

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين  
إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

شذى داود سليمان السبع  
باحثة ماجستير قسم إدارة الاعمال  
كلية التجارة – جامعة مدينة السادات

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت"

### ١- ملخص البحث:

تناول البحث الحالي التعرف علي تقييم اتجاهات العملاء نحو توقعات و ادراكات جودة خدمة الاتصالات للعميل (الجوانب المادية، و الاعتمادية، و الاستجابة، والامان، والتعاطف) و توقعات و ادراكات المسؤولين (الجوانب المادية، و الاعتمادية، و الاستجابة، والامان، والتعاطف)، في شركات الاتصالات بدولة الكويت، بالتطبيق علي شركات الاتصالات بدولة الكويت، وقد تناولت الدراسة الميدانية تقييم توقعات و ادراكات العملاء نحو جودة خدمة الاتصالات للعميل و المسؤولين من خلال إعداد قائمة استقصاء تم توزيعها علي عينة العملاء في شركات الاتصالات بدولة الكويت قوامها ٤٥٠ مفردة، حيث بلغت القوائم المستلمة والصحيحة ٤٢٧ قائمة بنسبة ردود ٩٤,٨٪، و علي عينة المسؤولين في شركات الاتصالات بدولة الكويت قوامها ٣٦٧ مفردة، حيث بلغت القوائم المستلمة والصحيحة ٣٣٩ قائمة بنسبة ردود ٩٢,٣٪، وقد تم إجراء التحليل الإحصائي عن طريق عدد من الأساليب والاختبارات الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات كأسلوب اختبار "ت" لعينتين مرتبطتين و اختبار "ت" لعينتين مستقلتين وذلك من خلال حزمة البرامج الإحصائية الجاهزة (SPSS).

كما توصلت الدراسة إلي عدد من النتائج كان من أهمها وجود فجوة سالبة ذات دلالة إحصائية بين توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة و ادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة و فجوة سالبة ذات دلالة إحصائية بين ادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة و ادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة و فجوة سالبة ذات دلالة إحصائية بين توقعات و ادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة في شركات الاتصالات بدولة الكويت.

وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها أمكن التوصل إلي مجموعة من التوصيات التي تساهم في تحسين جودة خدمة الاتصالات للعميل في شركات الاتصالات بدولة الكويت من خلال دعم جودة خدمة الاتصالات للعميل بشركات الاتصالات بدولة الكويت بما يؤدي إلي رفع مستوى جودة الخدمة ، كما أشارت الدراسة إلي وجود لبحوث أخرى مستقبلية.

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

**Abstract:**

The current research dealt with identifying the assessment of customers' attitudes towards expectations and perceptions of the quality of the communication service for the customer (physical aspects, reliability, response, safety, and empathy) and the expectations and perceptions of officials (physical aspects, reliability, response, safety, and empathy), In the telecommunications companies in the State of Kuwait, by applying to the telecommunications companies in the State of Kuwait, The field study dealt with evaluating the expectations and perceptions of customers towards the quality of the communications service for the customer and officials by preparing a survey list that was distributed to a sample of customers in telecommunications companies in the State of Kuwait, consisting of 450 items. The sample of officials in telecommunications companies in the State of Kuwait consists of 367 individuals, as the received and correct lists amounted to 339 lists, with a response rate of 92.3%. Statistical analysis was carried out by means of a number of statistical methods and tests appropriate to the nature of the data, such as the "t" test method for two related samples and the "t" test for two independent samples. through the ready-made statistical software package SPSS and AMOS.

The study also reached a number of results, the most important of which was the presence of a negative statistically significant gap between customers' expectations for the level of service quality and the officials' perceptions of the level of service quality, and a statistically significant negative gap between customers' perceptions of the level of service quality and officials' perceptions of the level of service quality, and a negative statistically significant gap Between expectations and perceptions of customers of the level of service quality in telecommunications companies in the State of Kuwait.

In light of the results that were reached, it was possible to reach a set of recommendations that contribute to improving the quality of the telecommunications service for the customer in the telecommunications companies in the State of Kuwait by supporting the quality of the telecommunications service for the customer in the telecommunications companies in the State of Kuwait, which leads to raising the level of service quality. The study also indicated that there are For other future research.

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

### ٢- مقدمة:

إن جودة الخدمة من المفاهيم المجردة التي يصعب تعريفها بدقة وذلك بسبب الخصائص التي تنفرد بها الخدمات مقارنة بالسلع المادية , وتشير مراجعة أدبيات مفهوم جودة الخدمة إلى أن معظمها يدور حول تقييم العميل أو المستفيد من الخدمة لدرجة الامتياز والتفوق الكلي في أداء الخدمة (يحي، ٢٠٢٠).

يشهد العالم ثورة علمية ونهضة تكنولوجية حضارية واسعة تتسم بالإيقاع السريع، لذا تعتبر الجودة العنصر الحاسم في كفاءة وفاعلية المنظمات على اختلاف أحجامها وأنشطتها وأهدافها وطبيعتها عملها، وهي أيضا تعتبر المفتاح الأساسي الذي تستخدمه المنظمات لكي تحقق التقدم والنمو على منافسيها وتكسب به رضا عملائها وولائهم. (الجابري، ٢٠١٥)

تتفق جميع الدراسات في ادبيات تسويق الخدمات على ان جودة الخدمة من المفاهيم المجردة التي يصعب تعريفها وتقييمها بدقة وذلك بسبب الخصائص التي تنفرد بها الخدمات مقارنة بالسلع المادية مثل عدم الملموسية وانتاجها واستهلاكها في نفس الوقت ومن ثم عدم القدرة على تخزينها , الا ان الدراسات تتفق ايضا على ان مفهوم جودة الخدمة ينعكس من خلال تقييم العميل (المستفيد من الخدمة) لدرجة الامتياز أو التفوق الكلي في أداء الخدمة أو من خلال الوفاء بمتطلبات العملاء او هي نتاج الفرق توقعات المستفيد النهائي للخدمة الممتازة وبين ادركه لأداء الخدمة التي يحصل عليها بالفعل.(ادريس، ٢٠٠٦)

كما عرفت على انها تقديم الخدمة مع تلبية احتياجات ومتطلبات العملاء ومدى توافق مستوى الخدمة المقدمة مع توقعات العملاء. وبالتالي فإن جودة الخدمة تصبح حكما استهلاكيا ناتج عن المقارنة بين توقعات مستهلكي الخدمة مع تصوراتهم للخدمة الفعلية المقدمة , أي أن ارتفاع مستويات الأداء يؤدي إلى ارتفاع التوقعات، والحصول على توقعات أقرب من الأداء الفعلي يعني أن الجودة المدركة أقل من مرضية، ولكن هذا لا يعني أن الخدمة ذات جودة منخفضة: فالجودة نسبة متعلقة بالتوقعات الأولية وهي واحدة من المسائل التي يتعين مراعاتها عند قياس جودة الخدمة.(Barrie,2003)

إن تقديم منتجات وخدمات جيدة للزبائن لم يعد أمرا اختياريا كما كان سابقاً، بل أصبح واقعا تفرضه طبيعة الظروف والمتغيرات البيئية المعاصرة، فلقد أدى الانفتاح على الاسواق العالمية الى ظهور منافسة شديدة بين المؤسسات الاقتصادية من أجل إشباع حاجات ورغبات الزبائن، والتمتع بالميزة التنافسية التي مكنتهم من جلب زبائن جدد والحفاظ على زبائنهم الحاليين بالإضافة الى الحفاظ على مكانتهم في السوق الذين يعملون بها. (Brady, 2002)

كما أن تبني مفهوم جودة الخدمة يجعل المنظمة تحقق مستويات أعلى من الربحية والعائد على الاستثمار وذلك مقارنة بالمنظمات الأخرى التي لا تقدم نفس مستوى الجودة، وبالتالي فإنها تحقق ميزة تنافسية تتميز بها عن غيرها من المنافسين. (حسنين، ٢٠١٥)

أن قياس جودة الخدمة أمر حيوي وجوهري في المنظمات الخدمية، وأصبح من الضروري قياس إدراكات العميل للجودة قبل وبعد وضع إجراءات تحسين جودة الخدمة المقدمة موضع التنفيذ للتأكد من

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

تحقيق النتائج المستهدفة, ومن ثم لا يمكن إدخال أية تحسينات علي جودة الخدمة إلا إذا تم قياسها.  
(Asubonteng, et al.,1996)

ولقد أصبح قياس ومتابعة رضا الزبون عن المنتجات أو الخدمات المقدمة له الشغل الشاغل لكل المؤسسات الاقتصادية الراغبة في البقاء والاستمرار في نشاطها وتحقيق ميزة تنافسية، حيث أن رضا الزبون يعتبر مدخلا لضمان الحفاظ عليه وتنمية ولاءه نحو المؤسسة، حيث لا يكون هذا إلا عن طريق تقديم منتجات أو خدمات لتلبية حاجاته ورغباته وتتلاءم مع توقعاته ومن ضمن تلك القطاعات قطاع الاتصالات والتي تعددت الشركات التي تحقق تلك الخدمة في انحاء العالم (عبود , ٢٠١٠)

كما أن الإدراك له دور هام في حياتنا وفهمنا للمتغيرات التي تحدث حولنا فالاختلاف في الإدراك أصبح يمثل مصدر رئيسي لكثير من المشكلات كاختلافنا في الحكم علي الأشياء والوقائع، وأيضا اختلافنا في تقييم أداء الآخرين، ويرجع ذلك إلي أننا ننظر إلي الأشياء حولنا بعين مختلفة من شخص لآخر وذلك نظرا لأنه يتأثر بعدة عوامل كالجوانب الملموسة للخدمة وسعرها وطريقة تقديم مقدم الخدمة لها والصورة الذهنية لمنظمة الخدمة لدي العميل. (حامد ٢٠٠٢،

واستناداً الى ما سبق فإن هذه الدراسة تسعى إلي التعرف علي جودة خدمة الاتصالات التي تقدمه شركات الاتصالات الكويتية وذلك من خلال استقراء إدراكات و توقعات المستفيدين (العملاء) من الخدمة من ناحية, وإدراكات القائمين علي تقديم الخدمة (المسؤولين) من ناحية أخرى, سوف تعتمد الدراسة الحالية علي قياس الإدراكات / التوقعات SERVQUAL في قياس جودة الخدمة في شركات الاتصالات في دولة الكويت.

### ٣- الإطار النظري والدراسات السابقة:

يشمل الإطار النظري، مفهوم وأبعاد والدراسات السابقة المتعلقة بجودة خدمة الاتصالات، والدراسات السابقة التي تناولت الفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة ، وذلك علي النحو الآتي:

#### ١/٣- جودة خدمة الاتصالات:

تتناول الباحثة المصطلحات المستخدمة في البحث، حيث تتناول مفاهيم الجودة و الخدمة وجودة الخدمة وذلك على النحو التالي:-

**الجودة :** هي مجموعة من الخصائص المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المقدمة إلى جانب الخصائص الخاصة بالعملية الإنتاجية والتسويقية، والعمليات والأفراد، والتي لها القدرة على تلبية حاجات وتوقعات العملاء.(Daniel, et al.,2002)

**الخدمة :** هي أداء أو مجهود وليست شيء ملموس، بالرغم من أنها تستخدم أشياء ملموسة. (ادريس , ٢٠٠٦)

**جودة الخدمة :** هي أحد أهم المداخل التي يمكن من خلالها التفوق على توقعات العملاء ومن ثم القدرة على منافسة الآخرين والحفاظ على الصورة الذهنية للمنظمة وضمان ولاء العملاء(أبو النور,٢٠٠٢)

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

على مدار السنوات الماضية، تم تطوير عدة نماذج من جودة الخدمة، لكن مقياس SERVEQUAL الذي وضعه بأارشورمان وآخرون عام ١٩٨٨ لقياس جودة الخدمة، وطبق هذا المقياس على نطاق واسع، واشتمل على خمسة أبعاد أساسية: (عبد المنعم، ٢٠١٨) ويمكن توضيح ذلك على النحو التالي:

### - الاعتمادية Reliability

تعني قدرة الشركة على أداء الخدمة الموعد بها للعميل بثقة ودقة، وأن يتلقى المريض العلاج بشكل صحيح ودقيق، ومدى ثقة العميل في الخدمة المقدمة له، ومدى سهولة وسرعة الحصول على الخدمات، وتعتبر الاعتمادية أيضاً عن قدرة المنتج أو الخدمة على أداء الوظيفة المطلوبة منه بنجاح في ظروف العمل العادية، ومن أهم عناصره، الوفاء بالخدمة في المواعيد المحددة، الدقة وعدم الأخطاء في الخدمة، توافر كافة التخصصات اللازمة لتقديم خدمة متكاملة، الثقة في العاملين الذين يقدموا الخدمة، الحرص الدائم على حل مشكلات العميل. (ذياب، ٢٠١٢).

### - الاستجابة Responsiveness

يقصد بهذا البعد سرعة استجابة مقدم الخدمة بالرد على طلبات المستفيدين واستفساراتهم والاستجابة لها، ومن ثم فهي تعكس مدى قدرة ورغبة واستعداد مقدم الخدمة بشكل دائم في تقديم الخدمة للمستفيدين عند احتياجهم لها.

### - الضمان أو الأمان (التأكيد) Assurance

يعني تأكيد إدارة الشركة على الجودة، بتوافر كوادر مؤهلة والمستلزمات الحديثة، بما يضمن تقديم خدمات مطابقة لمعايير الجودة، ومن عناصره، الشعور بالأمان في التعامل، المعرفة والمهارة المتخصصة للكوادر، الأدب في حسن خلق العاملين، المتابعة المستمرة والدورية للعميل، سرية المعلومات الخاصة بالعميل، دعم وتأييد الإدارة للعاملين لأداء وظائفهم. (قاسم، ٢٠١٥)

### - الملموسية Tangibles

يشير هذا البعد إلى مدى توافر التسهيلات والمعدات المادية والبشرية ومواد ومعدات الاتصال، بالإضافة إلى الجوانب الخاصة بلموسية الخدمة من المباني وتقنية المعلومات والاتصالات المستخدمة والتسهيلات الداخلية لتقديم الخدمة والمظهر الخارجي للعاملين والترتيبات الداخلية للمؤسسة، ومواقع الانتظار للمستفيدين من الخدمة، ومن أهم عناصر هذا البعد، جاذبية المباني والتسهيلات المادية، التصميمات والتنظيم الداخلي للمباني، حداثة الأجهزة والمستلزمات، المظهر الخارجي لمقدمي الخدمة، أماكن الانتظار والاستقبال المناسبة.

### - التعاطف أو الجوانب الوجدانية (Empathy):

يشير إلى العلاقة بين مراجعي الشركة وأعضاء فريق العمل الفني والإداري والمحاسبي فيها، بما يضمن وجود الثقة والاحترام واللباقة والسرية والإصغاء والتواصل بين مقدمي الخدمة والمستفيدين منها، فالعلاقة الجيدة بين الطرفين يسهم في نجاح الخدمة، بالإضافة إلى أن التعاطف يجعل مصلحة العميل في مقدمة اهتمامات الإدارة والعاملين ومن عناصره، الاهتمام الشخصي من العاملين بالشركة بالمستفيدين وخدماتهم، الوعي الكامل ممن إدارة الشركة

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

لاحتياجات المستفيدين من خدماتها , وضع مصلحة العميل في مقدمة اهتمامات الإدارة والعاملين بالشركة , ملائمة ساعات العمل والوقت المخصص لتقديم الخدمة , ملائمة مواعيد العمل مع الظروف المختلفة لكافة المستفيدين . (ابراهيم، ٢٠١٩)

استهدفت دراسة (كواديك، ٢٠٢١) التعرف على مساهمة تمكين العاملين في تحقيق الجودة في الخدمات المقدمة إلى العملاء بهدف كسب رضاهم وولائهم. توصلت هذه الدراسة إلى أن تطبيق أسلوب تمكين العاملين يعطي طابعاً مميزاً في قطاع الخدمات، لأن العامل في قطاع الخدمات يكون على احتكاك مباشر مع العميل، وبالتالي فإذا كان العامل له صلاحيات واسعة فإن هذا سينعكس إيجابياً على أدائه وهذا بدوره سينعكس على رضا العميل عن الخدمات المقدمة.

أوضحت دراسة (حسن ، ٢٠٢١) تحليل العلاقة بين جودة الخدمة الصحية ورضاء العملاء بالتطبيق على قطاعي المستشفيات الجامعية والخاصة بمحافظة الفيوم , ولقد توصلت نتائج الدراسة إلى ارتفاع مستوى جودة الخدمة الصحية المقدمة من المستشفيات الخاصة قياساً بمستوى جودة الخدمة الصحية المقدمة من المستشفيات الجامعية , كما توصلت الدراسة لوجود تأثير معنوي دال إحصائياً للمتغيرات الديموغرافية للعملاء على مستوى ادراكهم لجودة الخدمة الصحية , كما توصلت الدراسة لوجود علاقة ارتباط إحصائية بين تحسين جودة الخدمة الصحية وزيادة رضا العملاء.

استهدفت دراسة (إسماعيل، ٢٠٢١) إلى قياس أثر جودة الخدمة المدركة على سلوكيات مواطني العملاء، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في مستوى توافر أبعاد جودة الخدمة المدركة بين بنوك القطاع العام وبنوك القطاع الخاص، بالإضافة إلى عدم وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في مستوى توافر أبعاد سلوكيات مواطني العملاء بين بنوك القطاع العام وبنوك القطاع الخاص، كما أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة وسلوكيات مواطني العملاء في البنوك محل الدراسة، وتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية وسلوكيات مواطني العملاء في البنوك محل الدراسة، وأيضاً توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاطف وسلوكيات مواطني العملاء في البنوك محل الدراسة .

دارسة (بو مرحب، ٢٠٢١) معرفة أثر أبعاد جودة خدمة الجيل الرابع لمتعاملين الهاتف النقال موبيليس على الصورة الذهنية للمؤسسة ومدى مساهمتها في تحسين صورتها الذهنية، وفق نموذج الأداء الفعلي (servperf) وتوصلت الدراسة إلى أن جودة الجيل الرابع لمتعاملين الهاتف النقال موبيليس المقدمة للزبائن وفق نموذج الأداء الفعلي بأبعاده (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الموثوقية، التعاطف) كانت في مجملها متوسطة، ومستوى خدمة الجيل الرابع للإنترنت لدى المتعاملين للهاتف النقال موبيليس لا يزال منخفض ولا يلبي حاجات ومتطلبات زبائنهم، كما أن هناك علاقة ارتباط موجبة بين أبعاد الجودة والصورة الذهنية لمؤسسة موبيليس .

وضحت دراسة (بوعزيز، ٢٠٢١) قياس جودة الخدمات الصحية في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية، وقد تم الاعتماد في الدراسة الحالية على مقياس SERVPERF لقياس الأداء الفعلي للخدمة الصحية المقدمة. وقد خلصت الدراسة إلى وجود مستوى منخفض لجودة الخدمة

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

الصحية المقدمة في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية ، بالإضافة إلى وجود فروق في تقييم مستوى جودة الخدمات الصحية المقدمة إلى (العمر، الدخل، مدة الإقامة، القسم الطبي) .

وهدفت دراسة (أوباح ، ٢٠٢١) إلى معرفة مدى تأثير المزيج التسويقي على جودة الخدمات في مؤسسة موبيليس، وتمت الدراسة هذا التأثير من خلال أبعاد المزيج التسويقي (المنتج، التسعير، التوزيع، المزيج التسويقي الموسع) كمتغير مستقل وجودة الخدمة كمتغير تابع، وقد توصلت الدراسة إلى وجود تأثير لعناصر المزيج التسويقي على جودة الخدمات، كما أوصت الدراسة بضرورة تبني المفاهيم الحديثة للتسويق في المؤسسة من خلال تعزيز الاهتمام بعناصر المزيج التسويقي وترسيخ مفهوم الجودة في خدماتها لزيادة رضا زبائنها .

كما حاولت دراسة (رضوان ، ٢٠٢١) قياس تأثير مهارات التعامل مع المرضى (الاتصال اللفظي، الاتصال غير اللفظي، الإنصات، الإقناع) على جودة الخدمة الصحية (الاستجابة، الاعتمادية، التعاطف، الجوانب المادية، الضمان). وقد توصلت الدراسة إلى لوجود تأثير معنوي إيجابي لجميع مهارات التعامل مع المرضى (عدا الاتصال غير اللفظي) على جودة الخدمة الصحية بالمستشفيات محل الدراسة , وتوصلت الدراسة الى وجود تأثير معنوي إيجابي لأبعاد مهارات التعامل مع المرضى (الاتصال اللفظي، والإقناع) على بعد الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمة الصحية , وأن جميع أبعاد مهارات التعامل مع المرضى (عدا الاتصال غير اللفظي) تأثيرا معنوياً إيجابياً على بُعدي الاعتمادية والتعاطف من أبعاد جودة الخدمة الصحية. وأيضاً وجود تأثير معنوي إيجابي لمهارات الاتصال سواء اللفظي أو غير اللفظي على بعد الجوانب المادية من أبعاد جودة الخدمة الصحية. وأخيراً أوضحت النتائج وجود تأثير معنوي إيجابي لكل أبعاد مهارت التعامل مع المرضى على بُعد الضمان كأحد أبعاد جودة الخدمة الصحية .

وضحت دراسة (Saygili & Karakaya, 2020) أثر القيادة الأبوية Paternalistic Leadership والمناخ الأخلاقي على مستوى أداء الخدمة الصحية بالتطبيق على عينة بلغت (٤٦٠) مفردة من الأطباء وهيئة التمريض في المستشفيات الحكومية بتركيا .وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير معنوي للقيادة الأبوية والمناخ الأخلاقي على مستوى أداء الخدمة الصحية .

حاولت دراسة (دريس ، ٢٠٢٠) قياس أثر التسويق الإلكتروني على تحسين جودة خدمة الاتصالات المحمولة، باعتبارها مجالاً للتطبيقات التسويقية الحديثة، وهو ما تطلب تحديد الإطار المفاهيمي للمتغيرين المدروسين. وقد توصلت الدراسة إلى إثبات أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمة في شركة جيزي، والتي غيرت أسلوب تقديم خدماتها ضمن منظور قائم على تقليل التكاليف وتحسين الجودة، سعياً لبلوغ أكبر شريحة ممكنة من العملاء .

استهدفت دراسة (عسيري ، ٢٠٢٠) إلى التعرف على واقع الإبداع التنظيمي لممارسات إدارة الموارد البشرية في مستشفى طرفي، ومساعدة المستشفى في التعرف على المستوى الحالي لأداء إدارة الموارد البشرية فيها. وتوصل البحث إلى وجود موافقة بدرجة كبيرة لإجمالي محوري



## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

الإبداع التنظيمي لممارسات إدارة الموارد البشرية ولجودة الخدمة المقدمة، في إدارة الموارد البشرية في مستشفى طرفي، كما أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإبداع التنظيمي تدعم المتغيرات الديموغرافية.

وضحت دراسة (حمدتو وآخرون، ٢٠٢٠) آراء الإدارات العليا في المستشفيات حول تطبيق معايير الجودة الشاملة بها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها ٥٠ مفردة من مديري المستشفيات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا يوجد تطبيق جيد لمعايير الجودة الشاملة في مستشفيات ولاية الجزيرة على جميع المستويات من وجهة نظر الإدارات العليا، بالإضافة إلى أن هناك تفوق نسبي في جودة الخدمات والالتزام بمعايير الجودة للمستشفيات الخاصة على المستشفيات العامة.

تناولت دراسة (اسماعيل، ٢٠٢٠) عن دور تقنية الحوسبة السحابية في تحسين جودة الخدمة التعليمية في مؤسسات التعليم العالي في ظل تبعات انتشار فيروس كورونا الذي مس مختلف القطاعات بشكل عام والقطاع التعليمي بشكل خاص، وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين كل بعد من الخمس أبعاد لتقنية الحوسبة السحابية وبعضها البعض والمتمثلة في دعم الإدارة العليا لتقنية الحوسبة السحابية، الدعم التنظيمي، استراتيجيات التغيير، البنية التحتية، السرية والأمان، وجود أيضا علاقة ذات دلالة إحصائية بين متطلبات تطبيق الحوسبة السحابية مع جميع أبعاد جودة الخدمة التعليمية.

كما فحصت دراسة (الجمال، ٢٠١٩) العلاقة بين محددات جودة الخدمات الصحية ورضا العملاء بالتطبيق على ست مستشفيات حكومية تابعة لمؤسسة حمد الطبية بدولة قطر، وقد بلغت عينة المرضى وعينة الإحصائيين الاجتماعيين (٢٠٠) مفردة و(١٧) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع مستوى تطبيق أبعاد جودة الخدمة الصحية وقد حظي بعد الأمان بالمرتبة الأولى يليه بعد الاعتمادية ثم الاستجابة ثم التعاطف ثم الملموسية، قوة العلاقة الإحصائية بين جودة الخدمة الصحية ورضا العملاء حيث يرتفع مستوى رضا العملاء مع زيادة مستوى تطبيق أبعاد جودة الخدمة الصحية.

حاولت دراسة (بحر، الجدي، ٢٠١٩) تسليط الضوء على أثر جودة الخدمات الصحية على رضا المرضى في المستشفيات الأهلية في محافظات غزة، وطبقت على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٤ مفردة. وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة بين أبعاد جودة الخدمة الصحية المدركة ومستوى الأداء المطلوب، غير أن قوة هذه العلاقة يختلف تأثيرها من بعد لآخر، ولكن قوة هذه العلاقة لها تأثير إيجابي على جميع المؤشرات، علاوة على وجود التزام لدى الإدارة العليا والطواقم العاملة بتحقيق الجودة من خلال تحقيق رضا المرضى فكانت أهم المتغيرات المؤثرة في رضا المرضى بالترتيب: التعاطف، الضمان، الاستجابة، الاعتمادية، وأخيرا الملموسية.

أوضحت دراسة (اسماعيل، ٢٠١٩) مدى إسهام وتأثير نظم المعلومات الإدارية وأبعادها (المستلزمات المادية، البرمجيات، الموارد البشرية، المستلزمات التنظيمية)، على تحسين جودة الخدمات بالإدارة العامة للطيران المدني. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

إحصائية بين نظم المعلومات الإدارية وتحسين جودة الخدمة عند مستوى دلالة ٠.٠٥ وقد حصل بعد المستلزمات المادية في المحور الخاص بالمتغير المستقل (نظم المعلومات الإدارية) على المرتبة الأولى من حيث الأهمية والوزن النسبي، كما حصل بعد الملموسية في المحور الخاص بالمتغير التابع (جودة الخدمة)، على المرتبة الأولى من حيث الأهمية والوزن النسبي وفقاً للآراء واتجاهات عينة الدراسة .

وضحت دراسة (طارق، ٢٠١٩) أثر جودة خدمة شبكة المعلومات الدولية في ولاء عملاء شركات الاتصالات المصرية ، وتوصلت الدراسة إلى وجود مستوى متوسط من جودة الخدمة في الشركات الثلاثة (عينة الدراسة) ، وجود مستوى متوسط من ولاء العملاء في تلك الشركات ، وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لجودة خدمة شبكة المعلومات الدولية في ولاء عملاء شركات الاتصالات المصرية ، فضلاً عن وجود تباين معنوي ذي دلالة إحصائية في مستوى إدراك عملاء شركات الاتصالات المصرية لجودة خدمة شبكة المعلومات الدولية .

فحصت دراسة (صدقي، حمودي، ٢٠١٨) قياس أبعاد جودة الخدمة الصحية (الاستجابة ، والاعتمادية، والتعاطف، والأمان، والملموسية، والاستمرارية) في مستشفيات حلب الحكومية ، وطبقت على عينة قوامها ١٧٤ فرداً يعملون في أربعة مستشفيات، هي (الرازي، ابن رشد، حلب الجامعي، التوليد وأمراض النساء الجامعي)، من ثلاثة تخصصات شملت: ٦٧ طبيب، ٦٩ ممرض، ٣٨ إداري ، وتوصلت الدراسة إلى وجود اختلافات جوهرية دالة إحصائية بين مقدمي الخدمة في المستشفيات من حيث إدراكهم لأبعاد جودة الخدمة الصحية ترجع للمتغيرات الديموغرافية ، وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين مقدمي الخدمة في مستشفيات حلب الحكومية من حيث إدراكهم لأبعاد جودة الخدمة الصحية ترجع إلى طبيعة العمل ، وجود اختلافات معنوية بين مستشفيات حلب من حيث إدراكهم لأبعاد الخدمة الصحية (الاستجابة، الاعتمادية، الأمان) .

حاولت دراسة (دره وآخرون، ٢٠١٨) تقييم جودة الخدمات الصحية المقدمة في القطاع الصحي العماني من وجهة نظر المرضى، وذلك من خلال المقارنة بين المستشفيات الحكومية والخاصة في محافظة ظفار، وطبقت على عينة قوامها ٣٦٠ مفردة من المرضى، واعتمدت على المنهج الوصفي. وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى جودة الخدمة الصحية في المستشفيات الخاصة أفضل منها في المستشفيات العامة، كما أشارت إلى وجود فروق معنوية بين المستشفيات العامة والخاصة حول أبعاد جودة الخدمة الصحية التالية: الاعتمادية، الاستجابة، الضمان، التعاطف، بينما لم يكن هناك فروق معنوية بينهما من حيث بعد الملموسية .

أكدت دراسة (صلاح الدين والرطمان، ٢٠١٨) على أهمية إيجاد آليات مقترحة لتحقيق جودة الخدمات الجامعية بمركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات SERVQUAL، التعرف على الفرق بين جودة الخدمة الجامعية الفعلية والمترقعة بمركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس . وتوصلت الدراسة إلى نتائج هامة متمثلة في مدى إيجابية مستوى جودة الخدمة الفعلية

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

والمتوقعة من مركز خدمة المجتمع بالجامعة، واقتراح آلية لتحقيق جودة الخدمة الجامعية بمركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس باستخدام SERVQUAL

هدفت دراسة (بشير، ٢٠١٧) معرفة مدى توافر مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الاستشفائية العمومية الجزائرية من وجهة نظر الموظفين وأثرها على مستوى جودة الخدمة الصحية، وطبقت على عينة قوامها ١٢١ مفردة من الموظفين في المستشفى، ١٦٥ مفردة من المرضى. وأظهرت نتائج الدراسة وجود وعي لدى أفراد العينة نحو أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المستشفى، وأن مستوى جودة الخدمة الصحية المقدمة غير مقبول من جانب النظافة، ونقص الأجهزة والمعدات الحديثة، والتباطؤ والتأخير في تقديم الخدمة، بالإضافة إلى وجود تأثير لتوافر مبادئ إدارة الجودة الشاملة على جودة الخدمة الصحية المقدمة.

استهدفت دراسة (Quach et. al,2016) تحديد الأبعاد التي يستخدمها مقدمي خدمات الإنترنت في تقييم الجودة، تحديد العلاقة بين جودة الخدمة المدركة والنوايا السلوكية للعملاء، الدراسة تأثير استخدامات العملاء المختلفة للإنترنت على إدراكهم لأبعاد جودة الخدمة، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن يختلف العملاء في إدراكهم لأهمية أبعاد جودة الخدمة المدركة وذلك باختلاف نوعية الاستخدام المختلفة للعملاء من عالي لمتوسط لمنخفض، جودة الخدمة المدركة لها تأثير سلبي مباشر ذو دلالة معنوية على كلاً من نية العميل للشراء، ونية العميل لترك الشركة والتعامل مع شركات أخرى، جودة الخدمة المدركة لها تأثير مباشر ذو دلالة معنوية على نية العميل في إعادة الشراء والاستمرار مع نفس الشركة .

وضحت دراسة (إدريس، ٢٠١٦) جودة الخدمة الصحية ودورها في تطوير العملية الصحية بالمستشفى في السودان، ولذلك استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وقام بتصميم استبانة، وزعت على عينة عشوائية بسيطة قوامها ٨٠ مفردة من العاملين والمرضى. وأشارت نتائجها إلى أن مستوى جودة الخدمات الصحية في المستشفى مقبول، وأخبار المرضى عن أوقات تقديم الخدمات لهم كان مستواه ضعيف، وأن التفاعل بين الطاقم الطبي والعاملين مع المرضى دون المستوى المطلوب، وأيضا معرفة العاملين لاحتياجات المرضى كانت دون المستوى .

وضحت دراسة (عيد، ٢٠١٦) قدرة الأداء المؤسسي على تحسين العلاقة بين أنماط الثقافة التنظيمية وبين جودة الخدمة التعليمية من خلال تحديد أنماط الثقافة التنظيمية الأكثر انتشارا بشكل عام وفي كل جامعة على حدة ومستوى الأداء المؤسسي ومدى الاهتمام بكل بعد في كل جامعة، والتوصل إلى مستوى جودة الخدمة التعليمية بصورة إجمالية وبكل بعد في كل جامعة، والتأكد من الجامعة ذات الأداء المؤسسي الأعلى ذات جودة تعليمية، وتوصلت الدراسة إلى مدى أهمية الأداء المؤسسي في تفعيل العلاقة بين أنماط الثقافة التنظيمية ومستوى جودة الخدمة التعليمية، مدى دعم الأداء المؤسسي لأنماط ثقافة (الابتكار - الرسالة - المشاركة) بدرجة أكبر من نمطي (التكيف والاتساق)، وتوصلت أيضا إلى أن الجامعات التي تتبع نمط ثقافة الرسالة ونمط ثقافة الابتكار ذات أداء مؤسسي أفضل وتنتم بجودة خدمة تعليمية أفضل .

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

هدفت دراسة (Choudhury,2015) معرفة تأثير أبعاد جودة الخدمة المدركة على النوايا السلوكية للعملاء في بنوك القطاع العام والخاص، ودراسة تأثير تقديم خدمات مصرفية مميزة على كلاً من مقدم الخدمة والعميل، وأيضاً دراسة تأثير تقديم خدمات مصرفية مميزة على المجتمع وسياسة العميل، وتوصلت الدراسة إلى أن جودة الخدمة لها تأثير معنوي على رغبة العملاء في المشاركة الإيجابية بالكلمة المنطوقة لهم اتجاه البنوك محل الدراسة، وكانت أكثر الأبعاد تأثيراً هو التوجه بالعميل وذلك بالنسبة للبنوك الخاصة، بينما بعد وسائل الراحة لا يؤثر على رغبة العملاء في المشاركة الإيجابية بالكلمة المنطوقة لهم في البنوك العامة، وأيضاً التوجه بالعميل والاعتمادية لهم تأثير معنوي على نية الشراء وذلك في بنوك القطاع العام والخاص، بينما الجوانب الملموسة ووسائل الراحة ليس لهم تأثير معنوي، بالإضافة إلى وجود تأثير معنوي للتوجه بالعميل والاعتمادية والجوانب الملموسة على شكاوى العملاء، بينما وسائل الراحة ليس لها تأثير معنوي على شكاوى العملاء وذلك في بنوك القطاع العام والخاص .

استهدفت دراسة (Cheung & To A. M,2015) تحديد دور مشاركة المعلومات كمتغير وسيط لمعرفة تأثير كلاً من اندماج العميل، والتأثير التحفيزي للعميل على ادراك العميل لجودة الخدمة ورضا العميل، وتحديد الدور الذي يقوم به العميل الموجه بالمهام، والعميل الموجه بالعلاقات من خلال قيامه بمساعدة موظفي خطوط الأمامية في تقديم خدمات ذات جودة عالية، وتحديد علاقة اندماج العميل ومشاركة العميل للمعلومات بتقييم العملاء لجودة الخدمة. وتوصلت الدراسة إلى أن العلاقة بين اندماج العميل ومشاركة المعلومات قوية في حالة العميل الموجه بالمهام، بينما في حالة العميل الموجه بالعلاقات فإنها ليست بنفس القوة، توجد علاقة إيجابية بين اندماج العميل وبين مشاركة المعلومات، يوجد تأثير إيجابي لمشاركة العميل للمعلومات على جودة الخدمة المدركة من العميل، توجد علاقة إيجابية بين اندماج العميل وجود الخدمة المدركة في ضوء وجود مشاركة العميل كمتغير وسيط بالإضافة إلى أن مشاركة العملاء لها تأثير غير معنوي على جودة الخدمة في حالة عدم وجود مشاركة العميل كمتغير وسيط .

فحصت دراسة (Khudri & Sultana. 2015) محددات جودة الخدمة، ومعرفة تأثير تلك المحددات على خصائص المستهلك في اختيار القناة التسويقية بالتطبيق على صناعة المشروبات في بنجلادش، التعرف على أبعاد جودة الخدمة التي تؤثر على قرار العميل في الشراء، التعرف على مدى ارتباط أبعاد جودة الخدمة والأنواع المختلفة للقنوات التسويقية، التعرف على تأثير أبعاد جودة الخدمة على اختيار العملاء لأنواع القنوات التسويقية، البحث في ما إذا كان اختلاف أنواع العملاء يؤثر على إدراكهم للجودة أم لا. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين العناصر المكونة لجودة الخدمة المدركة والممثلين في التفاعل الشخصي، المظهر، الاعتمادية، السياسة، حل المشكلات وجميعهم يؤثروا تأثير قوي على جودة الخدمة في صناعة المشروبات في بنجلادش، يوجد فروق ذات دلالة معنوية خاصة بالجودة، ويرجع ذلك إلى اختلاف العملاء من حيث النوع والحالة الاجتماعية والوظيفة والمستوى التعليمي، يوجد علاقة قوية بين جودة

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

الخدمة وكلاً من نية العميل للزيارة، نية العميل لإعادة الشراء، ونية العميل بالتوصية بالمتجر لعملاء آخرين .

استهدفت دراسة (الجابري، ٢٠١٥) معرفة أثر أبعاد جودة الخدمة المدركة على أبعاد ولاء العميل، تحديد أبعاد الولاء لمتاجر خدمة النفس بصنعاء. اختبار العلاقة بين إدراك العميل لجودة خدمات متاجر خدمة النفس ودرجة الولاء. اختبار العلاقة بين الجودة المدركة للخدمة والبعد السلوكي والاتجاهي للولاء، وتوصلت الدراسة وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المدركة وولاء العميل، وجود تأثير معنوي لأبعاد جودة الخدمة المدركة على ولاء العميل، المتوسط الحسابي لولاء العميل الاتجاهي أعلى من المتوسط الحسابي لولاء العميل السلوكي، وجود حساسية للسعر لدى عملاء المتاجر محل الدراسة وهذا مؤشر سلبي يشير إلى أن ارتفاع الأسعار قد يخلق تحولاً للعملاء نحو المتاجر المنافسة .

وضحت دراسة (على وآخرون، ٢٠١٥) طبيعة العلاقة بين جودة الخدمة المدركة والنوايا السلوكية لدى العميل، تقديم بعض المقترحات حول كيفية تحسين مستوى الخدمات المقدمة من مجالات الاتصالات . وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى: وجود علاقة ارتباط موجبة معنوية بين جودة الخدمة المدركة والنوايا السلوكية للعميل، وذلك باستثناء العبد الأخير المتمثل في سلوك الشكاوى الذي كانت علاقته بالجودة ارتباط سلبية معنوية .

وضحت دراسة (المحميد، ٢٠١٥) تحليل العلاقة الارتباطية بين أبعاد جودة الخدمة المدركة وسلوكيات مواطنة العميل، كما سعت إلى التعرف على تأثير أبعاد جودة الخدمات على أبعاد سلوكيات مواطنة العميل، وتوصلت الدراسة إلى: وجود علاقة ارتباط موجبة معنوية بين أبعاد جودة الخدمات وسلوكيات مواطنة العميل، بالإضافة إلى وجود تأثير معنوي بين أبعاد جودة الخدمات وسلوكيات مواطنة العميل بالبنوك محل الدراسة .

قامت دراسة ( عبد القادر، ٢٠١٥) بقياس جودة الخدمة الصحية في المستشفيات الحكومية في السودان من وجهة نظر المرضى والمراجعين، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك إدراكاً تاماً لدى المرضى والمراجعين لمستويات جودة الخدمات الصحية الواجب توافرها في المستشفيات الحكومية، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق معنوية لمستويات جودة الخدمات الصحية في المستشفيات الحكومية طبقاً للمتغيرات الديموغرافية، المتمثلة في النوع والعمر والتعليم والدخل ومكان السكن .

وضحت دراسة (Nguyen et al.2014) دور جودة الخدمة المدركة كمتغير وسيط في الدراسة العلاقة بين سيناريوهات الخدمة والتوجه بالعميل وتأثيرهم على التغذية المرتدة. وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى وجود علاقة سلبية بين سيناريوهات الخدمة وميل العملاء للعودة إلى شركات الخدمة وذلك لدى الموظفين الذين لديهم التوجه بالعملاء منخفض، وأشارت الدراسة إلى أن سيناريوهات الخدمة تعتبر شيء سلبي لتقديم الخدمة إذا كانت في أيدي غير أمينة، بالإضافة إلى أن

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

سلوكيات مواطنة العملاء منخفضة عندما تم تنفيذ سيناريوهات الخدمة من خلال مقدمي الخدمة ذو المستويات المنخفضة في التوجه بالعملاء .

حاولت دراسة (عبد الحميد وآخرون، ٢٠١٣) اكتشاف العلاقة بين الجودة المدركة للخدمة واتجاهات العميل للتحويل بين شركات التليفون المحمول في مصر وخاصة طلاب جامعة المنصورة، معرفة مستوى جودة الخدمة المدركة واتجاهات العميل للتحويل إلى الشركات الثلاثة موضع التطبيق (فودافون، موبينيل، اتصالات)، والوقوف على طبيعة العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة المدركة اتجاهات التحول إلى شركات أخرى، تقديم مجموعة من المقترحات في ضوء نتائج الدراسة تساعد المسؤولين في الشركات موضع التطبيق على رفع مستوى الخدمة ، وتوصلت الدراسة إلى وجود ارتباط معنوي بين أبعاد جودة الخدمة المدركة واتجاهات العميل للتحويل بين الشركات موضع التطبيق ، وجود تأثير سلبي لأبعاد جودة الخدمة المدركة باستثناء الجوانب الملموسة على اتجاهات العميل للتحويل بين الشركات موضع التطبيق .

### ٤- الدراسة الاستطلاعية ومشكلة البحث:

قام الباحثة بدراسة استطلاعية استهدفت الحصول علي بيانات استكشافية حول جودة خدمة الاتصالات للعميل والأداء التنظيمي لدي العملاء في شركات الاتصالات بدولة الكويت، بالإضافة إلي مساعدة الباحثة في تحديد وبلورة مشكلة وتساؤلات البحث، والتوصل إلي صياغة دقيقة لفروضة، وقد إشمئت الدراسة الاستطلاعية علي دراسة مكتبية، تم فيها جمع البيانات الثانوية المتعلقة بكل من جودة خدمة الاتصالات للعميل، المسؤولين بالإضافة إلي عدد من المقابلات المتعمقة مع عينة عشوائية تضمنت (30) عضو من العملاء و المسؤولين في شركات الاتصالات بدولة الكويت محل الدراسة. وقد أكدت نتائج الدراسة الاستطلاعية علي الإدراك الكافي للمستقصى منهم بشركات الاتصالات محل الدراسة ما يلي:

- ضعف استجابة شركات الاتصالات لمشكلاتهم ورغباتهم ( وفقاً لإجابات ١٨ من بين عينة العاملين بالشركات محل الدراسة بنسبة ٦٠٪ ) .
- ضعف الشعور بالثقة والاعتمادية في التعامل مع الشركة ( وفقاً لإجابات ١٨ من بين عينة العاملين بالشركة محل الدراسة بنسبة ٦٠٪ ) .
- عدم وضع مصلحة العميل كأولوية لادارة الشركة ( وفقاً لإجابات ٢٤ من بين عينة العاملين بالشركة محل الدراسة بنسبة ٨٠٪ ) .
- نقص في توافر الاجهزة والمعدات الحديثة بالشركة ( وفقاً لإجابات ١٥ من بين عينة العاملين بالشركة محل الدراسة بنسبة ٥٠٪ ) .
- قصور في تصميمات ومباني الشركة ( وفقاً لإجابات ١٧ من بين عينة العاملين بالشركة محل الدراسة بنسبة ٥٦٪ ) .
- ضعف الشعور بالامان والطمأنينة في التعامل مع الشركة ( وفقاً لإجابات ١٨ من بين عينة العاملين بالشركة محل الدراسة بنسبة ٦٠٪ ) .

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

- لحد ما تتبنى الشركة مفهوم الجودة في رسالتها بشكل صريح ( وفقاً لإجابات ١٥ من بين عينة العاملين بالشركة محل الدراسة بنسبة ٥٠٪ ) .
- ضعف استجابة الشركة للتغيير في احتياجات ورغبات العملاء ( وفقاً لإجابات ١٧ من بين عينة العاملين بالشركة محل الدراسة بنسبة ٥٦٪ ) .
- تحاول الشركة الاحتفاظ بالعاملين ذوى الكفاءة العالية لتحسين الرقي بالخدمات المقدمة ( وفقاً لإجابات ١٦ من بين عينة العاملين بالشركة محل الدراسة بنسبة ٥٣٪ ) .
- نقص اهتمام الشركة بمراعاة الجوانب الانسانية للعملاء ( وفقاً لإجابات ١٨ من بين عينة العاملين بالشركة محل الدراسة بنسبة ٦٠٪ ) .

### مشكلة الدراسة والتساؤلات البحثية

يواجه الباحثين في مجال تسويق الخدمات بصفة عامة مشكلة هامة تتعلق بكيفية قياس جودة الخدمة من ناحية، وتوافر المقاييس الأكثر مصداقية وقبولاً في التطبيق العملي من ناحية أخرى، ولقد أسهمت الدراسات البحثية من خلال ما قدمه مقياس الإدراكات / التوقعات SERVQUAL، وكذلك أيضاً مقياس الأداء الفعلي للخدمة SERVPERF في قياس جودة الخدمة، إلا أن الجدل ما زال مستمراً حول الاتفاق علي وجود مقياس صالح للتطبيق علي جميع أنواع الخدمات. (ادريس , ١٩٩٦)

إن قياس جودة الخدمة أمر حيوي وجوهري في المنظمات الخدمية، وأصبح من الضروري قياس ادراكات العميل للجودة قبل وبعد وضع إجراءات تحسين جودة الخدمة المقدمة موضع التنفيذ للتأكد من تحقيق النتائج المستهدفة، ومن ثم لا يمكن إدخال أية تحسينات على جودة الخدمة إلا إذا تم قياسها (Asubonteng, 1996).

ومن الجدير بالذكر أن قياس جودة الخدمة ما ازل حديث العهد وموضع جدل بين

الباحثين من ناحية، وغير الدراسة التي قدمها Parasurman, et.al., 1985 هي أول محاولة جادة لقياس جودة الخدمة، حيث تمكن هؤلاء الباحثون من تصميم مقياس لجودة الخدمة والمعروف باسم مقياس الادراكات / التوقعات أو مقياس الفجوة والذي أشتهر فيما بعد باسم مقياس SERVQUAL ويحكم مقياس الفجوة على جودة الخدمة بقياس الفجوة بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكات العملاء للمستوى الفعلي للخدمة المقدمة لهم .

ولقد استحوذ هذا المقياس على القبول والتأييد من جانب بعض الباحثين المهتمين بقضية قياس الجودة. ولكن حاول عدد آخر من الباحثين التشكيك في طريقة القياس الخاصة بالوصول إلى الفجوة بين توقعات العملاء وإدراكاتهم للمستوى الفعلي للخدمة التي يحصلون عليها، الأمر الذي دفع الباحثين إلى تقديم مقياس آخر لجودة الخدمة هو SERVPERF والذي يعتمد في قياس جودة الخدمة على اتجاهات العملاء نحو الأداء الفعلي للخدمة. (Cronin & Taylor, 1992) وبالرغم من أن تعدد المقاييس الخاصة بجودة الخدمة يعكس الاهتمام من جانب الباحثين بكيفية قياس الجودة ذاتها، إلا أنه يمثل مشكلة بسبب الجدل المعاصر حول أكثر هذه المقاييس ثباتاً ومصداقية .

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

ولعل ما توصل إليه الباحثين حول ضرورة تطبيق مقياس SERVQUAL ومقياس SERVPERF وذلك بغرض المساهمة في معالجة الجدل بينهم والذي يتعلق بكيفية قياس الجودة (Carman, 1990).

وفي هذا الصدد تسعى الدراسة الحالية من خلال تبني مقياس الادراكات/ التوقعات في SERVQUAL في قياس وتقييم جودة الخدمة في شركات الاتصالات الكويتية، ويمكن ترجمة مشكلة هذا البحث إلى مجموعة من التساؤلات التي تحتاج من خلال التقصي والتحليل إلى إجابة واضحة ودقيقة، وذلك على النحو التالي:

- ١- هل هناك اختلاف (فجوة) بين توقعات العملاء لمظاهر جودة الخدمة وبين إدراكات المسؤولين عن تقديم الخدمة لتوقعات العملاء في شركات الاتصالات؟ وكيف يمكن قياسها؟
- ٢- هل هناك اختلاف (فجوة) بين إدراكات العملاء لمظاهر جودة الخدمة وبين إدراكات المسؤولين عن تقديم الخدمة لتوقعات العملاء في شركات الاتصالات؟ وكيف يمكن قياسها؟
- ٣- هل هناك اختلاف (فجوة) بين توقعات العملاء لمظاهر جودة الخدمة التي تقدمها شركات الاتصالات وبين إدراكهم لمستوى هذه الخدمة عند الحصول عليها بالفعل؟ وكيفية يمكن قياسها؟
- ٤- ماهي درجة الثبات والمصدقية التي يتمتع بها مقياس الادراكات/ التوقعات SERVQUAL في قياس ابعاد جودة خدمة الاتصالات ومظاهرها؟
- ٥- هل مقياس الادراكات/ التوقعات SERVQUAL يمكن ان يسهم بدلاله في تفسير التباين في مستويات إدراك العملاء للجودة الكلية للخدمة التي تقدمها الشركات الخاضعة للدراسة؟
- ١- هل مقياس الادراكات/ التوقعات SERVQUAL يمكن ان يعاون الادارة في هذه الشركات على تحديد المحددات الرئيسية لجودة الخدمة التي يمكن التركيز عليها في التطبيق العملي لتحسين هذه الجودة وتطويرها؟

### ٥- أهداف البحث:

- ١ - الكشف عن نوع الفجوة (إيجابية - سلبية) بين توقعات العملاء لمظاهر جودة الخدمة وبين إدراك المسؤولين (القائمين على تقديم الخدمة) لتوقعات العملاء في شركات الاتصالات الكويتية.
- ٢ - التعرف على نوع الفجوة (إيجابية - سلبية) أو درجة التطابق بين ادراكات العملاء لمظاهرة جودة الخدمة، وبين إدراكات المسؤولين لتوقعات العملاء في شركات الاتصالات الكويتية .
- ٣ - الكشف عن درجة التطابق أو نوع الفجوة (إيجابية- سلبية) بين توقعات العملاء وإدراكاتهم للأداء الفعلي لمظاهر جودة الخدمة في شركات الاتصالات الكويتية .



دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

٦- أهمية البحث:

- ١ اتجاه قطاع الخدمات بصفة عامة، وشركات الاتصالات بصفة خاصة إلى تطوير الخدمة المقدمة وكيفية قياسها، وذلك بغرض تحقيق ميزة تنافسية في ظل التطورات التي تشهدها البيئة بصفة عامة، ولذلك يجب على المسؤولين في كافة القطاعات بصفة عامة وقطاع الخدمات بصفة خاصة أن يمتلكوا وسائل وأدوات قياس جودة الخدمة، ومن ثم تعتبر الدراسة محاولة مكتملة للمحاولات الأخرى المبذولة من أجل قياس جودة الخدمة في شركات الاتصالات الكويتية.
- ٢ - تعتبر الدراسة الحالية امتداداً للجهود المبذولة في مناقشة القضايا الخاصة بقياس جودة الخدمة. ومن ثم فإن هذه الدراسة تمثل إضافة للكتابات العلمية حيث تتعرض لكيفية قياس جودة الخدمة في شركات الاتصالات وذلك من خلال استخدام مقياس SERVQUAL
- ٣ - أهمية قضية جودة الخدمة المقدمة للعملاء كقضية جوهرية، حيث تعد هذه القضية من أولويات مجتمع الأعمال في القرن الحالي. ويبدو ذلك صحيحاً إذا ما أدركنا أننا نعيش الآن بما يعرف بعصر وعي المستهلك، حيث تواجه المؤسسات مستهلكاً يتسم بالوعي والمعرفة كما يصعب إرضائه بسهولة، وتدرك منظمات الخدمة الناجحة مدى الحاجة إلى تمييز خدماتها عن المنافسين. ومن ثم فإن هذه الدراسة تركز على قياس جودة الخدمة في شركات الاتصالات الكويتية.
- ٤ - هناك حاجة إلى توجيه مزيد من الاهتمام من الناحيتين الأكاديمية والتطبيقية لقياس جودة قياس جودة الخدمة بصفة عامة، والخدمة التعليمية في شركات الاتصالات الكويتية.
- ٥ تقدم الدراسة تحليلاً لتحديد الفجوة بين توقعات وإدراكات العملاء لمظاهرة جودة الخدمة من ناحية، وإدراكات القائمين على تقديم الخدمة من ناحية أخرى، وكذلك أيضاً تحديد الفجوة بين توقعات وإدراكات العملاء لمظاهر جودة الخدمة في شركات الاتصالات الكويتية.
- ٦ من الناحية العملية، فإن نتائج الدراسة يمكن أن تساعد المسؤولين في تحديد الجوانب السلبية أما صانعي القرار من أجل تلافيتها، والجوانب الإيجابية من أجل تعزيزها، وبالتالي تعد هذه الدراسة بمثابة إضافة علمية في مجال قياس جودة الخدمة في شركات الاتصالات الكويتية.

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

#### ٧- فروض البحث:

**الفرضية الأولى:** ليس هناك فجوة ذات دلالة إحصائية بين توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة وإدراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة لدى المستقصى منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت.

**الفرضية الثانية:** ليس هناك فجوة ذات دلالة إحصائية بين إدراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة وإدراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة لدى المستقصى منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت.

**الفرضية الثالثة:** ليس هناك فجوة ذات دلالة إحصائية بين توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة وإدراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة لدى المستقصى منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت.

#### ٨- منهجية البحث:

للحصول على البيانات اللازمة لتحقيق أهداف هذا البحث، إعتمدت الباحثة على دراسة مكتبية ودراسة ميدانية، ويمكن توضيح هاتين الدراستين فيما يأتي:

##### ١/٨- الدراسة المكتبية:

استكمالاً للدراسة الكمية الاستكشافية التي قام بها الباحثة ضمن الدراسة الإستطلاعية، وبعد أن إتضحت معالم البحث (من حيث تحديد كل من: مشكلة وتساؤلات البحث، وأهدافه، وفروضه)، ومن أجل الحصول على البيانات الثانوية الضرورية لتحقيق أهداف هذا البحث، قام الباحثة بدراسة مكتبية أكثر عمقاً، استهدفت جمع المزيد من البيانات الثانوية المتعلقة بموضوعات البحث، وللحصول على هذه البيانات، إعتمدت الباحثة على عدة مصادر، كان من أهمها: المؤلفات العلمية، والمقالات، والدوريات، والبحوث.

##### ٢/٨- الدراسة الميدانية:

إستهدفت الدراسة الميدانية جمع وتحليل البيانات الأولية اللازمة للإجابة على تساؤلات البحث، إضافة إلى إختبار صحة / عدم صحة فروض البحث، ومن ثم تحقيق أهدافه.

#### ٩- حدود البحث: تتمثل حدود هذه الدراسة فيما يأتي:

**أولاً: الحدود البشرية:** سوف يتم تطبيق هذه الدراسة على العاملين في شركات الاتصالات في دولة الكويت.

**ثانياً : الحدود المكانية:** سوف تقتصر الدراسة الحالية على شركات الاتصالات بالكويت والمتمثلة في شركة زين وشركة أوريدو وشركة stc للاتصالات بالكويت وذلك لأن هذه الشركات تعتبر من اكبر الشركات الرائدة في مجال الاتصالات المتنقلة بدولة الكويت والأكثر قدرة على المنافسة وسرعة الانتشار في سوق الاتصالات بدولة الكويت حيث يصل عدد عملاء هذه الشركات ما يقرب من (٣٦٥٧٩٠).

**ثالثاً: الحدود الزمنية:** تشمل الدراسة الفترة من ٢٠٢٠ حتى ٢٠٢١ حيث تتميز هذه الفترة باتساع نشاط الشركات محل الدراسة وازدهارها وتنوع أنشطتها وانتشارها في مختلف أنحاء دولة الكويت. وترى الباحثة أن هذه فترة كافية لحصر مجهودات قطاع الإعلان والتسويق

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

بالشركات محل الدراسة ومعرفة انجازها ومدى قدرتها على المنافسة ونواحي قصورها تمهيداً  
لحلها.

هيكل ومنهجية الدراسة

جدول رقم (٢)

منهجية الدراسة الميدانية

الاختبارات الإحصائية	أساليب التحليل	المتغيرات والمقاييس	الفروض	الأهداف	الأسئلة البحثية
واختبار T -Test	اختبار "ت" لعينتين مستقلتين indep. Samples T Test	جودة الخدمة	ليس هناك فجوة ذات دلالة إحصائية بين توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة لدى المستقصى منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت.	١- الكشف عن نوع الفجوة (إيجابية - سلبية) بين توقعات العملاء لمظاهر جودة الخدمة وبين إدراك المسؤولين (القائمين على تقديم الخدمة) لتوقعات العملاء في شركات الاتصالات الكويتية.	١- هل هناك اختلاف (فجوة) بين توقعات العملاء لمظاهر جودة الخدمة وبين إدراكات المسؤولين عن تقديم الخدمة لتوقعات العملاء في شركات الاتصالات ؟ وكيف يمكن قياسها؟
واختبار T -Test	اختبار "ت" لعينتين مستقلتين indep. Samples T Test	جودة الخدمة	ليس هناك فجوة ذات دلالة إحصائية بين ادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة لدى المستقصى منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت.	٢- التعرف على نوع الفجوة (إيجابية - سلبية) أو درجة التطابق بين ادراكات العملاء لمظاهرة جودة الخدمة، وبين إدراكات المسؤولين لتوقعات العملاء في شركات الاتصالات الكويتية.	٢- هل هناك اختلاف (فجوة) بين إدراكات العملاء لمظاهر جودة الخدمة وبين إدراكات المسؤولين عن تقديم الخدمة لتوقعات العملاء في شركات الاتصالات ؟ وكيف يمكن قياسها؟

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

وإختبار T -Test	إختبار "ت" لعينتين مرتبطتين Paired Samples T Test	جودة الخدمة	ليس هناك فجوة ذات دلالة إحصائية بين توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة وإدراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة لدى المستقصى منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت.	٣- الكشف عن درجة التطابق أو نوع الفجوة (إيجابية- سلبية) بين توقعات العملاء وإدراكاتهم للأداء الفعلي لمظاهر جودة الخدمة في شركات الاتصالات الكويتية .	٣- هل هناك اختلاف (فجوة) بين توقعات العملاء لمظاهر جودة الخدمة التي تقدمها شركات الاتصالات وبين إدراكهم لمستوى هذه الخدمة عند الحصول عليها بالفعل؟ وكيفية يمكن قياسها؟
--------------------	---	----------------	--	--	---

### ١٠- مجتمع البحث:

أشتمل مجتمع البحث للعملاء على حد الاشباع الثاني و الذي بلغ ٣٨٤ مفردة و تم توزيع ٤٥٠ و استلام صحيح لعدد ٤٢٧ مفردة اما جميع الموظفين الدائمين بشركات الاتصالات بدولة الكويت و يبلغ العدد الإجمالي لمجتمع البحث (٨٢٧٧) مفردة, ونظراً لكبير حجم المجتمع وانتشار مفرداته تم سحب عينة طبقية عشوائية ( بسبب توافر شروط استخدامها و هما :عدم وجود تجانس بين مفردات المجتمع فيما يتعلق بالخصائص المطلوب دراستها، ووجود إطار لمجتمع البحث) , فقد تم الاعتماد على أسلوب العينات لتجميع البيانات المطلوبة لإتمام البحث بتطبيق المعادلة (ادريس, ٢٠٠٤) لتحديد حجم العينة وذلك طبقاً للمعادلة التالية:

$$n = \frac{N \times (Z)^2 \times P(1-P)}{Ne^2 + (Z)^2 \times P(1-P)}$$

حيث: n : حجم العينة ، N : حجم مجتمع الدراسة

Z: التوزيع الطبيعي المعياري وتساوى 1.96 عند معامل ثقة 95 %

p: نسبة عدد المفردات التي يتوافر فيها الخصائص موضوع الدراسة وتساوى 0.50

e: حدود الخطأ المسموح به ويساوى 0.05 عند معامل ثقة 95 %

$$n = \frac{8277 \times (1.96)^2 \times 0.50(1-0.50)}{8277 \times (0.01)^2 + (1.96)^2 \times 0.50(1-0.50)} = 367$$

ويوضح الجدول رقم (٥) حجم مجتمع البحث وتوزيع مفردات العينة وعدد الاستجابات الصحيحة من الموظفين بشركات الاتصالات بدولة الكويت موضع التطبيق.

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

جدول رقم (٥)

بيان	العدد	النسبة	حجم العينة	القوائم المستردة الصحيحة	%
زين	٦٣٠٠	٪٧٦	$٢٧٩ = ٪٧٦ \times ٣٦٧$	٢٦٣	٧٧.٦
أوريدو	١٥٠٠	٪١٨	$٦٦ = ٪١٨ \times ٣٦٧$	٥٧	١٦.٨
STC	٤٧٧	٪٦	$٢٢ = ٪٦ \times ٣٦٧$	١٩	٥.٦
الاجمالي	٨٢٧٧	٪١٠٠	$٣٦٧ = ٪١٠٠ \times ٣٦٧$	٣٣٩	١٠٠

المصدر : اعداد الباحثة

## ١١- متغيرات البحث والمقاييس المستخدمة

### ١/١١- متغيرات البحث:

تضمنت الدراسة الحالية تحليل فجوة جودة الخدمة في شركات الاتصالات بدولة الكويت محل الدراسة وذلك باعتبار جودة الخدمة أحد العوامل الرئيسية التي تؤدي إلى نجاح المنظمات أو فشلها ومن خلال الدراسة نحدد مكوناته الرئيسية للوقوف على أشكاله المتعددة والمعقدة، وهذه المكونات تتمثل في الجوانب المادية، و الاعتمادية، و الاستجابة، و الامان، و التعاطف) تم جمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة من خلال أسلوب الاستقصاء فقد احتوت على ٤ صفحات تضم سؤالين بالإضافة إلى صفحة التقديم وطلب التعاون والاستجابة، ولقد اشتمل كل من السؤال الأول والثاني على ٢٥ عبارة متماثلة تماماً من حيث المحتوى ومختلفة من حيث الصياغة، وتمثل عبارات السؤال الأول توقعات العملاء (المستقصى منهم) لمظاهر جودة الخدمة المقدمة، بينما تمثل عبارات السؤال الثاني إدراكاتهم لمستوى الأداء الفعلي للخدمة المقدمة لهم، وتعكس عبارات كل سؤال منهما في الأبعاد الخمسة الرئيسية لجودة الخدمة كما حددها (Parasurman, et. al.,1988), (ادريس, ١٩٩٦), (نافع, ٢٠١٠) وفقاً لمقياس SERVQUAL , وهي الجوانب الملموسة، و الاعتمادية، و الاستجابة، و الأمان، و التعاطف .

وقد تم قياس متغيرات كل من السؤال الأول والثاني باستخدام مقياس ليكرت للموافقة وعدم الموافقة والمكون من ٥ نقاط، حيث يشير الرقم (١) إلى خدمة رديئة بينما يشير الرقم (٥) إلى خدمة ممتازة مع وجود درجة محايدة في المنتصف .

وبالنسبة للقائمة الثانية الموجهة إلى مقدمي الخدمة في شركات الاتصالات فقد اشتملت على سؤال واحد فقط، ويحتوى على نفس العبارات بسؤال قياس التوقعات عن مظاهر جودة الخدمة في قائمة استقصاء العملاء. وقد تم قياس إدراكات مقدمي الخدمة المقدمة بمقياس ليكرت.

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

## ١٢- أساليب تحليل البيانات واختبارات فروض البحث:

قام الباحثة باختبار فروض البحث باستخدام عدة اختبارات إحصائية، تتناسب وتتوافق مع أساليب التحليل المستخدمة، وذلك من خلال حزمة البرامج الإحصائية الجاهزة ( SPSS Version 23) وبرنامج (AMOS Version 23) كما يأتي:

### ١/١٢- أساليب تحليل البيانات:

يمكن توضيح أساليب تحليل البيانات المستخدمة في الدراسة من خلال العرض التالي:

(أ) أسلوب معامل الارتباط ألفا **Alpha Correlation Coefficient**: تم استخدام أسلوب معامل الارتباط ألفا وذلك بغرض التحقق من درجة الإعتدالية والثبات في المقاييس متعددة المحتوي، ولقد تم اختيار هذا الأسلوب الإحصائي لتركيزه على درجة التناسق الداخلي بين المتغيرات التي يتكون منها المقياس الخاضع للاختبار.

(ب) ٥/٦/٣ أسلوب اختبار "ت" لعينتين مرتبطتين **Paired Samples T Test**: يستخدم هذا الاختبار للمقارنة بين مجموعتين من الدرجات لعينة واحدة ويطلق على التصميم التجريبي تصميم المجموعة الواحدة، أو المجموعتين المتناظرتين، أو المجموعات المرتبطة، ويستخدم برنامج SPSS مصطلح (Paired) ويعني الأزواج أي أن كل فرد له من الدرجات. ويُشير مصطلح الأزواج إلى العينات التي يعتمد اختيار إحداها على اختيار الأخرى. لاختبار الفرض الخاص بالفجوة بين توقعات العملاء وإدراكهم لمستوى الخدمة المقدمة.

٦/٦/٣ أسلوب اختبار "ت" لعينتين مستقلتين **T Test**: يستخدم هذا الاختبار للمقارنة بين مجموعتين مستقلتين، ويستخدم برنامج SPSS. لاختبار الفرض الخاص بالفجوة بين توقعات العملاء وإدراكات المسؤولين لمستوى الخدمة المقدمة. و بالفجوة بين ادراكات العملاء وإدراكات المسؤولين لمستوى الخدمة المقدمة

## ٢/١٢- الاختبارات الإحصائية المستخدمة لفروض البحث:

إعتمدت الباحثة على عدد من الاختبارات الإحصائية التي تتناسب مع طبيعة البيانات وأنواع الفروض التي تم صياغتها، حيث اشتملت على اختبار **T-Test**، في أزواج و عينتين مستقلتين

### ١٣- التحقق من مستوي الثبات / الإعتدالية في المقاييس:

يناقش هذا الجزء نتائج تحليل الثبات والصدق في المقاييس التي تم إستخدامها في قائمة الاستقصاء لجمع البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة الميدانية، وذلك كما يلي:

### ١/١٣- التحقق من مستوي الثبات / الإعتدالية في المقاييس:

يشير مفهوم الثبات أو الإعتدالية في القياس إلى الدرجة التي يتمتع بها المقياس المستخدم في توفير نتائج متسقة في ظل ظروف متنوعة ومستقلة لأسئلة متعددة، ولكن لقياس نفس الخاصية أو الموضوع محل الاهتمام وباستخدام نفس مجموعة المستقصي منهم.

ويعتبر أسلوب معامل الارتباط ألفا من أكثر الطرق المستخدمة في تقييم الثبات / الإعتدالية في القياس، ويتسم بدرجة عالية من الدقة من حيث قدرته على قياس الاتساق أو التوافق فيما بين المحتويات المتعددة للقياس المستخدم (إدريس، ٢٠١٦).

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

وتم تطبيق أسلوب الارتباط ألفا على كل من مقياس توقعات وإدراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة، توقعات وإدراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة، وذلك بصورة إجمالية للمقياس الواحد ككل ولكل مجموعة متغيرات من المجموعات التي يتكون منها كل مقياس على حدة، وبالنسبة لمقياس توقعات وإدراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة فقد أظهرت نتائج تحليل الاعتمادية أن معامل ألفا للمقياس ككل يمثل نحو ٠,٦٤٨ و 0.713 على التوالي وهو مؤشر لدرجة عالية من الاعتمادية، حيث أن الحدود المقبولة لمعامل ألفا يتراوح بين ٠,٦٠ إلى ٠,٨٠ وذلك وفقاً لمستويات الاعتمادية المستخدمة في العلوم الاجتماعية (إدريس والمرسي، ٢٠١٢).

جدول رقم (١)

تقييم درجة الاتساق الداخلي بين محتويات مقياس توقعات و إدراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة باستخدام معامل الارتباط ألفا

معامل ارتباط ألفا		عدد العبارات	المتغير
إدراكات	توقعات		
٠.٨٢٩	٠.٧٥٤	٥	الجوانب المادية
٠.٦١١	٠.٦٥٧	٥	الاعتمادية
٠.٨٤٧	٠.٧٧	٥	الاستجابة
٠.٧٦٢	٠.٦٩٣	٥	الامان
٠.٦٠٩	٠.٦٥٥	٥	التعاطف
٠.٧١٣	٠.٦٤٨	٢٥	المقياس الكلي توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

ومن خلال الجدول السابق يتضح أن النتيجة المبدئية لتقييم الاعتمادية تعكس أن المقياس الخاضع للاختبار يمكن الاعتماد عليه في قياس توقعات وإدراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة بشركات الاتصالات بدولة الكويت.

أما بالنسبة لمقياس توقعات وإدراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة في شركات الاتصالات بدولة الكويت، فقد تم تطبيق أسلوب الارتباط ألفا على المقياس وذلك بصورة إجمالية، ولكل مجموعة متغيرات من المجموعات التي يتكون منها المقياس على حدة، ويمكن توضيح درجة الاتساق الداخلي بين محتويات توقعات وإدراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة باستخدام معامل الارتباط ألفا وذلك من خلال الجدول الآتي:

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

تقييم درجة الاتساق الداخلي بين محتويات مقياس توقعات وادراكات المسؤولين لمستوى جودة  
الخدمة باستخدام معامل الارتباط ألفا

معامل ارتباط ألفا		عدد العبارات	المتغير
ادراكات	توقعات		
٠.٧٥١	٠.٨٠٧	٥	الجوانب المادية
٠.٦١٩	٠.٦٦٦	٥	الاعتمادية
٠.٦٩٣	٠.٦٣	٥	الاستجابة
٠.٧٧٦	٠.٧٠٥	٥	الامان
٠.٦٨	٠.٧٣١	٥	التعاطف
٠.٦٣١	٠.٦٧٩	٢٥	المقياس الكلي ادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة

**المصدر: نتائج التحليل الإحصائي**

ومن خلال الجدول السابق يتضح أن نتائج تحليل الاعتمادية أظهرت أن معامل ألفا لمقياس توقعات وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة ككل حوالي ٠,٦٧٩ و ٠.٦٣١ على التوالي، وهو مؤشر لدرجة عالية من الاعتمادية، وأن النتيجة المبدئية لتقييم الاعتمادية تعكس أن المقياس الخاضع للاختبار يمكن الاعتماد عليه في قياس ادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة بشركات الاتصالات بدولة الكويت.

**تقييم المصادقية في المقاييس المستخدمة في الدراسة:**

يشير مفهوم الصلاحية إلى مدى قدرة المقاييس على قياس ما يفترض قياسه بدقة، ويعد التحليل العاملي من أكثر الأساليب الإحصائية التي أثبتت فعاليتها في اختبار المقياس المستخدم، والذي يساعد على التوصل إلى مجموعة من العوامل الأساسية، والتي يضم كل منها عددًا من المتغيرات، أو المحتويات التي يتضمنها المقياس وذات معاملات الارتباط العالية بالعوامل المستخرجة من أسلوب التحليل العاملي، مع استبعاد المتغيرات ذات معاملات الارتباط الضعيفة، كما تجدر الإشارة إلى أن المقاييس التي تم استخدامها في الدراسة الحالية قد تم الحصول عليها من خلال الدراسات السابقة.

**٢/ ٣/٤: نتائج التحليل العاملي التوكيدي (CFA) لمقياس توقعات وادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة:**

يتم استخدام التحليل العاملي التوكيدي للتحقق من مدى مطابقة أبعاد النموذج القياسي لتوقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة، مع البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة حول تلك الأبعاد، وذلك من خلال دراسة العلاقة بين أبعاد توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة والفقرات المعبرة عنها، ومدى قدرة هذه الأخيرة على التعبير عن كل بُعد، وتصفية كل بُعد من أخطاء القياس، وعليه فالتحليل العاملي يعتبر بمثابة تفسير للبيانات، والإجابة على سؤال هام وهو لماذا وكيف ارتبطت مجموعة من المتغيرات



## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

وأبعادها في مجتمع الدراسة؟ وذلك بهدف الوصول إلي نموذج يحاكي الواقع، ويمتاز بالبساطة والكفاءة في نفس الوقت، وعليه سيتم من خلال هذا التحليل الكشف عن مدي مطابقة بيانات عينة نموذج قياس توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة، والذي تم تحديده مسبقاً اعتماداً علي أغلب الدراسات السابقة علي أنه مفهوم يتكون من خمسة أبعاد والتحقق من صدق هذه البنية.

حيث يتضمن توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة خمسة أبعاد (بناءات) فرعية وهي الجوانب المادية، و الاعتمادية، و الاستجابة، والامان، والتعاطف)، ويختبر المقياس الخاص بها العلاقة بين ٢٥ عبارة بواقع (٥ عبارات) لبعده الجوانب المادية، (٥ عبارات) لبعده الاعتمادية، (٥ عبارات) لبعده الاستجابة، (٥ عبارات) لبعده الامان، (٥ عبارات) لبعده التعاطف، ويوضح الشكل (١/٤) التالي المستخرج من برنامج AMOS 23 نتائج التحليل العائلي التوكيدي لمقياس توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة موضحاً معاملات التحميل المعيارية Standardized Loading Factors للعبارات علي البنائات الفرعية الأساسية الخاصة بها، والارتباطات ما بين هذه البنائات. كما يوضح الجدول رقم (٥/٤) مؤشرات المطابقة لنموذج القياس.

### جدول رقم (٥/٤)

مؤشرات مطابقة النموذج الهيكلي لمقياس توقعات وادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة

م	مؤشر اختبار جودة النموذج	توقعات	ادراكات	مؤشرات جودة المطابقة
١	X <sup>2</sup> / Degree of Freedom	٣.١٣٤	٣.٠٠٩	أكبر من ٥
٢	P. Value	.٠٠٠	.٠٠٠	أقل من ٥%
٣	Goodness of Fit Index (GFI)	٠.٨٣٧	٠.٩١٢	أكبر من ٠,٩
٤	Normed Fit Index (NFI)	٠.٨٤٤	٠.٩٢	أكبر من ٠,٩
٥	Comparative Fit Index (CFI)	٠.٨٢٥	٠.٨٩٩	أكبر من ٠,٩
٦	Incremental Fit Index (IFI)	٠.٨٥٧	٠.٩٣٤	أكبر من ٠,٩
٧	Root Mean Square Residual (RMR)	٠.٠١٧	٠.٠١٦	أقل من ٠,١
٨	Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	٠.٠٣٧	٠.٠٣٤	أقل من ٠,١

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

ومن خلال الجدول رقم (٥/٤) السابق يتضح أن معظم مؤشرات مطابقة النموذج كانت مستوفاه لقاعدة القبول المخصصة لها، أي أن النموذج الهيكلي لمقياس توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة قد حاز علي مستوي عال من المطابقة، الأمر الذي يؤكد أن متغير توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة يتم قياسه من خلال (٢٥ عبارة) موزعة علي خمسة أبعاد أساسية.

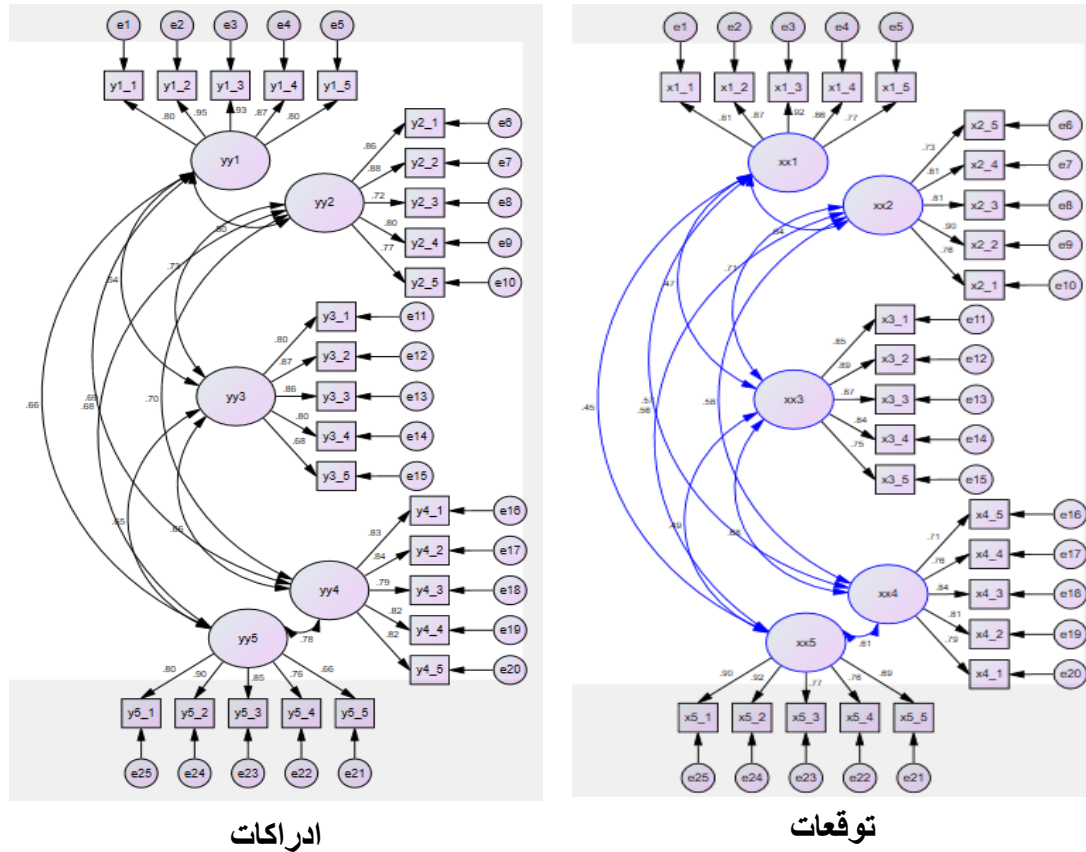
## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

مما سبق نستنتج أن نموذج توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة محل الدراسة يتمتع بقدر كبير من الصدق في تمثيل البيانات وكذلك بمستوي مرتفع من الثبات.

ومن خلال الشكل التالي يتضح أن معظم تقديرات المعلمات المعيارية لمتغير توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة قد تجاوزت النسبة المحددة، وهذه النسب الظاهرة علي الأسهم هي التي تربط الأبعاد الخمسة لتوقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة بفقراتها، كما كانت جميع النسب معنوية عند مستوى ٥٪، وهذا يشير إلي جوي هذه المعلمات وصدقها، وهذا يدل علي أن البيانات الخاصة بمتغير توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة صالحة لإجراء التحليلات الإحصائية الأخرى.

### شكل رقم (١/٤)

نتائج التحليل العائلي التوكيدي (CFA) لمقياس توقعات وادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة



دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

٣/٤ /٤: نتائج التحليل العاملي التوكيدي (CFA) لمقياس ادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة:

يتم استخدام التحليل العاملي التوكيدي للتحقق من مدي مطابقة أبعاد النموذج القياسي لتوقعات وادراكات المسؤولين ، مع البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة حول تلك الأبعاد، وذلك من خلال دراسة العلاقة بين أبعاد ادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة والفقرات المعبرة عنها، ومدي قدرة هذه الأخيرة علي التعبير عن كل بُعد، وتصفية كل بُعد من أخطاء القياس، و عليه فالتحليل العاملي يعتبر بمثابة تفسير للبيانات، والإجابة علي سؤال هام وهو لماذا وكيف ارتبطت مجموعة من المتغيرات وأبعادها في مجتمع الدراسة؟ وذلك بهدف الوصول إلي نموذج يحاكي الواقع، ويمتاز بالبساطة والكفاءة في نفس الوقت، و عليه سيتم من خلال هذا التحليل الكشف عن مدي مطابقة بيانات عينة نموذج قياس ادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة، والذي تم تحديده مسبقا اعتماداً علي أغلب الدراسات السابقة علي أنه مفهوم يتكون من أربع أبعاد والتحقق من صدق هذه البنية.

حيث يتضمن ادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة أربع أبعاد (بناءات) فرعية وهي الجوانب المادية، و الاعتمادية، و الاستجابة، و الامان، و التعاطف)، ويختبر المقياس الخاص بها العلاقة بين ٢٥ عبارة بواقع (٥ عبارات) لبعد الجوانب المادية، (٥ عبارات) لبعد الاعتمادية، (٥ عبارات) لبعد الاستجابة، (٥ عبارات) لبعد الامان ، (٥ عبارات) لبعد التعاطف، ويوضح الشكل (٢/٤) التالي المستخرج من برنامج AMOS 23 نتائج التحليل العاملي التوكيدي لمقياس ادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة موضحاً معاملات التحميل المعيارية Standardized Loading Factors للعبارات علي البناءات الفرعية الأساسية الخاصة بها، و الارتباطات ما بين هذه البناءات. كما يوضح الجدول رقم (٨/٤) مؤشرات المطابقة لنموذج القياس.

جدول رقم (٨/٤)

مؤشرات مطابقة النموذج الهيكلي لمقياس توقعات وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة

م	مؤشر اختبار جودة النموذج	توقعات	ادراكات	مؤشرات جودة المطابقة
١	X <sup>2</sup> / Degree of Freedom	٤.٧٣١	٤.٣٥٣	أكبر من ٥
٢	P. Value	.٠٠٠	.٠٠٠	أقل من ٥%
٣	Goodness of Fit Index (GFI)	٠.٩٤٢	٠.٩٦١	أكبر من ٠,٩
٤	Normed Fit Index (NFI)	٠.٩١١	٠.٩٢٩	أكبر من ٠,٩
٥	Comparative Fit Index (CFI)	٠.٩١٣	٠.٩٣١	أكبر من ٠,٩
٦	Incremental Fit Index (IFI)	٠.٩١٠	٠.٩٢٨	أكبر من ٠,٩
٧	Root Mean Square Residual (RMR)	٠.٠٥٢	٠.٠٤٨	أقل من ٠,١

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

أقل من ١,٠	٠,٠٢٩	٠,٠٣١	Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	٨
------------	-------	-------	---	---

**المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.**

ومن خلال الجدول رقم (٨/٤) السابق يتضح أن معظم مؤشرات مطابقة النموذج كانت مستوفاه لقاعدة القبول المخصصة لها، أي أن النموذج الهيكلي لمقياس ادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة قد حاز علي مستوي عال من المطابقة، الأمر الذي يؤكد أن متغير ادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة يتم قياسه من خلال (٢٥ عبارة) موزعة علي خمس أبعاد أساسية.

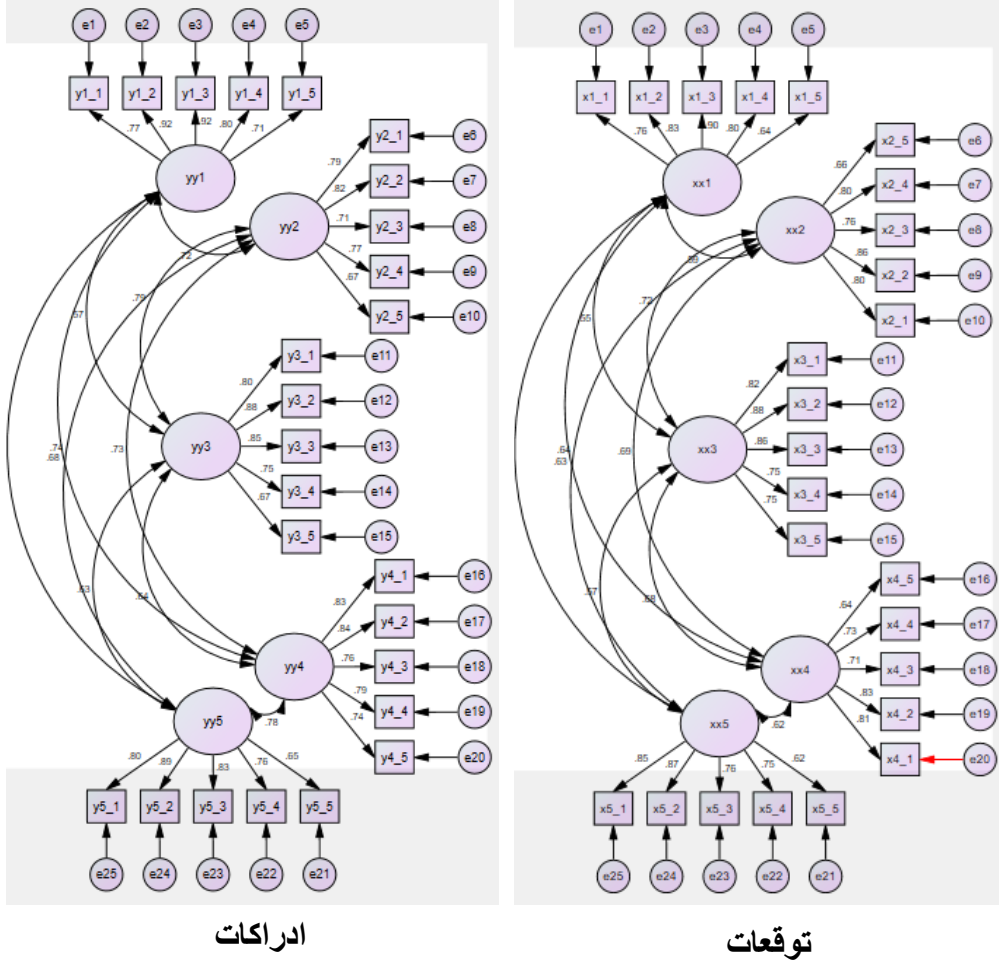
مما سبق نستنتج أن نموذج ادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة محل الدراسة يتمتع بقدر كبير من الصدق في تمثيل البيانات وكذلك بمستوي مرتفع من الثبات.

ومن خلال الشكل التالي يتضح أن معظم تقديرات المعلمات المعيارية لمتغير ادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة قد تجاوزت النسبة المحددة، وهذه النسب الظاهرة علي الأسهم هي التي تربط الأبعاد الخمسة لتوقعات وادراكات المسؤولين بفقراتها، كما كانت جميع النسب معنوية عند مستوي ٥٪، وهذا يشير إلي جدوي هذه المعلمات وصدقها، وهذا يدل علي أن البيانات الخاصة بمتغير توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة صالحة لإجراء التحليلات الإحصائية الأخرى.

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
 " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

شكل رقم (٢/٤)

نتائج التحليل العائلي التوكيدي (CFA) لمقياس توقعات وادراكات المسؤولين  
 لمستوى جودة الخدمة



٤-١ مناقشة نتائج التحليل واختبار الفروض:

٤/٥- توقعات العملاء وادراكات المسؤولين عن مستوى جوده خدمة الاتصالات في دولة الكويت

يناقش هذا الجزء نتائج التحليل الاحصائي الخاصة بالإجابة على السؤال الاول لهذه الدراسة والذي يتعلق بالتحقق من مدى وجود اختلاف (فجوة) بين توقعات العملاء و ادراكات المسؤولين عن مستوى جوده خدمة الاتصالات في دولة الكويت وكيف يمكن قياسها.

واختبار صحة الفرض الاول من الدراسة والذي ينص على عدم وجود اختلاف ذات دلالة إحصائية بين ما يتوقعه العملاء لجوده خدمه الاتصالات وادراكات المسؤولين القائمين على تقديم الخدمة لتوقعات العملاء بجودة خدمة الاتصالات في دولة الكويت

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

ولقد تم استخدام مقياس ( SERVQUAL ) لتحديد الفجوة بين توقعات العملاء وادراكات المسؤولين  
بخدمه الاتصالات في دوله الكويت

ولتحديد للفجوة فان الامر يتطلب القيام بطرح المتوسطات الحسابية الخاصة بإدراكات المسؤولين عند  
تقديم الخدمة من قيم المتوسطات الحسابية بتوقعات العملاء وذلك بالنسبة لي كل عباره من عبارات  
لمقياس كما يتم استخراج بتوسط الفروق المرجح لحجم العينة بالنسبة لكل عباره على حده وكذلك يتم  
حساب متوسط الفرق المرجح بحجم العينة لك لبعده من الابعاد الخمسة للمقياس ويمكن توضيح النتائج  
الخاصة بالفجوة بين توقعات العملاء وادراكات المسؤولين عن تقديم جوده خدمه الاتصالات وكذلك  
الدلالات الإحصائية الخاصة بها وفقا لاختبار (ت في ازوج) وذلك من خلال الجدول رقم (٢) وهي  
كما يلي:

جدول رقم (٢)

نتائج القياس الفجوة بين توقعات العملاء وادراكات المسؤولين عن مستوى جوده الخدمة  
الاتصالات

المتغيرات	ادراكات المسؤولين		توقعات العملاء		الفجوة	ت	المعنوية
	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
المقياس العام توقعات وادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة	٣.٥٥	٠.٨	٣.٩٧	٠.٦٦	-	٣.٩٨٥	٠.٠٠٠
الجوانب المادية	٣.٧٤	١.٠٣	٤.١٣	٠.٧٦	-	٣.٢٣٣	٠.٠٠٠
١. ملائمة مكان تقديم خدمة الاتصالات للعملاء.	٣.٦٩	١.١٦	٤.٢٤	٠.٩	-	٥.٦٩٨	٠.٠٠٠
٢. جاذبية المباني واماكن الحصول على الخدمة	٣.٧٧	١.١٢	٤.١١	٠.٩٤	-	٢.٦٧١	٠.٢٥
٣. التصميم والتنظيم الداخلي لإدارات تقديم الخدمة.	٣.٧٦	١.١٢	٤.٠٦	٠.٩٥	-	٢.١٢	٠.٠٤٧
٤. استخدام المعدات الحديثة في تقديم الخدمة.	٣.٦٩	١.١٨	٤.٠٧	٠.٩٣	-	٣.١٧٥	٠.٠٠٠
٥. المظهر العام لموظفي تقديم الخدمة	٣.٧٧	١.١٩	٤.١٧	٠.٨٧	-	٣.٣٣٩	٠.٠٠٠
الاعتمادية	٣.٤٤	٠.٩٢	٣.٩١	٠.٨١	-	٤.٩١	٠.٠٠٠

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

٠.٠٠٠	٤.٠٨٥	٠.٤٢-	٠.٩٨	٣.٩	١.٠٥	٣.٤٨	٦. الدقة وعدم الخطأ في تقديم الخدمة.
٠.٠٠٠	٥.٢٣٧	٠.٤٧-	٠.٩١	٣.٩٢	١.٠٤	٣.٤٥	٧. الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المناسبة.
٠.٠٠٠	٦.٤٦٤	٠.٦٤-	١.٠٥	٣.٨٨	١.١٢	٣.٢٤	٨. توفير العدد الكافي من موظفي تقديم الخدمة.
٠.٠٠٠	٤.٣٣٧	٠.٤٦-	١.٠٢	٣.٨٦	١.١١	٣.٤	٩. الحرص على حل مشاكل العملاء
٠.٠٠٠	٢.٦٩٦	٠.٣٥-	٠.٩٨	٣.٩٩	١.١١	٣.٦٤	١٠. الاحتفاظ بسجلات وملفات دقيقة
٠.٠٠٠	٤.٤٦٣	-	٠.٨٨	٣.٨٧	٠.٩٣	٣.٤	<b>الاستجابة</b>
٠.٠٠٠	٥.٧٨	٠.٥٧-	١.٠٥	٣.٨٩	١.١٤	٣.٣٢	١١. السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة.
٠.٠٠٠	٥.٦٣٥	٠.٥٤-	١.٠٩	٣.٧٨	١.١٥	٣.٢٤	١٢. الرد الفوري على استفسارات العملاء مهما كانت درجة الانشغال
٠.٠٠٠	٥.٥٨٤	٠.٤٨-	١.٠٩	٣.٨٣	١.٠٩	٣.٣٥	١٣. الاستجابة الفورية لاحتياجات ورغبات العملاء.
٠.٠٠٠	٤.٠٥٤	٠.٤٢-	٠.٩٥	٣.٩	١.٠٦	٣.٤٨	١٤. الاستعداد الدائم للتعاون مع العملاء.
٠.٠٣٣	٢.٥٤٦	٠.٣٣-	٠.٩٩	٣.٩٣	١.٠٧	٣.٦	١٥. إخبار العميل بموعد تقديم / الانتهاء من الخدمة بدقة.
٠.٠٠٠	٢.٨٣	-	٠.٧٧	٤.٠٨	٠.٩١	٣.٧٢	<b>الامان</b>
٠.٠٠٠	٢.٠١٨	٠.٢٩-	١.٠٦	٣.٩٧	١.١	٣.٦٨	١٦. شعور العميل بالأمان في التعامل.
٠.٠٠٠	٣.٣٦٥	٠.٤-	٠.٩٨	٤.٠٣	١.٠٦	٣.٦٣	١٧. المحافظة على سرية خصوصيات العملاء.
٠.٠٠٠	٣.٠٢	٠.٣٧-	٠.٧٧	٤.٢٧	١.٠٢	٣.٩	١٨. المام موظفي الخدمة بالمعلومات الكافية
٠.٠٠٠	٤.١٢٥	٠.٤٣-	٠.٩٧	٤.١٥	١.٠٨	٣.٧٢	١٩. اللباقة وحسن الخلق في التعامل مع العملاء
٠.٠٤٠	٢.٣٠٨	٠.٣-	٠.٩٩	٣.٩٩	١.٠٥	٣.٦٩	٢٠. دعم وتأييد الإدارة العليا لموظفي الخدمة
٠.٠٠٠	٣.٤٥٦	-	٠.٨٧	٣.٨٤	٠.٩٧	٣.٤٤	<b>التعاطف</b>

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

٢١.	وضع مصلحة العميل في مقدمة اهتمامات الإدارة والعمالين.	٣.٥٥	١.١٩	٣.٩٢	١.٠٨	٠.٣٧-	٣.١٣٨	٠.٠٠٠
٢٢.	توفير العناية الشخصية لكل عميل.	٣.٥	١.١٤	٣.٩١	١.٠٥	٠.٤١-	٣.٨٢	٠.٠٠٠
٢٣.	التعاطف مع العميل عند التعرض لمشكلة ما.	٣.٤٧	١.١٣	٣.٩١	٠.٩٧	٠.٤٤-	٤.١٣١	٠.٠٠٠
٢٤.	روح المودة والصدقة مع العملاء.	٣.٢٧	١.١٧	٣.٦٨	١.١	٠.٤١-	٣.٧٧	٠.٠٠٠
٢٥.	تفهم احتياجات العملاء	٣.٣٩	١.١٦	٣.٨	١.٠٧	٠.٤١-	٣.٥٧	٠.٠٠٠

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح لنا من الجدول السابق ما يأتي:

توجد فجوة سلبية بين توقعات العملاء وادراكات المسؤولين لمختلف ابعاد جوده خدمه الاتصالات (الجوانب المادية، والاعتمادية، والاستجابية، والامان، والتعاطف) في دوله الكويت وكذلك مختلف العناصر الخاصة بكل بعد ابعاد خدمه الاتصالات.

تتمثل الفجوة بين توقعات العملاء وادراكات المسؤولين بالنسبة (الجوانب المادية، والاعتمادية، والاستجابية، والامان، والتعاطف) تتمثل أكثر مجالات التباين بين توقعات العملاء بجوده الخدمة وادراكات المسؤولين مقدم الخدمة بهذه التوقعات في عده فجوات اهمها الفجوة المتعلقة بأبعاد المقياس كما يلي:

توجد فجوة سالبه في بعض العناصر مكونه من بعد الجوانب المادية تمثلت في

الجوانب المادية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٤ ومتوسط توقعات العملاء ٤.١٣ بفجوة -٠.٣٩٤ و معنوية اقل من (٠.٠١)

١. ملائمة مكان تقديم خدمة الاتصالات للعملاء. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٩ ومتوسط توقعات العملاء ٤.٢٤ بفجوة -٠.٥٥٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)

٢. جاذبية المباني واماكن الحصول على الخدمة بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٧ ومتوسط توقعات العملاء ٤.١١ بفجوة -٠.٣٤٠ و معنوية ٠.٠٢٥

٣. التصميم والتنظيم الداخلي لإدارات تقديم الخدمة. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٦ ومتوسط توقعات العملاء ٤.٠٦ بفجوة -٠.٣٠٠ و معنوية ٠.٠٤٧

٤. استخدام المعدات الحديثة في تقديم الخدمة. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٩ ومتوسط توقعات العملاء ٤.٠٧ بفجوة -٠.٣٨٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)

٥. المظهر العام لموظفي تقديم الخدمة بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٧ ومتوسط توقعات العملاء ٤.١٧ بفجوة -٠.٤٠٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)



## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

### توجد فجوة سالبة في بعض العناصر مكونه من بعد الاعتمادية تمثلت في

الاعتمادية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٤ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٩١ بفجوة -٠.٤٦٨ و معنوية اقل من (٠.٠١)

١. الدقة وعدم الخطأ في تقديم الخدمة. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٨ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٩٠ بفجوة -٠.٤٢٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)
٢. الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المناسبة. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٥ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٩٢ بفجوة -٠.٤٧٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)
٣. توفير العدد الكافي من موظفي تقديم الخدمة. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٢٤ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٨٨ بفجوة -٠.٦٤٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)
٤. الحرص على حل مشاكل العملاء بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٠ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٨٦ بفجوة -٠.٤٦٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)
٥. الاحتفاظ بسجلات وملفات دقيقة بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٤ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٩٩ بفجوة -٠.٣٥٠ و معنوية ٠.٠١٨

### توجد فجوة سالبة في بعض العناصر مكونه من بعد الاستجابة تمثلت في

الاستجابة بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٠ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٨٧ بفجوة -٠.٤٦٧ و معنوية اقل من (٠.٠١)

١. السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٣٢ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٨٩ بفجوة -٠.٥٧٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)
٢. الرد الفوري على استفسارات العملاء مهما كانت درجة الانشغال بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٢٤ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٧٨ بفجوة -٠.٥٤٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)
٣. الاستجابة الفورية لاحتياجات ورغبات العملاء. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٣٥ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٨٣ بفجوة -٠.٤٨٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)
٤. الاستعداد الدائم للتعاون مع العملاء. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٨ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٩٠ بفجوة -٠.٤٢٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)
٥. إخبار العميل بموعد تقديم / الانتهاء من الخدمة بدقة. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٠ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٩٣ بفجوة -٠.٣٣٠ و معنوية ٠.٠٣٣

### توجد فجوة سالبة في بعض العناصر مكونه من بعد الامان تمثلت في

الامان بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٢ ومتوسط توقعات العملاء ٤.٠٨ بفجوة -٠.٣٥٨ و معنوية ٠.٠١١

١. شعور العميل بالأمان في التعامل. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٨ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٩٧ بفجوة -٠.٢٩٠ و معنوية ٠.٠٥٠
٢. المحافظة على سرية خصوصيات العملاء. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٣ ومتوسط توقعات العملاء ٤.٠٣ بفجوة -٠.٤٠٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)
٣. المام موظفي الخدمة بالمعلومات الكافية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٩٠ ومتوسط توقعات

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

- العملاء ٤.٢٧ بفجوة -٠.٣٧٠ ومعنوية ٠.٠٠٣  
٤. اللباقة وحسن الخلق في التعامل مع العملاء بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٢ ومتوسط توقعات العملاء ٤.١٥ بفجوة -٠.٤٣٠ ومعنوية اقل من (٠.٠١)  
٥. دعم وتأييد الادارة العليا لموظفي الخدمة بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٩ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٩٩ بفجوة -٠.٣٠٠ ومعنوية ٠.٠٤٠

### توجد فجوة سالبة في بعض العناصر مكونه من بعد التعاطف تمثلت في

التعاطف بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٤ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٨٤-٠.٤٠٨ ومعنوية اقل من (٠.٠١)

١. وضع مصلحة العميل في مقدمة اهتمامات الإدارة والعاملين. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٥٥ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٩٢ بفجوة -٠.٣٧٠ ومعنوية اقل من (٠.٠١)
٢. توفير العناية الشخصية لكل عميل. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٥٠ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٩١ بفجوة -٠.٤١٠ ومعنوية اقل من (٠.٠١)
٣. التعاطف مع العميل عند التعرض لمشكلة ما. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٧ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٩١ بفجوة -٠.٤٤٠ ومعنوية اقل من (٠.٠١)
٤. روح المودة والصداقة مع العملاء. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٢٧ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٦٨ بفجوة -٠.٤١٠ ومعنوية اقل من (٠.٠١)
٥. تفهم احتياجات العملاء بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٣٩ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٨٠ بفجوة -٠.٤١٠ ومعنوية اقل من (٠.٠١)

بعد تحليل نتائج الفجوة بين توقعات العملاء ودركات المسؤولين عن مستوى الخدمة بدوله الكويت يتضح ان هناك اختلافات جوهرية بين توقعات العملاء وادراكات المسؤولين عن ابعاد جودة خدمة الاتصالات في دوله الكويت

وفي ضوء ما تقدم فقد تقرر رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل حيث توجد اختلافات دلالة إحصائية بين توقعات العملاء وادراكات المسؤولين لمستوى جودة خدمة الاتصالات في دوله الكويت وفي ضوء ما تقدم، فقد تقرر رفض فرض العدم القائل " ليس هناك اختلاف ذو دلالة إحصائية بين توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة " لدي المستقضي منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت وتم قبول الفرض البديل الذي ينص على: " هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية بين أبعاد توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة " لدي المستقضي منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت، وتم قبول الفرض البديل، وذلك بعد أن أظهر اختبار ت في أزواج أن هناك علاقة جوهرية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وفقاً لاختبار ت بين متغيرات توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة .

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

٦/٤- ادراكات العملاء وادراكات المسؤولين عن مستوى جوده خدمة الاتصالات في دوله الكويت

يناقش هذا الجزء نتائج التحليل الاحصائي الخاصة بالإجابة على السؤال الاول لهذه الدراسة والذي يتعلق بالتحقق من مدى وجود اختلاف (فجوة) بين ادراكات العملاء و ادراكات المسؤولين عن مستوى جوده خدمة الاتصالات في دوله الكويت وكيف يمكن قياسها.

واختبار صحة الفرض الاول من الدراسة والذي ينص على عدم وجود اختلاف ذات دلالة إحصائية بين ما يتوقعه العملاء لجوده خدمه الاتصالات وادراكات المسؤولين القائمين على تقديم الخدمة لادراكات العملاء بجوده خدمة الاتصالات في دوله الكويت

ولقد تم استخدام مقياس ( SERVQUAL ) لتحديد الفجوة بين ادراكات العملاء وادراكات المسؤولين بخدمه الاتصالات في دوله الكويت

ولتحديد للفجوة فان الامر يتطلب القيام بطرح المتوسطات الحسابية الخاصة بإدراكات المسؤولين عند تقديم الخدمة من قيم المتوسطات الحسابية بإدراكات العملاء وذلك بالنسبة لي كل عباره من عبارات لمقياس كما يتم استخراج بتوسط الفروق المرجح لحجم العينة بالنسبة لكل عباره على حده وكذلك يتم حساب متوسط الفرق المرجح بحجم العينة لك لبعده من الابعاد الخمسة للمقياس ويمكن توضيح النتائج الخاصة بالفجوة بين ادراكات العملاء وادراكات المسؤولين عن تقديم جوده خدمه الاتصالات وكذلك الدلالات الإحصائية الخاصة بها وفقا لاختبار (ت في ازوج) وذلك من خلال الجدول رقم (٢) وهي كما يلي:

جدول رقم (٢)

نتائج القياس الفجوة بين ادراكات العملاء وادراكات المسؤولين عن مستوى جوده الخدمة الاتصالات

المتغيرات	ادراكات المسؤولين		ادراكات العملاء		الفجوة	ت	المعنوية
	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
المقياس العام توقعات وادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة	٣.٥٥	٠.٨	٣.٩٧	٠.٦٦	٠.٤٢-	٥.٥٣٥	٠.٠٠٠
الجوانب المادية	٣.٧٤	١.٠٣	٤.١٣	٠.٧٦	٠.٣٩-	٤.٤٩	٠.٠٠٠
ملائمة مكان تقديم خدمة الاتصالات للعملاء.	٣.٦٩	١.١٦	٤.٢٤	٠.٩	٠.٥٥-	٧.٩١٤	٠.٠٠٠
جاذبية المباني واماكن الحصول على الخدمة	٣.٧٧	١.١٢	٤.١١	٠.٩٤	٠.٣٤-	٣.٧١	٠.٠٠٠
التصميم والتنظيم الداخلي لإدارات تقديم الخدمة.	٣.٧٦	١.١٢	٤.٠٦	٠.٩٥	٠.٣-	٢.٩٤٤	٠.٠٠٣

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

استخدام المعدات الحديثة في تقديم الخدمة.	٣.٦٩	١.١٨	٤.٠٧	٠.٩٣	-٠.٣٨	٤.٤١	٠.٠٠٠
المظهر العام لموظفي تقديم الخدمة	٣.٧٧	١.١٩	٤.١٧	٠.٨٧	-٠.٤	٤.٦٣٨	٠.٠٠٠
الاعتمادية	٣.٤٤	٠.٩٢	٣.٩١	٠.٨١	-٠.٤٧	٦.٨١٩	٠.٠٠٠
الدقة وعدم الخطأ في تقديم الخدمة.	٣.٤٨	١.٠٥	٣.٩	٠.٩٨	-٠.٤٢	٥.٦٣١	٠.٠٠٠
الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المناسبة.	٣.٤٥	١.٠٤	٣.٩٢	٠.٩١	-٠.٤٧	٧.٢٧٤	٠.٠٠٠
توفير العدد الكافي من موظفي تقديم الخدمة.	٣.٢٤	١.١٢	٣.٨٨	١.٠٥	-٠.٦٤	٨.٩٧٨	٠.٠٠٠
الحرص على حل مشاكل العملاء	٣.٤	١.١١	٣.٨٦	١.٠٢	-٠.٤٦	٦.٠٢٣	٠.٠٠٠
الاحتفاظ بسجلات وملفات دقيقة	٣.٦٤	١.١١	٣.٩٩	٠.٩٨	-٠.٣٥	٣.٧٤٥	٠.٠٠٠
الاستجابة	٣.٤	٠.٩٣	٣.٨٧	٠.٨٨	-٠.٤٧	٦.١٩٨	٠.٠٠٠
السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة.	٣.٣٢	١.١٤	٣.٨٩	١.٠٥	-٠.٥٧	٨.٠٢٨	٠.٠٠٠
الرد الفوري على استفسارات العملاء مهما كانت درجة الانشغال	٣.٢٤	١.١٥	٣.٧٨	١.٠٩	-٠.٥٤	٧.٨٢٧	٠.٠٠٠
الاستجابة الفورية لاحتياجات ورغبات العملاء.	٣.٣٥	١.٠٩	٣.٨٣	١.٠٩	-٠.٤٨	٧.٧٥٥	٠.٠٠٠
الاستعداد الدائم للتعاون مع العملاء.	٣.٤٨	١.٠٦	٣.٩	٠.٩٥	-٠.٤٢	٥.٦٧٤	٠.٠٠٠
إخبار العميل بموعد تقديم / الانتهاء من الخدمة بدقة.	٣.٦	١.٠٧	٣.٩٣	٠.٩٩	-٠.٣٣	٣.٥٣٦	٠.٠٠٠
الامان	٣.٧٢	٠.٩١	٤.٠٨	٠.٧٧	-٠.٣٦	٣.٩٣	٠.٠٠٠
شعور العميل بالأمان في التعامل.	٣.٦٨	١.١	٣.٩٧	١.٠٦	-٠.٢٩	٢.٨٠٣	٠.٠٠٠٥
المحافظة على سرية خصوصيات العملاء.	٣.٦٣	١.٠٦	٤.٠٣	٠.٩٨	-٠.٤	٤.٦٧٤	٠.٠٠٠
المام موظفي الخدمة بالمعلومات الكافية	٣.٩	١.٠٢	٤.٢٧	٠.٧٧	-٠.٣٧	٤.١٩٤	٠.٠٠٠
اللباقة وحسن الخلق في التعامل مع العملاء	٣.٧٢	١.٠٨	٤.١٥	٠.٩٧	-٠.٤٣	٥.٧٢٩	٠.٠٠٠
دعم وتأييد الإدارة العليا لموظفي الخدمة	٣.٦٩	١.٠٥	٣.٩٩	٠.٩٩	-٠.٣	٣.٢٠٥	٠.٠٠٠١
التعاطف	٣.٤٤	٠.٩٧	٣.٨٤	٠.٨٧	-٠.٤١	٤.٨	٠.٠٠٠
وضع مصلحة العميل في مقدمة اهتمامات الإدارة والعاملين.	٣.٥٥	١.١٩	٣.٩٢	١.٠٨	-٠.٣٧	٤.٣٥٨	٠.٠٠٠

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

توفير العناية الشخصية لكل عميل.	٣.٥	١.١٤	٣.٩١	١.٠٥	٠.٤١-	٥.٢٣٦	.٠٠٠
التعاطف مع العميل عند التعرض لمشكلة ما.	٣.٤٧	١.١٣	٣.٩١	٠.٩٧	٠.٤٤-	٥.٧٣٨	.٠٠٠
روح المودة والصدقة مع العملاء.	٣.٢٧	١.١٧	٣.٦٨	١.١	٠.٤١-	٥.٣٠٥	.٠٠٠
تفهم احتياجات العملاء	٣.٣٩	١.١٦	٣.٨	١.٠٧	٠.٤١-	٤.٩٥٨	.٠٠٠

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح لنا من الجدول السابق ما يأتي:

توجد فجوة سلبية بين ادراكات العملاء وادراكات المسؤولين لمختلف ابعاد جوده خدمه الاتصالات (الجوانب المادية، والاعتمادية، والاستجابة، والامان، والتعاطف) في دوله الكويت وكذلك مختلف العناصر الخاصة بكل بعد ابعاد خدمه الاتصالات.

تتمثل الفجوة بين ادراكات العملاء وادراكات المسؤولين بالنسبة (الجوانب المادية، والاعتمادية، والاستجابة، والامان، والتعاطف) تتمثل أكثر مجالات التباين بين ادراكات العملاء بجوده الخدمة وادراكات المسؤولين مقدم الخدمة بهذه التوقعات في عده فجوات اهمها الفجوة المتعلقة بأبعاد المقياس كما يلي:

توجد فجوة سالبه في بعض العناصر مكونه من بعد الجوانب المادية تمثلت في

- الجوانب المادية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٤ بمتوسط ادراكات العملاء ٤.١٣ بفجوة - ٠.٣٩ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- ملائمة مكان تقديم خدمة الاتصالات للعملاء. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٩ بمتوسط ادراكات العملاء ٤.٢٤ بفجوة - ٠.٥٥ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- جاذبية المباني واماكن الحصول على الخدمة بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٧ بمتوسط ادراكات العملاء ٤.١١ بفجوة - ٠.٣٤ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- التصميم والتنظيم الداخلي لإدارات تقديم الخدمة. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٦ بمتوسط ادراكات العملاء ٤.٠٦ بفجوة - ٠.٣٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- استخدام المعدات الحديثة في تقديم الخدمة . بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٩ بمتوسط ادراكات العملاء ٤.٠٧ بفجوة - ٠.٣٨ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- المظهر العام لموظفي تقديم الخدمة بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٧ بمتوسط ادراكات العملاء ٤.١٧ بفجوة - ٠.٤٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)

توجد فجوة سالبه في بعض العناصر مكونه من بعد الاعتمادية تمثلت في

- الاعتمادية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٤ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٩١ بفجوة - ٠.٤٧ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- الدقة وعدم الخطأ في تقديم الخدمة. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٨ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٩٠ بفجوة - ٠.٤٢ و معنوية اقل من (٠.٠١)

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

- الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المناسبة. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٥ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٩٢ بفجوة -٠.٤٧ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- توفير العدد الكافي من موظفي تقديم الخدمة. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٢٤ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٨٨ بفجوة -٠.٦٤ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- الحرص على حل مشاكل العملاء بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٠ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٨٦ بفجوة -٠.٤٦ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- الاحتفاظ بسجلات وملفات دقيقة بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٤ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٩٩ بفجوة -٠.٣٥ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- **توجد فجوة سالبة في بعض العناصر مكونه من بعد الاستجابة تمثلت في**
- الاستجابة بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٠ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٨٧ بفجوة -٠.٤٧ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٣٢ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٨٩ بفجوة -٠.٥٧ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- الرد الفوري على استفسارات العملاء مهما كانت درجة الانشغال بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٢٤ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٧٨ بفجوة -٠.٥٤ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- الاستجابة الفورية لاحتياجات ورغبات العملاء. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٣٥ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٨٣ بفجوة -٠.٤٨ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- الاستعداد الدائم للتعاون مع العملاء. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٨ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٩٠ بفجوة -٠.٤٢ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- إخبار العميل بموعد تقديم / الانتهاء من الخدمة بدقة. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٠ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٩٣ بفجوة -٠.٣٣ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- **توجد فجوة سالبة في بعض العناصر مكونه من بعد الامان تمثلت في**
- الأمان بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٢ بمتوسط ادراكات العملاء ٤.٠٨ بفجوة -٠.٣٦ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- شعور العميل بالأمان في التعامل. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٨ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٩٧ بفجوة -٠.٢٩ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- المحافظة على سرية خصوصيات العملاء. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٣ بمتوسط ادراكات العملاء ٤.٠٣ بفجوة -٠.٤٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- المام موظفي الخدمة بالمعلومات الكافية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٩٠ بمتوسط ادراكات العملاء ٤.٢٧ بفجوة -٠.٣٧ و معنوية اقل من (٠.٠١)

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

- اللباقة وحسن الخلق في التعامل مع العملاء بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٢ بمتوسط ادراكات العملاء ٤.١٥ بفجوة -٠.٤٣ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- دعم وتأييد الادارة العليا لموظفي الخدمة بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٦٩ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٩٩ بفجوة -٠.٣٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- **توجد فجوة سالبة في بعض العناصر مكونه من بعد التعاطف تمثلت في**
- التعاطف بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٤ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٨٤ بفجوة -٠.٤١ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- وضع مصلحة العميل في مقدمة اهتمامات الإدارة والعاملين. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٥٥ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٩٢ بفجوة -٠.٣٧ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- توفير العناية الشخصية لكل عميل. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٥٠ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٩١ بفجوة -٠.٤١ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- التعاطف مع العميل عند التعرض لمشكلة ما. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٧ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٩١ بفجوة -٠.٤٤ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- روح المودة والصدقة مع العملاء. بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٢٧ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٦٨ بفجوة -٠.٤١ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- تفهم احتياجات العملاء بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٣٩ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٨٠ بفجوة -٠.٤١ و معنوية اقل من (٠.٠١)

بعد تحليل نتائج الفجوة بين ادراكات العملاء ودرجات المسؤولين عن مستوى الخدمة بدولة الكويت يتضح ان هناك اختلافات جوهرية بين ادراكات العملاء وادراكات المسؤولين عن ابعاد جودة خدمة الاتصالات في دولة الكويت

وفي ضوء ما تقدم فقد تقرر رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل حيث توجد اختلافات دلالة إحصائية بين ادراكات العملاء وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة في دولة الكويت وفي ضوء ما تقدم، فقد تقرر رفض فرض العدم القائل " ليس هناك اختلاف ذو دلالة إحصائية بين ادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة " الذي المستقصي منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت وتم قبول الفرض البديل الذي ينص على: " هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية بين أبعاد ادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة " الذي المستقصي منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت، وتم قبول الفرض البديل، وذلك بعد أن أظهر اختبار ت في أزواج أن هناك علاقة جوهرية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وفقاً لاختبار ت بين متغيرات ادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة .

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

٧/٤- ادراكات العملاء وتوقعات العملاء عن مستوى جوده خدمة الاتصالات في دوله الكويت

يناقش هذا الجزء نتائج التحليل الاحصائي الخاصة بالإجابة على السؤال الاول لهذه الدراسة والذي يتعلق بالتحقق من مدى وجود اختلاف (فجوة) بين ادراكات العملاء و توقعات العملاء عن مستوى جوده خدمة الاتصالات في دوله الكويت وكيف يمكن قياسها.

واختبار صحة الفرض الاول من الدراسة والذي ينص على عدم وجود اختلاف ذات دلالة إحصائية بين ما يتوقعه العملاء لجوده خدمه الاتصالات وتوقعات العملاء القائمين على تقديم الخدمة لادراكات العملاء بجودة خدمة الاتصالات في دوله الكويت

ولقد تم استخدام مقياس ( SERVQUAL ) لتحديد الفجوة بين ادراكات العملاء وتوقعات العملاء بخدمه الاتصالات في دوله الكويت

ولتحديد للفجوة فان الامر يتطلب القيام بطرح المتوسطات الحسابية الخاصة بتوقعات العملاء عند تقديم الخدمة من قيم المتوسطات الحسابية بإدراكات العملاء وذلك بالنسبة لي كل عباره من عبارات لمقياس كما يتم استخراج بتوسط الفرق المرجح لحجم العينة بالنسبة لكل عباره على حده وكذلك يتم حساب متوسط الفرق المرجح بحجم العينة لك لبعده من الابعاد الخمسة للمقياس ويمكن توضيح النتائج الخاصة بالفجوة بين ادراكات العملاء وتوقعات العملاء عن تقديم جوده خدمه الاتصالات وكذلك الدلالات الإحصائية الخاصة بها وفقا لاختبار (ت في ازواج) وذلك من خلال الجدول رقم (٢) وهي كما يلي:

جدول رقم (٢)

نتائج القياس الفجوة بين ادراكات العملاء وتوقعات العملاء عن مستوى جوده الخدمة الاتصالات

المتغيرات	توقعات العملاء		ادراكات العملاء		الفجوة	ت	المعنوية
	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
المقياس العام توقعات وادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة	٣.٩٦٦	٠.٦٦٠	٣.٧٦٩	٠.٧٤٣	-٠.١٩٧	٦.٣٠١	٠.٠٠٠
الجوانب المادية	٤.١٣٠	٠.٧٦٥	٤.٠١٦	٠.٨٦٥	-٠.١١٤	٣.١٩٥	٠.٠٠٢
ملائمة مكان تقديم خدمة الاتصالات للعملاء.	٤.٢٤٠	٠.٨٩٥	٤.٠٦٠	٠.٩٦٠	-٠.١٧٦	٤.١٠٠	٠.٠٠٠
جاذبية المباني واماكن الحصول على الخدمة	٤.١١٠	٠.٩٤١	٤.٠١٠	١.٠٠٦	-٠.١٠٣	٢.٣٩٩	٠.٠١٧
التصميم والتنظيم الداخلي لإدارات تقديم الخدمة.	٤.٠٦٠	٠.٩٤٩	٤.٠٠٠	٠.٩٨٧	-٠.٠٥٦	١.٢٧٧	٠.٢٠٢



دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

٠.٠١٠	٢.٥٨٣	-٠.١١٩	١.٠٤٧	٣.٩٥٠	٠.٩٢٨	٤.٠٧٠	استخدام المعدات الحديثة في تقديم الخدمة.
٠.٠٠٨	٢.٦٤٩	-٠.١١٥	١.٠٢٢	٤.٠٦٠	٠.٨٧٣	٤.١٧٠	المظهر العام لموظفي تقديم الخدمة
٠.٠٠٠	٥.٤٤٠	-٠.٢١١	٠.٨٣٣	٣.٦٩٩	٠.٨١٠	٣.٩١٠	الاعتمادية
٠.٠٠١	٣.٣١٦	-٠.١٦٢	٠.٩٨٢	٣.٧٤٠	٠.٩٧٥	٣.٩٠٠	الدقة وعدم الخطأ في تقديم الخدمة.
٠.٠٠٠	٤.٥٠٧	-٠.٢١٨	١.٠١٥	٣.٧٠٠	٠.٩١١	٣.٩٢٠	الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المناسبة.
٠.٠٠٠	٦.٦٣٧	-٠.٣٣٥	١.٠٩٢	٣.٥٤٠	١.٠٥٤	٣.٨٨٠	توفير العدد الكافي من موظفي تقديم الخدمة.
٠.٠٠٠	٤.٧٦٠	-٠.٢٣٧	١.٠٧٥	٣.٦٣٠	١.٠٢٢	٣.٨٦٠	الحرص على حل مشاكل العملاء
٠.٠٣٠	٢.١٨٣	-٠.١٠٣	١.٠١٠	٣.٨٩٠	٠.٩٧٩	٣.٩٩٠	الاحتفاظ بسجلات وملفات دقيقة
٠.٠٠٠	٦.٧٤٩	-٠.٢٧٥	٠.٩٢٦	٣.٥٩٢	٠.٨٨٢	٣.٨٦٧	الاستجابة
٠.٠٠٠	٦.٧٩٨	-٠.٣٦٣	١.١٦١	٣.٥٢٠	١.٠٤٧	٣.٨٩٠	السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة.
٠.٠٠٠	٧.٤٤٩	-٠.٣٨٩	١.٢٠٨	٣.٣٩٠	١.٠٨٦	٣.٧٨٠	الرد الفوري على استفسارات العملاء مهما كانت درجة الانشغال
٠.٠٠٠	٦.١٧٣	-٠.٣٠٤	١.١٥٧	٣.٥٣٠	١.٠٩١	٣.٨٣٠	الاستجابة الفورية لاحتياجات ورغبات العملاء.
٠.٠٠٠	٣.٧٣٩	-٠.١٦٩	٠.٩٥٧	٣.٧٣٠	٠.٩٤٥	٣.٩٠٠	الاستعداد الدائم للتعاون مع العملاء.
٠.٠٠٣	٢.٩٤٧	-٠.١٥٠	١.٠٥١	٣.٧٨٠	٠.٩٩٤	٣.٩٣٠	إخبار العميل بموعد تقديم / الانتهاء من الخدمة بدقة.
٠.٠٠٢	٣.١٥٠	-٠.١٢٠	٠.٨٥٣	٣.٩٦١	٠.٧٦٦	٤.٠٨٢	الامان
٠.٠٣٣	٢.١٣٤	-٠.١١٠	١.١٠٤	٣.٨٦٠	١.٠٦١	٣.٩٧٠	شعور العميل بالأمان في التعامل.
٠.٠٠١	٣.٢١٨	-٠.١٥٧	١.٠٥٦	٣.٨٧٠	٠.٩٨٢	٤.٠٣٠	المحافظة على سرية خصوصيات العملاء.
٠.٠١٦	٢.٤٣٠	-٠.١٠٥	٠.٩٠٩	٤.١٦٠	٠.٧٧٢	٤.٢٧٠	المام موظفي الخدمة بالمعلومات الكافية
٠.٠٠٠	٣.٧٦٦	-٠.١٧٣	١.٠٢١	٣.٩٨٠	٠.٩٦٩	٤.١٥٠	اللباقة وحسن الخلق في التعامل مع العملاء
٠.٢٣١	١.٢٠١	-٠.٠٥٦	٠.٩٩٤	٣.٩٣٠	٠.٩٨٩	٣.٩٩٠	دعم وتأييد الإدارة العليا لموظفي الخدمة
٠.٠٠٠	٦.١٥٦	-٠.٢٦٤	٠.٩٤٦	٣.٥٧٩	٠.٨٧١	٣.٨٤٣	التعاطف
٠.٠٠٠	٤.٧٤٨	-٠.٢٦٥	١.١٨٧	٣.٦٥٠	١.٠٨٤	٣.٩٢٠	وضع مصلحة العميل في مقدمة اهتمامات الإدارة والعاملين.

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

٠.٠٠٠	٤.٣١١	-٠.٢٣٠	١.١٣٤	٣.٦٨٠	١.٠٥١	٣.٩١٠	توفير العناية الشخصية لكل عميل.
٠.٠٠٠	٥.٦٢٣	-٠.٢٧٦	١.٠٧٨	٣.٦٤٠	٠.٩٧١	٣.٩١٠	التعاطف مع العميل عند التعرض لمشكلة ما.
٠.٠٠٠	٥.٣١٩	-٠.٢٧٢	١.١٤٢	٣.٤١٠	١.٠٩٥	٣.٦٨٠	روح المودة والصدقة مع العملاء.
٠.٠٠٠	٤.٩٠٢	-٠.٢٧٩	١.١٤٧	٣.٥٢٠	١.٠٧٠	٣.٨٠٠	تفهم احتياجات العملاء

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

**يتضح لنا من الجدول السابق ما يأتي:**

توجد فجوة سلبية بين ادراكات العملاء وتوقعات العملاء لمختلف ابعاد جوده خدمه الاتصالات (الجوانب المادية، والاعتمادية، والاستجابة، والامان، والتعاطف) في دوله الكويت وكذلك مختلف العناصر الخاصة بكل بعد ابعاد خدمه الاتصالات.

تتمثل الفجوة بين ادراكات العملاء وتوقعات العملاء بالنسبة (الجوانب المادية، والاعتمادية، والاستجابة، والامان، والتعاطف) تتمثل أكثر مجالات التباين بين ادراكات العملاء بجوده الخدمة وتوقعات العملاء مقدم الخدمة بهذه التوقعات في عده فجوات اهمها الفجوة المتعلقة بأبعاد المقياس كما يلي:

**توجد فجوة سالبه في بعض العناصر مكونه من بعد الجوانب المادية تمثلت في**

- الجوانب المادية بمتوسط توقعات العملاء ٤.١٣٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٤.٠١٦ بفجوة ٠.١١٤ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- ملائمة مكان تقديم خدمة الاتصالات للعملاء. بمتوسط توقعات العملاء ٤.٢٤٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٤.٠٦٠ بفجوة ٠.١٧٦ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- جاذبية المباني واماكن الحصول على الخدمة بمتوسط توقعات العملاء ٤.١١٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٤.٠١٠ بفجوة ٠.١٠٣ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- التصميم والتنظيم الداخلي لإدارات تقديم الخدمة. بمتوسط توقعات العملاء ٤.٠٦٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٤.٠٠٠ بفجوة ٠.٠٥٦ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- استخدام المعدات الحديثة في تقديم الخدمة. بمتوسط توقعات العملاء ٤.٠٧٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٩٥٠ بفجوة ٠.١١٩ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- المظهر العام لموظفي تقديم الخدمة بمتوسط توقعات العملاء ٤.١٧٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٤.٠٦٠ بفجوة ٠.١١٥ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- توجد فجوة سالبه في بعض العناصر مكونه من بعد الاعتمادية تمثلت في
- الاعتمادية بمتوسط توقعات العملاء ٣.٩١٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٦٩٩ بفجوة ٠.٢١١ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- الدقة وعدم الخطأ في تقديم الخدمة. بمتوسط توقعات العملاء ٣.٩٠٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٧٤٠ بفجوة ٠.١٦٢ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

- الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المناسبة. بمتوسط توقعات العملاء ٣.٩٢٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٧٠٠ بفجوة ٠.٢١٨- ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- توفير العدد الكافي من موظفي تقديم الخدمة. بمتوسط توقعات العملاء ٣.٨٨٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٥٤٠ بفجوة ٠.٣٣٥- ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- الحرص على حل مشاكل العملاء بمتوسط توقعات العملاء ٣.٨٦٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٦٣٠ بفجوة ٠.٢٣٧- ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- الاحتفاظ بسجلات وملفات دقيقة بمتوسط توقعات العملاء ٣.٩٩٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٨٩٠ بفجوة ٠.١٠٣- ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- **توجد فجوة سالبة في بعض العناصر مكونه من بعد الاستجابة تمثلت في**
- الاستجابة بمتوسط توقعات العملاء ٣.٨٦٧ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٥٩٢ بفجوة ٠.٢٧٥- ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة بمتوسط توقعات العملاء ٣.٨٩٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٥٢٠ بفجوة ٠.٣٦٣- ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- الرد الفوري على استفسارات العملاء مهما كانت درجة الانشغال بمتوسط توقعات العملاء ٣.٧٨٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٣٩٠ بفجوة ٠.٣٨٩- ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- الاستجابة الفورية لاحتياجات ورغبات العملاء بمتوسط توقعات العملاء ٣.٨٣٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٥٣٠ بفجوة ٠.٣٠٤- ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- الاستعداد الدائم للتعاون مع العملاء بمتوسط توقعات العملاء ٣.٩٠٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٧٣٠ بفجوة ٠.١٦٩- ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- إخبار العميل بموعد تقديم / الانتهاء من الخدمة بدقة بمتوسط توقعات العملاء ٣.٩٣٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٧٨٠ بفجوة ٠.١٥٠- ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- **توجد فجوة سالبة في بعض العناصر مكونه من بعد الامان تمثلت في**
- الأمان بمتوسط توقعات العملاء ٤.٠٨٢ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٩٦١ بفجوة ٠.١٢٠- ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- شعور العميل بالأمان في التعامل بمتوسط توقعات العملاء ٣.٩٧٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٨٦٠ بفجوة ٠.١١٠- ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- المحافظة على سرية خصوصيات العملاء بمتوسط توقعات العملاء ٤.٠٣٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٨٧٠ بفجوة ٠.١٥٧- ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- المام موظفي الخدمة بالمعلومات الكافية بمتوسط توقعات العملاء ٤.٢٧٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٤.١٦٠ بفجوة ٠.١٠٥- ومعنوية اقل من (٠.٠١)

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

- اللباقة وحسن الخلق في التعامل مع العملاء بمتوسط توقعات العملاء ٤.١٥٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٩٨٠ بفجوة ٠.١٧٣ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
  - دعم وتأيد الادارة العليا لموظفي الخدمة بمتوسط توقعات العملاء ٣.٩٩٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٩٣٠ بفجوة ٠.٠٥٦ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
  - **توجد فجوة سالبة في بعض العناصر مكونه من بعد التعاطف تمثلت في**
  - التعاطف بمتوسط توقعات العملاء ٣.٨٤٣ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٥٧٩ بفجوة ٠.٢٦٤ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
  - وضع مصلحة العميل في مقدمة اهتمامات الإدارة والعاملين. بمتوسط توقعات العملاء ٣.٩٢٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٦٥٠ بفجوة ٠.٢٦٥ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
  - توفير العناية الشخصية لكل عميل. بمتوسط توقعات العملاء ٣.٩١٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٦٨٠ بفجوة ٠.٢٣٠ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
  - التعاطف مع العميل عند التعرض لمشكلة ما بمتوسط توقعات العملاء ٣.٩١٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٦٤٠ بفجوة ٠.٢٧٦ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
  - روح المودة والصداقة مع العملاء. بمتوسط توقعات العملاء ٣.٦٨٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٤١٠ بفجوة ٠.٢٧٢ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
  - تفهم احتياجات العملاء بمتوسط توقعات العملاء ٣.٨٠٠ ومتوسط ادراكات العملاء ٣.٥٢٠ بفجوة ٠.٢٧٩ - ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- بعد تحليل نتائج الفجوة بين ادراكات العملاء ودركات المسؤولين عن مستوى الخدمة بدوله الكويت يتضح ان هناك اختلافات جوهرية بين ادراكات العملاء وتوقعات العملاء عن ابعاد جودة خدمة الاتصالات في دوله الكويت
- وفي ضوء ما تقدم، فقد تقرر رفض فرض العدم القائل " ليس هناك اختلاف ذو دلالة إحصائية بين ادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة " لدي المستقضي منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت وتم قبول الفرض البديل الذي ينص على: " هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية بين أبعاد ادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة " لدي المستقضي منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت، وتم قبول الفرض البديل، وذلك بعد أن أظهر اختبارات في ازواج أن هناك علاقة جوهرية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وفقاً لاختبارات بين متغيرات ادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة .

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

### ١٥- نتائج البحث

توصلت الباحثة إلي مجموعة من النتائج التي تستحق الدراسة والاهتمام من جانب الإدارة في شركات الاتصالات محل الدراسة، وتتلخص أهم هذه النتائج فيما يأتي:

١/٢/٥- نتائج تتعلق توقعات العملاء وادراكات المسؤولين لمختلف ابعاد جوده خدمه الاتصالات  
توجد فجوة سلبية بين توقعات العملاء وادراكات المسؤولين لمختلف ابعاد جوده خدمه الاتصالات (الجوانب المادية، والاعتمادية، والاستجابية، والامان، والتعاطف) في دوله الكويت وكذلك مختلف العناصر الخاصة بكل بعد ابعاد خدمه الاتصالات.

- الجوانب المادية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٤ ومتوسط توقعات العملاء ٤.١٣ بفجوة - ٠.٣٩٤ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- الاعتمادية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٤ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٩١ بفجوة - ٠.٤٦٨ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- الاعتمادية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٤ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٩١ بفجوة - ٠.٤٦٨ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- الاستجابية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٠ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٨٧ بفجوة - ٠.٤٦٧ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- الاستجابية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٠ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٨٧ بفجوة - ٠.٤٦٧ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- الامان بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٢ ومتوسط توقعات العملاء ٤.٠٨ بفجوة - ٠.٣٥٨ ومعنوية ٠.٠١١
- التعاطف بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٤٤ ومتوسط توقعات العملاء ٣.٨٤-٠.٤٠٨ و معنوية اقل من (٠.٠١)

٢/٢/٥- نتائج تتعلق ادراكات العملاء وادراكات المسؤولين لمختلف ابعاد جوده خدمه الاتصالات  
توجد فجوة سلبية بين ادراكات العملاء وادراكات المسؤولين لمختلف ابعاد جوده خدمه الاتصالات (الجوانب المادية، والاعتمادية، والاستجابية، والامان، والتعاطف) في دوله الكويت وكذلك مختلف العناصر الخاصة بكل بعد ابعاد خدمه الاتصالات.

- الجوانب المادية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٤ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٤٤ بفجوة - ٠.٣٩ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- الاعتمادية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٤.٤٣ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٩١ بفجوة - ٠.٤٧٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- الاستجابية بمتوسط ادراكات المسؤولين ٤.٠٣ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٨٧ بفجوة - ٠.٤٧٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

- الأمان بمتوسط ادراكات المسؤولين ٣.٧٢ بمتوسط ادراكات العملاء ٠.٨٤ بفجوة -٠.٣٦ و معنوية اقل من (٠.٠١)
- التعاطف بمتوسط ادراكات المسؤولين ٤٤.٣ بمتوسط ادراكات العملاء ٣.٨٤ بفجوة -٤١.٠ و معنوية اقل من (٠.٠١)

٣/٢/٥- ادراكات العملاء وتوقعات العملاء لمختلف ابعاد جوده خدمه الاتصالات  
توجد فجوة سلبية بين ادراكات العملاء وتوقعات العملاء لمختلف ابعاد جوده خدمه الاتصالات  
(الجوانب المادية، والاعتمادية، والاستجابية، والامان، والتعاطف) في دوله الكويت وكذلك مختلف  
العناصر الخاصة بكل بعد ابعاد خدمه الاتصالات

- الجوانب المادية بمتوسط توقعات العملاء ١٣٠.٤ وبتوسط ادراكات العملاء ٠.١١٤ بفجوة -٠.١١٤ ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- الاعتمادية بمتوسط توقعات العملاء ٣.٩١٠ وبتوسط ادراكات العملاء ٦٩٩.٣ بفجوة -٠.٢١١ ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- الاستجابة بمتوسط توقعات العملاء ٣.٨٦٧ وبتوسط ادراكات العملاء ٥٩٢.٣ بفجوة -٠.٢٧٥ ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- الأمان بمتوسط توقعات العملاء ٠.٨٢٤ وبتوسط ادراكات العملاء ٣.٩٦١ بفجوة -٠.١٢٠ ومعنوية اقل من (٠.٠١)
- التعاطف بمتوسط توقعات العملاء ٣.٨٤٣ وبتوسط ادراكات العملاء ٥٧٩.٣ بفجوة -٠.٢٦٤ ومعنوية اقل من (٠.٠١)

وتعرض الباحثة من خلال رقم (١١) فروض الدراسة وأسلوب الاختبار ونتيجة الاختبار كما يأتي:

جدول رقم (١١)

نتائج اختبار فروض الدراسة

م	الفرض	أسلوب الاختبار	نتيجة الاختبار
٣	<b>الفرض الأول:</b> ليس هناك فجوة ذات دلالة إحصائية بين توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة لدى المستقصى منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت.	▪ اختبار ت (T.TEST)، لعينتين مستقلتين	رفض الفرض العدم وقبول الفرض البديل
٤	<b>الفرض الثاني:</b> ليس هناك فجوة ذات دلالة إحصائية بين ادراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة وادراكات المسؤولين لمستوى جودة الخدمة لدى المستقصى منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت.	▪ اختبار ت (T.TEST)، لعينتين مستقلتين	رفض الفرض العدم وقبول الفرض البديل

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

رفض الفرض العدم وقبول الفرض البديل	اختبارات (T.TEST)، في أزواج	الفرض الثالث: ليس هناك فجوة ذات دلالة إحصائية بين توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة وإدراكات العملاء لمستوى جودة الخدمة لدى المستقصى منهم في شركات الاتصالات بدولة الكويت.	٥
------------------------------------	--------------------------------	--	---

المصدر: من إعداد الباحثة.

## ١٦- توصيات البحث

من خلال النتائج التي تم التوصل إليها في هذا البحث، فإنه يمكن عرض مجموعة من التوصيات وآلية تنفيذ كل توصية، وذلك على النحو التالي:

١- تنمية شعور العملاء الحاليين والمتوقعين بالثقة في شركات الاتصالات والاعتماد عليها وكذلك بالأمان عند التعامل معها

٢- تنمية المهارات الفنية والسلوكية للعاملين بشركات الاتصالات لتحسين جودة الخدمة المقدمة من خلال تحقيق الاستجابة السريعة لاحتياجات العملاء، والسرعة في تقديم الخدمة، والاستعداد للتعاون مع العملاء وتفهم احتياجاتهم، وتقدير ظروفهم والتعاطف معهم، وتوفير العناية الشخصية لكل العملاء من خلال الصداقة والعلاقات الودية.

٣- أن يهتم المسؤولين في شركات الاتصالات بالتعرف على إدراكات وتوقعات العملاء، وكذلك إدراكات القائمين لتوقعات العملاء نحو الخدمة التي تقدمها شركات الاتصالات

٤- العمل على أحداث نوع من التطابق بين إدراكات وتوقعات العملاء والقائمين على تقديم الخدمة

٥- ضرورة تصميم وتنفيذ مجموعة من البرامج التدريبية التي تعمل على تحسين جودة الخدمة في شركات الاتصالات.

٦- توجيه نظر القائمين على تقديم الخدمة في شركات الاتصالات بضرورة تحسينها.

وفيما يأتي نوضح خطة العمل لتنفيذ ما سبق من توصيات حيث يعرض الباحثة في هذا الجزء خطة عمل لتنفيذ التوصيات والجهات المسؤولة عن تنفيذها وآليات تنفيذها، وذلك من خلال الجدول الآتية:  
وفي ضوء ما تقدم يمكن توضيح خطة عمل لتنفيذ توصيات الدراسة وذلك من خلال الجدول التالي:

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

جدول رقم (١٢)

خطة عمل لتنفيذ توصيات الدراسة

التوصيات المتعلقة بنتائج الدراسة وآليات التنفيذ

م	التوصية	متطلبات وآليات التنفيذ	المسئول عن التنفيذ	الإطار الزمني
١	تنمية شعور العملاء الحاليين والمتوقعين بالثقة في شركات الاتصالات والاعتماد عليها وكذلك بالأمان عند التعامل معها	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عقد برامج تدريبية فنية متخصصة للمسؤولين والعاملين لرفع مستوى الاداء الذى ينعكس على الدقة والمهارة في اداء الخدمة، وتقديم الخدمة في مواعيدها، والشعور بالأمان.</li> <li>- وجود نظام دقيق للمعلومات يشتمل معلومات كافية ودقيقة عن العملاء.</li> <li>- توفير نظام جيد للمتابعة والتقييم للأداء.</li> </ul>	الإدارة العليا شئون العاملين (إدارة الموارد البشرية). إدارة التدريب	خلال عام ٢٠٢١ وبشكل سنوي
٢	تنمية المهارات الفنية والسلوكية للعاملين بشركات الاتصالات لتحسين جودة الخدمة المقدمة	<ul style="list-style-type: none"> <li>- اقامة البرامج والندوات التدريبية للمسؤولين والعاملين بشركات الاتصالات تركز على الطرق الحديثة للاتصال الفعال.</li> <li>- تحقيق الاستجابة السريعة لاحتياجات العملاء , والسريعة في تقديم الخدمة , والاستعداد للتعاون مع العملاء وتفهم احتياجاتهم , وتقدير ظروفهم والتعاطف معهم , وتوفير العناية الشخصية لكل العملاء من خلال الصداقة والعلاقات الودية</li> </ul>	الإدارة العليا شئون العاملين (إدارة الموارد البشرية). إدارة التدريب	خلال عام ٢٠٢١ وبشكل سنوي
٣	العمل على احداث نوع من التطابق بين ادراكات وتوقعات العملاء والقائمين على تقديم الخدمة	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تحسين ابعاد جودة خدمة الاتصالات فى شركات الاتصالات حيث اذا تم تحسينها فان ذلك ينعكس اثرة في تغيير ادراكات وتوقعات العملاء.</li> <li>- المتابعة المستمرة لمستوى اداء الخدمة ورضا العملاء عنها</li> </ul>	الإدارة العليا إدارة شئون العاملين. إدارة التدريب.	خلال عام ٢٠٢١ وبشكل سنوي



دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

خلال عام ٢٠٢١ وبشكل سنوي	الإدارة العليا شئون العاملين (إدارة الموارد البشرية) إدارة التدريب	<ul style="list-style-type: none"> <li>- توجيه مجموعة من الخدمات لتنمية الشعور لدى العملاء بالثقة في ادارة شركات الاتصالات ومقدمي الخدمة.</li> <li>- تنفيذ برامج تركز على انماط وسلوكيات التعامل مع الانماط المختلفة للعملاء.</li> <li>- تنمية المهارات السلوكية للعاملين بالشكل الذي يساهم في تحقيق الاستجابة السريعة لاحتياجات العملاء، والرد الفوري على استفسارات وشكاوى العملاء</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ضرورة تصميم وتنفيذ مجموعة من البرامج التدريبية التي تعمل على تحسين جودة الخدمة في شركات الاتصالات</li> </ul>	٤
خلال عام ٢٠٢١ وبشكل سنوي	الإدارة العليا شئون العاملين (إدارة الموارد البشرية) إدارة التدريب	<ul style="list-style-type: none"> <li>- التركيز على اختيار القائمين على تقديم الخدمة بحيث تتوافر فيهم الرغبة في المساعدة والتعاون والتعاطف مع العملاء</li> <li>- وضع احتياجات العملاء في مقدمة اهتمامات الادارة والعاملين</li> <li>- تحديث الاجهزة والمعدات في شركات الاتصالات</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>توجيه نظر القائمين على تقديم الخدمة في شركات الاتصالات بضرورة تحسينها</li> </ul>	٥

## 7- البحوث المستقبلية

علي الرغم من أن الدراسة الحالية حاولت دراسة الفجوة بين توقعات و ادراكات جودة خدمة الاتصالات للعميل بالتطبيق علي العملاء بشركات الاتصالات بدولة الكويت محل الدراسة، إلا أن نطاق هذه الدراسة والأساليب المستخدمة فيها والنتائج التي توصلت إليها تشير إلي وجود مجالات لبحوث أخرى مستقبلية، ومن بين هذه المجالات البحثية ما يأتي:

إمكانية إجراء هذه الدراسة بالتطبيق علي قطاعات أخرى علي سبيل المثال (القطاع التعليمي الحكومي، القطاع المصرفي، القطاع الصحي، قطاع السياحة، وغيرها من القطاعات الخدمية والتجارية والصناعية).

١- إجراء دراسة عن الأسباب المؤدية لوجود الفجوة بين توقعات و ادراكات جودة خدمة الاتصالات للعميل في بيئة العمل الكويتية.

٢- تحليل العلاقة بين جودة خدمة الاتصالات للعميل و رضا العميل.

٣- تطوير استراتيجيات لتعزيز رضا العميل وجودة خدمة الاتصالات للعميل بشركات الاتصالات.

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

١٨- المراجع

١/١٨- المراجع العربية:

إبراهيم، شادي (٢٠١٩)، تقييم جودة الخدمات من وجهة نظر العميل، الدراسة ميدانية بالعيادة المتعددة الخدمات رزيق يونس (العالية)، مذكرة لنيل الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

أبو النور، إبراهيم (٢٠٠٢)، أثر التسويق الداخلي على جودة الخدمة، دراسة تطبيقية على قطاع الشئون الصحية بمنطقة شمال الصعيد، مجلة آفاق جديدة، كلية التجارة، جامعة المنوفية، العدد (الأول-الثاني) السنة الرابعة عشر.

أبوروف (٢٠١٦)، أثر تطبيق مفاهيم الجودة على كفاءة الخدمات الصحية بولاية الخرطوم من خلال خدمات التخلص من النفايات الطبية، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .

أحمد، نجوى محمد (٢٠١١)، أثر ضغوط عمل على جودة الخدمة: الدراسة ميدانية على مصلحة الضرائب المصرية، المبيعات، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، جامعة عين شمس (٤٠).

إدريس، أنفال (٢٠١٦)، تقييم جودة الخدمات الصحية في مدينة الب ارحة الطبية- بحري، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

إدريس، ثابت عبد الرحمن، ومرسي، جمال الدين محمد (١٩٩٣): قياس جودة الخدمة وتحليل العلاقة بينها وبين كل من الشعور بالرضا والميل لشراء مدخل منهجي تطبيقي، مجلة التجارة والتمويل، كلية التجارة، جامعة طنطا.

إدريس، ثابت عبد الرحمن (١٩٩٦): قياس جودة الخدمة لاستخدام مقياس الجودة بين الادراكات والتوقعات : دراسة منهجية بالتطبيق علي الخدمة الصحية بالكويت، المجلة العربية للعلوم الإدارية، المجلد الرابع، العدد الأول، نوفمبر، جامعة الكويت.

إدريس، ثابت عبد الرحمن (١٩٩٦) تحليل المحددات الرئيسية للتسويق الداخلي والتسويق الخارجي وأثارها على رضا العملاء: دراسة تطبيقية على قطاع البنوك بدولة الكويت، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، العدد (١)، المجلد (٣٣)، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية .

إدريس، ثابت عبد الرحمن (٢٠٠٣). بحوث التسويق: أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض، الدار الجامعية، الإسكندرية.

إدريس، ثابت عبد الرحمن (٢٠٠٥)، المدخل الحديث للإدارة العامة، الدار الجامعية بالإسكندرية.

إدريس، ثابت عبد الرحمن (٢٠٠٦)، كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية، الدار الجامعية بالإسكندرية.

إدريس، ثابت عبد الرحمن (٢٠٠٩)، تحسين جودة برامج الدراسات العليا في مؤسسات التعليم العالي في مصر، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العلمي : تحسين جودة برامج الدراسات العليا في مؤسسات التعليم العالي – مواجهة التحديات وتوجه نحو المستقبل والتنمية، جامعة المنوفية، شبين الكوم، جمهورية مصر العربية.

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

إدريس , ثابت عبد الرحمن و المرسي ,جمال الدين (١٩٩٣), قياس جودة الخدمة وتحليل العلاقة بينها وبين كل من الشعور بالرضا والميل للشراء،مدخل تطبيقي،مجلة التجارة والتمويل،كلية التجارة ،جامعة طنطا،العدد الأول ،السنة الثالثة عشر.

إدريس, ثابت عبدالرحمن و المرسي , جمال الدين (١٩٩٥), جودة خدمة المعلومات الفنية وإثرها على رضا مندوبي البيع والأداء البيعي : دراسة تطبيقية لمفاهيم ومقاييس جودة الخدمة والتسويق الداخلي , المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة , العدد(٢) , ص ١٠

إسماعيل ,إسراء أحمد ( ٢٠٢١), العلاقة بين جودة الخدمة المدركة وسلوكيات مواطنة العميل، دراسة مقارنة على البنوك التجارية، مجلة البحوث التجارية، كلية التجارة جامعة الزقازيق، المجلد الثالث والأربعون، العدد الثاني .

إسماعيل ,عمار فتحي موسي ( ٢٠٢٠)، دور تقنية الحوسبة السحابية في تحسين جودة الخدمة التعليمية، الدراسة تطبيقية على مؤسسات التعليم العالي، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد الثامن، العدد الثاني .

إسماعيل , قدرى محمود ( ٢٠١٩)، دور نظم المعلومات الإدارية في تحسين جودة الخدمات بالإدارة العامة للطيران المدني، الدراسة تطبيقية على الخطوط الجوية الكويتية ،مجلة الدراسات والبحوث البيئية ،٩(٣)، كلية الدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية ،جامعة الإسكندرية.

أمنة، قدور باي( ٢٠١٨)، جودة الخدمات الصحية وأثرها على رضا المريض، الدراسة حالة المؤسسة العمومية الاستشفائية بمستغانم سيغيفار، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر.

أوباح , سعيده( ٢٠٢١)، أثر تبني المزيج التسويقي على جودة الخدمة الدراسة حالة مؤسسة اتصالات الج ازئر للهاتف النقال موبيليس، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المجلد الخامس، العدد الأول .

البرطمانى، نسرين بن صالح الدين( ٢٠١٦)، جودة الخدمات الجامعية في مركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس، الدراسة تطبيقية باستخدام مقياس الفجوة بين الادراكات والتوقعات، مجلة الدراسات التربوية والنفسية.

الجابري، جلال مسعد( ٢٠١٥)، أثر جودة الخدمة المدركة على ولاء العميل بالتطبيق على متاجر خدمة النفس بالعاصمة صنعاء، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، مصر .

الجرجاوي، زياد بن علي( ٢٠١٠) القواعد المنهجية لبناء الاستبيان، الطبعة الثانية، فلسطين: غزة، مطبعة أبناء الجراح.

الجزائرى، صفاء محمد هادي( ٢٠١٧)، قياس وتقييم جودة الخدمة الصحية، الدراسة تطبيقية في مستشفى الفيحاء البصرة.

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

الجمال، أمل عبد المرضي عبد المنعم (٢٠١٩)، محددات جودة الخدمات الصحية وعلاقتها  
برضاء العملاء في المستشفيات الحكومية. مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات  
والبحوث الاجتماعية، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة الفيوم، العدد السابع عشر.

الدراركة، مأمون (٢٠٠١)، إدارة الجودة الشاملة، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان

الزهراني، عبدالرحمن بن سعود سعيد (٢٠١٧)، "الأداء الوظيفي وعلاقته بالالتزام التنظيمي لدى  
أعضاء هيئة التدريس بجامعة الباحة"، مجلة البحث العلمي في التربية، كلية البنات للآداب  
والعلوم التربوية، جامعة عين شمس، مصر، العدد الثامن عشر، الجزء الأول، ص.ص. ٢٤٧-  
٢٧٦.

الزهيري، حيدر عبد الكريم (٢٠١٧) مناهج البحث التربوي، الطبعة الأولى، الأردن: عمان، مركز  
ديبونو لتعليم التفكير.

الطائي، حميد، (٢٠١٨) بحوث التسويق: مدخل نظري و تطبيقي، بيروت: دار اليازوري العلمية  
للنشر والتوزيع، الطبعة الخامسة.

السعدي، مؤيد (٢٠١٣)، دور إستراتيجيات الإبداع الإداري في تحسين الأداء الوظيفي دراسة  
تحليلية على معمل أسمنت الكوفة، العراق .

العزاوي، محمد عبد الوهاب (٢٠٠٥)، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة العربية، دار اليازوري  
العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن .

المحيميد، بدر محمد عبد الله (٢٠١٥)، دور أبعاد جودة الخدمة في تحقيق سلوكيات مواطنة  
العميل: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية في منطقة القصيم، رسالة ماجستير غير  
منشورة، كلية التجارة، جامعة، مصر، بورسعيد.

بان، قاسم جواد (٢٠١٦)، أثر جودة الخدمات الإلكترونية في رضا متلقي الخدمة: الدراسة تطبيقية  
في الهيئة العراقية للحاسبات والمعلوماتية، مجلة كلية التربية الأساسية، المجلد: ٢٢، العدد  
٩٣

بحر، يوسف عبد عطية، الجدي، بلال جمال (٢٠١٩)، أثر جدة الخدمات الصحية على رضا  
المرضى في المستشفيات الأهلية في محافظات غزة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات  
الاقتصادية والإدارية، المجلد ٢٧، العدد الثالث.

بشير، بودية (٢٠١٧)، أثر تبني وتطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على جودة الخدمة الصحية  
المقدمة بمستشفى ترابي بوجهة- بشار، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الثالث، العدد  
الثاني، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر.

بوداود، حميدة (٢٠١٧)، تأثير محددات الجودة المدركة للخدمات على ولاء العميل، مجلة  
المعارف، العدد ٢٢، قسم العلوم الاقتصادية، والتسيير، البويرة.

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت"

بوعزيز , ناصر ( ٢٠٢١)، قياس مستوى جودة الخدمات الصحية بالمؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية باستخدام مقياس SERVPERF، دراسة عينة من مرضى المؤسسات الاستشفائية العمومية بولاية عنابة. مجلة رؤى اقتصادية، ١١(١).

بومرحب , لخضر ( ٢٠٢١)، أبعاد جودة الخدمة وأثرها على الصورة الذهنية للمؤسسات الخدمية وفق نموذج الأداء الفعلي للخدمة SERVPERF الدراسة حالة خدمة الجلال اربع لمتعامل الهاتف النقال موبيليس- الحج ازئر، مجلة الاقتصاد والمالية JEF، المجلد السابع والعدد الثاني .

جواد , محسن راضي(٢٠١٢)، ضمان الجودة في التعليم العالي وأثره في جودة الخدمة المدركة، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد ١٤، العدد ٤.

حافظ , محمد عبده ( ٢٠٠٩)، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، المكتب العربي للمعارف للنشر، القاهرة .

حامد، سعيد شعبان(٢٠٠٢) أثر التسويق الداخلي كمدخل لإدارة الموارد البشرية على مستوى جودة الخدمة الصحية بالمستشفيات الصحية التابعة للهيئة العامة للتأمين الصحي بالقاهرة الكبرى، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، كلية التجارة، القاهرة، العدد ٦٠.

حسن , عيد لبيب( ٢٠٢١)، تحليل العلاقة بين جودة الخدمة الصحية ورضاء العملاء الدراسة تطبيقية على قطاعي المستشفيات الجامعية والخاصة بمحافظة الفيوم، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد ٢٢، العدد الثاني .

حسنين، أحمد محمد(٢٠١٥)، أثر العدالة المدركة عند معالجة فشل تقديم الخدمة على سلوك مواطنة العميل، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة القاهرة .

حسين و ارد، وإلياس العيداني( ٢٠١٩)، جودة الخدمات كآلية لتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العميل الدراسة حالة الشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين CIAR، مجلة الإصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، المدرسة العليا للتجارة، القليعة، الجزائر، ١٣،

حمدتو، السعودي عبد المنعم صديق، البشير، أبو سفيان محمد، النووي، أحمد حمد ، (٢٠٢٠)، استطلاع لآراء الإدارة العليا حول تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة في المستشفيات في ولاية الجزيرة، المجلة العربية للنشر العلمي، عدد ١٦

دره، عمر، غريب، معاذ، سعيد، سالم بيت( ٢٠١٨)، تقييم جودة الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى: الدراسة مقارنة بين المستشفيات الحكومية والخاصة، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، عمان، المجلد ٢٤، العدد ١٠٥.

زيدان ,سلمان ( ٢٠١٠)، إدارة الجودة الشاملة الفلسفة ومداخل العمل، الجزء الثاني، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن .

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

ذياب، صلاح محمود ( ٢٠١٢ )، قياس أبعاد جودة الخدمات الطبية المقدمة في المستشفيات الحكومية الأردنية من منظور المرضى والموظفين، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد ٢، العدد ١.

سلطان، وفاء علي ( ٢٠١٣ )، أبعاد جودة الخدمات الصحية من وجهة نظر المستفيدين: الدراسة تطبيقية في مجموعة من المستشفيات الأهلية في محافظة البصرة، مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة البصرة، المجلد الخامس، العدد العاشر.

سوسن شاكر مجيد ( ٢٠٠٧ )، إدارة الجودة الشاملة تطبيقات في الصناعة والتعليم، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.

صبيحة قاسم هاشم ( ٢٠١٦ ) إستراتيجية تطوير الموارد البشرية وانعكاسها على جودة الخدمات البلدية: الدراسة حالة في الدوائر البلدية في كربلاء المقدسة، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد ٢٢، العدد ٩٢، جامعة بغداد، الع ارق.

صدقي، أحمد محمد سعيد، حمودي، لينا عدنان ( ٢٠١٨ )، قياس أبعاد جودة الخدمة الصحية المقدمة في مستشفيات حلب الحكومية " الدراسة مقارنة"، مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية، المجلد الثالث، العدد ٩

صلاح الدين، نسرين صالح، الرطماني، مريم بنت سعيد ( ٢٠١٨ )، جودة الخدمات الجامعية في مركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس، الدراسة تطبيقية باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات، المصدر مجلة الدراسات التربوية والنفسية، سلطان عمان مجلد ١٢، العدد ١

طارق , أحمد السيد ( ٢٠١٩ )، الدراسة أثر جودة خدمة شبكة المعلومات الدولية في ولاء عملاء شركات الاتصالات المصرية، مجلة الدراسات والبحوث البيئية، ٩(٣)، معهد أكتوبر العالي للهندسة والتكنولوجيا .

طايل , مصطفى كمال السيد ( ٢٠١٢ )، معايير الجودة الشاملة، (الإدارة، الإحصاء، الاقتصاد) الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن .

عادل محمد عبد الرحمن ( ٢٠١٢ )، نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات الحكومية بالتطبيق على مكاتب الهيئة القومية للبريد بمحافظة أسيوط ، مجلة النهضة، مصر، مج(١٣)، ع(٣).

عبد القادر، محمد نور الطاهر أحمد ( ٢٠١٥ )، قياس جودة الخدمات الصحية في المستشفيات الحكومية في السودان من وجهة نظر المرضى والمراجعين: الدراسة ميدانية على المستشفيات التعليمية الكبرى بولاية الخرطوم، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد ١١، العدد ٤.

عبد المحسن , توفيق محمد ( ١٩٩٩ )، تحليل إدراك العملاء لجودة الخدمة بشركة مصر الطيران : دراسة ميدانية , المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة , العدد(٣) , ص ٢٦

## دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة " دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

عبد المنعم، بن فرحات (٢٠١٨)، انعكاسات أنماط تسيير المؤسسة العمومية للصحة بالجزائر على نوعية الخدمات، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتسيير المؤيية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

عبود , نجم (٢٠١٠): إدارة الجودة الشاملة في عصر الإنترنت, دار الصفا للنشر والتوزيع، ط١, عمان, الأردن.

عيد، أيمن عادل عبد الفتاح (٢٠١٦)، دور الأداء المؤسسي في تفعيل العلاقة بين أنماط الثقافة التنظيمية وجودة الخدمة التعليمية، دراسة تطبيقية على الجامعات المصرية، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، كلية التجارة جامعة الإسكندرية، العدد الأول، المجلد ٥٣.

عيد، أيمن عادل، البحث العلمي ، مدخل تطبيقي، الطبعة الثانية، روابط للنشر وتقنية المعلومات ٢٠٢٠.

عسيري , حسن يحيى ( ٢٠٢٠)، أثر الإبداع التنظيمي لممارسات إدارة الموارد البشرية على جودة الخدمة المقدمة، الدراسة حالة مستشفى طرفي، المجلة العلمية للدارسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد السابع، العدد الثاني .

رضوان , علاء فرج حسن ( ٢٠٢١)، دور مهارت التعامل مع المرضي في تحسين مستوى جودة الخدمة الصحية، الدراسة تطبيقية على المرضي المتعاملين مع مستشفيات جامعة المنوفية، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة .

فتحي، السيد رمضان (٢٠١٠)، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا عملاء البنوك التجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإدارية، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، ١٠٢.

قاسم , سامر أحمد، سليمان، سليم على (٢٠١٥) الدراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، الدراسة ميدانية على المشافي الخاصة في مدينة اللاذقية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدارسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية، مجلد ٣٧، عدد ٣.

كواديك , حمزة ( ٢٠٢١)، دور تمكين العاملين في تحسين جودة الخدمات لتحقيق رضا الزبون (حالة تجارب ارئدة لمؤسسات عالمية في تمكين العاملين في القطاع الخدمي) ،مجلة الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، المجلد ٤، العدد الأول .

كورتل , فريد (٢٠١١)، الجودة والتميز في منظمات الأعمال، الجزء الثاني، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن .

ليندة , فليسي (٢٠١٢)، واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، جامعة بومرداس .

محمد، سارة مصطفى( ٢٠١٦) أثر التسويق الداخلي على العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ورضا العميل، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، كلية العلوم الإدارية، ٤١.

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

مريوان , مهدي جميل ( ٢٠١٨ )، دور نظام التعويضات في تحسين جودة الخدمات التعليمية  
جامعة حلحة نموذجاً، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد ٢٤، العدد ١٠٨، جامعة  
بغداد، العراق .

منصور، محمد عبد الرؤوف (٢٠١٢) دور إدارة التسويق في تحسين جودة الخدمات المصرفية،  
الدراسة تطبيقية على البنوك التجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإدارية  
للد ارسات العليا، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، ١٠٦ .

ناصر الدين , بن أحسن ( ٢٠١٣ )، تقييم جودة الخدمة المدركة من قبل العميل باستخدام نموذج الأداء  
الفعلي للخدمة، مجلة الأبحاث الاقتصادية، العدد ٩، جامعة البليدة، الحج ازئر .

نازر , عبد المجيد البرواري ( ٢٠١١ )، إدارة الجودة مدخل للتميز والريادة، ط١، الوارق للنشر  
والتوزيع، عمان.

نافع, وجيه عبد الستار والعنقرى , عبد العزيز ( ٢٠١٠ ) , قياس جودة الخدمة التعليمية في جامعة  
الطائف , مجلة جامعة الطائف للاداب والتربية , المجلد الاول-العدد الثالث.

يحيي , دريس ( ٢٠٢٠ )، أثر التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة في شركة جيزي،  
الدراسة على عينة من عملاء وكالة بوسعادة- ولاية المسيلة، مجلة العلوم الاقتصادية  
والتسيير والعلوم التجارية، المجلد ١٣ والعدد ٣.

٢/١٨ - المراجع الأجنبية:

Adi, M. & all, (2013) Mohd. Adi et al, servqual and servperf, a review of  
measures in services marketing research. global journal of management  
and business research marketing, 13(06)

Al – alak, B.A. (2009) “ Measuring and evaluating business students  
satisfaction percptions at public and universities in Jordan, Asian Journal  
of Marketing, 3(2).

Asubonteng. P. Mc. Cleary. K. & Swan. J. SERVQUAL Revised.(1996) A  
Critical Review of Service Quality, The Journal of Services Marketing.  
Vol.10, No.6.

Barrie G. Dale, Managng Quality, Fourth Edition, Blackwell Publishing Ltd,  
USA, 2003, P 206

Bolton. R. N. and Drew, J. H, (1991), A multistage model of customers,  
assessment of service quality and value, Jorunal of Consumer Research,  
Vol. 17.

Carman J.(1990) Consumer Perception of Service Quality, An Assessment of  
the SERVQUAL Dimensions. Journal of Retailing. Vol. 66, No.1.



دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

- Choudhury, K. (2015). Service quality and customers, behavioral intentions: class and mass banking and implications for the consumer and society. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 27(5)
- Cronin J. and Taylor. S. Measuring Service Quality, (1992), A Re-examination and Extension. *Journal of Marketing*. Vol. 56.
- Daniel Duret , Maurice pillet , qualité en production : de Iso 9000 à Six sigma , 2eme édition , édition d'organisation, Paris 2002 , P21
- Disney,j"Customer Satisfaction and Loyalty:the Critical Elements of Service Quality :Total Quality Management,Vol.10,No 4,5,1999.
- Fawaz Ali and other, (2016) Organizational Creativity and Competitive Advantage, A GCC Perspective, *Int J Econ ManageSci*, Volume 5, Issue 4, University of Buraimi, Sultanate of Oman.
- Feidenbaum,AV.Total Quality Control. 3rd edition,New York McGraw-Hill.1993.
- Gronroos, C. (1990), *Service Marketing and management*, Lexington Books, lexington MA.
- Gronroos, C., (1990) Relationship approach to marketing in service contexts: The marketing and organizational behavior interface. *Journal of business research*, 20(1)
- Joseph Cronin, J. & Steven A., Taylor, "Measuring Service Quality: A Reexamination & Extension", *Journal of Marketing*, vol (56) , No(3), 1992, PP. 55 - 68
- Hernon, P. and Nitecki, D. A(2001), Service quality A concept not fully explored, *Library Trends*, Vol. 49. NO. 1.
- Ted,M."Customer Relationship Management ",*CMA Magazine*.Vol.68,No.7,1994
- Khudri, M. M. & Sultana, S. (2015). Determinants of service quality and consumer characteristics on channel selection. *British Food Journal*, 117(8).
- KotlerK Philip (2004) *Marketing Management*, 8 th edition, Prentice Hall International Inc.

دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة  
" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات بدولة الكويت "

- Lewis, R. C. & Booms, B. H. (1983) The Marketing aspects of service quality, in: L. Berry, G Shostack & G. Upah (Eds) Emerging perspectives on services marketing (Chicago, IL, American Marketing),
- Mahmoud, Ali Bassam (2015), A confirmatory factor analysis for servperf instrument based on a sample of students from Syrian universities, Education Training, Vol. 57, No. (3).
- Nguyen, H. Groth, M., Walsh, G., & Hennig Thurau, T. (2014). The impact of service scripts on customer citizenship behavior and the moderating role of employee customer orientation. Psychology & Marketing, 31(12)
- Parasurman. A. Zeithaml. V. and Berry. L.(1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Vol. 49.
- Parasuraman, A. & Others,(1988) "SERVQUAL: A Multiple item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Services Quality", Journal Retailing, vol (64), No(1), P. 23
- Quach, T. N. Jebarajakirthy, C. & Thaichon, P. (2016) . The effects of service quality on internet service provider customers' behaviour: A mixed methods study. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 28(3)
- Saygili, M. Ozer, O and Karakaya, P. O (2020) Paternalistic Leadership, Ethical Climate and performance in health staff. Hospital Topics, Vol. 98, No.1
- Zetnaamal, & Bitner, M. J. (1996): Services marketin, Sing apore, Mc graw-Hill.