بين جودة الخدمة ورضا المستفيدين للتعرف على المتغيرين من حيث الأهداف والأهمية
- يتوقع أن تساعد هذه الدراسة متخذي القرارات في منظمات القطاع الثالث لمعرفة تأثير جودة الخدمة بأبعادها الأربعة (الاعتمادية – الاستجابة – الملموسية – التعاطف – الامان) على رضا المستفيدين
- معرفة ما هي أكثر أبعاد جودة الخدمة تأثيراً على الرضا

- يمكن ان تساعد النتائج التي تتوصل اليها هذه الدراسة المسؤولين واصحاب القرار في منظمات القطاع الثالث للتعرف على بعض نقاط الضعف في تقديم الخدمات والعمل على تقويمها
- ان النتائج التي ستتوصل اليها الدراسة ستساعد منظمات القطاع الثالث على تحسين وتطوير خدماتها ن أجل الوصول الى رضا المستفيدين بأعلى كفاءة وفعالية ممكنتين.

### 3.1. أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة بشكل أساسي الى معرفة جودة الخدمة وأثرها على رضا المستفيدين في منظمات القطاع الثالث بالسعودية عن طريق تقديم إطار نظري يوضح كافة المفاهيم المتعلقة بالجودة ورضا العملاء والمستفيدين
- تقديم اضافة علمية مفيدة للأدب للاستفادة من ادارة الجودة في منظمات القطاع الثالث وتطويرها وتحديثها
- التعرف على المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة واساليب قياسها وتحسينها ونماذج تقييمها
- اختبار العلاقة الموجودة بين جودة الخدمة ورضا المستفيدين
- تهدف هذه الدراسة كذلك إلى التعرف على تقييم المستفيدين لمستوى جودة الخدمات المقدمة للمجتمع سواء من ناحية توقعاتهم بخصوص ذلك أو إدراكهم لمستوى جودة الخدمات المقدمة فعلياً، واختبار العلاقة بين جودة الخدمات ورضا المستفيدين، وأيضاً التعرف على الأهمية النسبية للعوامل التي يستخدمها المستفيدين في تقييمهم لجودة الخدمات المقدمة ومعرفة توجهات المستفيدين نحو الخدمات المقدمة وذلك بهدف تطويرها.

### 4.1. فرضيات الدراسة:

تنص الفرضية الرئيسية للدراسة على الآتي:

1. يوجد أثر ذو دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمة المتمثلة في (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، التعاطف، الامان) على مستوى رضا المستفيدين
2. لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى الى الخصائص الشخصية المتمثلة في (العمر - الوظيفة - سنوات الخبرة - المؤهل التعليمي - عدد سنوات التعامل مع المنظمة - الجنس)

### 2. الإطار النظري:

تناولت العديد من التعريفات مفهوم الخدمة، وقد عرّفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة على أنها "الأنشطة أو المزايا المعروضة للبيع أو المعروضة بسبب ارتباطها بسلعة معينة" (عزام، 2008). عرف (كوتلر وأرمسترونج، 2004) الخدمة بأنها "أي نشاط أو منفعة يقدمها أحد الأطراف لطرف آخر تكون في الأساس غير ملموسة ولا تؤدي إلى أي ملكية". عرّف (لوفلوك، 2004) الخدمة على أنها "فائدة متصورة من قبل الحواس، إما بمفردها أو مرتبطة بشيء مادي ملموس وقابل للتبادل ولا ينطوي على ملكية، وفي الغالب غير ملموس". يجادل (زيثمانل، 2000) بأن الخدمات هي أفعال وعمليات وإنجازات أو الإجراءات، لذلك، تشمل الخدمات جميع الأنشطة الاقتصادية التي لا تكون مخرجاتها منتجات مادية.

بشكل عام، يتم استهلاك الخدمات في وقت الإنتاج وتوفر قيمة مضافة وغير ملموسة من قبل المشتري الأول. الخدمة لها بعض الخصائص مثل، عدم الملموسية، وعدم التجانس، وقابلية التلف.

تعد جودة الخدمة مفهوما صعبا للغاية لتحديده في بضع كلمات. والسبب هو أن "جودة الخدمة ذاتية وتتوقف على التصورات الفردية للعملاء" (ديفيس وهينكي، 2003). ولكن بغض النظر عن مدى صعوبة محاولة تحديد جودة الخدمة، إلا أنه توجد العديد من التعريفات لجودة الخدمة.

تم تعريف مفهوم **جودة الخدمة** منذ الثمانينيات من قبل (تشرشل وسوربرينانت، 1982) جنبا إلى جنب مع (باراسورامان وآخرون، 1985)، الذي نشر نظرية رضا العملاء من خلال قياس تقديم الخدمة الفعلي للشركة بما يتوافق مع توقعات العملاء، كما هو محدد من خلال تحقيق الجودة المدركة، والتي تلي رغبات العملاء واحتياجاتهم بما يتجاوز تطلعاتهم. مع هذه الفرضية، (باراسورامان وآخرون، 1988) وسعوا لاحقاً مفهوم الخدمة إلى الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة التي تشمل الملموسية والموثوقية والاستجابة والأمان والتعاطف. لقد طور التقييم الإضافي للمفهوم أبعاداً أخرى لجودة الخدمة كما وصفها (بيتين & بيتين، 1982) و (غرونروس، 1984)، حيث أكد الأول أن جودة الخدمة يمكن تقسيمها إلى ثلاثة أبعاد رئيسية، وهي الجودة المادية وجودة الشركة والجودة التفاعلية. علاوة على ذلك، أوضح (غرونروس، 1982) أن مفهوم جودة الخدمة يمكن تقييمه من خلال صورة الشركة والجودة الوظيفية للخدمة والجودة الفنية للنتيجة. تم تحديد هذا وتقييمه مسبقاً بواسطة (باراسورامان وآخرون، 1988) الذي قدم نموذج جودة الخدمة المعروف باسم جودة الخدمة، والذي تم تطبيقه لأول مرة في صناعة الخدمات على وجه التحديد للمطاعم.

تمشيا مع المقترحات التي قدمها (جرونروس، 1982) و (باراسورامان وآخرون، 1985، 1988) تصور جودة الخدمة وتشغيلها كفرق بين توقعات المستهلكين لـ "ما يريدون" وتصوراتهم عن "ما يحصلون عليه". إذا كانت جودة الخدمة دالة على الاختلاف بين توقعات المستهلك وتصورات الخدمة المستلمة، فهذا يعني أن درجة الملاءمة بين التوقعات والتصورات تحدد جودة الخدمة المتصورة. (باراسورامان وآخرون، 1988) أوضح أيضا التوقعات على أنها تنبؤات قام بها المستهلك حول ما يحتمل أن يحدث أثناء صفقة وشبكة بينما يكون تصور المستهلكين للأداء هو ما يختبره. يتأثر رضا العملاء أو عدم رضاهم عن أداء الخدمة بتوقعاتهم. علاوة على ذلك، ذكر (ديفيس وهينكي، 2003) أن العملاء يطورون توقعاتهم من خلال تجاربهم السابقة مع الخدمات بشكل عام ومع كل نوع محدد من الخدمات التي صادفوها، عندما يسمعون عن خدمات من الآخرين وعلى أساس الإعلانات والعروض الترويجية لمقدم الخدمة. خلاصة القول هي أن العملاء سيكونون راضين إذا كانت الخدمة المتلقاة تلي التوقعات التي تم إنشاؤها بمرور الوقت من خلال هذه المصادر.

**جودة الخدمة** تعد الكلمة الأساسية للبقاء على قيد الحياة للمنظمات في الاقتصاد العالمي. إذ تشهد المنظمات اليوم تحولا من فلسفة الإنتاج الذي قادته الولايات المتحدة على إتباع النهج الجديد والذي يركز على العملاء. وتساهم الطريقة التي تتبعها المنظمة في تقديم الخدمات للعملاء على تحديد القدرة التنافسية لها، وتعد جودة الخدمة المفهوم الذي أثار قدرا كبيرا من الاهتمام والنقاش في الأدبيات البحثية بسبب الصعوبات في كل من تحديده وقياسه مع عدم وجود إجماع شامل عليه.

قامت دراسات مختلفة بتحليل الأبعاد المختلفة لتحديد جودة الخدمة، حدد (جارفين، 1988) تسعة مكونات لجودة الخدمة وهي تشمل: الأداء، والميزات، والمطابقة، والموثوقية، والمتانة، والخدمة، والاستجابة، والجماليات، والسمعة كما ورد في (ساشديف وفيرما، 2004).

اقترح (هايوود فارمر، 1988) أن جودة الخدمة يجب أن تشمل على ثلاثة مكونات أساسية: المرافق المادية والعمليات والإجراءات وعناصر سلوك الأشخاص والحكم المهني. يعتقد (ستيوارت والش، 1992) أن الخدمة الأساسية والظروف المادية وعلاقة الخدمة هي أبعاد جودة الخدمة.

البحث الذي أجراه (جونستون وآخرون، 1990) تضمنت بعض الاختبارات لشمولية محددات جودة الخدمة التي وضعها (باراسورامان وآخرون، 1988) في ضوء البيانات التجريبية التي تم جمعها في عشر مؤسسات خدمة في المملكة المتحدة. اقترح تحليلهم، على الرغم من أنه يدعم بشكل عام المحددات العشرة، قائمة منقحة من 12 مكوناً: الوصول، والمظهر / الجماليات، والتوافر، والنظافة / الترتيب، والراحة، والتواصل، والكفاءة، والمجاملة، والود، والموثوقية، والاستجابة والأمان. يكمن الحد من عملهم في حقيقة أن التحقيق التجريبي اعتمد فقط على تصورات الإدارة للخدمة. على عكس (باراسورامان وآخرون، 1988)، (جونستون وآخرون، 1990) لم يستخدم بيانات العملاء من أجل تحديد محددات جودة الخدمة. استمر (جونستون وسيلفسترو، 1990) في إضافة منظور العميل إلى خصائص جودة الخدمة الاثنتي عشرة. وقد أدى ذلك إلى تحديد خمسة محددات إضافية لجودة الخدمة: الانتباه / المساعدة، والرعاية، والالتزام، والوظيفة، والنزاهة؛ كما أدى إلى تنقيح بعض التعريفات الأخرى، فقد حدد ساسر وآخرون ثلاثة أبعاد لأداء الخدمة: المواد والموظفين والمرافق (البستانج 2011)، وأيضاً حدد (باراسورامان، 1985) عشرة أبعاد لجودة الخدمة في مجال صناعة الخدمات وهي: التجسيد والأمانة والاستجابة والمنافسة والمجاملة المصدقية والأمن والحرية الاتصال وفهم الزبون. أيضاً، اقترح (سكيلشر، 1992) كما ورد في (الميار، 2011) ثلاثة أبعاد على النحو التالي:

- **إعداد الخدمة:** يشمل ذلك مظهر المباني، ويجب أن تكون منافذ الخدمة متاحة مادياً، ويجب أن تكون المعدات موثوقة وسهلة التعامل، ويجب أن يكون الموظفون والمعدات بمستوى جيد.
- **خصائص الخدمة:** ويشمل ذلك معايير تقديم الخدمات، وتوافر الخدمات والمنتجات لتناسب احتياجات العملاء، والاستقرار في أداء الخدمة، وموثوقية الخدمة الدقيقة والموثوقة والمتسقة، وتوفير الخدمة لجميع العملاء على قدم المساواة، وحسن توقيتها بما يتناسب مع العملاء.
- **قوة العميل:** هذا يعني أنه يجب أن يكون لدى العملاء خيار فيما يتعلق بالطبيعة القياسية للخدمة، ويجب أن تتاح للعملاء فرصة التأثير على الخدمة والسياسة، ويجب أن يكون للعملاء الحق في تقديم شكوى بشأن الأعطال والحصول على التعويض، ويجب إبلاغ العملاء بمعرفتهم ومعرفتهم.
- ومع ذلك، فإن أبعاد (باراسورامان وآخرون، 1985، 1988) لجودة الخدمة هي أكثر المكونات استخداماً واستشهاداً بها في أدبيات جودة الخدمة (عثمان وأوين، 2001). حيث إنها تستنتج المظاهر الرئيسية لجودة الخدمة التي تستند فيها توقعات العملاء وتصوراتهم.
- تشكل مكونات جودة الخدمة في (باراسورامان وآخرون، 1988)، مقياس مكون من 22 عنصراً يقيس جودة الخدمة وفقاً لخمسة عوامل هي (الموثوقية، والاستجابة، والملموسة، والأمن والتعاطف). قدم (ساشديف وفيرما، 2004) التفسيرات التالية فيما يتعلق بالأبعاد الخمسة:
- **الملموسة:** المرافق المادية والمعدات ومظهر الأفراد، وكل ما يتعلق بالمعدات المادية المطلوبة لأداء الخدمة



- **الموثوقية:** القدرة على أداء الخدمة الموعودة بشكل موثوق ودقيق وبدرجة عالية من الصحة، حيث يتوقع العميل الحصول على خدمة دقيقة من حيث الالتزام بالوقت والأداء تماما كما وعده وأنه يمكنه الاعتماد على مزود الخدمة هذا
  - **الاستجابة:** قدرة واستعداد مقدمي الخدمة ليكونوا دائما في خدمة العملاء وقدرتهم على أداء الخدمة لهم عندما يحتاجون إليها
  - **الأمان:** المعرفة والمجاملة للموظفين وقدرتهم على بث الثقة والأمان، حيث تشير الى درجة الإحساس بالأمن والثقة في الخدمة المقدمة والمزود وما يرتبط بها أيضا مع مخاطر تلقي الخدمة نتائج من هذه المنظمة أو مقدم الخدمة أو كليهما
  - **التعاطف:** العناية والاهتمام الفردي الذي تقدمه الشركة لعملائها. ويعني التعاطف كذلك أن يكون مقدم الخدمة محترما ومهذبا وودودا مع العملاء، لذلك يشير هذا الجانب إلى درجة رعاية العملاء واحترام خصوصيته والاهتمام بمشاكله، هذه الخصائص وضعت بشكل عام للمخرجات الخدمية التجارية مثل: (تقديم الرعاية الصحية، النقل، التعليم....)، ونظراً لأن الخدمات المقدمة من الجمعيات الخيرية للمستفيدين غالباً ما تكون خدمات إنسانية مجانية فلا بد من تكييف هذه الخصائص على أنشطة الجمعيات الخيرية وسترکز الدراسة الحالية على هذا المقياس (SERVQUAL) الذي طوره باراسورامان) بأبعاده الخمسة كنموذج يمكن تكييفه واستخدامه في إجراء الجانب الميداني للدراسة الحالية.
- منظمات القطاع الثالث** التي تحظى بالتميز، هي التي تركز على نوعية وجودة الخدمة، أكثر من تركيزها على الخدمة، لأن جميع منظمات القطاع الثالث تتشابه إلى حد ما في أنشطتها وخدماتها التي تقدمها للمستفيدين، سواء خدماتية أو إغاثية أو تنموية، لكنها بالتأكيد تختلف فيما بينها من حيث نوعية وكيفية تقديم هذه الخدمات، فإن منظمات القطاع الثالث الناجحة هي التي تحتوي إستراتيجيتها أهدافا تركز على توقعات المستفيدين، وتلبي احتياجاتهم ورغباتهم بما يضمن في النهاية تحقيق هدف تعميق الانتماء للمنظمة، ودرجة عالية من التمييز وجودة الخدمة، فيمكن القول أن المنظمات الناجحة والأكثر قدرة على المنافسة هي المنظمات التي تقدم خدماتها بنوعية وأداء متميز، معتمدة على قاعدة معلوماتية وكوادر مؤهلة ذات كفاءة، وتتمتع بمهارات مميزة تتعامل مع المستفيدين، فيعتبر موضوع جودة الخدمات المقدمة في منظمات القطاع الثالث من المواضيع التي تستدعي تسليط الضوء عليها، وأن تحظى باهتمام الباحثين؛ لما له من حيوية في تطوير أداء منظمات القطاع الثالث لتكون قادرة على مواكبة المتغيرات في العصر الحديث.

### 3. الدراسات السابقة:

➤ **دراسة (بلال بن زكري، 2014) بعنوان: جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء دراسة حالة فندق الإخوة بوعلي- عين مليلة.**

حيث كان الهدف الأساسي لمعالجة هذا البحث هو تقديم إطار نظري يحدد مختلف المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمات من خلال التعاريف الأهمية والمؤشرات والنماذج القياسية، مع إعطاء نظرة واسعة حول رضا العميل ونماذج قياسه لمعرفة درجة رضا العملاء على الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة وإيجاد أساليب ونماذج لتحسين جودة الخدمة كما هو متوقع من طرف العميل، كما حاولنا في الدراسة الميدانية بفندق الإخوة بوعلي بعين مليلة تحليل مدى مساهمة عملية تقييم جودة الخدمات في تحقيق الرضا لدى العملاء.



وقد تبين من خلال الدراسة أن تقييم العملاء لجودة الخدمة يعتمد على توقعات وإدراك العملاء لجودة الخدمات المقدمة وأن هذه التوقعات والإدراك يختلف من عميل إلى آخر، كما أن جودة الخدمة تعمل وبشكل أساسي على تحقيق رضا العميل

➤ **دراسة (عمر علي بابكر الطاهر و نزار بنعبدالله، 2019) بعنوان: أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء: دراسة ميدانية: المصارف التجارية بمحافظة الدرب- المملكة العربية السعودية.**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية والممثلة باللموسية، الاستجابة السريعة، التعاطف، الأمان/الضمان، الموثوقية /الاعتمادية على رضا عملاء المصارف التجارية بمحافظة الدرب- المملكة العربية السعودية. وتكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما أثر جودة الخدمة المصرفية وأبعادها على رضا العملاء في المصارف محل الدراسة؟ وتفرعت عنه تساؤلات فرعية تبحث أثر كل بعد من ابعاد جودة الخدمة المصرفية علي رضا العملاء. استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات في الدراسة التطبيقية وتحليلها. يتمثل مجتمع الدراسة في عملاء المصارف التجارية بمحافظة الدرب- المملكة العربية السعودية، و لقد بلغ حجم العينة 110 عميل من عملاء المصارف التجارية بمحافظة الدرب- المملكة العربية السعودية. وقد خلصت الدراسة الي أن البعد الأفضل من ناحية الجودة لدى المصارف التجارية بمحافظة الدرب-المملكة العربية السعودية هو بعد الموثوقية/الاعتمادية يليه بعد التعاطف ثم الملموسية يليه بعد الأمان، أما البعد الأضعف من أبعاد الجودة لدى المصارف التجارية بمحافظة الدرب-المملكة العربية السعودية هو بعد الاستجابة. ونتج عن اختبار فرضيات الدراسة بتحليل الانحدار وجود أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  لجميع أبعاد جودة الخدمة المصرفية على زيادة رضا عملاء المصارف التجارية بمحافظة الدرب-المملكة العربية السعودية، ووجود علاقة ارتباط موجبة قوية وذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة المقدمة لعملاء المصارف محل الدراسة ورضا العملاء

➤ **دراسة (نيل ج. سلاك، وجورميه سينغ، 2019) بعنوان: The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty and the mediating role of customer satisfaction: Supermarkets in Fiji**

الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء وولائهم والدور الوسيط لرضا العملاء في قطاع السوبر ماركت. شارك 480 من عملاء السوبر ماركت في المسح في أربعة مراكز حضرية في فيجي. تم استخدام الإحصاء الوصفي لتحديد مستوى جودة الخدمة التي تقدمها محلات السوبر ماركت، والإحصاءات الاستدلالية لتحديد الفجوة بين توقعات وتصورات جودة خدمة العملاء واختبار فرضيات البحث. تشير النتائج إلى أن جودة الخدمة في محلات السوبر ماركت يُنظر إليها على أنها غير مرضية، وتؤثر جودة الخدمة بشكل كبير على رضا العملاء وولائهم، كما أن رضا العملاء يتوسط جزئياً في العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء مما يقلل من تصورات العملاء لجودة الخدمة، مما يؤدي إلى انخفاض ولاء العملاء.

➤ **دراسة (غلوريا كيه كيو أجيابونج، 2011)، بعنوان The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana)**

سعت هذه الورقة إلى دراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في صناعة المرافق (الاتصالات) في غانا. اعتمدت الدراسة نموذج جودة الخدمة كإطار رئيسي لتحليل جودة الخدمة. تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لفحص العلاقات بين متغيرات جودة الخدمة ورضا العملاء. أظهرت النتائج أن جميع عناصر جودة الخدمة كانت تتنبأ جيداً برضا العملاء.

➤ دراسة (رضوان قيصر دنش واخرون، 2018) بعنوان: **The Impact of Service Quality and Service Value on Customer Satisfaction through Customer bonding: Evidence from telecommunication Sector**

الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو فحص تأثير جودة الخدمة وقيمة الخدمة على رضا العملاء من خلال دور الوساطة في ترابط العملاء. تم استخدام الاستبيانات ذاتية الإدارة لجمع البيانات. تم توزيع استبيانات على عملاء شركات الاتصالات. تم توزيع 420 استبانة على الطلاب والموظفين ورجال الأعمال. تم استلام 397 استبانة لذا كان معدل الاستجابة 94%. لغرض التحليل، تم استخدام برنامجي SPSS و AMOS وتم اختبار الوساطة من خلال حاسبة Sobel عبر الإنترنت. تظهر النتيجة أن قيمة الخدمة وجودة الخدمة لهما تأثير إيجابي كبير على رضا العملاء ويظهر تحليل الوساطة أن ارتباط العميل يتوسط جزئياً في ربط جودة الخدمة وقيمة الخدمة برضا العميل. يمكن أيضاً تطبيق هذا النموذج في الخدمات المصرفية وقطاعات الخدمات الأخرى لزيادة رضا العملاء.

➤ دراسة (بشير أحمد فيضة اخرون، 2020) بعنوان: **Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman**

تحاول هذه الدراسة فحص تأثير جودة الخدمة على ولاء العملاء ورضاهم باستخدام نموذج جودة الخدمة لأربعة بنوك إسلامية رئيسية في سلطنة عمان. الطبيعة الكمية للدراسة تضمنت استبياناً منظماً ذاتياً يعتمد على طريقة أخذ العينات الملائمة لجمع البيانات من 120 عميلاً للبنوك الإسلامية في عمان. تم تحليل بيانات الدراسة باستخدام برنامج SPSS، وتم إنشاء معامل الموثوقية (Cronbach's alpha). فحص تحليل الارتباط العلاقات المهمة بين متغيرات الدراسة. تم تسجيل تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا العملاء من خلال تحليل الانحدار. كشفت النتائج الرئيسية للدراسة أن المستجيبين أظهروا في المتوسط استجابة "موافق" في المجالات الخمسة، وهي الملموسة، والاستجابة، والموثوقية، والضمان، والتعاطف. أظهرت نتائج الارتباط علاقة مهمة بين المتغيرات الثلاثة: جودة الخدمة، ورضا العملاء، وولاء العملاء. وبالمثل، أظهرت نتائج الانحدار أن أبعاد التعاطف والاستجابة لها تأثير إيجابي كبير على رضا العملاء. لذلك، يوصى بأن تركز البنوك أكثر على التعاطف والاستجابة مع الأخذ في الاعتبار العلاقة المهمة بين هذين المتغيرين على رضا العملاء. ومع ذلك، يجب ألا تهمل البنوك أهمية المتغيرات الأخرى مثل الموثوقية والضمان والأشياء الملموسة التي تم الكشف عنها على أنها مهمة من خلال ردود المشاركين.

➤ دراسة (بياض جمال علي واخرون، 2021) بعنوان: **Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality**

الغرض الرئيسي من هذه الدراسة هو الكشف عن تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء. تظهر نتائج الدراسة تأثير أبعاد جودة الخدمة المختلفة على مستوى الرضا في الفنادق. شارك 111 مشاركاً في هذه الدراسة. أثبتت هذه الدراسة أن أربعة أبعاد لجودة الخدمة (التعاطف، والاستجابة، والتأكيد، والملموسة) لها علاقة إيجابية برضا العملاء، باستثناء أن الموثوقية لها علاقة سلبية برضا العملاء.

➤ دراسة (سمرة شهام، 2016) بعنوان: **The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction,****Loyalty and Word of Mouth; Evidence from Tourists in Antalya, Turkey** تحاول

الدراسة التحقيق في نموذج مفاهيمي باستخدام النهج الاستنتاجي. يفحص النموذج تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء وتأثير رضا العملاء على ولاء العملاء والكلام الشفهي الإيجابي. تستند نتيجة هذه الدراسة إلى عينة تم جمعها من 205 عميل في فندق في أنطاليا. بناءً على النتائج، تشير هذه الدراسة إلى أن جودة الخدمة في الفنادق وتأثيرها المباشر على رضا العملاء على التوالي لها تأثير مباشر وإيجابي على ولاء العملاء والكلام الشفهي الإيجابي.

**4. منهجية الدراسة:****1.4. منهج الدراسة:**

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، ويُعد المنهج الوصفي والتحليلي الأنسب للدراسة لكونها تسعى لقياس "جودة الخدمة في القطاع الثالث وأثرها على رضا المستفيدين، وهو ما يتطلب وصفاً كمياً وكيفياً لتحديد هذه المتطلبات، وبذلك فإن المنهج الوصفي التحليلي يتفق مع أهداف الدراسة ويمكن من خلاله الإجابة على تساؤلاتها.

**2.4. مصادر جمع البيانات:**

- **البيانات الأولية:** تم إعداد استبانة الدراسة وتوزيعها على مجتمع الدراسة، لغرض تجميع المعلومات اللازمة حول موضوع البحث ومن ثم تفرغها باستخدام برنامج SPSS الاحصائي واستخدام الاختبارات الاحصائية المناسبة بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة.
- **البيانات الثانوية:** وتمت من خلال مراجعة الكتب والدوريات والابحاث والدراسات السابقة التي تساهم في إثراء هذه الدراسة.

**3.4. مجتمع وعينة الدراسة:**

يتكون مجتمع الدراسة المستهدف من العاملين والمتطوعين والمستفيدين من برامج منظمات القطاع الثالث في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية وهو مجتمع كبير ولذلك تم تحديد عينة الدراسة بطريقة العينة الملائمة حيث تم أخذ عينة مقدارها 183 مفردة..

**4.4. أداة الدراسة:**

تم اعداد الاستبانة حول "قياس جودة الخدمة في القطاع الثالث وأثرها على رضا المستفيدين: دراسة تطبيقية على منظمات القطاع الثالث في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية" من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات. وتم توزيع الاستبانة على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة، وقد تم تقسيم الاستبانة الى ثلاثة اقسام كما يلي:  
**القسم الأول:** وهو عبارة عن السمات الشخصية لعينة الدراسة (الجنس، العمر، المهنة، المستوى التعليمي، وعدد سنوات الخبرة...الخ)

**القسم الثاني:** يقيس أبعاد جودة الخدمة وهي كالتالي:

- البعد الأول: الملموسية، ويتكون من 7 فقرات
- البعد الثاني: الاعتمادية، ويتكون من 11 فقرة
- البعد الثالث: الأمان، ويتكون من 8 فقرات
- البعد الرابع: الاستجابة، ويتكون من 6 فقرات
- البعد الخامس: التعاطف، ويتكون من 9 فقرات

**القسم الثالث:** يقيس رضاء المستفيدين، ويتكون من 15 فقرة

#### 1.4.4. صدق أداة الدراسة:

تم قياس صدق الأداة من خلال طريقتين:

##### • الصدق الظاهري:

بعد إعداد الصورة الأولى للاستبيان، تم عرضه على مجموعة من المحكمين المتخصصين بغرض الحكم إذا ما كانت أداة الدراسة تقيس ما وضعت لقياسه، والأخذ باقتراحاتهم وملاحظاتهم بعد حكمهم على مستوى تمثيل العبارات لمجالات الاستبيان، ووضوحها وملامتها لأهداف الدراسة، وسلاسة التعبير والتراكيب اللغوية، وتم التعديل على الأداة تبعاً لملاحظات المحكمين، من حيث إعادة الصياغة أو حذف بعض العبارات أو إضافة بعض العبارات.

##### • صدق الاتساق الداخلي:

تم استخدام معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation coefficient) من خلال حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه، وبين المجالات والدرجة الكلية للأداة.

#### 5. الدراسة الميدانية والتحليل:

##### 1.5. نتائج الدراسة:

يتعلق سؤال الدراسة الرئيس بهدف الدراسة، وينص على التعرف على مدى تأثير جودة الخدمة على مستوى رضا المستفيدين في منظمات القطاع الثالث، وللإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لفقرات أداة الدراسة ولكل عبارة من عبارات محاور المقياس، وذلك على النحو الآتي:

##### - المحور الأول: الملموسية

بلغ متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة درجة مرتفعة بنسبة بلغت 72%، أي أنهم يرون أن درجة تطبيق منظمات القطاع الثالث لبعد الملموسية في جودة الخدمات هي درجة عالية ومرتفعة، بالتالي كانت الإجابة عن السؤال بالموافقة بدرجة عالية، بمتوسط حسابي بلغ 3.94 تقريباً وانحراف معياري 0.82 وهي الدرجة الكلية للمحور الأول.

جدول (1) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التقدير لاستجابات أفراد عينة الدراسة على المحور الأول

الفرق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة %	درجة الموافقة	ترتيب الأهمية
1	3,90	1,014	69,9%	مرتفعة	6
2	3,95	,951	74,3%	مرتفعة	3
3	3,81	1,063	63,9%	مرتفعة	7
4	3,95	1,031	69,9%	مرتفعة	4
5	3,90	1,014	70,5%	مرتفعة	5
6	4,10	,865	79,3%	مرتفعة	1
7	4,02	,905	76,5%	مرتفعة	2
<b>الدرجة الكلية لمحور الملموسية</b>		<b>3,9454</b>	<b>72%</b>	<b>مرتفعة</b>	

يلاحظ أن العبارة التي حصلت على أعلى درجة من الموافقة في بعد الملموسية كانت (يتمتع موظفو المنظمة بالمظهر الحسن الذي يجذب المستفيدين) بنسبة موافقة بلغت 79.3% ومتوسط حسابي 4.10، تليها عبارة يناسب المظهر العام للمنظمة طبيعة الخدمات التي يقدمها للمستفيدين بنسبة 76.5%. ومن ثم عبارة (تصميم المبنى وترتيبه الداخلي يسهل عملية الحصول على الخدمة) بنسبة 74.3%.

جاذبية المرافق المادية والمعدات ومرافق الاتصالات وكذلك المواد المستخدمة من قبل المنظمة وظهور الموظفين الذين يجب أن يكونوا في عملية الخدمة. تتم القدرة على تنفيذ الخدمة من خلال إظهار وجود أطراف أخرى، والمظهر وكذلك قدرة المرافق والبنية التحتية المادية. تنظيم المنظمات الخدمية وحالة البيئة المحيطة هي دليل ملموس على الخدمات التي تقدمها المنظمة. كلما كانت الأشياء الملموسة التي تقدمها المنظمة أفضل، كانت الخدمة المقدمة للمستفيدين أفضل.

## - المحور الثاني: الاعتمادية

بلغ متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة درجة مرتفعة بنسبة بلغت 78%، أي أنهم يرون أن درجة تطبيق منظمات القطاع الثالث لبعد الاعتمادية في جودة الخدمات هي درجة عالية ومرتفعة، بالتالي كانت الإجابة عن السؤال بالموافقة بدرجة عالية، بمتوسط حسابي بلغ 4.06 تقريباً وانحراف معياري 0.77 وهي الدرجة الكلية للمحور الثاني.

جدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التقدير لاستجابات أفراد عينة الدراسة على

## المحور الثاني

الترتيب الأهمية	درجة الموافقة	النسبة %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
1	مرتفعة جدا	83,6%	,859	4,23	1 تحرص إذا المنظمة أن تكون خدمات المستفيدين خالية من الأخطاء
2	مرتفعة جدا	83,6%	,838	4,22	2 تعمل المنظمة على تطوير خدماتها باستمرار
5	مرتفعة	78,2%	,893	4,07	3 تقوم المنظمة بجمع المعلومات المتعلقة بالخدمات الجديدة
4	مرتفعة	79,8%	,943	4,08	4 تهتم المنظمة بتقديم أفضل الخدمات للمستفيدين بشكل صحيح ومنذ المرة الأولى
8	مرتفعة	74,9%	,958	4,03	5 تهتم المنظمة بمشاكل المستفيدين والإجابة السريعة عن استفساراتهم
11	مرتفعة	72,1%	,984	3,94	6 توظف المنظمة خبرات مميزة للاعتماد عليها في تقديم الخدمات بجودة عالية
7	متوسطة	77,6%	,962	4,06	7 الخدمات المقدمة من قبل المنظمة يتم ادائها كما تم الإعلان عنها
10	متوسطة	75,4%	,955	3,99	8 ساعات العمل للمنظمة مناسبة
3	مرتفعة	80,3%	,885	4,09	9 يتم توفير الخدمات خلال المواعيد التي تم الإعلان عنها
9	مرتفعة	75,9%	,975	3,99	10 يضمن أداء الموظفين لوظائفهم الثقة بين المستفيد والمنظمة
6	مرتفعة	78,1%	,915	4,06	11 يلتزم العاملون في المنظمة بتنفيذ الخدمات للمستفيدين في الأوقات المحددة
مرتفعة		78%	,77648	4,069	الدرجة الكلية لمحور الاعتمادية

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج تحليل برنامج SPSS

يلاحظ أن العبارة التي حصلت على أعلى درجة من الموافقة في بعد الاعتمادية كانت (تحرص إذا المنظمة أن تكون خدمات المستفيدين خالية من الأخطاء) بنسبة موافقة بلغت 83.6% ومتوسط حسابي 4.23،

تليها عبارة (تعمل المنظمة على تطوير خدماتها باستمرار) بنسبة 83.6%. ومن ثم عبارة (يتم توفير الخدمات خلال المواعيد التي تم الإعلان عنها) بنسبة 80.3%.

تتم قدرة الموظفين في المؤسسات على تقديم خدمات سريعة ومناسبة للمستخدمين من خلال نقل معلومات واضحة. يمكن للاستجابة الجيدة أن تخلق رضا المستخدمين عن الخدمات التي تقدمها المنظمة. أن إرضاء المستخدمين يمكن أن ينشأ من خلال مواقف الموظفين التي لديها عنصر من الموثوقية. هذا يعني أن الموثوقية التي يمتلكها الموظفون هي أحد العوامل التي يجب مراعاتها للحصول على رضا المستخدمين. يجب أن تتمتع المنظمات التي تشارك في الخدمات بجوانب موثوقية جيدة. لأن الموظفين ذوي الجودة العالية يمكنهم تقديم الخدمات التي يتوقعها المستخدمون.

### - المحور الثالث: الأمان

بلغ متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة درجة مرتفعة بنسبة بلغت 82%، أي أنهم يرون أن درجة تطبيق منظمات القطاع الثالث لبعدها الأمان في جودة الخدمات هي درجة عالية ومرتفعة، بالتالي كانت الإجابة عن السؤال بالموافقة بدرجة عالية، بمتوسط حسابي بلغ 4.19 تقريباً وانحراف معياري 0.74 وهي الدرجة الكلية للمحور الثالث.

جدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التقدير لاستجابات أفراد عينة الدراسة على

#### المحور الثالث

الترتيب	درجة الموافقة	النسبة %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
4	مرتفعة جداً	83%	,862	4,22	1 أشعر بالأمان عند تعاملي مع موظفي المنظمة
1	مرتفعة جداً	87,4%	,779	4,30	2 أشعر بالمعاملة الانسانية من طرف موظفي المنظمة
2	مرتفعة جداً	85,3%	,777	4,25	3 تتعامل المنظمة مع معلوماتي بسرية تامة
3	مرتفعة جداً	81,4%	,833	4,23	4 تتم المعاملات في المنظمة على درجة كبيرة من السرية والأمان
6	مرتفعة جداً	77%	,872	4,16	5 توفر المنظمة نظاماً يحافظ على أسرار المستخدمين
7	مرتفعة جداً	78,7%	,886	4,13	6 الموظفون في المنظمة يمكن الوثوق بهم
8	مرتفعة جداً	80,4%	,893	4,10	7 يتمتع العاملون في المنظمة بالمعرفة الكافية للإجابة عن أسئلة المستخدمين المختلفة
5	مرتفعة جداً	83,6%	,831	4,19	8 يعكس سلوك العاملين في المنظمة شعور المستخدمين بالأمان



مرتفعة	82%	7,4407	4,1967	الدرجة الكلية لمحور الأمان
--------	-----	--------	--------	----------------------------

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج تحليل برنامج SPSS

يلاحظ أن العبارة التي حصلت على أعلى درجة من الموافقة في بعد الأمان كانت (أشعر بالمعاملة الانسانية من طرف موظفي المنظمة) بنسبة موافقة بلغت 87.4%، تليها عبارة (تتعامل المنظمة مع معلوماتي بسرية تامة) بنسبة 85.3%. ومن ثم عبارة (تتم المعاملات في المنظمة على درجة كبيرة من السرية والأمان) بنسبة 81.4%. الأمان يعني خلق الثقة والمصادقية للعملاء. يعتمد ذلك على المعرفة الفنية للموظف، ومهارات الاتصال العملي، واللباقة، والمصادقية، والكفاءة، والاحتراف. لذلك، ستساعد هذه المهارات المنظمة على كسب ثقة العملاء ومصادقيتهم.

#### - المحور الرابع: الاستجابة

بلغ متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة درجة مرتفعة بنسبة بلغت 79%، أي أنهم يرون أن درجة تطبيق منظمات القطاع الثالث لبعد الاستجابة في جودة الخدمات هي درجة عالية ومرتفعة، بالتالي كانت الإجابة عن السؤال بالموافقة بدرجة عالية، بمتوسط حسابي بلغ 4.12 تقريباً وانحراف معياري 0.80 وهي الدرجة الكلية للبعد الرابع.

جدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التقدير لاستجابات أفراد عينة الدراسة على

#### المحور الرابع

الترتيب	درجة الموافقة	النسبة %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
3	مرتفعة	83,1%	,917	4,20	1 تراعي المنظمة الدقة في إعلام المستفيدين عن موعد تقديم الخدمات
4	مرتفعة	77,1%	,911	4,08	2 تستجيب إدارة المنظمة بسرعة لشكاوى المستفيدين واستفساراتهم الملحة
5	مرتفعة	73,3%	,949	4,01	3 تقدم المنظمة الخدمة بشكل فوري للمستفيدين
6	مرتفعة	72,1%	1,019	3,97	4 فترة الانتظار للحصول على الخدمة قصيرة
1	مرتفعة جدا	83,6%	,864	4,25	5 الموظفون في المنظمة يرغبون دائماً في مساعدة المستفيدين
2	مرتفعة جدا	82%	,862	4,22	6 يخبر موظفو المنظمة المستفيدين بالأوقات التي تؤدي فيها الخدمات
	مرتفعة	79%	,80072	4,1202	الدرجة الكلية لمحور الاستجابة

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج تحليل برنامج SPSS

يلاحظ أن العبارة التي حصلت على أعلى درجة من الموافقة في بعد الاستجابة كانت (الموظفون في المنظمة يرغبون دائماً في مساعدة المستفيدين) بنسبة موافقة بلغت 83.6%، تليها عبارة (يخبر موظفو المنظمة المستفيدين بالأوقات التي تؤدي فيها الخدمات) بنسبة 82%. ومن ثم عبارة (تستجيب إدارة المنظمة بسرعة لشكاوي المستفيدين واستفساراتهم الملحة) بنسبة 77.1%.

تعد الاستجابة السريعة لأسئلة العملاء ومخاوفهم أمراً حيوياً، لأنها تتيح الاستجابة للعملاء معرفة أنك تستمع إليهم وتعمل بنشاط لحل مشاكلهم. يرتبط بعد الاستجابة لجودة الخدمة باستعداد المنظمة وقدرتها على مساعدة المستفيدين، وتقديم خدمة سريعة في الوقت المناسب. إن استعداد الموظفين لتقديم الخدمة المطلوبة في أي وقت دون أي إزعاج سيكون له تأثير على رضا المستفيدين. تهتم الاستجابة في المقام الأول بكيفية استجابة شركات الخدمة للعملاء من خلال موظفيها. سيؤدي الاهتمام الفردي إلى زيادة رضا العميل وكذلك الاهتمام الذي يوليه الموظفون للمشاكل التي تواجه العملاء؛ عندما يحدث هذا، يحدث تحول جذري في رضاهم.

#### - المحور الخامس: التعاطف

بلغ متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة درجة مرتفعة بنسبة بلغت 80%، أي أنهم يرون أن درجة تطبيق منظمات القطاع الثالث لبعد التعاطف في جودة الخدمات هي درجة عالية ومرتفعة، بالتالي كانت الإجابة عن السؤال بالموافقة بدرجة عالية، بمتوسط حسابي بلغ 4.13 تقريباً وانحراف معياري 0.72 وهي الدرجة الكلية للمحور الخامس.

جدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التقدير لاستجابات أفراد عينة الدراسة على

#### المحور الخامس

الترتيب	درجة الموافقة	النسبة %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
6	مرتفعة	80,3%	,847	4,11	1 أوقات عمل المنظمة ملائمة للمستفيدين
3	مرتفعة	79,8%	,872	4,17	2 تحرص المنظمة على معرفة احتياجات المستفيد لتحقيق رضا المستفيد
7	مرتفعة	76%	,915	4,10	3 تهتم إدارة المنظمة بالمستفيدين ذوي الاحتياجات الخاصة
4	مرتفعة	80,9%	,853	4,16	4 تهتم إدارة المنظمة بعملائها وتسعى لتقديم خدمات لائقة بشكل مستمر
8	مرتفعة	75,4%	,908	4,02	5 توضح إدارة المنظمة تكلفة الخدمات المقدمة
9	مرتفعة	72,1%	,892	4,02	6 تولي المنظمة المستفيدين اهتماماً فردياً
2	مرتفعة جداً	85,2%	,825	4,25	7 يتسم العاملون في المنظمة باللطافة والابتساماة عند استقبالهم للمستفيدين والتعامل معهم

5	مرتفعة	81,4%	,852	4,13	يتفهم موظفي المنظمة أولويات واحتياجات المستفيدين	8
1	مرتفعة جدا	86,4%	,868	4,28	يحترم موظفي المنظمة مختلف العملاء	9
مرتفعة		80%	,72886	4,1378	الدرجة الكلية لمحور التعاطف	

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج تحليل برنامج SPSS

يلاحظ أن العبارة التي حصلت على أعلى درجة من الموافقة في بعد التعاطف كانت (يحترم موظفي المنظمة مختلف العملاء) بنسبة موافقة بلغت 86.4%، تليها عبارة (يتسم العاملون في المنظمة باللطافة و الابتسامه عند استقبالهم للمستفيدين والتعامل معهم) بنسبة 85.2%. ومن ثم عبارة (تحرص المنظمة على معرفة احتياجات المستفيد لتحقيق رضا المستفيد) بنسبة 79.8%.

إن تقديم التعاطف الحقيقي في خدمة العملاء هو ما يميز منظمات اليوم عن غيرها. إنه يؤدي إلى تجارب عملاء رائعة تؤدي إلى الولاء والمراجعات الإيجابية وفي النهاية تكرار المبيعات. في الواقع، وجدت الأبحاث الحديثة التي أجرتها Dixa أن 96% من المستهلكين (من مجموعة من 3000 مستهلك في جميع أنحاء الولايات المتحدة والمملكة المتحدة) أشاروا إلى أن التعاطف من وكلاء خدمة العملاء مهم أثناء تفاعل الدعم.

تجلت أهمية تقديم التعاطف في خدمة العملاء بشكل خاص هذا العام. أدى مرض كوفيد-19 إلى تفاقم مشاعر التوتر والصعوبة والعجز لدى الكثيرين. في الواقع، النسبة المئوية لمكالمات خدمة العملاء التي تم تسجيلها على أنها "صعبة" زادت بأكثر من 100%. وعلى مستوى العالم، يقول 59% من الأشخاص إنهم يبحثون عن جودة أعلى في خدمة العملاء مقارنة بما كانوا عليه قبل عام. ولكن حتى في هذه الأوقات العصيبة، ستزدهر بعض أقسام خدمة العملاء بينما يتعثر البعض الآخر. لأن أولئك الذين ازدهروا يسخرون قوة التعاطف مع العملاء.

#### - المحور السادس: رضا المستفيدين

بلغ متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة درجة مرتفعة بنسبة بلغت 78%، أي أنهم راضون على الخدمات التي تقدمها منظمات القطاع الثالث بدرجة عالية ومرتفعة، بالتالي كانت الإجابة عن السؤال بالموافقة بدرجة عالية، بمتوسط حسابي بلغ 4.08 وانحراف معياري 0,79، وهي الدرجة الكلية للمحور السادس.

جدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التقدير لاستجابات أفراد عينة الدراسة على

#### المحور السادس

الفرق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة %	درجة الموافقة	ترتيب الأهمية
1	4,11	,951	78,7%	مرتفعة	8

اعتبار					
2	تقدم المنظمة الخدمات الموعودة للمستفيدين مما يساهم في تعزيز الرضا لديهم	4,16	,872	83,1%	مرتفعة
3	تقدم المنظمة خدمات بمستوى راق للمستفيدين بهدف إرضائهم	4,07	,955	76,5%	مرتفعة
4	تقدم المنظمة خدمات موعودة للمستفيدين مما يساهم في تعزيز رضاهم	4,08	,952	78,2%	مرتفعة
5	تقدم المنظمة مجموعة متنوعة وواسعة من الخدمات التي تلبى حاجات ومتطلبات المستفيدين	4,13	,914	80,3%	مرتفعة
6	تلبى الخدمات المقدمة من قبل المنظمة متطلبات المستفيدين	4,08	,901	79,8%	مرتفعة
7	تهتم المنظمة بتقديم تشجيعات وهدايا للمستفيدين	3,86	1,047	67,7%	مرتفعة
8	تهتم المنظمة بمعرفة مستوى رضا المستفيدين عن الخدمات المقدمة لهم	4,07	,967	77,1%	مرتفعة
9	الخدمة التي أحصل عليها من المنظمة تعتبر خدمة مثالية	3,99	,896	72,1%	مرتفعة
10	دقة إنجاز الخدمة يحقق رضا المستفيدين	4,14	,831	80,4%	مرتفعة
11	رضاك عن مستوى الخدمات المقدمة هي احدى العوامل الرئيسية في استمرار تعاملك مع المنظمة	4,15	,811	81,5%	مرتفعة
12	سرعة إنجاز الخدمة يحقق رضا المستفيدين	4,21	,814	83,6%	مرتفعة جدا
13	مستوي الخدمة التي احصل عليها من المنظمة تتناسب مع توقعاتي	3,97	,988	72,1%	مرتفعة
14	موظفي المنظمة يبذلون قصارى جهدهم لإرضاء المستفيدين	4,14	,888	80,9%	مرتفعة
15	يتعامل الموظفون بمصداقية مما يعزز رضا المستفيدين	4,17	,885	80,9%	مرتفعة
	<b>الدرجة الكلية لمحوور رضا المستفيدين</b>	<b>4,0889</b>	<b>,79787</b>	<b>78%</b>	<b>مرتفعة</b>

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج تحليل برنامج SPSS

يلاحظ أن العبارة التي حصلت على أعلى درجة من الموافقة في محور رضا المستفيدين كانت (سرعة إنجاز الخدمة يحقق رضا المستفيدين) بنسبة موافقة بلغت 83.6%، تليها عبارة (يتعامل الموظفون بمصداقية مما يعزز رضا المستفيدين) بنسبة 80.9%.

هذه النتيجة المنحصلة تدلل على حالة الرضا المرتفعة من قبل افراد العينة عن مستوى الخدمات التي تقدمها منظمات القطاع الثالث، ويرون أن المنظمة تقدم الخدمات الموعودة للمستفيدين مما يساهم في تعزيز الرضا لديهم، وكذلك تقدم المنظمة مجموعة متنوعة وواسعة من الخدمات التي تلبي حاجات ومتطلبات المستفيدين، بالإضافة الى ذلك تهتم المنظمة بمعرفة مستوى رضا المستفيدين عن الخدمات المقدمة لهم، وغيرها.

## 2.5. اختبار الفرضيات:

### - الفرضية الأولى:

يوجد أثر ذو دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمة المتمثلة في (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، التعاطف، الامان) على مستوى رضا المستفيدين

جدول (7): التقدير بطريقة المربعات الصغرى العادية للنموذج

المتغير التابع: رضا المستفيدين				
المتغيرات	المعاملات	الخطأ المعياري	قيمة اختبار T	القيمة الاحتمالية
الثابت	-,004	,145	-,029	,977
جودة الخدمة	,999	,035	28,738	,000
R	,906			
R <sup>2</sup>	,820			
F	825,868			0.000

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج تحليل برنامج SPSS

### معامل التحديد R<sup>2</sup>

قيمة معامل التحديد قدرت ب 0.820 مما يشير الى ان 82% من التغير في المتغير التابع (رضا المستفيدين) يرجع الى المتغير المستقل (جودة الخدمة)، وهذا يدل على الارتباط بين المتغير التابع والمتغير المستقل، وهو ما أكدته قيمة R والتي كانت 90.6%

### اختبار F

ونلاحظ من الجدول أعلاه أن القيمة الاحتمالية لاختبار F هي 0.000. وهي أصغر من مستوى المعنوية 0.05 وبالتالي فإن النموذج ككل ذو دلالة إحصائية.

## اختبار المعاملات إحصائياً

جدول (8): اختبار المعاملات إحصائياً

المعاملات	قيمة اختبار t	القيمة الاحتمالية	الدلالة الاحصائية
$\beta_1$	28,738	.000	ذو دلالة

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج تحليل برنامج SPSS

من الجدول أعلاه نلاحظ ان القيمة الاحتمالية للمتغير المستقل وهو جودة الخدمة كانت 0.000 وهو أقل من مستوى المعنوية، وعليه فان جودة الخدمة كمتغير مستقل له دلالة احصائية كمحدد أساسي لزيادة رضا المستفيدين.

النتيجة	الفرضية
مقبولة	يوجد أثر ذو دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمة المتمثلة في (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، التعاطف، الامان) على مستوى رضا المستفيدين

المصدر: من إعداد الباحث

النتائج تظهر أن هنالك علاقة إيجابية بين جودة الخدمة ورضا المستفيدين، أي أن كل زيادة في جودة الخدمة بنسبة 1% تؤدي الى زيادة في مستوى رضا المستفيدين بنسبة 99.9%. بناء على ذلك يمكن القول ان هناك تأثير كبير لأبعاد جودة الخدمة المتمثلة في (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، التعاطف، الامان) على مستوى رضا المستفيدين.

## - الفرضية الثانية:

لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى الى الخصائص الشخصية المتمثلة في (العمر - الوظيفة - سنوات الخبرة - المؤهل التعليمي - عدد سنوات التعامل مع المنظمة - الجنس) من هذه الفرضية تظهر الفرضيات الفرعية التالية:

أ- لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير العمر؟

## (أ) الإحصاءات الوصفية

جدول (9) الاحصائيات الوصفية

العمر	العينة (ن)	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري
أقل من 30 سنة	32	4,3958	,67859	,11996
30 - 40 سنة	51	4,1150	,84107	,11777
41 - 50 سنة	62	3,9484	,84977	,10792
أكثر من 50 سنة	38	4,0246	,69237	,11232
المجموع	183	4,0889	,79787	,05898

من خلال جدول الاحصائيات الوصفية نلاحظ الاتي: تشير "العينة" في العمود الأول إلى عدد العينات المستخدمة في حساب الإحصائيات الوصفية. هذه الأرقام تساوي حجم العينة المستخدمة في البحث، أي أنه لا توجد قيم مفقودة. الأوزان المتوسطة " المتوسط" هي أكثر ما يهمنا هنا، حيث انها تساعدنا في معرفة ما اذا ما كان هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير العمر. ومن خلال النظر للأرقام يمكننا القول في المجلد بانه توجد بعض الفروقات في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير العمر، ولكن للتأكد يجب علينا النظر لإحصائيات اختبار ANOVA

### (ب) جدول اختبار ANOVA

من خلال الجدول ادناه يمكن الجزم بمدى وجود دلالة إحصائية ام لا، وذلك بالنظر لقيمة مستوى المعنوية، فاذا كانت اقل من 0.05 فانه يمكن القول بانه توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقا لمتغير العمر، أما إذا كانت قيمته أكبر من 0.05 فانه لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير العمر.

### جدول (10) جدول اختبار ANOVA

اختبار ANOVA					
تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث					
مستوى المعنوية	اختبار فيتشر F	المتوسط التربيعي	درجات الحرية	مجموع المربعات	
0,072	2,373	1,477	3	4,431	بين المجموعات
		,623	179	111,430	ضمن مجموعات
			182	115,861	المجموع

هذا الجدول يوضح مخرجات تحليل ANOVA احادي الاتجاه، حيث يظهر ما إذا كان هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير العمر. يمكن أن نرى أن قيمة الأهمية هي 0.072، والتي هي أكبر من 0.05. وبالتالي تقبل الفرضية الصفرية التي تقول بان المتوسطات بين المجموعات متساوية، وترفض الفرضية البديلة، وبالتالي ليست هناك فروق معتد بها إحصائيا في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير العمر. استنادا إلى النتائج أعلاه، يمكنك الإبلاغ عن نتائج الفرضية على النحو التالي: لا توجد هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير العمر، وذلك لان مستوى المعنوية لاختبار ANOVA احادي الاتجاه كان أكبر من 0.05.



ب - لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير الوظيفة ؟

#### (أ) الإحصاءات الوصفية

جدول (11) الاحصائيات الوصفية

الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط	العينة (ن)	الوظيفة
,29152	1,00985	4,0667	12	طالب
,06849	,77182	4,0262	127	موظف (حكومي - قطاع خاص)
,25053	,97029	4,3600	15	اعمال حرة
,13225	,71217	4,2322	29	متقاعد
,05898	,79787	4,0889	183	المجموع

من خلال جدول الاحصائيات الوصفية نلاحظ الآتي: تشير "العينة" في العمود الأول إلى عدد العينات المستخدمة في حساب الإحصائيات الوصفية. هذه الأرقام تساوي حجم العينة المستخدمة في البحث، أي أنه لا توجد قيم مفقودة. الأوزان المتوسطة "المتوسط" هي أكثر ما يهنا هنا، حيث انها تساعدنا في معرفة ما اذا ما كان هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير الوظيفة. ومن خلال النظر للأرقام يمكننا القول في المجلد بانها توجد بعض الفروقات في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير الوظيفة، ولكن للتأكد يجب علينا النظر لإحصائيات اختبار ANOVA

#### (ب) جدول اختبار ANOVA

من خلال الجدول ادناه يمكن الجزم بمدى وجود دلالة إحصائية ام لا، وذلك بالنظر لقيمة مستوى المعنوية، فاذا كانت اقل من 0.05 فانه يمكن القول بانها توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقا لمتغير الوظيفة، أما إذا كانت قيمته أكبر من 0.05 فانه لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير الوظيفة.

جدول (12) جدول اختبار ANOVA

اختبار ANOVA					
تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث					
مستوى المعنوية	اختبار فيشر F	المتوسط التربيعي	درجات الحرية	مجموع المربعات	بين المجموعات
,328	1,156	,734	3	2,202	

		,635	179	113,658	ضمن مجموعات
			182	115,861	المجموع

هذا الجدول يوضح مخرجات تحليل ANOVA احادي الاتجاه، حيث يظهر ما إذا كان هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير الوظيفة. يمكن أن نرى أن قيمة الأهمية هي 0.328، والتي هي أكبر من 0.05. وبالتالي تقبل الفرضية الصفرية التي تقول بان المتوسطات بين المجموعات متساوية، وترفض الفرضية البديلة، وبالتالي ليست هناك فروق معتد بها إحصائيا في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير الوظيفة. استنادا إلى النتائج أعلاه، يمكنك الإبلاغ عن نتائج الفرضية على النحو التالي: لا توجد هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير الوظيفة، وذلك لان مستوى المعنوية لاختبار ANOVA احادي الاتجاه كان أكبر من 0.05.

ج- لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير سنوات الخبرة ؟

#### (أ) الإحصاءات الوصفية

##### جدول (13) الاحصائيات الوصفية

الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط	العينة (ن)	سنوات الخبرة
,10164	,89189	4,1065	77	أقل من 5 سنوات
,10012	,61716	4,1579	38	5 – 10 سنوات
,09472	,78107	4,0304	68	أكثر من 10 سنوات
,05898	,79787	4,0889	183	المجموع

من خلال جدول الاحصائيات الوصفية نلاحظ الاتي:

تشير "العينة" في العمود الأول إلى عدد العينات المستخدمة في حساب الإحصائيات الوصفية. هذه الأرقام تساوي حجم العينة المستخدمة في البحث، أي أنه لا توجد قيم مفقودة. الأوزان المتوسطة " المتوسط" هي أكثر ما يهمنا هنا، حيث انها تساعدنا في معرفة ما اذا ما كان هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير سنوات الخبرة. ومن خلال النظر للأرقام يمكننا القول في المجلد بانه توجد بعض الفروقات في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير سنوات الخبرة، ولكن للتأكد يجب علينا النظر لإحصائيات اختبار ANOVA.

## (ب) جدول اختبار ANOVA

من خلال الجدول ادناه يمكن الجزم بمدى وجود دلالة إحصائية ام لا، وذلك بالنظر لقيمة مستوى المعنوية، فاذا كانت اقل من 0.05 فانه يمكن القول بانه توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقا لمتغير سنوات الخبرة، أما إذا كانت قيمته أكبر من 0.05 فانه لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير سنوات الخبرة.

## جدول (14) جدول اختبار ANOVA

اختبار ANOVA					
تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث					
مستوى المعنوية	اختبار فيتشر F	المتوسط التربيعي	درجات الحرية	مجموع المربعات	
,711	,341	,219	2	,437	بين المجموعات
		,641	180	115,423	ضمن مجموعات
			182	115,861	المجموع

هذا الجدول يوضح مخرجات تحليل ANOVA احادي الاتجاه، حيث يظهر ما إذا كان هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير سنوات الخبرة. يمكن أن نرى أن قيمة الأهمية هي 0.711، والتي هي أكبر من 0.05. وبالتالي تقبل الفرضية الصفرية التي تقول بان المتوسطات بين المجموعات متساوية، وترفض الفرضية البديلة، وبالتالي ليست هناك فروق معند بها إحصائيا في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير سنوات الخبرة. استنادا إلى النتائج أعلاه، يمكنك الإبلاغ عن نتائج الفرضية على النحو التالي: لا توجد هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير سنوات الخبرة، وذلك لان مستوى المعنوية لاختبار ANOVA احادي الاتجاه كان أكبر من 0.05.

د- لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير المؤهل العلمي؟

## (أ) الإحصاءات الوصفية

## جدول (15) الاحصائيات الوصفية

المؤهل العلمي	العينة (ن)	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري
ثانوي	77	4,1065	,89189	,10164

جامعي	38	4,1579	,61716	,10012
فوق الجامعي (ماجستير – دكتوراه)	68	4,0304	,78107	,09472
المجموع	183	4,0889	,79787	,05898

من خلال جدول الاحصائيات الوصفية نلاحظ الآتي: تشير "العينة" في العمود الأول إلى عدد العينات المستخدمة في حساب الإحصائيات الوصفية. هذه الأرقام تساوي حجم العينة المستخدمة في البحث، أي أنه لا توجد قيم مفقودة. الأوزان المتوسطة " المتوسط" هي أكثر ما يهمنا هنا، حيث انها تساعدنا في معرفة ما اذا ما كان هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير المؤهل العلمي. ومن خلال النظر للأرقام يمكننا القول في المجمال بانه توجد بعض الفروقات في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير المؤهل العلمي، ولكن للتأكد يجب علينا النظر لإحصائيات اختبار ANOVA

### (ب) جدول اختبار ANOVA

من خلال الجدول ادناه يمكن الجزم بمدى وجود دلالة إحصائية ام لا، وذلك بالنظر لقيمة مستوى المعنوية، فاذا كانت اقل من 0.05 فانه يمكن القول بانه توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقا لمتغير المؤهل العلمي، أما إذا كانت قيمته أكبر من 0.05 فانه لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

### جدول (16) جدول اختبار ANOVA

اختبار ANOVA					
تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث					
مستوى المعنوية	اختبار فيتشر F	المتوسط التربيعي	درجات الحرية	مجموع المربعات	
,015	4,271	2,625	2	5,249	بين المجموعات
		,615	180	110,612	ضمن مجموعات
			182	115,861	المجموع

هذا الجدول يوضح مخرجات تحليل ANOVA احادي الاتجاه، حيث يظهر ما إذا كان هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير المؤهل العلمي. يمكن أن نرى أن قيمة الأهمية هي 0.015 وهي أقل من 0.05. وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية التي تقول بان المتوسطات بين المجموعات متساوية، ونقبل الفرضية البديلة، وبالتالي هناك فروق معتد بها إحصائياً في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

استنادًا إلى النتائج أعلاه، يمكنك الإبلاغ عن نتائج الفرضية على النحو التالي: هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير المؤهل العلمي، وذلك لحملة الشهادة الثانوية مقارنة بحملة الدرجة فوق الجامعية (ماجستير - دكتوراه)

هـ - لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع المنظمة؟

#### (أ) الإحصاءات الوصفية

جدول (17) الاحصائيات الوصفية

الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط	العينة (ن)	سنوات الخبرة
,08989	,73027	4,1090	66	أقل من 1 سنة
,12289	,58937	4,2736	23	1 - 3 سنوات
,07700	,74653	4,0423	94	أكثر من 3 سنوات
,05345	,72303	4,0954	183	المجموع

من خلال جدول الاحصائيات الوصفية نلاحظ الاتي: تشير "العينة" في العمود الأول إلى عدد العينات المستخدمة في حساب الإحصائيات الوصفية. هذه الأرقام تساوي حجم العينة المستخدمة في البحث، أي أنه لا توجد قيم مفقودة. الأوزان المتوسطة "المتوسط" هي أكثر ما يهمنا هنا، حيث انها تساعدنا في معرفة ما إذا ما كان هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير سنوات التعامل مع المنظمة. ومن خلال النظر للأرقام يمكننا القول في المجمل بأنه توجد بعض الفروقات البسيطة في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير سنوات التعامل مع المنظمة، ولكن للتأكد يجب علينا النظر لإحصائيات اختبار ANOVA

#### (ب) جدول اختبار ANOVA

من خلال الجدول ادناه يمكن الجزم بمدى وجود دلالة إحصائية ام لا، وذلك بالنظر لقيمة مستوى المعنوية، فاذا كانت اقل من 0.05 فانه يمكن القول بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقا لمتغير عدد سنوات التعامل مع المنظمة، أما اذا كانت قيمته اكبر من 0.05 فانه لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع المنظمة.

جدول (18) جدول اختبار ANOVA

اختبار ANOVA
تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث

مستوى المعنوية	اختبار فيتشر F	المتوسط التربيعي	درجات الحرية	مجموع المربعات	
	,963	,504	2	1,008	بين المجموعات
		,523	180	94,136	ضمن مجموعات
			182	95,144	المجموع

هذا الجدول يوضح مخرجات تحليل ANOVA احادي الاتجاه، حيث يظهر ما إذا كان هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع المنظمة. يمكن أن نرى أن قيمة الأهمية هي 0.384، والتي هي أكبر من 0.05. وبالتالي تقبل الفرضية الصفرية التي تقول بان المتوسطات بين المجموعات متساوية، وترفض الفرضية البديلة، وبالتالي ليست هناك فروق معتد بها إحصائياً في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع المنظمة. استناداً إلى النتائج أعلاه، يمكنك الإبلاغ عن نتائج الفرضية على النحو التالي: لا توجد هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع المنظمة، وذلك لان مستوى المعنوية لاختبار ANOVA احادي الاتجاه كان أكبر من 0.05.

و- لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير النوع (الجنس)؟

#### (أ) الإحصاءات الوصفية

جدول (19) الإحصاءات الوصفية

الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط	العينة (ن)	الجنس
,06009	,73100	4,0901	148	ذكر
,11800	,69812	4,1178	35	أنثى

من خلال الجدول أعلاه نجد أن عدد العينات المستخدمة في حساب الإحصائيات الوصفية تساوي حجم عينة البحث، أي أنه لا توجد قيم مفقودة.

#### (ب) جدول اختبار T

من خلال الجدول ادناه يمكن التحقق مما إذا ما كان يوجد دلالة إحصائية ام لا، وذلك بالنظر لقيمة مستوى المعنوية، فإذا كانت اقل من 0.05 فإنه يمكن القول بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لمتغير الجنس، أما إذا كانت قيمته أكبر من 0.05 فإنه لا توجد فروق دالة إحصائية تبعاً للجنس.

## جدول (20) جدول اختبار T

اختبار العينات المستقلة					
تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث					
فرق الخطأ المعياري	فرق المتوسط	مستوى المعنوية	درجات الحرية	اختبار T	
,13626	-,02763	,840	181	-,203	افتراض الفروق المتساوية
,13242	-,02763	,836	53,092	-,209	عدم افتراض الفروق المتساوية

هذا الجدول يوضح مخرجات تحليل T، حيث يظهر ما إذا كان هناك فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير النوع. يمكن أن نرى أن قيمة الأهمية هي 0,836، والتي هي أكبر من 0,05، وبالتالي، ليست هناك فروق دالة إحصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير النوع. استنادًا إلى النتائج أعلاه، يمكنك الإبلاغ عن نتائج الفرضية على النحو التالي: لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى لمتغير النوع (الجنس).

## 3.5. ملخص النتائج واختبار الفرضيات:

الجدول ادناه يوضح ملخص النتائج التي توصلت لها الدراسة من خلال تحليل بيانات الاستبيان

النتيجة	الاسئلة والفرضيات
مقبولة	يوجد أثر ذو دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمة المتمثلة في (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، التعاطف، الامان) على مستوى رضا المستفيدين
مقبولة	يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعدها الاعتمادية على مستوى رضا المستفيدين
مقبولة	يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعدها الاستجابة على مستوى رضا المستفيدين
مقبولة	يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعدها الملموسية على مستوى رضا المستفيدين
مقبولة	يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعدها التعاطف على مستوى رضا المستفيدين
مقبولة	يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعدها الامان على مستوى رضا المستفيدين
مقبولة	يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الجودة المدركة للخدمة المقدمة من قبل منظمات القطاع الثالث ورضا المستفيدين من هذه الخدمات
مقبولة	لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى الى متغير الجنس
مقبولة	لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة



	الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى الى متغير العمر
مرفوضة	لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى الى متغير المستوى التعليمي
مقبولة	لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى الى متغير عدد سنوات التعامل مع المنظمة
مقبولة	لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى الى متغير الوظيفة
مقبولة	لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى الى متغير سنوات الخبرة

## 6. نتائج الدراسة:

- أظهرت النتائج التي تم الحصول عليها من خلال تطبيق أداة الدراسة على أفراد العينة انهم يرون أن درجة جودة الخدمة في منظمات القطاع الثالث بالسعودية هي درجة عالية ومرتفعة بنسبة (78.2%).
- توصلت الدراسة باستخدام برنامج النمذجة بالمعادلات الهيكلية إلى وجود مستوى عالي من الرضا اتجاه أبعاد جودة الخدمة المتمثلة في (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والعاطفة). من جانب آخر أظهرت النتائج كذلك أن درجة رضا المستفيدين عن الخدمات التي تقدمها منظمات القطاع الثالث بالسعودية هي درجة عالية ومرتفعة بنسبة (78%).
- أظهر تحليل الانحدار أن هنالك علاقة ارتباط وانحدار إيجابية بين جودة الخدمة ورضا المستفيدين، وعليه فان جودة الخدمة كمتغير مستقل له دلالة احصائية كمحدد أساسي لتعزيز رضا المستفيدين في منظمات القطاع الثالث بالسعودية.
- على مستوى الأبعاد الفرعية، فقد أظهرت نتائج تحليل الانحدار ان هناك أثر ذو دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمة المتمثلة في (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، التعاطف، الأمان) على مستوى رضا المستفيدين في منظمات القطاع الثالث بالسعودية، حيث اظهرت النتائج ان 64% من التغير في رضا المستفيدين يرجع الى بعد الاعتمادية، كما ان قيمة معامل الارتباط بين بعد الاعتمادية ورضا المستفيدين جاء بنسبة 80%. فيما يتعلق ببعد الاستجابة فقد اظهرت النتائج ان 72.7% من التغير في رضا المستفيدين يرجع الى بعد الاستجابة، كما ان قيمة معامل الارتباط بين بعد الاستجابة ورضا المستفيدين جاء بنسبة 85.3%.

من جانب اخر أظهرت النتائج ان 67.7% من التغيير في رضا المستفيدين يرجع الى بعد الملموسية، كما ان قيمة معامل الارتباط بين بعد الملموسية ورضا المستفيدين جاء بنسبة 82.3%. بينما أظهرت النتائج المتعلقة ببعد التعاطف ان 76.9% من التغيير في رضا المستفيدين يرجع الى بعد التعاطف، كما ان قيمة معامل الارتباط بين بعد التعاطف ورضا المستفيدين جاء بنسبة 87.7%. فيما اوضحت نتائج تحليل الانحدار الخاصة ببعد الامان ان 78.7% من التغيير في رضا المستفيدين يرجع الى بعد الامان، كما ان قيمة معامل الارتباط بين بعد الامان ورضا المستفيدين جاء بنسبة 88.7%.

- أظهرت النتائج أيضا أنه لا توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى الى متغيرات (الجنس، العمر، عدد سنوات التعامل مع المنظمة، الوظيفة، وسنوات الخبرة)، بينما أظهرت النتائج انه توجد فروقات جوهرية ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) في تقييمات المستفيدين لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم من قبل منظمات القطاع الثالث تعزى الى متغير المستوى التعليمي، وذلك لحملة الشهادة الثانوية مقارنة بحملة الدرجة فوق الجامعية (ماجستير – دكتوراه).

### 1.6. التوصيات

بناءً على النتائج المذكورة أعلاه، توصي الدراسة بما يلي:

- أن تتبنى منظمات القطاع الثالث بالسعودية جودة الخدمة كاستراتيجية للمنافسة والتميز، وأن يكون تطوير وتحسين جودة الخدمات من أولوياتها، حيث أن تطبيق مفهوم جودة الخدمة يحتاج إلى إحداث تغييرات في ثقافة المنظمة وطرق التفكير
- البحث عن المؤشرات التي يحكم من خلالها المستفيدين على جودة الخدمة من أجل التركيز عليها في أداء الخدمات
- بعث روح المسؤولية لدى العاملين لتحسين في جودة الخدمات المقدمة
- التحسين المستمر، وهو إدخال التحسينات اللازمة على عمليات تقديم الخدمة في ضوء البيانات المتجددة وتغيير احتياجات المستفيدين
- التركيز من قبل منظمات القطاع الثالث بالسعودية على المستفيدين يؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية، حيث أن شعور المستفيدين بأن المنظمة تهتم وتسعى لتلبية حاجاتهم ورغباتهم يؤدي إلى تعميق الإخلاص والولاء لخدماتها
- ضرورة اجراء مسح دوري بمدى رضا المستفيدين عن الخدمة المقدمة والاخذ بالمقترحات المقدمة من قبلهم والعمل على تلبية قدر الامكان
- على منظمات القطاع الثالث بالسعودية إشراك العاملين في عملية صنع القرارات، لأن هذا سوف يؤدي إلى زيادة انتماء العاملين والتزامهم بجودة العمل.
- على منظمات القطاع الثالث بالسعودية تأسيس مكتب للجودة يختص بالتنسيق بين أقسام وأجزاء المنظمة في مجال التدريب والتثقيف اللازم لتحقيق الجودة المناسبة
- على منظمات القطاع الثالث بالسعودية معرفة مرحلة حياة خدمتها المقدمة للمستفيدين، حتى يتسنى لها وضع الاستراتيجية المناسبة للمرحلة التي تمر بها هذه الخدمة

- يجب على منظمات القطاع الثالث بالسعودية قياس جودة الخدمة بصورة منتظمة وبشكل دوري باستخدام اساليب القياس العلمية والعملية للوقوف على مستوى جودة الخدمة اجراء مزيد من الدراسات في مجال منظمات القطاع الثالث بشكل عام وعلى وجه الخصوص في مجال خصائص المتبرعين وخصائص المستفيدين

## 7. المراجع:

### 1.7. المراجع العربية:

- بلال بن زكري، 2014. جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء دراسة فندق الاخوة بوعلي - عين مليلة - أطروحة ماجستير غير منشورة، جامعة أم البواقي - الجزائر
- زكريا احمد عزام (2008)، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع
- عمر علي بابكر الطاهر ونزار بن عبد الله (2019). أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء - دراسة ميدانية: المصارف التجارية بمحافظة الدرب- المملكة العربية السعودية. المجلة العربية للنشر العلمي الإصدار الرابع عشر 2 - 2019 - 12

### 2.7. المراجع الأجنبية:

- Abdulqawi, Othman & Owen, Lynn. (2011). Adopting and measuring customer service quality (SQ) in Islamic banks: A case study in Kuwait finance house. *International Journal of Islamic Financial Services* Vol. 3. No. 1.
- Agyapong, G.K. (2011). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry - A Case of Vodafone (Ghana). *International Journal of Biometrics*, 6, 203.
- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B. Y., Anwar, G. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 14-28
- Bustanji, G. (2011), the fundamentals of modern marketing, Amman, Dar Wael for publication. P 180.
- Churchill Jr., G.A. and Surprenant, C. (1982) An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research (JMR)*, 19, 491-504.  
<http://dx.doi.org/10.2307/3151722>

- Cronin Jr, J. J. & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55-68.
- Danish, R.Q., Humayon, A.A., Iqbal, H.J., Raza, S., & Shahid, J. (2018). The Impact of Service Quality and Service Value on Customer Satisfaction through Customer bonding: Evidence from telecommunication Sector. *European Online Journal of Natural and Social Sciences: Proceedings*, Vol 7, No 1(s) (2018)
- Davis, Mark & Heineke, Janelle. (2003). *Managing Services: Using Technology to Create Value*, Richard D Irwin
- Elmayar, Ashraf (2011) *Assessing the Perceived Service Quality Levels in the Libyan Private and Public Banking Sectors: A Customer Perspective*. Doctoral thesis, Northumbria University.
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Garvin, D.A. (1988) *Managing Quality: The Strategic and Competitive Edge*. The Free Press, New York.
- Gronroos, C. (1984) A Service Quality Model and Its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18, 36-44.
- Haywood-Farmer, J. (1988), "A Conceptual Model of Service Quality", *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 8 No. 6, pp. 19-29. <https://doi.org/10.1108/eb054839>
- Johnston, R. and Silvestro, R. (1990), "The determinants of service quality – a customer-based approach", in *The Proceedings of the Decision Science Institute Conference*, San Diego, CA, November.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2004) *Principles of Marketing*. 10<sup>th</sup> Edition, Pearson-Prentice Hall, New Jersey.

- Lehtinen, U., and Lehtinen, J.R. (1982). Service quality- a study of dimensions. unpublished working paper, Service Management Institute, Helsinki, 439-460.
- Lovelock, C., & Gummesson, E. (2004). Whither Services Marketing? In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. *Journal of Service Research*, 7, 20-41.  
<https://doi.org/10.1177/1094670504266131>
- 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(4), 41-50.  
<https://doi.org/10.2307/1251430>
- Sachdev, S.B., & Verma, H.V. (2004). Relative Importance of Service Quality Dimensions: A Multispectral Study. *Journal of Services Research*. Apr-Sep2004, Vol. 4 Issue 1, p0-116. 24p
- Shaham, Samra (2016), The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction, Loyalty and Word of Mouth; Evidence from Tourists in Antalya, Turkey, Unpublished Master's Thesis, Institute of Graduate Studies and Research, Eastern Mediterranean University, Gazimağusa, North Cyprus
- Silvestro, R., Johnston, R., Fitzgerald, L., & Voss, C.A. (1990). Quality Measurement in Service Industries. *International Journal of Service Industry Management*, 1, 54-66.
- Skelcher, C. (1992). Improving the Quality of Local Public Services. *The Service Industries Journal*, 12, 463-477. <https://doi.org/10.1080/02642069200000059>
- Slack, N.J. and Singh, G. (2020), "The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty and the mediating role of customer satisfaction : Supermarkets in Fiji", The TQM Journal, Vol. 32 No. 3, pp. 543-558. <https://doi.org/10.1108/TQM-07-2019-0187>
- Stewart, J.D., & Walsh, K. (1992). Change in the Management of Public Services. *Public Administration*, 70, 499-518.
- Zeithaml, V.A. (2000) Service Quality, Profitability, and the Economic Worth of Customers: What We Know and What We Need to Learn. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28, 67-85. <http://dx.doi.org/10.1177/0092070300281007>

Doi: [doi.org/10.52133/ijrsp.v3.35.9](https://doi.org/10.52133/ijrsp.v3.35.9)