مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: دور جودة الخدمة المقدمة في تحقيق رضا العميل (دراسة ميدانية على مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية)
اسم الكاتب: د. فاطر سليطين، علي اسماعيل
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/5732
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 19:52 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

The Role Of The Provided Service Quality In Achieving Customer Satisfaction (A Field Study On Citizen Service Centers In The City Of Lattakia)

Dr Fatter Sleiteen [*]
Ali Esmaeel [**]

(Received 15 / 12 / 2021. Accepted 24 / 3 / 2022)

□ ABSTRACT □

The research aimed to present an image of the reality of the services provided in the citizen service centers in the city of Lattakia, and to study the impact of the quality of these services on customer satisfaction with them. The analytical descriptive approach was followed in this research by using the questionnaire method to collect primary data from a sample of 330 clients. The data was analyzed using the SPSS statistical analysis program.After the analysis, the following results were reached: The quality of services recorded average levels or less than average on the Likert scale used for all dimensions, except for the reliability dimension, which recorded a significant degree on the scale used. Satisfaction with the service provided was also average on the scale used, and the results of hypothesis testing showed a significant effect of the quality provided in its various dimensions on customer satisfaction.

Keywords: quality of service. Service Centers Customer Satisfaction.

[*]**Associate Professor, Department Of Business Administration, Faculty Of Economic, Tishreen University, Lattakia, Syria.** fattersleiteen@gmail.com
[**]**Postgraduate Student, , Department Of Business Administration, Faculty Of Economic, Tishreen University, Lattakia, Syria.** Ali.T.esmaeel@tishreen.edu.SY

دور جودة الخدمة المقدمة في تحقيق رضا العميل
(دراسة ميدانية على مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية)

الدكتور فاطر سليطين *
علي اسماعيل **

(تاريخ الإيداع 15 / 12 / 2021. قُبِل للنشر في 24 / 3 / 2022)

□ ملخّص □

هدف البحث إلى تقديم صورة عن واقع الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية، ودراسة تأثير جودة هذه الخدمات على رضا العملاء عنها. تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي في هذا البحث باستخدام اسلوب الاستبانة لجمع البيانات الأولية من عينة من العملاء بلغت 330 عميل. وقد تم تحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS، وبعد التحليل تم التوصل للنتائج الآتية: سجلت جودة الخدمات مستويات متوسطة أو أقل من المتوسطة على مقياس ليكرت المستخدم لكل الأبعاد ما عدا بعد الاعتمادية الذي سجل درجة كبيرة على المقياس المستخدم. فيما سجل الرضا عن الخدمة المقدمة مستوى متوسط أيضاً على المقياس المستخدم، وبينت نتائج اختبار الفرضيات وجود تأثير معنوي للجودة المقدمة بأبعادها المختلفة على رضا العميل.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة. مراكز الخدمة رضا العميل.

* أستاذ مساعد – قسم إدارة الأعمال– كلية الاقتصاد – جامعة تشرين – اللاذقية – سورية. fattersleiteen@gmail.com
** طالب ماجستير– كلية الاقتصاد – قسم إدارة الاعمال–جامعة تشرين – اللاذقية – سورية. Ali.T.esmaeel@tishreen.edu.SY

مقدمة:

شهدت العقود الأخيرة تطوراً هاماً في مجال الخدمات التي أصبحت تشكل أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول، مما خلق منافسة شديدة بين مقدميها وفي هذه الظروف أصبح هناك وعي لدى الباحثين والمهتمين بالأنشطة الخدمية بأهمية الجودة في تقديم الخدمات وأثرها على رضا العميل من أجل خلق ميزة تنافسية، وزيادة الربحية للمنظمات الخدمية، وقد أصبحت إدارة الجودة وتحقيق رضا العميل هاجساً للمنظمات الخدمية. وفي الواقع تسعى الحكومات في أغلب دول العالم لتسهيل حصول مواطنيها على الخدمات التي يريدونها من الجهات العامة بأبسط وأسهل الطرق عن طريق توحيد مراكز الحصول على معظم الخدمات والوثائق الحكومية، لا بل أصبحت العديد من الدول تعتمد على تزويد عملائها بهذه الخدمات إلكترونياً بغية سهولة وسرعة العمل، وتحقيق رضا العملاء، مقابل الحصول على رسوم تساعدها في تغطية نفقاتها الحكومية المتعددة، كما ركزت العديد من الحكومات على قياس رضا عملائها بشكل دائم عن الخدمات الحكومية المقدمة، بغية معرفة سوية جودة تللك الخدمات المقدمة وبيان مدى تلبيتها لرغبات وحاجات العملاء وبالتالي تحقيق رضاهم عنها ومن ثم تبنيها بشكل دائم. ومن هنا أتت أهمية هذه الدراسة التي ستبحث في تأثير جودة الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية على رضا العملاء فيها.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

دراسة(نور محيي الدين،2017) بعنوان: جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا الزبائن: دراسة ميدانية البنك الاسلامي السوداني وبنك الادخار والتنمية الاجتماعية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم جودة الخدمات وأبعادها ورضا الزبائن، والتعرف على تقييم الزبائن لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم، كما هدفت إلى توفير قاعدة من المعلومات التي تساعد إدارة المنظمة في قياس جودة ما تقدمه من خدمات وتحديد أهم الأبعاد التي يوليها الزبائن أهمية نسبية عالية وذلك لمعرفة أولويات التطوير عند الحاجة إليها. ستخدم المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها الآتي: المعدات المستخدمة في أداء الخدمة حديثة ومتطورة، كما يتم الرد الفوري على شكاوي واستفسارات الزبائن في البنك، ويضع البنك مصلحة الزبائن في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا.

ثانيا: الدراسات الأجنبية:

دراسة(Gasni, Nicols, 2021) بعنوان:

The Effect of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Loki Store.

تأثير جودة المنتج وجودة الخدمة والسعر على رضا العملاء في متجر Loki.

هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير جودة المنتَج، وجودة الخدمة والسعر على رضا العملاء في متجر Loki. استخدم البحث منهج كمي يتكون من البيانات الأولية والبيانات الثانوية وتم توزيع استبانة على 150 من العملاء. وتم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد في تحليل البيانات. أظهرت النتائج أنه يوجد تأثير لجودة المنتَج على رضا العملاء، كما يوجد تأثير لسعر المنتَج المرتبط بالجودة على رضا العملاء، ويوجد تأثير لجودة الخدمة المقدمة على رضا العملاء.

دراسة(Supriyanto, Wiyono,2021) بعنوان:

Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers.

تأثير جودة الخدمة ورضا العملاء على ولاء عملاء بنك HCSC

هدف البحث إلى دراسة كيفية تأثير جودة الخدمة على ولاء العملاء ؛ بيان كيف أثر رضا العملاء على زيادة الطلب على الخدمات المصرفية المقدمة، وبيان كيفية تأثير رضا العملاء على ولائهم للبنك. تم تصميم استبانة وتوزيعها على عملاء البنك كما تم تحليل البيانات باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه. أشارت النتائج إلى أنه لا يوجد تأثير كبير لجودة الخدمات المقدمة على ولاء العملاء، إضافة إلى أنه يوجد اثر غير مباشر لجودة الخدمات المقدمة في البنك على رضا بعض العملاء.

دراسة(Balinado, Prasetyo,2021) بعنوان:

The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in an Automotive After-Sales Service.

تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء في خدمة ما بعد البيع للسيارات

هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل التي تؤثر على رضا العميل عن خدمة ما بعد البيع للسيارات في Toyota Dasmarinas–Cavite الفلبين، من خلال التركيز على أبعاد جودة الخدمة مثل الملموسية، والاعتمادية، والأمان والتعاطف. كما توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها الآتي: يوجد تأثير هام لبعدي للاعتمادية والتعاطف على رضا العملاء لخدمات ما بعد البيع المراكز المذكورة، كا لوحظ عدم وجود تأثير للملموسية والأمان والاستجابة على رضا العملاء. وقد قدمت الدراسة عدة توصيات منها: يجب أن يقدم وكيل الصيانة جودة عالية من الخدمة لتلبية توقعات العملاء وتحقيق درجة عالية من رضاهم.

الفرق بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

ركزت معظم الدراسات السابقة على تأثير جودة الخدمات المقدمة على رضا أو ولاء العملاء، وهنا تأتي اوجه التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، في حين تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عدة نقاط من أهمها الآتي: اختلاف مجتمع الدراسة وقطاع الدراسة فتركز الدراسة الحالية على رضا العملاء في مراكز خدمة المواطن من في محافظة اللاذقية في الجمهورية العربية السورية.

مشكلة البحث:

من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث على عينة مصغرة بلغت 20 مواطناً في نهاية عام 2021، حيث تمّ إجراء مقابلات شخصية معهم في مدينة اللاذقية ممن استفادوا من الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن. وتمحورت أسئلة المقابلة حول جودة الخدمات المقدمة في هذه المراكز، ودرجة تأثير جودة الخدمات على رضا المواطنين المستفيدين منها كالآتي:

- هل مراكز خدمة المواطن مزودة بكافة الخدمات والتسهيلات اللازمة للعملاء.
- يوجد سرعة في تقديم الخدمات من قبل العاملين للعملاء.
- تعد الأخطاء نادرة الحدوث في مراكز خدمة المواطن.
- يسعى العاملين لتلبية طلبات كافة العملاء ومراعاة الحالات الخاصة بشكل أسرع.

وقد تبين للباحث من خلال المقابلات ما يأتي:

- وجود رضا مقبول لبعض أبعاد جودة تقديم الخدمة مثل:(التعاطف والملموسية)، ورضا منخفض (دون المتوسط) لبعض الأبعاد الأخرى مثل(الاستجابة، والاعتمادية، والأمان).
- وجود عدم رضا من عدة تصرفات صادرة عن مقدمي الخدمة فيما يتعلق بالأبعاد سابقة الذكر.

وبناء على الدراسة الاستطلاعية، والاعتماد على الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع يمكن التعبير عن مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس الآتي: هل يوجد تأثير لجودة الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية على رضا العملاء؟. وينبثق عنها مجموعة من التساؤلات الآتية:

1. ما هو مستوى جودة الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية؟.
2. ما هي درجة رضى العملاء عن الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية؟
3. هل يوجد دور هام لجودة الخدمة المقدمة في تحقيق رضا عملاء هذه المراكز؟.

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في أهمية الموضوع الذي يعالجه، فهو يركز على واقع جودة الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن ورضا العملاء عنها، وبالتالي فإن أهميته تتضح في الجانبين الآتيين:

- **الجانب النظري:** كونه من البحوث القليلة في سورية التي تناقش جودة الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن، بالتالي يمكن لهذا البحث أن يسهم في تسليط الضوء على واقع هذه الخدمات، وتقديم إطار نظري يمكن أن يسهم في رفد المكتبة العربية بإطار مرجعي يفيد المهتمين والباحثين في هذا المجال.
- **الجانب العملي:** يمكن أن تمثل نتائج البحث وتوصياته مرشداً لمتخذ القرار في تحسين جودة الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن وصولاً إلى تحقيق الهدف الأساس في تحقيق حاجات ورغبات العملاء الذي سينعكس في رفع مستوى رضاهم عن الخدمات المقدمة.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق ما يلي:

1) تقديم صورة عن واقع الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية.
2) قياس جودة الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية.
3) بيان درجة رضى العملاء عن الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية.
4) دراسة تأثير جودة الخدمات المقدمة في هذه المراكز على رضا العميل.
5) تقديم بعض التوصيات المناسبة في ضوء نتائج الدراسة، والتي من الممكن أن تساعد في حالة الأخذ بها في تطوير جودة الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية.

فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة المقدمة في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية ورضا العميل، ويتمحور عنها مجموعة من الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ملموسية الخدمة المقدمة في مراكز خدمة المواطن ورضا العميل.

الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتمادية الخدمة المقدمة في مراكز خدمة المواطن ورضا العميل.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استجابة الخدمة المقدمة في مراكز خدمة المواطن ورضا العميل.

الفرضية الفرعية الرابعة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأمان والثقة في الخدمة المقدمة في مراكز خدمة المواطن ورضا العميل.

الفرضية الفرعية الخامسة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاطف في الخدمة المقدمة في مراكز خدمة المواطن ورضا العميل.

منهجية البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في البحث باستخدام أسلوب الاستبانة لجمع البيانات الأولية اللازمة لاختبار الفرضيات.

حدود البحث:

الحدود المكانية: مركز المحافظة لخدمة المواطن(مدينة اللاذقية).

الحدود الزمانية: عام 2021.

الحدود العلمية: جودة الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن، ودورها في تحقيق رضا العملاء.

الاطار النظري للدراسة:

1. مفهوم جودة الخدمات:

زاد الاهتمام مؤخراً بشكل كبير في جودة الخدمات، وتم ربطاه في الكثير من الأحيان على أن الجودة ستؤدي إلى رضا العملاء وبالتالي إلى ولائهم للجهة مقدمة الخدمة.

عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة بأنها" النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة." [1]

وتعد جودة الخدمات المقدمة في الواقع الفعلي هي المحدد الرئيسي لرضا العميل أو عدم رضاه.

وتعرف جودة الخدمة على أنها التفوق على توقعات العميل، أي يقصد بجودة الخدمة في هذا التعريف بأن المنظمة تتفوق في خدماتها التي تؤديها فعلياً على مستوى التوقعات التي يحملها العميل تجاه هذه الخدمات. [2]

2. أهمية جودة الخدمة:

يمكن الإشارة إلى أربعة أسباب اساسية لأهمية جودة الخدمة كالآتي: [3]

- نمو مجال الخدمة: لقد ازدادت أعداد المنظمات الحكومية وغير الحكومية التي تقدم الخدمات أكثر من أي وقت مضى، ومع هذه الزيادة أصبح الاهتمام في الجودة أكثر من قبل، وهذا ما دفع معظم المنظمات للتركيز على جودة خدماتها وبالتالي العمل على إرضاء عملائها.
- زيادة المنافسة: مع ازدياد عدد المنظمات وزيادة الطلب على الخدمات ارتفعت حدة المنافسة فيما بينها لجذب أكبر قدر من الطلب وبالتالي ركزت أغلب المنظمات والشركات على عامل الجودة الذي له تأثير كبير على رضا العملاء، وعملت على رفع سوية جودة خدماتها لتحقيق رضا العملاء وبالتالي زيادة قدرتها التنافسية.
- فهم العميل بشكل أكبر: أدت زيادة الاهتمام بالعملاء وارتفاع حدة المنافسة إلى زيادة دراسة حاجات وتوقعات العملاء، وفهم تفضيلاتهم واختياراتهم والعمل على تحقيق رضاهم من خلال توفير المنتجات التي يرغبون بها بسوية جودة جيدة وسعر مقبول.

▪ الحفاظ على العملاء: من المعلوم أن المنظمات تسعى للحفاظ على عملائها وجذب عملاء جدد لشراء خدماتها، كما إن عملية الحفاظ على العملاء ليست بالأمر السهل في ظل المنافسة، وهنا يأتي دور جودة الخدمات وجودة مقدميها كأهم العوامل في الحفاظ على أكبر كم من العملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.

3.مقاييس جودة الخدمات:

تعددت وتنوعت طرق قياس جودة الخدمات المقدمة للعملاء ويمكن تحديد أهمها كالآتي:

▪ **مقياس الأداء الفعلي:** وتعني أداء الخدمة، وترتبط الجودة بدرجة إدراك العميل للأداء الفعلي للخدمة المدقة في مراكز خدمة المواطن، إي الجودة المدركة من خلال "تقييم الأداء على أساس مجموعة من الأبعاد المرتبطة بالخدمة المقدمة". [4]

▪ **مقياس الجودة بدلالة العمليات::** يهتم هذا المقياس بجودة العمليات أو بمراحل تقديم الخدمة ،كما يحتوي على المؤشرات ومعايير توضح النسب المقبولة لكافة عناصر أنشطة الخدمات المقدمة ،كي يتم تصنيف الخدمات كخدمات جيدة. فبالرغم من توفر بعض الجوانب المنطقية لهدا الأسلوب في القياس إلا أنه لا يعتبر دقيقا في تصميم وقياس وتقييم جودة الخدمة مقارنة مع الأساليب الأخرى ، كونه يرتكز على عمليات الخدمة بدلاً من أبعادها الكمية. [4]

▪ **قياس الخدمة بدلالة المخرجات** : يتم قياس جودة المخرجات من خلال مجموعة من الطرق الآتية: القياس المقارن أي يتم إجراء مقارنات كمية بين الأداء المستهدف والأداء الفعلي بغرض اكتشاف جوانب الضعف ومحاولة تجنبها مستقبلاً، إضافة إلى استقصاء رضى العملاء بخصوص الخدمة المقدمة. [5]

▪ **مقياس الرضى** : وهو أكثر المقاييس استخداما لقياس اتجاهات ورضا المستفيدين نحو جودة الخدمات المقدمة، وخاصة بعد حصولهم على هذه الخدمات عن طريق توجيه الأسئلة التي تكشف للمؤسسات الخدمية طبيعة شعور العملاء نحو الخدمة المقدمة لهم وجوانب القوة والضعف بها ، كما يمكن هذه المؤسسات من تبني استراتيجية للجودة تتلاءم مع احتياجات العملاء، وتحقق لهم الرضى نحو ما يقدمه لهم من خدمات. [5]

4. أبعاد جودة الخدمات:

, وتحدد أهم أبعاد جودة الخدمات كالآتي:

▪ **الملموسية:** تشير إلى مظهر التسهيلات والمعدات المادية والبشرية ومواد ومعدات الاتصال ،إضافة إلى أن الجوانب المتعلقة بملموسية الخدمة هي المباني وتقنية المعلومات والاتصالات المستخدمة فيه، والتسهيلات الداخلية والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة، والمظهر الخارجي للعاملين، ومواقع الانتظار للمستفيد من الخدمة.[6]

▪ **الاعتمادية:** فهي عبارة عن قدرة المنتج أو الخدمة على أداء الوظيفة المطلوبة منه بنجاح في ظروف الاستعمال العادية والمدة المحددة ، كما تتسم أيضا بتوفير الخدمات التي تم الوعد بها وفي الوقت المحدد دون أخطاء. [6]

▪ **الاستجابة:** تعني قدرة مقدم الخدمة وسرعة استجابته بالرد على طلبات المستفيدين واستفساراتهم، فهي تعكس الرغبة أو الرضى بمساعدة الزبون وتقديم الخدمة السريعة. [7]

▪ **الأمان والثقة** : ويقصد بها السمات التي يتسم بها العاملون من معرفة وقدرة وثقة في تقديم الخدمة، ومن معايير تقييم جودة الخدمة بموجب هذا البعد الآتي : سمعة ومكانة المركز، المعرفة والمهارة المتميزة للكوادر، الصفات الشخصية للعاملين. [8]

- **التعاطف:** يشير إلى درجة العناية بالعميل ورعايته بشكل خاص، والاهتمام بمشاكله والعمل على إيجاد حلول لها بطرق إنسانية راقية، ويشمل هذا البعد على خصائص أخرى مثل: مدى توفير الخدمة من حيث الزمان والمكان ، والاتصالات، ودرجة فهم مورد الخدمة للعميل. [8]

5. رضا العملاء:

رضا العميل هو درجة شعوره بالسعادة والابتهاج الذي يحصل عليهما نتيجة إشباع حاجة أو رغبة عند الحصول على الخدمة بالشكل المتوقع . فالإشباع في مجال الأعمال والخدمات، كرِضا العميل أو المستهلك هو ما يحققه من منفعة من خلال استهلاكه لسلعة ما أو انتفاعه من خدمة ما كما . يمكن أن يعرف رِضا العميل بأنه درجة إدراكه لمدى فعالية المنظمة، في تقديم المنتجات والخدمات التي تلبي توقعاته وحاجته. [9-10]

ويمكن تقسيم درجات الرضا إلى ما يلي: [11-12]

- الجودة المدركة > الجودة المتوقع سيؤدي إلى الرضا على الخدمة المقدمة وجودتها وبالتالي الارتباط الوثيق والولاء للمنظمة.
- الجودة المدركة = الجودة المتوقع سيولد حالة من القبول على الخدمة وجودتها ومن الممكن الاستمرار أو البحث عن بديل.
- الجودة المدركة < الجودة المتوقع سيؤدي إلى الاستياء من الخدمة المقدمة وجودتها وبالتالي البحث عن بديل آخر.

الدراسة الميدانية:

قام الباحث بتصميم استبانة مؤلفة من ستة أقسام وسبعة وعشرون سؤالاً بغية دراسة العلاقة بين جودة الخدمات المقدمة في مراكز خدمة المواطن ورضا العملاء في مدينة اللاذقية، وقد قسمت الاستبانة كالآتي: المتغير المستقل وقسم إلى 5 أقسام كالآتي:القسم الأول: الملموسية: ويتكون من 7 أسئلة. والقسم الثاني: الاعتمادية: ويتكون من 5 أسئلة. والقسم الثالث: الاستجابة: ويتكون من 4 أسئلة. والقسم الرابع: الأمان والثقة: ويتكون من 4 أسئلة. والقسم الخامس: التعاطف: ويتكون من 4 أسئلة. المتغير التابع وشمل قسم واحداً فقط مكون من 3 أسئلة. تم اختيار العينة ميسرة (كون المجتمع غير محدد)، كما تم تحديد حجم العينة وفق القانون الآتي:

$n1= z^2.p.q/d^2$

وبناء عليه فقد تم توزيع 500 استبانة على عينة من مجتمع الدراسة وزعت بشكل نسبي يتوافق مع عدد سكان كل محافظة.

حيث أن n_1 هو حجم العينة المبدئي.

z القيمة الجدولية تحت منحنى التوزيع الطبيعي وتساوي. 1,96

P نسبة عدد المفردات التي تتوافر فيها الخاصية أو الخصائص موضوع البحث

ويمكن افتراض أن:

p =50% للحصول على أكبر حجم للعينة

Q=1-p=1-50%=50%

d هي درجة الخطأ المسموح بها وتساوي% 5

ومن خلال التطبيق نجد أن:

$n1=(1.96)^2.(50\%)(50\%)/(0.05)^2= 384$

كما تم توزيع 384 استمارة في منطقة الدراسة، حيث تم استرجاع 355 استبانة، وتم رفض 25 استبانة لعدم اكتمال الإجابات ووضوحها، وبالتالي بلغ عدد الاستبانات الخاضعة للتحليل 330 استبانة، وقد تم إدخال هذه البيانات إلى برنامج SPSS بغية تحليل البيانات، وتم إجراء اختبار الفا كرونباخ بغية معرفة مصداقية الاستبانة ودرجة الاتساق الداخلي بين الأسئلة، وكانت نتيجة الاختبار كالآتي:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	27

وهذا يعني أنه إذا وزعت الاستبانة على عينة أخرى من العملاء في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية غير عينة الدراسة في أوقات مختلفة فإن هناك احتمال قدره 81% للحصول على النتائج التي تم التوصل إليها.

تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي في الإجابة على الأسئلة الموجهة لعينة الدراسة كما يلي :

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
5	4	3	2	1

إن الوسط الحسابي لمقياس لكرت 3=5/15=5+4+3+2+1وهو القيمة التي يقارن بها الوسط الحسابي لكل سؤال.

أما معيار الحكم على متوسط الاستجابات وفقاً لمقياس ليكرت:

طول الفئة = (درجة الاستجابة العليا – درجة الاستجابة الدنيا)/عدد فئات الاستجابة

طول الفئة = (5 – 1) /5 = 0.8

وبناءً عليه تمّ اعتماد التبويب المغلق، وتمّ تحديد المجالات الآتية:

المجال	درجة الموافقة	الأهمية النسبية
1–1.8	**بدرجة ضعيفة جداً**	20–36 %
1.81–2.60	**بدرجة ضعيفة**	36.1–52 %
2.61–3.40	**بدرجة متوسطة**	52.1–68 %
3.41–4.20	**بدرجة كبيرة**	68.1–74 %
4.21–5	**بدرجة كبيرة جداً**	74.1–100%

المتغير المستقل الأول: الملموسية: تم توجيه مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالملموسية للعملاء في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية وفق التالي:

جدول (1) نتائج إجابة العملاء في مراكز خدمة المواطن عن بعد الملموسية

الأسئلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1– من السهل الوصول لمركز الخدمة من مكان اقامتك.	2.60	0.894
2– مركز الخدمة مزود بكافة المرافق اللازمة.	2.45	0.594
3– يتوفر في مركز الخدمة وسائل الراحة اللازمة.	2.53	0.549
4– عدد العاملين كافي لتقديم الخدمات.	4.20	0.519
5– يوجد في المركز تجهيزات حديثة (مفروشات وتقنيات الكترونية)0	3.55	0.624

6- مركز الخدمة لائق من حيث المظهر	3.80	0.602
7- يتميز العاملين بحسن المظهر	3.29	0.749
المجموع	**3.20**	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

يتضح من الجدول (1) السابق: أن المتوسط الحسابي لبعد الملموسية 3.20، وتقع هذه النسبة ضمن التقدير المتوسط ضمن مقياس سلم ليكرت الخماسي (3.40-2.61)، وهذا يبين تقييم متوسط للعملاء لهذا البعد في العموم، ونلاحظ أن العبارات (1.2.3) كانت ضمن المجال الضعيف للتقييم بينما كانت العبارات الأخرى ضمن المجال المتوسط والكبير للتقييم.

المتغير المستقل الثاني: الاعتمادية: تم توجيه مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالاعتمادية للعملاء في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية وفق الآتي:

جدول (2) نتائج إجابة العملاء في مراكز خدمة المواطن عن بعد الاعتمادية

الأسئلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
8- يمكن الحصول على كافة المعلومات عن طريق الاتصال بالمركز.	2.29	0993
9- يلتزم العاملون في المركز بتقديم الخدمات في الوقت المحدد.	4.32	0.614
10- تقدم الخدمات في المركز بدون أخطاء.	3.31	0.755
11- يستخدم المركز أنظمة الحاسب في تقديم الخدمة.	4.94	0.891
12- يقدم المركز جميع الخدمات التي احتاجها.	2.53	0.948
المجموع	**3.48**	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

يتضح من الجدول (2) السابق: أن المتوسط الحسابي لبعد الاعتمادية 3.48، وتقع هذه النسبة ضمن التقدير الكبير ضمن مقياس ليكرت الخماسي (4.20-3.41)، وهذا يبين وجود تقييم كبير للعملاء لهذا البعد في العموم، ونلاحظ أن العبارات (1.5) كانت ضمن المجال الضعيف للتقييم بينما كانت بقية العبارات ضمن المجال المتوسط والكبير للتقييم.

المتغير المستقل الثالث: الاستجابة: تم توجيه مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالاستجابة للعملاء في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية وفق الآتي:

جدول (3) نتائج إجابة العملاء في مراكز خدمة المواطن عن بعد الاستجابة

الأسئلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
13- يحرص العاملون في المركز على تقديم الخدمات بشكل سريع.	3.75	0.647
14- يلتزم العاملون في المركز بتقديم الخدمات بمواعيد مناسبة.	3.17	0.884
15- يلتزم العاملون في المركز بالرد على استفسارات العملاء.	3.40	0.724

16- يتميز العاملون بالمركز باللباقة.	3.20	0.415
المجموع	**3.38**	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

يتضح من الجدول (3) السابق: أن المتوسط الحسابي لبعد الاستجابة 3.38 وتقع هذه النسبة ضمن التقدير المتوسط ضمن مقياس ليكرت الخماسي (2.61-3.40)، وهذا يبين وجود تقييم متوسط للعملاء لهذا البعد في العموم.

المتغير المستقل الرابع: الأمان والثقة: تم توجيه مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالأمان للعملاء في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية وفق الآتي:

جدول (4) نتائج إجابة العملاء في مراكز خدمة المواطن عن بعد الأمان

الأسئلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
17- أثق بخبرة العاملين في المركز.	2.35	0.882
18- العاملون في المركز على استعداد لتلبية طلبات المواطنين فورا	3.12	1.412
19- أنا مطمئن بالحصول على الخدمة بدون خطأ بالمركز.	3.34	0.617
20- أنا مطمئن في توفير الجهد في التعامل مع المركز.	2.72	0.817
المجموع	**2.88**	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

يتضح من الجدول (4) السابق: أن المتوسط الحسابي لبعد الأمان والثقة 2.88 ، وتقع هذه النسبة ضمن التقدير المتوسط ضمن مقياس ليكرت الخماسي (2.61-3.40)، وهذا يبين وجود تقييم متوسط للعملاء لهذا البعد في العموم. ونلاحظ أن العبارة (1) كانت ضمن المجال الضعيف بينما كانت بقية العبارات ضمن المجال المتوسط للتقييم.

المتغير المستقل الخامس: التعاطف: تم توجيه مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالتعاطف للعملاء في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية وفق الآتي:

جدول (5) نتائج إجابة العملاء في مراكز خدمة المواطن عن بعد التعاطف

الأسئلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
21- يهتم العاملون بالمركز باحتياجاتي المختلفة.	2.35	0.882
22- يهتم العاملون في المركز بظروفي الشخصية.	2.12	1.412
23- يضع العاملون في المركز مصلحتي على قائمة الاهتمامات.	1.34	0.617
24- أحصل على الخدمة بالتكلفة المناسبة.	3.72	0.817
المجموع	**2.38**	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

يتضح من الجدول (5) السابق: أن المتوسط الحسابي لبعد التعاطف والثقة 2.38 ، وتقع هذه النسبة ضمن التقدير الضعيف ضمن مقياس ليكرت الخماسي ضمن المجال (1.81-2.60) وهذا يبين وجود تقييم ضعيف للعملاء لهذا البعد في العموم. ونلاحظ ان جميع العبارات قد حصلت على تقييم ضعيف وضعيف جداً على المقياس المستخدم، ما عدا العبارة رقم 24 فحصلت على تقييم كبير على المقياس المستخدم.

المتغير التابع: الرضا: تم توجيه مجموعة من الأسئلة المتعلقة برضا العملاء في مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية وفق الآتي:

جدول (7) نتائج إجابة العملاء في مراكز خدمة المواطن عن الرضا

الأسئلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
25- أنا راضٍ عن تلقي خدمات المركز.	3.35	0.689
26- لن أتردد في الحصول على خدمات المركز عند الحاجة.	3.12	1.301
27- أنصح الآخرين بالتعامل مع المركز للحصول على الخدمات.	3.34	0.758
المجموع	**3.27**	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

يتضح من الجدول (7) السابق: أن المتوسط الحسابي لبعد الرضا 3.27 ، وتقع هذه النسبة ضمن التقدير المتوسط ضمن مقياس ليكرت الخماسي ضمن المجال ، وتقع ضمن المجال (2.61-3.40)، وبالتالي يمكننا القول أن رضا العملاء عن خدمات مراكز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية كان بدرجة متوسطة على مقياس ليكرت المستخدم.

اختبار الفرضيات:

اختبار الفرضية الفرعية الأولى: تم إجراء اختبار الانحدار الخطي البسيط بين المتغير المستقل (الملموسية) والمتغير التابع(الرضا) وكانت النتائج كما في الجداول الآتية:

جدول (8) ملخص العلاقة بين الملموسية والرضا

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.827[a]	.684	.680	.21344

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (9) تحليل التباين للعلاقة بين الملموسية والرضا

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.991	1	7.991	175.407	.000[b]
	Residual	3.690	328	.046		
	Total	11.681	329			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (10) معلمات النموذج بين الملموسية والرضا

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.798	.127		6.273	.000
	الملموسية	.648	.049	.827	13.244	.000

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

من الجداول (10-9-8) السابقة نلاحظ الآتي: إن النموذج المعبر عن العلاقة بين الملموسية والرضا هي من الشكل الخطي وتمثل بالشكل الآتي:

$$Y=0.798+0.648x \ldots\ldots\ldots\ldots(1)$$

كما نلاحظ إن قيمة معامل الارتباط R=0.827 يدل على وجود علاقة طردية قوية بين الملموسية والرضا، ومعامل التحديد R^2=648 وهذا يدل على أن حوالي 70% من تغيرات رضا العملاء تفسرها الملموسية، وتدل على أن المعادلة الخطية ذات فعالية مقبولة وتمثل العلاقة بين الملموسية والرضا تمثيلاً جيداً، وكذلك فإن احتمال الدلالة a=0.05 > Sig=0.000 وهذا يؤكد صلاحية النموذج الخطي حيث أن جميع قيم الجداول تبين قبول قيم المعالم الناتجة، وأنها معنوية عند مستوى دلالة a=0.05، وتؤكد بأن قيم المعادلة الخطية المختارة للتمثيل معنوية بدلالة قيم الاحتمال الناتج عن جدول تحليل التباين، وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الأولى ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ملموسية الخدمة المقدمة في مراكز خدمة المواطن ورضا العميل.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية: تم إجراء اختبار الانحدار الخطي البسيط بين المتغير المستقل(الاعتمادية) و المتغير التابع(الرضا) وكانت النتائج كما في الجداول الآتية:

جدول (11) ملخص العلاقة بين الاعتمادية والرضا

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805[a]	.649	.644	.22513

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (12) تحليل التباين للعلاقة بين الاعتمادية والرضا

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.576	1	7.576	149.483	.000[b]
	Residual	4.105	328	.051		
	Total	11.681	329			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (13) معلمات النموذج بين الاعتمادية والرضا

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.904	.129		6.990	.000
	الاعتمادية	.598	.049	.805	12.226	.000

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

من الجداول (11-12-13) السابقة نلاحظ الآتي: إن النموذج المعبر عن العلاقة بين الاعتمادية والرضا هي من الشكل الخطي وتمثل بالشكل الآتي:

Y=0.904+0.598x....................................(2)

كما نلاحظ إن قيمة معامل الارتباط R=0.805 يدل على وجود علاقة طردية قوية بين الاعتمادية والرضا، ومعامل التحديد R^2=649 وهذا يدل على أن حوالي 70% من تغيرات رضا العملاء تفسرها الاعتمادية، وتدل على أن المعادلة الخطية ذات فعالية مقبولة وتمثل العلاقة بين الاعتمادية والرضا تمثيلاً جيداً، وكذلك فإن احتمال الدلالة a=0.05 > Sig=0.000 وهذا يؤكد صلاحية النموذج الخطي حيث أن جميع قيم الجداول تبين قبول قيم المعالم الناتجة، وأنها معنوية عند مستوى دلالة a=0.05، وتؤكد بأن قيم المعادلة الخطية المختارة للتمثيل معنوية بدلالة قيم الاحتمال الناتج عن جدول تحليل التباين، وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الثانية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتمادية الخدمة المقدمة في مراكز خدمة المواطن ورضا العميل.

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: تم إجراء اختبار الانحدار الخطي البسيط بين المتغير المستقل(الاستجابة) والمتغير التابع(الرضا) وكانت النتائج كما في الجداول الآتية:

جدول (14) ملخص العلاقة بين الاستجابة والرضا

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692[a]	.478	.472	.27424

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (15) تحليل التباين للعلاقة بين الاستجابة والرضا

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.589	1	5.589	74.315	.000[b]
	Residual	6.092	328	.075		
	Total	11.681	329			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (16) معلمات النموذج بين الاستجابة والرضا

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.230	.145		8.468	.000
	الاستجابة	.554	.064	.692	8.621	.000

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

من الجداول (16-15-14) السابقة نلاحظ الآتي: إن النموذج المعبر عن العلاقة بين الاستجابة والرضا هي من الشكل الخطي وتمثل بالشكل الآتي:

$$Y=1.230+0.554x\ldots\ldots\ldots\ldots(3)$$

كما نلاحظ إن قيمة معامل الارتباط R=0.692 يدل على وجود علاقة طردية مقبولة بين الاستجابة والرضا، ومعامل التحديد R^2=478 وهذا يدل على أن حوالي 48% من تغيرات رضا العملاء تفسرها الاستجابة، وكذلك فإن احتمال الدلالة Sig=0.000 < a=0.05 وهذا يؤكد صلاحية النموذج الخطي حيث أن جميع قيم الجداول تبين قبول قيم المعالم الناتجة، وأنها معنوية عند مستوى دلالة a=0.05، وتؤكد بأن قيم المعادلة الخطية المختارة للتمثيل معنوية بدلالة قيم الاحتمال الناتج عن جدول تحليل التباين، وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استجابة الخدمة المقدمة في مراكز خدمة المواطن ورضا العميل.

اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: تم إجراء اختبار الانحدار الخطي البسيط بين المتغير المستقل(الأمان والثقة) والمتغير التابع(الرضا) وكانت النتائج كما في الجداول الآتية:

جدول (17) ملخص العلاقة بين الأمان والثقة والرضا

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666[a]	.443	.436	.28340

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (18) تحليل التباين للعلاقة بين الأمان والثقة والرضا

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.176	1	5.176	64.445	.000[b]
	Residual	6.505	328	.080		
	Total	11.681	329			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (19) معلمات النموذج بين الأمان والثقة والرضا

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.657	.104		15.906	.000
	الأمان والثقة	.253	.031	.666	8.028	.000

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

من الجداول (19-18-17) السابقة نلاحظ الآتي: إن النموذج المعبر عن العلاقة بين الأمان والثقة والرضا هي من الشكل الخطي وتمثل بالشكل الآتي:

Y=1.657+0.253x.....................................(4)

كما نلاحظ إن قيمة معامل الارتباط R=0.666 يدل على وجود علاقة طردية مقبولة بين الأمان والثقة والرضا، ومعامل التحديد R^2=443 وهذا يدل على أن حوالي 44% من تغيرات رضا العملاء تفسرها الأمان والثقة، وكذلك فإن احتمال الدلالة Sig=0.000 < a=0.05 وهذا يؤكد صلاحية النموذج الخطي حيث أن جميع قيم الجداول تبين قبول قيم المعالم الناتجة، وأنها معنوية عند مستوى دلالة a=0.05، وتؤكد بأن قيم المعادلة الخطية المختارة للتمثيل معنوية بدلالة قيم الاحتمال الناتج عن جدول تحليل التباين، وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الرابعة ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأمان والثقة في الخدمة المقدمة في مراكز خدمة المواطن ورضا العميل.

اختبار الفرضية الفرعية الخامسة: تم إجراء اختبار الانحدار الخطي بين المتغير التابع(الرضا) والمتغير المستقل(التعاطف) وكانت النتائج كما في الجداول الآتية:

جدول (20) ملخص العلاقة بين التعاطف والرضا

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.465[a]	.217	.207	.33611

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (21) تحليل التباين للعلاقة بين التعاطف والرضا

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.530	1	2.530	22.399	.000[b]
	Residual	9.151	328	.113		
	Total	11.681	329			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (22) معلمات النموذج بين التعاطف والرضا

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.011	.101		19.963	.000
	التعاطف	.185	.039	.465	4.733	.000

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

من الجداول (22-21-20) السابقة نلاحظ الآتي: إن النموذج المعبر عن العلاقة بين التعاطف والرضا هي من الشكل الخطي وتمثل بالشكل الآتي:

Y=2.011+0.185x.....(5)

كما نلاحظ إن قيمة معامل الارتباط R=0.465 يدل على وجود علاقة طردية ضعيفة بين التعاطف والرضا، ومعامل التحديد R^2=217 وهذا يدل على أن حوالي 22% من تغيرات رضا العملاء يفسرها التعاطف، وكذلك فإن احتمال الدلالة Sig=0.000 < a=0.05 وهذا يؤكد صلاحية النموذج الخطي حيث أن جميع قيم الجداول تبين قبول قيم المعالم الناتجة، وأنها معنوية عند مستوى دلالة a=0.05، وتؤكد بأن قيم المعادلة الخطية المختارة للتمثيل معنوية بدلالة قيم الاحتمال الناتج عن جدول تحليل التباين، وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الخامسة ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاطف في الخدمة المقدمة في مراكز خدمة المواطن ورضا العميل.

اختبار الفرضية الرئيسية: تم إجراء اختبار الانحدار الخطي البسيط بين المتغير المستقل(الجودة) والمتغير التابع(الرضا) وكانت النتائج كما في الجداول الآتية:

جدول (23) ملخص العلاقة بين التعاطف والرضا

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856[a]	.734	.730	.19604

a. Predictors: (Constant), الجودة

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (24) تحليل التباين للعلاقة بين الجودة والرضا

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.568	1	8.568	222.942	.000[b]
	Residual	3.113	328	.038		
	Total	11.681	329			

a. Dependent Variable: الرضا

b. Predictors: (Constant), الجودة

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

جدول (25) معلمات النموذج بين الجودة والرضا

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.684	.121		5.676	.000
	الجودة	.673	.045	.856	14.931	.000

a. Dependent Variable: الرضا

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

من الجداول (24-23-22) السابقة نلاحظ الآتي: إن النموذج المعبر عن العلاقة بين الجودة والرضا هي من الشكل الخطي وتمثل بالشكل الآتي:

Y=0.684+0.673.....(6)

كما نلاحظ إن قيمة معامل الارتباط R=0.856 يدل على وجود علاقة طردية قوية بين الجودة والرضا، ومعامل التحديد R^2=734 وهذا يدل على أن حوالي 75% من تغيرات رضا العملاء تفسرها الجودة، وتدل على أن المعادلة الخطية ذات فعالية جيدة وتمثل العلاقة بين الجودة والرضا تمثيلاً جيداً،

كما إن احتمال الدلالة Sig=0.000 < a=0.05 وهذا يؤكد صلاحية النموذج الخطي حيث أن جميع قيم الجداول تبين قبول قيم المعالم الناتجة، وأنها معنوية عند مستوى دلالة a=0.05، وتؤكد بأن قيم المعادلة الخطية المختارة للتمثيل معنوية بدلالة قيم الاحتمال الناتج عن جدول تحليل التباين، وبالتالي نرفض الفرضية الرئيسية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة المقدمة في مراكز خدمة المواطن ورضا العميل.

النتائج و المناقشة:

1-حصل بعد الملموسية من جودة الخدمة المقدمة في مركز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية على درجة تقييم متوسطة على المقياس المستخدم.

2-حصل بعد الاعتمادية من جودة الخدمة المقدمة في مركز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية على درجة تقييم كبيرة على المقياس المستخدم.

3-حصل بعد الاستجابة من جودة الخدمة المقدمة في مركز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية على درجة تقييم متوسطة على المقياس المستخدم.

4-حصل بعد الأمان من جودة الخدمة المقدمة في مركز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية على درجة تقييم متوسطة على المقياس المستخدم.

5-حصل بعد التعاطف من جودة الخدمة المقدمة في مركز خدمة المواطن في مدينة اللاذقية على درجة تقييم ضعيفة على المقياس المستخدم.

6-حصل الرضا(رضا العملاء) على تقييم متوسط بالمقياس المستخدم.

7-وجود تأثير معنوي للجودة المقدمة بأبعادها الخمسة على رشا العملاء.

الاستنتاجات و التوصيات:

1- ضرورة العمل على رفع سوية جودة الخدمات المقدمة مراكز خدمة المواطن لتصل لسوية توقعات العملاء فيها، من خلال زيادة الاهتمام ببعدي الملموسية والاعتمادية كمرحلة أولى ومن ثم باقي الأبعاد المتبقية. والعمل على تنفيذها من خلال تدريب الكوادر وتوفير التجهيزات اللازمة.

2- العمل على تحسين بعد التعاطف والامان والثقة من خلال تدريب الكوادر البشرية العاملة في مراكز خدمة المواطن بغية رفع جودة الخدمات التي تقدمها وزيادة الاهتمام بالعملاء. من خلال اخضاعهم لدورات تساعد على رفع سويتهم في العمل.

3- العمل على إعداد دراسات دورية لقياس جودة الخدمات المقدمة من وجهة نظر العملاء وقياس الفجوة بين التوقعات والمدركات.

4- العمل على قياس جودة الخدمات المقدمة عن طريق رضا العملاء بالإضافة للطرق الأخرى لقياس مستوى جودة الخدمات المقدمة. من خلال تفعيل دور وحدة دائرة الجودة في المحافظة.

5- تعميم نتائج البحث وتوصياته على كافة مراكز خدمة المواطن في اللاذقية بغية تلافي النواقص والوصول لخدمات بجودة عالية ترضي العملاء.

References:

1. Ahmad ben Eshawee, total Quality Management in service establishment, Researcher journal,No4,p8-10.2006.
2. Abdul Gani and Augustinus Nicolaas Hillebrandes Oroh, .The Effect of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Loki Store. International Conference on Entrepreneurship (ICOEN). P8.2021.
3. Aesha Hfsawe, The impact of the quality of banking services on customer satisfaction, an exploratory study from The point of view of a sample of clients of some banking agencies in Oum El Bouaghi, Master thesis, Oum El Bouaghi university,p .2016.
4. Biljana Angelova, Measuring Customer Satisfaction with Service Quality Using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model),*International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 1, No. 3*,p235-242.2011.
5. N L P Suciptawati, Customer satisfaction analysis based on service quality: case of local credit provider in Bali, Journal of Physics: Conference Series,p2-3,2019.
6. Rajasekhara Mouly Potluri*, Gift Angiating. A Study on Service Quality and Customer Satisfaction in Nigerian Healthcare Sector, Rajasekhara Mouly Potluri, Gift Angiating / International Journal of Industrial Distribution & Business 9-12.P 7-14.2018.
7. Justine Roy Balinado, Yogi Tri Prasetyo, Michael Nayat Young, Satria Fadil Persada ,Bobby Ardiansyah Miraja and Anak Agung Ngurah Perwira Redi .The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in an Automotive After-Sales Service, journal of open innovation: Technology, market, complexity. P7.2021.
8. Achmad Supriyanto, Bambang Budi Wiyono & Burhanuddin Burhanuddin. Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. Cogent Business & Management, 8:1, 1937847, DOI: 10.1080/23311975.2021.1937847,p4.2021.
9. Ali Adei,Application of the Kano model to determine customer satisfaction with Quality of Services - Applied Research in Dora Municipality,Bagdad university, Naster thesis,p48-56.2017.
10.Osama alfaraj, Evaluating the quality of healthcare services in hospitals Higher education in Syria from the point of view of patients: A model for measuring patient satisfaction , Damascus University Journal of Economic and Legal Sciences - Volume 25 - Second Issue – p64.2009.
11. Bassel Asaad ,Habeeb mahmod. Measuring the quality of health service in latakia province patient (failed study of health centers in jahble city) ,Journal of Social Economics Research, Volume3,Issue4.P7.2016.
12.Noor Sad alah, Quality of services and its impact on customer satisfaction, Alsodan university, Master thesis,P51-56.2017.