

تقييم ممارسات جودة أداء خدمات وبرامج العمل الخيري وعلاقتها برضا العملاء بالمملكة العربية السعودية "دراسة تطبيقية"

أ.د/ محمد عبدالله محمد الهنداوي
أستاذ إدارة الأعمال وعميد كلية التجارة - جامعة دمام

ملخص:

تتناول هذه الدراسة الكثف عن تقييم ممارسات جودة وخدمات وبرامج العمل الخيري وعلاقتها برضا العملاء بالمملكة العربية السعودية ، كما أنها تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في التعرف على ما إذا كان هنا كفروق معنوية بين آراء العملاء بالمملكة العربية السعودية محل التطبيق فيما يتعلق بخدمات وبرامج العمل الخيري وفقاً لبعض المتغيرات الديموجرافية (الوظيفة، والنوع، والعمر، والحالة الاجتماعية، ومستوى التعليم، وعدد سنوات الخبرة)، وتحديد أكثر أبعاد جودة الخدمات برضا العملاء تأثيراً على أبعاد العمل الخيري ، والمساهمة في تقديم مجموعة من المقترحات في ضوء نتائج الدراسة، والتي قد تساعد العمل الخيري بالمملكة العربية السعودية محل التطبيق. ويتمثل مجتمع الدراسة في العاملين بالعمل الخيري بالمدينة المنورة والذي يبلغ عددهم ٢٥٠٠ مفردة، وقد قام الباحث بسحب عينة طبقية من هذا المجتمع قوامه ٣٣٥ مفردة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم صياغة مجموعة من الفروض وللتحقق من صحة هذه الفروض استخدم الباحث مجموعة من الأساليب الإحصائية تمثلت في: الوسط الحسابي ، الانحراف المعياري ، معامل ألفا كرونباخ ، تحليل التباين ANOVA. وأسفرت نتائج التحليل الإحصائي عن مجموعة من النتائج أهمها أن هناك اختلاف في ترتيب الأهمية النسبية لأبعاد أداء الخدمات الخيرية بالمملكة، كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن جودة أداء الخدمات الخيرية المالية تفوق مثيلاتها العينية .

Abstract:

This study investigates the evaluation of quality practices, services and programs of charitable work and their relation to customer satisfaction in Saudi Arabia. It also seeks to achieve a set of objectives to identify whether there are significant differences between the opinions of customers in the Kingdom of Saudi Arabia in terms of services and programs of charitable work According to some demographic variables (function, gender, age, social status, level of education, number of years of experience), and determining the most quality dimensions of services with customer satisfaction affect the dimensions of charitable work and contribute to the presentation of a set of proposals in the light of Net The study community consists of 2500 workers in Madinah Al-Munawarah charity. The researcher withdrew a stratified sample of 335 individuals. In order to achieve the objectives of the study, a group of hypotheses To verify the validity of these hypotheses, the researcher used a number of statistical methods: arithmetic mean, standard deviation, alpha kronbach, ANOVA analysis. The results of the statistical analysis revealed a set of results, the most important of which is that there is a difference in the order of the relative importance of the dimensions of the quality of the performance of charitable services in the Kingdom. The results of the study also found that the quality of the performance of charitable financial services outweighs in kind.

التمهيد :

يكتسب العمل الخيري جل اهتمام الجهات الرسمية والشعبية، نظرا لأهميته وارتباطه ببطيئة ذوي الدخل المحدود او عديمي الدخل لاعتبارات عديدة، ومن هذا المنطلق أصبح من المهم أن نبذل مزيدا من الاهتمام بالاعمال الخيرية من مختلف جوانبها، ومن ذلك الاهتمام الرفع من سوية أعمال الجمعيات الخيرية، وتحسين مخرجاتها من خلال اتباع وتطبيق النظم والمعايير الإدارية الناجحة، ومن ضمنها تطبيق مبادئ جودة الخدمة المقدمة، لتحسين الاوضاع الاجتماعية والاقتصادية للجهة المستهدفة تحقيقا لمبدأ التكافل الاجتماعي الذي حث عليه ديننا الحنيف. هذه الدراسة هي محاولة لمعالجة موضوع تقييم ممارسات جودة أداء خدمات وبرامج العمل الخيري وعلاقتها برضا العملاء بالمملكة العربية السعودية اذ تحتل جودة أداء الخدمة المقدمة للعملاء مركز الصدارة لدى منظمات الخدمات التي تسعى للنجاح والاستمرار، ولكي يتحقق المستوى المتميز في أداء الخدمة تحتاج المنظمة إلى إعطاء اهتمام أكبر للموظفين، وللعملاء معا(خضير، ٢٠٠٢، ص٢١٣).

ومع قيام المنظمات الخدمية بتقديم خدماتها، ظهر ما يسمى باقتصاد الخدمات (Service economy) أو مجتمع الخدمات (Service Society)، "أصبح تبني مفهوم ثقافة الجودة مؤشرا أساسيا في الحكم على فعالية الأداء في منظمات الخدمة". (Suuroja, 2003). في حين يعرف (Abbasi, et al., 2011) جودة الخدمة بأنها الفرق بين توقعات العملاء للخدمة و إدراكهم الفعلي لها. انطلاقا من أهمية العمل الخيري للمجتمع السعودي المترامي الأطراف يرى الباحث أن العمل الخيري في المملكة في حاجة لوضع استراتيجيات خدمية مختلفة عن ذي قبل، وذلك نظرا لكبر حجم التحديات التي تواجه تلك الجمعيات، والذي يتزايد تدريجيا للدرجة التي تهدد أنماط عمل تلك الجمعيات في المملكة. وهذا يفسر لماذا برزت التوجهات الكبيرة نحو تدعيم وتقييم دور الجمعيات الخيرية في المملكة. لذا يعتقد الباحث في أن هذه الدراسة تعد أحد الجوانب المهمة لتقديم العون لمديري الجمعيات الخيرية، خصوصا وهم بصدد تنفيذ استراتيجيات العمل الخدمي للتعامل مع المجتمع السعودي، كما يرتبط بكيفية تشغيل (Processing) المدخلات بالمالية الإنسانية للوصول إلى المخرجات المطلوبة، بالجودة المناسبة وفقا للمعايير المحددة مسبقا ومن ثم فإن الباحث يرى أن Service Quality Performance of أداء جودة خدمات المؤسسات في الدارسة الحالية يستخدم للتعبير عن تفاعل مجموعة من المكونات والأنشطة والبرامج الإنسانية الخيرية والأدوات والمرافق والتسهيلات المكانية المرتبطة بجودة المالية الإنسانية المتوافقة مع احتياجات العملاء وأصحاب المصلحة ومحقة لرغباتهم وتطلعاتهم من ناحية أخرى.

أولا: الإطار النظري والدراسات السابقة:

أ- الإطار النظري:

يعرض الباحثان متغيرات البحث من حيث المفهوم والأبعاد في ضوء الدراسات السابقة المتعلقة بها على النحو التالي:

١- جودة الخدمة:

١/١- مفهوم جودة الخدمة:

يعتبر مفهوم الجودة من المفاهيم الإدارية المعاصرة، حيث ظهرت كاستجابة طبيعية للمنافسة بين المؤسسات والشركات محليا ودوليا وذلك في ظل التطور الهائل للمشاريع الإنتاجية على كافة الأصعدة، وفي ظل زيادة الوعي لدى المستهلكين الذين يبدون اهتماما أكبر بالمنتج المنافس وذي الجودة العالية أو الخدمات المتميزة. و من خلال الأبحاث والكتب المتخصصة في هذا المجال برزت عدة تعريفات للجودة، فهناك من عرفها: بأنها مجموعة من المزايا والخصائص الخاصة بالمنتج أو الخدمة والتي تساهم في إشباع رغبات المستهلكين، وتتضمن السعر والأمان والتوفير والموثوقية والاعتمادية وقابلية الاستعمال (Dale.H.Besterfield، 1986 p.1).

وعرفت الجمعية الأمريكية لضبط الجودة: بأنها مجموعة من المزايا وخصائص المنتج أو الخدمة القادرة على تلبية حاجات المستهلكين (Carol-A.Reeves & David. Bender 1994 .PP.41) وينظر بعض الباحثين والإداريين للجودة من خلال ثلاث محاور: جودة التصميم، وهي مواصفات الجودة التي يتم رسمها عند تصميم الخدمة، والثانية: جودة الإنتاج وهي عبارة عن المواصفات التي تتحقق خلال الإنتاجية والثالثة: جودة الأداء التي تظهر للمستهلك عن الاستخدام الفعلي للمنتج بالإضافة إلى التركيز على الجودة أثناء التقييم للمنتج.

٢/١- أهداف الجودة:

إن الهدف من تطبيق اسس الجودة في مجالات الاعمال الخيرية والتطوعية يتركز على المخرجات المتمثلة في الخدمة، فالجمعية الخيرية بمختلف مكوناتها تسعى للخروج بخدمة مميزة لتكسب رضا المستفيد، وتحقيق الأهداف الاجتماعية، بإشاعة ثقافة العمل الجاد وتحقيق الجودة في جميع المراحل، وتكوين بيئة داعمة للتطوير المستمر، وتقليل المهام التي تكون بلا جدوى ومتكررة، وزيادة موارد الجمعية: من خلال تنفيذ برامج الجودة نقضي على الهدر ونخفض التكاليف ونسهم في جذب المتبرعين واقتناعهم بالبرامج الفاعلة على أرض الواقع، وتحقيق أهداف الجمعية بتقليص دوائر الفقر ورفع وتحسين المستوى المعيشي للمستفيدين، وتعاطف المجتمع بمختلف فئاته وطبقاته وبالتالي الحصول على أنواع مختلفة من الدعم وزيادة مستويات التعاون.

٣/١- متطلبات تطبيق الجودة:

من متطلبات الجودة خطوات تسبق البدء بتطبيقها في الجمعية الخيرية حتى يمكن إعداد موظفيها على تقبل واستيعاب الفكرة، ومن ثم السعي نحو تحقيقها بفاعلية، وحصر وتحقيق نتائجها المرغوبة، ومن أهم هذه المتطلبات:

■ غرس الفكرة في ثقافة الجمعية الخيرية .

إن تحقيق الجودة هي عملية نتاج مشترك ينطلق من ثقافة العاملين في المؤسسة ولذا من المهم أن تتوافر لدى العاملين بالمؤسسة قناعة بأهمية تطبيق مفاهيم واسس الجودة، ويمكن أن تتم من خلال تسويق وتوضيح مفهوم الجودة وفوائدها المنكسرة على المؤسسة عن طريق المحاضرات أو ورش العمل والكورسات التدريبية، ومن المفيد جداً اطلاع العاملين في هذا المجال على تجارب المؤسسات الخيرية الناجحة/دروس مستفادة في تطبيق مفاهيم واسس الجودة.

■ التعليم والتدريب.

تتطلب الجودة إيجاد المعايير وطرق التنفيذ، ولكونها مسلك إداري جديد التطبيق بالجمعيات ولكي يكون هذا التطبيق بشكل صحيح فلا بد من تبني برامج تدريب العاملين بالمنظمة على أساليب وأدوات تطبيق الجودة، على أن يراعى في البرامج التدريبية تناسبها مع متطلبات كل مستوى حسب

ارتباطهم ببرنامج تطبيق الجودة سواء في رسم الاستراتيجيات بالنسبة للإدارات العليا أو في التطبيق والأساليب الفنية للهيئات الإدارية والموظفين الأجريين أو بقية اللجان.

■ الاستعانة بالاستشاريين .

عند تبني الجودة في جمعية خيرية تطوعية فإنه من الضروري الاستعانة بالخبرات من مستشارين، وإخصائين ومؤسسات متخصصة لتدعيم خبرة الجمعية أو المؤسسة ومساعدتها لضمان انتهاجها الأسس السليمة و التطبيق الصحيح، وللمساهمة في حل المشاكل الحالية والمتوقعة التي ستنشأ وخاصة في المراحل الأولى للتطبيق.

■ التشجيع والتحفيز.

إن عملية تقدير الموظف أو المستخدم مقابل قيامه بعمل مميز سيؤدي حتماً إلى تشجيعهم، وزرع الثقة لديهم، مع تدعيم هذا الأداء كما و سيسهم بشكل كبير في تطوير برامج الجودة الشاملة في الجمعية فمن المهم تعزيز هذا الحماس من خلال الحوافز التشجيعية سواء المالية أو المعنوية وتنمية الشعور بالولاء للمؤسسة وبأهمية الدور الموكل إليهم في تطبيق برامج الجودة.

■ الإشراف والمتابعة.

من ضمن أسس تطبيق برنامج الجودة الإشراف على فرق العمل وكذلك الإشراف على عمليات التنسيق بين مختلف الإدارات، لمتابعة الإنجازات، وتعديل أي مسار خاطئ وتقويمه إذا تطلب الأمر.

٢- رضا العميل:

١/٢ - مفهوم رضا العميل:

يوجد أكثر من تعريف لرضا العميل فيعرف أحد الباحثين رضا العميل على أنه ناتج هام للمقارنة الشخصية للعميل لمستويات الخصائص المتوقعة بالخصائص المدركة للمنتج وذلك لبيان مدى التطابق بين الخصائص المتوقعة والخصائص المدركة ومدى الاختلاف بينهما .

وأن رضا العميل له علاقة هامة على رفاهية العميل ، وهذا دعى أحد الباحثين إلى القول بأن رضا العميل يجب أن يدخل في تعريف مفيد لرفاهية للعميل ولهذا فإن رضا العميل هو أحد وسائل تحقيق الرفاهية بجانب عدة عوامل أخرى ورضا العميل له تأثير على كثير من جوانب الحياة وهذا ما يدعونا إلى القول بأن رضا العميل عن الكثير من السلع والخدمات يؤدي في النهاية إلى الرضا عن الحياة وبمعنى آخر أنه يزيد ويدعم جودة الحياة لدى العميل .

كما أشارت ليلي مازن (١٩٩٥) إلى أن العملاء يضعون توقعات معينة عن قدرة الخدمة على اشباع حاجاتهم فإذا تحققت هذه التوقعات كانت النتيجة رضا العميل ، فالرضا ما هو الاستجابة شعورية لعملية تقييم تجربة العميل الخدمة لذلك فإن للرضا خمسة عناصر هي التوقعات - الأداء - المقارنة - التأكد / عدم التأكد - التعارض .

٢/٢ - نماذج رضا العميل:

يمكن تفسير رضا العميل بعدة أشكال وذلك وفقاً للنموذج المستخدم في تفسير الرضا وهي:

(١) النموذج الإدراكي:

يدرس هذا النموذج الرضا على أساس أنه الفرق المدرك بين الخصائص المتوقعة للخدمة أو الخدمة والخصائص المدركة وكلما زاد الفرق بينهما زاد رضا العميل أي أن الخصائص المدركة

للمنتج تكون أكثر من الخصائص المتوقعة أما إذا قلت الفوارق بينهما فإن الرضاء يقل إلى أن يصل إلى
عدم رضاء العميل إذا كانت الخصائص المتوقعة أكثر من الخصائص المدركة .
٢) النموذج الاقتصادي:

يتحدد رضاء العميل وفق هذا النموذج الاقتصادي على أساس أن الفائض وفائض العميل يتحدد
بالفرق المدرك بين العمر الذي يكون العميل على استعداد لدفعه عند حصوله على الخدمة أو الخدمة التي
يحتاج لها العميل وبين السعر الفعلي الذي تحدده قوى العرض والطلب ووفق هذا النموذج فإن رضاء
العميل يزداد عند زيادة الفائضين .

٣) النموذج الوجداني :

إن رضا العميل وفق هذا النموذج ليس مجرد تقييم السلعي على أساس الدوافع العقلية فقط ، بل
أيضاً على أساس بعض الدوافع العاطفية مثل الشعور بالذات والطموح والوصول إلى مركز مرموق ،
وحب التفاخر ... الخ ويقاس رضا العميل على أساس بعض المتغيرات الشخصية والسيكولوجية التي
تؤثر في الاتجاه ناحية السلع والخدمات .

٤) النموذج الاتصالي الوجداني :

يفسر رضا العميل وفق هذا النموذج كنتيجة لبعض الرسائل التي يتلقاها العميل من الأفراد
والجماعات التي ينتمي إليها ، أو من خلال الاتصالات الرسمية مثل الإعلانات ، ورجال البيع ، حيث أن
ذلك يؤثر توقعات العميل نحو الإنتاج .

٢- واقع خدمات وبرامج العمل الخيري الراهن في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية

١/٣- نشأة الجمعيات الخيرية بالمملكة:

انبثق العمل الخيري من منطلقات دينية أوجبت مساعدة الضعفاء والمحتاجين وتتابعته على
مستوى الأفراد والجماعات القائمين على تعزيز العمل الخيري ببذل الجهود وتقديم الدعم المادي
والاعانات في اوقات الازمة، الحرب، والاحتياجات الصحية والاجتماعية والخيرية، وفي بادئ الامر
كانت الاعمال الخيرية تنبثق من اساس الكرم والاخلاق الحميدة وكذلك حسن الضيافة لدى العرب بشكل
عام، بعدها جاءت الرساله المحمدية العظيمة ودعمت هذه التوجهات وعززتها فقال رسوا الله صلى الله
عليه وسلم "انما بعثت لاثمم مكارم الاخلاق"، فكانت استراتيجية شاملة تحث على تنوع في الرعاية
الاجتماعية من خلال اعمال الخير مثل: رعاية الايتام، البر بالوالدين، الصدقة، الوقف الخيري، الزكاة
للفقراء والمحتاجين والعاملين عليها وفي الرقاب والمدينون وفي سبيل الله والمسافر وتقديم اعمال الخير
وبرامج العمل الخيري لكل من هو بحاجة وهو داخل الاراضي الاسلامية ، وبدات اساليب الاعمال
الخيرية المنبثقة عن توجهات الخدمة الاجتماعية بالوصول الى اساليب رعاية خيرية حديثة وانتشات
مؤسسات متخصصة في مجالات الاعمال الخيرية وباشراف حكومي وبموجب قوانين وانظمة سنت لهذه
الغايات والاهداف المشروعة والتي تتواءم مع مبادئ حقوق الانسان التي هي من صميم رؤى ورسالة
النظام الحاكم في المملكة العربية السعودية والتي تولي جل الاهتمام لرعاية المواطنين والوقوف على
احتياجات كل من هم بحاجة الى الدعم والمسانده لتخطي الازمات بمختلف اشكالها وانواعها.

٢/٣- أهداف الجمعيات الخيرية:

ان العمل الخيري في الاسلام لا يقف على عملية جباية وتلقي الاموال من زكاة وجباية وغيرها وتوزيعها توزيعا مباشرا ومن ثم التوقف والانتظار...بل، هناك السبل الاقتصادية المستقيمة والحكيمة والمضمونة التي تعمل على تعزيز تنمية هذه الاموال ، مع الاحتفاظ باصول مالية تستطيع استنهاض المجتمعات المترجعة من كبواتها وازماتها. (د.صنهاء العتيبي، ٢٠١٤، ص٩).

حددت المادة الثانية في لائحة الجمعيات والمؤسسات الخيرية أهداف الجمعيات الخيرية بأنها: (تهدف إلى تقديم الخدمات الاجتماعية نقدا وعينا والخدمات الخيرية أو الثقافية أو الصحية مما له علاقة بالخدمات الإنسانية دون أن يكون هدفها الحصول على الربح المادي،، ولكن معظم هذه الأهداف بحسب طبيعة عمل الجمعيات الخيرية - باستثناء الجمعيات المتخصصة - موجهة لمساعدة الفقراء والمحتاجين بمختلف شرائحهم.

تعتبر اهداف الجمعيات الخيرية متنوعة بمساعي تهدف الى سد حاجات المجتمع. يمكن اعتبار اهداف جمعيات النفع العام مؤشرا ومدخلا لدراسة حاجات المجتمع وافراده، كما انها من ناحية اخرى تعبر عن المفهوم السائد على الصعيد المحلي للعمل الاجتماعي الخيري. (النجار، ١٩٨٨، ص٢٩).

ب- الدراسات السابقة:

- توجد دراسات متعددة ومتنوعة، ترتبط بالعمل الخيري، رتب الباحث هذه الدراسات ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم وذلك على النحو التالي :
- (Ansary, Jayashree and Malavizhi, 2014) تم تحديد خمسة أبعاد لقياس جودة أداء الخدمة في الصناعات الخدمية و تتضمن على ٢٢ بند ، وهذه الأبعاد هي الملموسية و الأمان و الإستجابة و التعاطف و الإعتمادية ، ويمكن توضيحهم كما يلي:
- ١- الملموسية Tangibles : و تشير إلى مظهر التسهيلات المادية و المعدات و الموظفين و وسائل الإتصال ، ويشكل هذا البعد إنطباع مباشر لأراء العملاء تجاه المنظمة ، كما يؤثر على العلاقات المستقبلية بين العملاء و المنظمة .
 - ٢- الأمان Assurance : و يشير هذا البعد إلى معلومات و كياسة الموظف و مدى قدرته على إيصال الثقة و الإطمئنان إلى العميل .
 - ٣- الإستجابة Responsiveness : وتعني إستعداد المنظمة لمساعدة العملاء و إمدادهم بخدمات فورية.
 - ٤- التعاطف Empathy : و يشير إلى الإهتمام الشخصي و فهم الموظف لإحتياجات كل عميل ، ويؤدي التعاطف إلى شعور العملاء بإهتمام و حرص المنظمة بهم أثناء تقديم الخدمة .
 - ٥- الإعتمادية Reliability : و تشير إلى القدرة على أداء الخدمات الموعودة في الوقت المحدد بدقة وبشكل يعتمد عليه .

في حين استهدفت دراسة (رشاد ، ٢٠٠٦) التأكد من أن جودة المخرجات محددا هاما من الجودة الكلية المدركة عن الخدمة ، وتحديد أكثر أبعاد الخدمة تأثيرا في جودتها ، توصلت الدراسة إلى أن جودة المخرجات محددا هاما وذا دلالة إحصائية في التأثير الجودة الكلية المدركة عن الخدمة ، كما أشارت النتائج إلى اختلاف تأثير جودة المخرجات على إدراك العملاء للجودة الكلية المدركة على مستوى كل صناعة على حده ، وأخيرا توصلت نتائج الدراسة إلى أن أبعاد جودة العمليات لم تكن جميعها ذات دلالة معنوية في تحديد الجودة الكلية لبعض قطاعات الخدمات موضع الدراسة .

أما دراسة (الجوير، ٢٠٠٤) استهدفت تفويم دار رعاية المسنين لتحديد مدى مساهمتها في إشباع احتياجاتهم ومواجهة مشكلاتهم مع التركيز على الممارسات المهنية للخدمة الاجتماعية في مجال رعاية المسنين والتعرف على المشكلات والصعوبات التي تؤثر سلباً على فعالية الخدمات وكفاءة الدار في القيام بوظائفها . وتوصلت الدراسة إلى ما يلي :

- برامج وخدمات مؤسسات رعاية المسنين تساهم بدرجة كبيرة أو متوسطة في إشباع احتياجات المسنين وحل مشكلاتهم .
- مدى وضوح الإدارية اللازمة للحصول على الخدمات واضحة ومعلنة من العوامل التي تسهم في نجاح تلك المؤسسات في تأدية عملها .
- هناك علاقة ارتباط إيجابية بين فعالية الممارسات المهنية للعاملين بالمؤسسات الخيرية وإشباع احتياجات المسنين وحل مشكلاتهم .
- يؤثر نقص الموارد المالية والمادية اللازمة لتوفير المعيشة والرعاية في مدى جودة انعكس على مستوى الحوافز مما ينعكس مع أداء تلك المؤسسات لعملها .

واتجهت دراسة (الفضلي، ٢٠٠٤) والتي كانت بعنوان: المنظمات الأهلية والدور الاجتماعي حالة المنظمات الخيرية الدعوية والأمن الاجتماعي إلى تناول العلاقة بين المنظمات الخيرية والأمن الاجتماعي باستعراض أكثر الأمراض والأفات التي قد تهدد الأمن الاجتماعي. وتوصلت إلى السعي لبناء استراتيجيات عمل تحدد فيها الرؤية الخاصة بالمؤسسات الخيرية والرسالة التي من أجلها أنشأت وغاياتها الكبرى والمشاريع التنموية اللازمة لتحقيق هذه الغايات والسياسات المرجعية التي تحكمها في عملها،

وكانت دراسة (نسيرة، ٢٠٠٣) بعنوان: الجمعيات الخيرية والإنسانية الإسلامية في مصر : دراسة نظرية وميدانية. حاولت هذه الدراسة إبراز مدى عمق المكون الديني في العمل الأهلي الإسلامي في مصر ومدى فعاليته وأثره الاجتماعي والخيري والإنساني ورواه المعتدلة ومشاكله الخاصة في ظل الحملة الهوجاء ضده، والمعقولة التوحيدية التي ترى الكل واحداً في عدم قدرته على إدراك الاختلاف والتنوع .

١- المناخ الأمني السائد: مع النظرة المرتابة والمتشككة من جهة السلطة للمجتمع المدني سواء في علاقاته الدولية (منظمات حقوق الإنسان) أو في علاقاته بحركة الإسلام السياسي (الجمعيات الأهلية الإسلامية) خاصة بعد عديد من التهم في هذا الاتجاه.

٢- التعقيدات الإدارية والبيروقراطية لمثل هذه الأنواع من البحث، الذي يحتاج لمواقفة الجهات الإدارية والأمنية عليه، وهو ما لا يحدث غالباً إذا قام به فرد واحد أو منظمة مدنية معينة .

٣- عدم إمكان الشفافية سواء من خشية كثير من الاعضاء من التحرك بعيداً عن الجهات الإدارية أو الهاجس الأمني المسيطر عليهم أو المشاكل الداخلية التي تخشى نشرها. وتوصلت الدراسة إلى أن الجمعيات النشيطة تغلبت على مشكلتي العلاقة مع الدولة ومع التمويل عن طريق ما يلي كما جدها أحد العاملين بجمعية خيرية وهي:-

- الرأي في عمل الجمعية : ٨٠% من النشطاء أبدى إعجابه بعمل الجمعية، وأجمع أكثر من ٥٨% على العائق البيروقراطي لعمل الجمعية وأهمية إزالتها من أجل تفعيله.. وأضاف البعض الآخر نسبة

١٥% ضرورة إلغاء قانون الطوارئ والإصلاح القانوني لقانون الجمعيات كما ركز ٢٠% علي ضرورة إرجاع المساجد.

أما دراسة (الإمام، ٢٠٠٣) فأتجهت الى قياس جودة أداء الخدمة باستخدام مقياس التوقعات والذي يطلق عليه (SERVQUA) مقياس الأداء (SERVPERF)، كما استهدفت الدراسة التعرف على إدراك العوامل المحددة لجودة الخدمة الصحية، وبيان الأهمية النسبية لهذه الأبعاد، باستخدام مقياسي SERVQUAL (الجودة = الأداء - التوقعات) وSERVPERF (الجودة = الأداء) وقد اعتمدت الدراسة على خمسة أبعاد لقياس جودة الخدمة هي: الجوانب الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف وقد توصلت نتائج الدراسة أن قياس جودة الخدمة الصحية باستخدام مقياس SERVPERF (الجودة = الأداء)، كما يعطى نتائج أفضل حيث أنه يفسر قدراً أكبر من التباين في جودة الخدمة الصحية سواء في المستشفيات الجامعية أو الخاصة.

ثانياً: مشكلة البحث:

بمراجعة الدراسات السابقة لجودة أداء الخدمة، وكذا قيام الباحث بدراسة استطلاعية لمجموعة من عملاء الجمعيات الخيرية، وكذا في هذا المجال تبين وجود بعض جوانب القصور في جودة أداء الخدمة الإنسانية. وأهم هذه الجوانب ما يلي:

- ١- اختلاف مفهوم جودة أداء الخدمة الإنسانية لدى معظم العملاء، فمنهم من يرى أنها جودة التعامل مع العملاء، والبعض الآخر يرى أنها الجودة المادية للأجهزة والأماكن.
 - ٢- ضعف إدراك العملاء بالأبعاد التي تعكس جودة أداء الخدمة الإنسانية وهو ما يشير إلى عدم قيام كثير من فروع الجمعيات الخيرية بنشر ثقافة الجودة بين عملاءها.
 - ٣- رغم إدراك إدارة فروع الجمعيات الخيرية لأهمية جودة أداء الخدمة الإنسانية فإنها لا تبذل الجهد الكافي للتعرف على جوانب القصور في جودة أداء الخدمة الإنسانية المقدمة، فهي تعتقد بأنها تقدم خدمة جيدة لعملائها.
 - ٤- توجد جوانب سلبية عديدة في الخدمة الإنسانية من وجهة نظر العملاء في تلك الفروع ومنها: طول فترة انتظار العملاء للحصول على الخدمة، المعاملة غير العادلة لمقدمي الخدمة للعملاء، حدوث أخطاء أحياناً في تقديم الخدمة.
- كل الحقائق السابقة تجعلنا نتبين أن مشكلة البحث تتمثل فيما يلي :-

على الرغم من أهمية الدور المتزايد للعمل الخيري في المملكة لتقديم برامج شتى للمستفيدين منها إلا أن لا توجد دراسة ميدانية متكاملة لتقييم دور الجمعيات والمؤسسات الخيرية في المملكة مما ساهم في وجود عدم وضوح بمدى نجاح البرامج والمسئوليات التي تتحملها في مواجهة المجتمع السعودي. ويمكن وضع مشكلة الدراسة في التساولين التاليين:

- ١- ما مدى قيام الجمعيات الخيرية باعتبارها أحد مؤسسات العمل الخيري لتقديم الرعاية بتقييم ممارسات جودة أداء الخدمات الإنسانية المقدمة للمستفيدين منها؟
- ٢- وما مدى نجاح البرامج التي تقدمها الجمعيات الخيرية في المجتمع السعودي في مواجهة العملاء منها؟

ثالثاً: أهداف البحث:

في ضوء مشكلة البحث، فإن هذا البحث يسعى لتحقيق الأهداف التالية :

- ١- التعرف على الواقع الحالي لممارسات الجمعيات الخيرية فيما يتعلق بجودة أداء خدماتها.
- ٢- ترتيب الأهمية النسبية لأبعاد جودة أداء الخدمة الإنسانية في الجمعيات الخيرية وذلك من وجهة نظر العملاء.
- ٣- تحديد العلاقة بين جودة أداء خدمة الجمعيات الخيرية ورضا العملاء.
- ٤- تحديد تأثير طبيعة برنامج الجمعيات الخيرية من حيث كونها برامج (مالية - عينية) بشأن أبعاد جودة أداء الخدمة الإنسانية.
- ٥- تقديم مجموعة من التوصيات وفقا لما سيتم التوصل إليه بالشكل الذي يسهم في تحسين جودة أداء الخدمة الإنسانية في الجمعيات الخيرية.

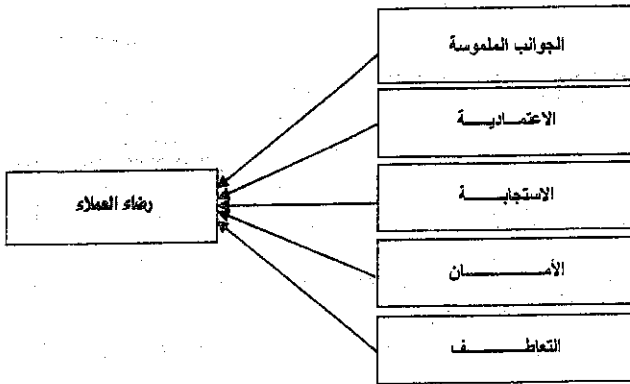
رابعاً: فروض البحث:

في ضوء مشكلة وأهداف البحث، يسعى هذا البحث إلى التحقق من مدى صحة الفروض، وقد أمكن صياغته فروض البحث على النحو التالي:

- ١- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط آراء عملاء الجمعيات الخيرية لأبعاد جودة أداء الخدمة فيما يتعلق بكونها برامج (مالية - عينية).
- ٢- لا يوجد تأثير معنوي لأبعاد جودة أداء الخدمة للجمعيات الخيرية على رضا عملائها.
- ٣- لا تختلف الأهمية النسبية لأبعاد جودة أداء خدمة الجمعيات الخيرية.

النموذج المقترح لمتغيرات البحث:

أبعاد جودة أداء الخدمة للجمعيات الخيرية



شكل رقم (١)

العلاقة بين أبعاد جودة أداء خدمات الجمعيات الخيرية ورضا العملاء

المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على الدراسات السابقة

خامساً: أهمية البحث:

ويمكن إبراز أهمية هذا البحث في النقاط التالية:

- ١- معرفة أسباب إخفاق الجمعيات الخيرية في دخول أعضاء وممولين جدد ، وهي أحد الجوانب الأساسية للعمل بتلك الجمعيات .
- ٢- علي خلاف الدراسات السابقة فإن هذه الدراسة تقيم الدور المهم الذي يمكن أن تلعبه الجمعيات الخيرية في خدمة المجتمع السعودي ، ومن ثم الأداء الخدمي لها .
- ٣- المساهمة في سد النقص الواضح في البحوث الميدانية فيما يتعلق بتقييم دور الجمعيات الخيرية في خدمة العملاء بالمملكة .
- ٤- ترشيد اتخاذ قرارات الجمعيات الخيرية بالمملكة ، وذلك فيما يتعلق بالتعامل مع البرامج الموجهة لخدمة العملاء المجتمع السعودي ومن توجيه الدعم للمستفيدين الحقيقيين .

سادساً: أسلوب البحث:

أ - أنواع ومصادر البيانات:

يعتمد الباحثان في هذا البحث على نوعين من البيانات هما:

- ١- بيانات ثانوية : ستمثل في أعداد العملاء في منطقة المدينة المنورة ، وسيتم الحصول عليها من النشرة الإحصائية للجمعيات الخيرية والخاصة بالأعداد المقيدة من البرامج والجهات المستفيدة.
- ٢- بيانات أولية : تم جمعها عن طريق قائمة استبيان ستوجه للمستفيدين ، وستتضمن القائمة أربعة أسئلة وهي : الأول : عناصر جودة أداء الخدمة ، والثاني : سؤال يطلب فيه من المستفيد توضيح انطباعاته العامة عن جودة أداء الخدمة للجمعيات الخيرية والثالث : درجة شعور العملاء بالرضا عن جودة أداء الخدمة خدمات الجمعيات الخيرية ، والرابع : نوع البرنامج المقدم من الجمعيات الخيرية (نقدى - عيني) .

ب- مجتمع وعينة البحث:

تمثل مجتمع البحث في العملاء في منطقة المدينة المنورة ، وسيعتمد الباحث في تحديد حجم العينة من العملاء على المعادلة التالية :

$$\text{حجم العينة} = \frac{U^2 \times L \times (1 - L)}{d^2}$$

U = الدرجة المعيارية المقابلة لمعامل الثقة الذي تم اختياره وهو ٩٥% .

L = نسبة توافر الخاصية في المجتمع ولصعوبة قياسها نفترض أنها تمثل ٥٠% .

d = مستوى المعنوية المسموح به في النتائج وهو ٥% .

$$\text{حجم العينة} = \frac{(1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 384}{(0.05)^2}$$

ج - أداة البحث:

تضمنت أداة البحث عدة أسئلة يمكن من خلالها قياس المتغير المستقل: جودة أداء خدمة الجمعيات الخيرية ، والمتغير التابع: رضا العملاء عن جودة أداء الخدمة ، وفيما يلي طريقة قياس كل متغير:

١- قياس جودة أداء الخدمة:

تم الاعتماد على مقياس (SERVPERF) وذلك لقياس جودة أداء الخدمة في الجمعيات الخيرية ، وتعكس عبارات هذا المقياس الأبعاد الخمسة لجودة أداء الخدمة وهي: الاعتمادية والأمان والتعاطف والاستجابة والجوانب الملموسة كما حددها (رشاد ، ٢٠٠٦ و الإمام ، ٢٠٠٣ ، Cronin & Taylor) (Parasuraman et al., 1990) ، (Rust and Oliver 1994, 1992). ويتضمن المقياس (١٨) عبارة تغطي العناصر الفرعية للأبعاد الخمسة الأصلية. والأبعاد الخمسة لجودة أداء الخدمة هي: الجوانب الملموسة (٣ عبارات) ، الاعتمادية (٤ عبارات) ، الاستجابة (٤ عبارات) ، الأمان (٤ عبارات) ، التعاطف (٣ عبارات) وطلب من كل مستفيد أن يحدد التقدير المناسب على مقياس ليكرت الخماسي، وفيما يلي الأنشطة المميزة لأبعاد قياس جودة أداء خدمة الجمعيات والمؤسسات الخيرية:

(١) الجوانب الملموسة Tangibles: وتشير إلى الانطباع الذي يأخذه المستفيد عن الجمعية الخيرية من حيث الجوانب الظاهرية وتقاس من خلال العناصر التالية:

١- حداثة المعدات والأجهزة .

٢- مظهر العاملين .

٣- مناسبة التجهيزات المادية .

(٢) الاعتمادية Reliability: وتشير إلى درجة الوثوق في أداء الخدمة وتقديمها بشكل صحيح ومن أول مرة ، وتقاس من خلال العناصر التالية:

١- الأداء الصحيح للخدمة .

٢- توافر العدد الكافي لمقدمي الخدمة .

٣- إجراءات التعامل بالجمعية .

٤- الحرص على حل مشكلات المستفيد .

(٣) الاستجابة Responsiveness: وتشير إلى سرعة استجابة العاملين في الجمعيات الخيرية إلى العملاء في تقديم الخدمات التي يطلبونها ، وتقاس من خلال العناصر التالية:

١- سرعة تقديم الخدمة .

٢- عناية العاملين .

٣- الرد السريع على أسئلة المستفيد .

(٤) المهارة والأمان Assurance : وتشير إلى امتلاك العاملين في الجمعيات الخيرية إلى المهارات في تقديم الخدمة ، وكذا المحافظة على سرية معلومات المستفيد ، وتقاس من خلال العناصر التالية :

١- مهارة العاملين .

٢- شعور المستفيد بالأمان مع الجمعيات الخيرية .

٣- متابعة حالة المستفيد .

٤- خصوصية معلومات المستفيد .

(٥) التعاطف Empathy: وتشير إلى التعامل من خلال البعد الإنساني مع المستفيد وتقدير ظروفهم ، وتقاس من خلال العناصر التالية :

١- تقدير ظروف المستفيد .

٢- دائماً مصلحة المستفيد أولاً .

٣- الصداقة والود في التعامل مع المستفيد .

٢- الجودة الكلية عن الخدمة Overall Service Quality :

تم قياس الجودة الكلية لأداء الخدمة بسؤال المستقصى منه عن اتجاهاته عن جودة أداء الفعلي الخدمة بصفة عامة ، على مقياس من خمس درجات وهي : ممتازة (٥) ، جيدة (٤) ، متوسطة (٣) ، ضعيفة (٢) ، رديئة للغاية (١). (Carman , 2001) (Brady & Cronin , 2000) ، (رشاد ، ٢٠٠٦ ، والإمام ، ٢٠٠٣ .

٣- تم حساب رضا العملاء عن جودة أداء الخدمة :

بالطلب من المستفيد أن يقيمها وفقاً لما تعامل به مع الهيئة ، بتوضيح درجة الشعور العام بالرضا ، وفقاً لأوزان الرضا التالية : راضى تماماً = ٥ راضى = ٤ محايد = ٣ غير راضى غير راضى تماماً = ١ ، بحيث يعبر الوزن المعطى عن أهميته للفرد ((Liu , et al., 2000) .

وللتحقق من صدق قائمة الإستقصاء قام الباحثان بعرض قائمة الإستقصاء في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من السادة أعضاء العاملين ، وقد تحقق الباحث من ثبات قائمة الإستقصاء من خلال معامل ألفا كرونباخ Cronbach Alpha ، كما تم حساب معاملات الصدق الذاتي والتي تستخدم للتأكد من صدق البناء والمحتوى وتحسب من خلال إيجاد الجذر التربيعي لقيم معامل الثبات كما هو موضح في الجدول رقم (١):

جدول رقم (١)

معامل الثبات لأسئلة قائمة الاستبيان

أبعاد جودة أداء الخدمة	قيمة الثبات	قيمة الصلح
------------------------	-------------	------------

٠.٧٩	٠.٦٥	الاعتمادية
٠.٨٤	٠.٧٥	الاستجابة
٠.٨٧	٠.٧٦	الأمان
٠.٩٣	٠.٨١	التعاطف
٠.٨٤	٠.٧٢	الجوانب الملموسة
٠.٩٢	٠.٨٨	جودة الأداء الكلية والرضا عن الخدمة

المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول رقم (١) أن جميع قيم معاملات ألفا كرونباخ للمقاييس المستخدمة كانت أكبر من ٠.٦٠ وهو الحد الأدنى المقبول لثبات المقياس (Sekaran, 2005). وبالتالي يمكن القول أن قائمة الإستقصاء تتمتع بدرجة عالية من الثبات والصدق وتؤكد صلاحيتها لمراحل التحليل التالية.

د - الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

سوف يعتمد الباحثان في تحليل بيانات البحث واختبار فروضه على عدد من الأساليب الإحصائية حسب نوع البيانات، وباستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، وهذه الأساليب هي: بعض أساليب التحليل الوصفي كالمتوسطات والانحراف المعياري، كما تم استخدام أسلوب التحليل العائلي Factor Analysis لتكوين مجموعات عوامل للمتغيرات البحثية الفرعية، وكذا سيتم استخدام معامل الثبات كرونباخ (Alpha) لأسئلة الاستقصاء (ما يسمى بمعامل الاعتمادية)، وذلك لبحث مدى الاعتماد على نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج.

سابعاً: نتائج البحث واختبار الفروض:

فيما يلي تحليل لبيانات الدراسة ومناقشة النتائج، وقد تم تناولها حسب تسلسل أهداف وفروض البحث كما يلي:

١- استخدام التحليل العائلي لتحديد العوامل الأساسية لجودة الخدمات المالية لعملاء الجمعيات الخيرية:-

- يوضح جدول رقم (٢) متوسط إدراك عملاء الجمعيات الخيرية لجودة أداء الخدمة المالية، والتي تضم خمسة مجموعات أساسية، تضم كل مجموعة عدد من المتغيرات، حيث بلغت نسبة التباين المفسر نحو (٥٥.٢٠%)

جدول رقم (٢)

التحليل العائلي للعوامل الأساسية لجودة أداء الخدمة المالية لعملاء الجمعيات الخيرية

الجوانب الملموسة Tangibles	
٤.٣٥	المتوسط الحسابي

٠,٧٣	الانحراف المعياري	
%٤٤,١٠	نسبة التباين المفسر	
الحد الأدنى: ٤,١٣	الحد الأعلى: ٤,٤٣	تقدير فترة الثقة للمتوسط بدرجة ثقة ٩٥%
١- حداثة المعدات والأجهزة . ٢- مظهر العاملين . ٣- مناسبة التجهيزات المادية .		
اعتمادية Reliability		
٤,٥٣	المتوسط الحسابي	
٠,٧١	الانحراف المعياري	
%١٩,٤٨	نسبة التباين المفسر	
الحد الأدنى: ٤,٣٨	الحد الأعلى: ٤,٦٧	تقدير فترة الثقة للمتوسط بدرجة ثقة ٩٥%
١- الأداء الصحيح للخدمة . ٢- توافر العدد الكافي لمقدمي الخدمة . ٣- إجراءات التعامل بالجمعية الخيرية . ٤- الحرص على حل مشكلات العملاء .		
الاستجابة Responsiveness		
٤,٦٦	المتوسط الحسابي	
٠,٧٣	الانحراف المعياري	
%١٤,٩٨	نسبة التباين المفسر	
الحد الأدنى: ٤,٠٤	الحد الأعلى: ٤,٣٤	تقدير فترة الثقة للمتوسط بدرجة ثقة ٩٥%
١- سرعة تقديم الخدمة . ٢- حماية العاملين . ٣- الرد السريع على طلبات العملاء . ٤- احترام وقت العميل .		

المهارة والأمان Assurance		
٤,٢٧	المتوسط الحسابي	
٠,٨٤	الانحراف المعياري	
%١٢,٨٦	نسبة التباين المفسر	
الحد الأدنى: ٤,١٠	الحد الأعلى: ٤,٤٥	تقدير فترة الثقة للمتوسط بدرجة ثقة ٩٥%
١- مهارة العاملين. ٢- شعور العميل بالأمان. ٣- متابعة حالة العملاء . ٤- خصوصية معلومات العميل.		
التعاطف Empathy		
٤,٢١	المتوسط الحسابي	
٠,٩١	الانحراف المعياري	
%٨,٥٥	نسبة التباين المفسر	
الحد الأدنى: ٤,٠٣	الحد الأعلى: ٤,٤٠	تقدير فترة الثقة للمتوسط بدرجة ثقة ٩٥%
١- تقدير ظروف العميل . ٢- دائماً مصلحة العميل أولاً .		

٣- الصدفة والود في التعامل مع العميل .		
جودة أداء الخدمة الكلية للبرامج المالية الخيرية		
٤.٥٩	المتوسط الحسابي	
٠.٨٥	الانحراف المعياري	
%٥٥.٢٠	نسبة التباين المفسر	
الحد الأدنى: ٤.٣٢	الحد الأعلى: ٤.٦٦	تقدير فترة الثقة للمتوسط بدرجة ثقة ٩٥%

المصدر: نتائج التحليل العاملي باستخدام SPSS.

٢- استخدام التحليل العاملي لتحديد العوامل الأساسية لجودة الخدمات الخيرية لعملاء الجمعيات الخيرية:-

يوضح جدول رقم (٣) متوسط إدراك عملاء الجمعيات الخيرية لجودة أداء الخدمة الخيرية، والتي تضم خمسة مجموعات أساسية، تضم كل مجموعة عدد من المتغيرات، حيث بلغت نسبة التباين المفسر نحو (٥٣.٣٢%) .

جدول رقم (٣)

التحليل العاملي للعوامل الأساسية لجودة أداء الخدمة الخيرية لعملاء الجمعيات الخيرية

الجوانب الملموسة Tangibles		
٤.٤٠	المتوسط الحسابي	
٠.٨٨	الانحراف المعياري	
% ٥٨.٧٦	نسبة التباين المفسر	
الحد الأدنى: ٤.٢١	الحد الأعلى: ٤.٤٥	تقدير فترة الثقة للمتوسط بدرجة ثقة ٩٥%
١- حداثة المعدات والأجهزة . ٢- مظهر العاملين . ٣- مناسبة التجهيزات المادية .		
الاعتمادية Reliability		
٤.٥٣	المتوسط الحسابي	
٠.٧١	الانحراف المعياري	
% ١٤.١٩	نسبة التباين المفسر	
الحد الأدنى: ٣.١١	الحد الأعلى: ٣.٤٥	تقدير فترة الثقة للمتوسط بدرجة ثقة ٩٥%
١- الأداء الصحيح للخدمة . ٢- توافر العدد الكافي لمقدمي الخدمة . ٣- إجراءات التعامل بالجمعية الخيرية . ٤- الحرص على حل مشكلات العملاء .		
الاستجابة Responsiveness		
٣.٧١	المتوسط الحسابي	
١.٠٣	الانحراف المعياري	
% ١٠.١٤	نسبة التباين المفسر	
الحد الأدنى: ٣.٦٦	الحد الأعلى: ٣.٩٥	تقدير فترة الثقة للمتوسط بدرجة ثقة ٩٥%

١- سرعة تقديم الخدمة .	
٢- عالية العاملين .	
٣- الرد السريع على طلبات العملاء .	
٤- احترام وقت العميل .	
Assurance والمهارة والأمان	
٣.٠٧	المتوسط الحسابي
١.٢٦	الانحراف المعياري
% ٩.٦٠	نسبة التباين المفسر
الحد الأدنى: ٢.٨٩	الحد الأعلى: ٣.٢٤
Assurance والمهارة والأمان	
١- مهارة العاملين.	
٢- شعور العميل بالأمان.	
٣- متابعة حالة العملاء .	
٤- خصوصية معلومات العميل.	
Empathy التعاطف	
٣.٥٤	المتوسط الحسابي
١.١٥	الانحراف المعياري
% ٧.٢٧	نسبة التباين المفسر
الحد الأدنى: ٣.٣٩	الحد الأعلى: ٣.٧٠
١- تقدير ظروف العميل .	
٢- دائماً مصلحة العميل أولاً .	
٣- الصداقة والود في التعامل مع العميل .	
جودة أداء الخدمة الكلية للبرامج العينية الخيرية	
٣.٩٧	المتوسط الحسابي
٠.٨٦	الانحراف المعياري
% ٥٣.٣٢	نسبة التباين المفسر

المصدر: نتائج التحليل العائلي باستخدام SPSS .

جدول رقم (٤)

مقارنة نتائج التحليل العائلي لأبعاد جودة أداء الخدمة لعملاء الجمعيات الخيرية

Sig	قيمة F	الترتيب	عملاء الخدمات العينية (ن=١٨٥)	الترتيب	عملاء الخدمات المالية (ن=١٥٠)	أبعاد جودة أداء الخدمة الكلية
٠.٠٦	٣.٤٨	الأول	٤.٤٥	الخامس	٤.٣٥	الجوانب الخمسة
٠.٠٠١	١٠.٥٨	الثاني	٤.٣٢	الأول	٤.٧٣	الاعتمادية
٠.٥٧	٠.٣٦٤	الرابع	٤.١٢	الثاني	٤.٦٦	الاستجابة
٠.٠٠٠	١٤.٩١	الثالث	٤.٣١	الرابع	٤.٤٣	الأمان
١.٧٠	١.٧٠	الخامس	٣.٦٣	الثالث	٤.٤٨	التعاطف

٠.٠٥	٣.٨٤	-	٣.٩٧	-	٤.٥٩	الجودة الكلية
------	------	---	------	---	------	---------------

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS .

وبناء على هذه النتائج السابقة نتضح عدم صحة الفرض الأول الذي يقضي " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط آراء عملاء الخدمات المالية ومتوسط آراء عملاء الخدمات العينية فيما يتعلق بأبعاد جودة الخدمة في الجمعيات الخيرية".

ويمكن تفصيل التحليل السابق على النحو التالي :

أولاً : متوسط إدراك جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية يختلف باختلاف الخدمات المالية والعينية المقدمة لعملاء الجمعيات الخيرية

- يوضح جدول رقم (٥) متوسط إدراك الجوانب الملموسة في جودة أداء الخدمات المالية والعينية في الجمعيات الخيرية ، وحسب إدراك العملاء بعد البعد الخاص بالجوانب الملموسة هو البعد الوحيد الذي لم يسجل فروقاً معنوية بين عملاء الجمعيات الخيرية (المالية والعينية) مما يعنى اتفاق آراء العملاء في نوعي الخدمة في الجمعيات لهذا البعد وذلك فيما يتعلق بالعناصر الفرعية الثلاثة للجوانب الملموسة .

جدول رقم (٥)

متوسط إدراك الجوانب الملموسة في جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية

قيمة (ت)	الاختلاف في المتوسط	المتوسط لمجموعة عملاء الجمعيات الخيرية		الجوانب الملموسة في جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية
		العينية (ن=١٨٥)	المالية (ن=٩٥)	
١.٩٠ -	٠.١٤ -	٤.٤١	٤.٢٦	١- حداثة المعدات والأجهزة .
٠.٥٨	٠.٠٣	٤.٢٦	٤.٢٣	٢- مظهر العاملين.
٠.٤٣ -	٠.١٤ -	٤.٥٠	٤.٣٧	٣- مناسبة التجهيزات المادية .
*١١.٥٦	٠.٠٥	٤.٤٠	٤.٣٥	متوسط الجوانب الملموسة في جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية في المملكة

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS مغنوية عند ٠.٠٥ ،* مغنوية عند ٠.٠١ .

يوضح جدول رقم (٦) متوسط إدراك الاستجابة لجودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية (المالية والعينية) . وأن أعلى فروق معنوية في إدراك جودة أداء الخدمات (المالية والعينية) بين عملاء الجمعيات الخيرية كانت في بُعد الاستجابة ، حيث بلغت قيمة "ت" ١٥.١٦ لبعدها سرعة تقديم الخدمة ،

٨.٨٣ ليعد احترام وقت العميل ، وهذا يعنى وجود نقص واضح في هذين البعدين بالنسبة للخدمات العينية .

جدول رقم (٦)

متوسط إدراك الاستجابة جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية

قيمة (ت)	الاختلاف في المتوسط	المتوسط لمجموعة عملاء الجمعيات الخيرية		العوامل الخاصة بالاستجابة في جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية
		العينية (ن=١٨٥)	المالية (ن=٩٥)	
**١٥.١٦	١.٨٦	٢.٩٧	٤.٨٣	١- سرعة تقديم الخدمة .
**٧.٦٧	٠.٦٧	٣.٩٨	٤.٦٥	٢- عناية العاملين .
**٤.١٨	٠.٤٨	٤.٠٨	٤.٥٦	٣- الرد السريع على معميل العميل .
**٨.٨٣	٠.٧٩	٣.٨٢	٤.٦١	٤- احترام وقت العميل .
**٩.٨٣	٠.٩٥	٣.٧١	٤.٦٦	متوسط العوامل الخاصة بالاستجابة في جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية في المملكة

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS. * معنوية عند ٠.٠٥ ، ** معنوية عند ٠.٠١

يوضح الجدول رقم (٧) متوسط إدراك التعاطف مع العميل لعملاء الجمعيات الخيرية (المالية والعينية) ، ويلاحظ أن البعد الخاص بالتعاطف بعناصره الفرعية الثلاثة قد سجل فروقاً معنوية مرتفعة في إدراك جودة أداء الخدمات بين عملاء الجمعيات الخيرية (المالية والعينية) ، حيث يلاحظ وجود درجة أكبر في تقدير ظروف العميل ، والصدقة والود في التعامل معه ، ووضع مصالحه أولاً في الخدمات المالية عنه في الخدمات العينية.

جدول رقم (٧)

متوسط إدراك التعاطف في جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية

قيمة (ت)	الاختلاف في المتوسط	المتوسط لمجموعة عملاء الجمعيات الخيرية		العوامل الخاصة بالتعاطف في جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية
		العينية (ن=١٨٥)	المالية (ن=١٥٠)	

١- تقدير ظروف العمل .	٤.٩٠	٣.٣١	١.٥٩	**١٣.٢١
٢- دائماً مصلحة العميل أولاً .	٤.٣١	٣.٧٢	٠.٥٦	**٦.١٤
٣- الصداقة والود في التعامل مع العميل .	٤.٥٢	٣.٨٧	٠.٦٥	**٦.٩٣
متوسط العوامل الخاصة بالتعاطف في جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية في المملكة	٤.٥٨	٣.٦٣	٠.٩٥	**٧.٤٢

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS. * معنوية عند ٠.٠٥ ، ** معنوية عند ٠.٠١ .

- يوضح الجدول رقم (٨) متوسط إدراك العملاء لبعدهم الأمان لعملاء الجمعيات الخيرية (المالية والعينية) ، ويلاحظ أن البعد الخاص بالتعاطف بعناصره الفرعية الثلاثة قد سجل فروقاً معنوية مرتفعة في إدراك جودة أداء الخدمات بين عملاء الجمعيات الخيرية في الخدمات المالية عنه في الخدمات العينية ، حيث يلاحظ وجود درجة أكبر في تقدير ظروف العمل ، والصداقة والود في التعامل معه ، ووضع مصالحه أولاً في الخدمات المالية عنه في الخدمات العينية.

جدول رقم (٨)

متوسط إدراك الأمان لجودة أداء الخدمات المالية والعينية لعملاء الجمعيات الخيرية.

قيمة (ت)	الاختلاف في المتوسط	المتوسط لمجموعة عملاء الجمعيات الخيرية		العوامل الخاصة بالأمان في جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية
		العينية (ن=١٨٥)	المالية (ن=١٥٠)	
١.٦٢	٠.١١	٤.٤٥	٤.٥٦	١- مهارة العاملين .
** ٦.٧٠	٠.٦٣	٤.١٧	٤.٨٠	٢- شعور العميل بالأمان في الجمعية .
** ٧.٥١	٠.٦٦	٤.٠٦	٤.٧٢	٣- متابعة حالة العميل .
٠.٤٦	٠.٠٣	٤.٥٨	٤.٦١	٤- خصوصية المعلومات المالية بالعميل .
* ٦.٤١	٠.٣٦	٤.٣١	٤.٦٧	متوسط العوامل الخاصة بالأمان في جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية في المملكة

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS. * معنوية عند ٠.٠٥ ، ** معنوية عند ٠.٠١ .

- يوضح جدول رقم (٩) متوسط إدراك الاعتمادية لجودة أداء الخدمات المالية والعينية لعملاء الجمعيات الخيرية ويلاحظ من التحليل أن كل العناصر تمثل فروق معنوية في متوسط إدراك العملاء لجودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية (المالية والعينية) ، وهذا يعنى وجود نقص واضح في هذا البعد بالنسبة للخدمات العينية .

جدول رقم (٩)

متوسط إدراك الاعتمادية في جودة أداء الخدمات المالية والعينية في الجمعيات الخيرية .

قيمة (ت)	الاختلاف في المتوسط	المتوسط لمجموعة عملاء الجمعيات الخيرية		العوامل الخاصة بالامتدادية في جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية
		العينية (ن=180)	المالية (ن=150)	
**11.86	1.42	3.36	4.78	1- الأداء الصحيح للخدمة .
* 2.42	0.25	4.51	4.76	2- توافر العدد الكافي لمقدمي الخدمة .
**4.95	0.53	4.12	4.65	3- إجراءات التعامل بالجمعية .
**12.78	1.43	3.29	4.72	4- الحرص على حل مشكلات العميل .
*9.21	0.91	3.82	4.73	متوسط العوامل الخاصة بالامتدادية في جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية بالملكة

تطبيق على النتائج السابقة :

أن إدراك عملاء الجمعيات الخيرية للخدمات المالية تعتبر متميزة عن إدراكهم للخدمات العينية، حيث أن متوسطات أبعاد الجودة تجاوزت (4 من نقاط 5) على مقياس ليكرت لكل أبعاد جودة أداء الخدمة . وفي الخدمات العينية فإن عشرة أبعاد فقط هي التي تجاوزت (4) نقاط .

- أخيراً فإن هناك اختلافاً معنوياً في متوسط إدراك الجودة الكلية للخدمة بين عملاء الجمعيات الخيرية للخدمات العينية والمالية ، وكانت قيمة " ت " المحسوبة 9.21 وهي معنوية عن مستوى 0.01 . وتشير المتوسطات إلى ارتفاع متوسط إدراك الجودة الكلية للخدمة المالية عن العينية .

ثانياً : تأثير جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية في رضا العملاء : -

لمعرفة الأهمية النسبية للأبعاد الرئيسية لجودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية لدى عملاء كل من الجمعيات (المالية والعينية) طلب من كل عميل إعطاء الوزن النسبي المناسب للأبعاد الخمسة تبعاً لأهمية كل بعد من وجهة نظره وفقاً لما تم معاملته به داخل الجمعية، وتم حساب متوسط كل بعد ، كما تم حساب قيمة " ت " لاختبار الفروق في المتوسطات بين الأبعاد لعملاء نوعي الجمعيات (المالية والعينية) فيما يتعلق بالأهمية النسبية لأبعاد جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية ، ويوضح الجدول رقم (10) نتائج التحليل .

جدول رقم (10)

تحليل العلاقة بين أبعاد جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية ورضا العملاء

إبعاد جودة أداء الخدمة الكلية	عملاء الجمعيات الخيرية المالية (ن=150)	عملاء الجمعيات الخيرية العينية (ن=180)	التوسط العام	الاختلاف في المتوسط	رضا العملاء	الترتيب	قيمة ثلاث الله
-------------------------------	--	--	--------------	---------------------	-------------	---------	----------------

الاعتمادية	٤.٧٣	٤.٣٢	٤.٥٢	٠.٩١	٠.٨٥	الأول	*١.٥٦
الاستجابة	٤.٦٦	٤.١٢	٤.٣٨	٠.٩٥	٠.٨٤	الثاني	*٢.٨٣
الأمان	٤.٤٣	٤.٣١	٤.٣٥	٠.٣٦	٠.٧٢	الرابع	**٣.٢٦
التعاطف	٤.٤٨	٣.٦٣	٤.١٠	٠.٩٥	٠.٧٢	الخامس	**٣.٤٩
الجوانب الملموسة	٤.٣٥	٤.٤٥	٤.٣٧	- ٠.٠٥	٠.٧٥	الثالث	* ٢.٤٤
الجودة الكلية	٤.٥٩	٣.٩٧	٤.٢٨	-	٠.٨١	-	**٣.٨٨

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS. * معنوية عند ٠.٠٥ ، ** معنوية عند ٠.٠١ .

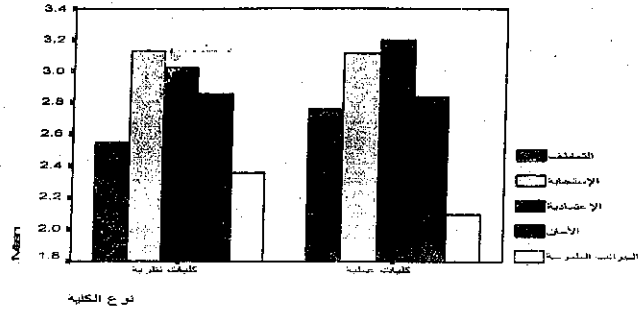
ويتبين من هذا الجدول السابق نتيجتان هما :

١- وقد احتل بعد الاعتمادية الذي يضم الأداء الصحيح للخدمة المركز الأول في الأهمية النسبية ، بينما تعتبر البعد الخاص بالتعاطف أقل من حيث ترتيب الأهمية النسبية ، كما تؤكد نتائج هذا الجدول قوة العلاقة بين محددات جودة الخدمة والجودة الكلية للخدمة وبين رضا العملاء ، حيث أن معاملات الارتباط بالجدول معنوية عند مستوى أقل من ٠.٠٠١ ، وهذا يعكس قوة تأثير هذه المحددات على رضا العملاء . كما يظهر من الجدول أن أقوى العلاقات الارتباطية كانت بين الاعتمادية والرضا (٠.٨٥) ثم بين الجودة الكلية والرضا (٠.٨١) ، لذا تؤكد النتائج السابقة عدم صحة الفرض الثاني للدراسة والذي يقضى بأنه " لا يوجد تأثير معنوي لأبعاد جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية على رضا العملاء"

٢- أن قيم " ت " دالة إحصائياً ، وهذا يعني أن الوزن النسبي المعطى لأبعاد جودة أداء الخدمة لا يختلف بين الخدمات المالية والعينية لعملاء الجمعيات الخيرية، وذلك يثبت عدم صحة الفرض الثالث للدراسة الذي يقضى بأنه " لا تختلف الأهمية النسبية لأبعاد جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية من وجهة نظر العملاء في المملكة " .

على رضا العملاء عن تلك الخدمة .

ويوضح شكل (٢) التحليل السابق .



شكل رقم (٢)

الأهمية النسبية لأبعاد جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية لعملاء الجمعيات الخيرية و عملاء الجمعيات الخيرية المالية

المصدر : نتائج التحليل الإحصائي SPSS

توصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية :

١- تم اختبار معنوية الفروق بين عملاء الجمعيات الخيرية للخدمات المالية والعينية فيما يتعلق بإدراك كل منهما لأبعاد جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية والجودة الكلية، وتبين وجود اختلاف معنوي بين عملاء الجمعيات الخيرية (المالية والعينية) ففى ١٣ عنصراً من ١٨ عنصراً من عناصر جودة أداء الخدمة ، كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن البعد الخاص بالجوانب الملموسة بعناصره الفرعية الثلاثة هو الوحيد الذي لم يسجل فروقاً معنوية بين متوسط آراء العملاء في الخدمات المالية ومتوسط آراء العملاء في الخدمات العينية، كما تبين وجود فروق معنوية فى إدراك الجودة الكلية للخدمة الخيرية.

٢- وبناء على هذه النتائج التي تم التوصل إليها باستخدام اختبار "ت" يتم رفض الفرض الثاني الذي يقضى بعدم وجود فروق معنوية بين نوعى العملاء فى إدراك أبعاد جودة أداء الخدمات في الجمعيات الخيرية ، والجودة الكلية ، حيث تبين أن إدراك عملاء الخدمة المالية لأبعاد الجودة الكلية أكبر من إدراك عملاء الخدمات العينية . وبالتالي تتحقق الوظيفة الرئيسية للجمعيات الخيرية من خلال تقديم الخدمات الجيدة .

ثامناً : التوصيات:

وبناء على النتائج السابقة يمكن تقديم أهم التوصيات التالية :

- א- ארבעה ימים יתקיים... (א) ארבעה ימים יתקיים... (ב) ארבעה ימים יתקיים... (ג) ארבעה ימים יתקיים... (ד) ארבעה ימים יתקיים...

תוספת: שאלות ותשובות:

- 1- ארבעה ימים יתקיים... (א) ארבעה ימים יתקיים... (ב) ארבעה ימים יתקיים... (ג) ארבעה ימים יתקיים... (ד) ארבעה ימים יתקיים...
- 2- ארבעה ימים יתקיים... (א) ארבעה ימים יתקיים... (ב) ארבעה ימים יתקיים... (ג) ארבעה ימים יתקיים... (ד) ארבעה ימים יתקיים...
- 3- ארבעה ימים יתקיים... (א) ארבעה ימים יתקיים... (ב) ארבעה ימים יתקיים... (ג) ארבעה ימים יתקיים... (ד) ארבעה ימים יתקיים...

תשובה: ארבעה ימים יתקיים... (א) ארבעה ימים יתקיים... (ב) ארבעה ימים יתקיים... (ג) ארבעה ימים יתקיים... (ד) ארבעה ימים יתקיים...

1- ארבעה ימים יתקיים... (א) ארבעה ימים יתקיים... (ב) ארבעה ימים יתקיים... (ג) ארבעה ימים יתקיים... (ד) ארבעה ימים יתקיים...

... 1001, 111-112, ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

...

... 111-112 ...

... 111-112 ...

- Prajogo, D.I. & Cooper, B.K. (2010) 'The effect of people-related TQM practices on job satisfaction: a hierarchical model', *Production Planning and Control*, vol. 21, no. 1, pp. 26-35.
- Srikanthan, G, (2007) "A conceptual overview of a holistic model for quality in higher education ", *International Journal of Educational Management*, Vol.21, No.3 .
- Sureshchandar , G . S, et, al . (2002) , "The Relationship between management's Perception of Total Quality service and customer perceptions of service Quality " , *total Quality Management* , 13 (1) .
- Zhou , X . (2002), "An Empirical Assessment and Application of SERVQUAL in a Mainland chinese Department Store", *Total Quality Management* , Vol.13, No. (2).