

قياس رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية *

د. محمد أحمد هلسه **

د. حسين عبد القادر ***

* تاريخ التسليم: ١٧ / ٩ / ٢٠١٣ م، تاريخ القبول: ١١ / ١١ / ٢٠١٣ م.
** أستاذ مساعد/ غير متفرغ في جامعة القدس المفتوحة/ وزارة الحكم المحلي.
*** أستاذ مساعد/ غير متفرغ في جامعة الاستقلال/ وزارة الحكم المحلي.

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مدى رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية عن جودة الخدمات المقدمة لهم، واستخدم المنهج الوصفي وأسلوب المسح الميداني، لملاءمة هذا المنهج لطبيعة الدراسة، وقد استخدم الباحثان الاستبانة أداة لجمع البيانات التي تجيب عن سؤال الدراسة وفرضيتها، وقد وزعت الاستبانة على عينة عشوائية من متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في بلديات (نابلس، البيرة، الرام، بيت ساحور، حلحول) ، حيث وزعت (٢٥٠) استبانة، أعيد منها (٢١٦) إستبانة. استخدم الباحثين البرنامج الإحصائي (SPSS) من أجل بيان الفوارق والتباين بين الأحداث المدروسة باستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري وتحليل التباين الأحادي، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، كان أهمها: أن متلقي الخدمة راضون عن معاملة الموظفين لهم حيث تتسم هذه المعاملة بالاحترام والتقدير. وإن وسائل الراحة متوافرة في أثناء انتظار متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات. كما يوجد عدم التزام بتواجد بعض موظفي مراكز خدمات الجمهور في أماكن عملهم أثناء الدوام الرسمي، وتبين وجود معوقات في وسائل الاتصال والتواصل بين إدارة هذه المراكز وموظفيها والموظفين المتخصصين في أقسام البلدية المختلفة. أوصت الدراسة بمجموعة توصيات كان أهمها: ضرورة البحث عن السبب في تأخر الإنجاز وحل المشكلات ووضع الآليات المناسبة للتغلب عليها. وعمل لقاءات جماهيرية واستخدام وسائل الإعلام المحلية لتوضيح الخدمات المقدمة من قبل مراكز الخدمات في البلديات الفلسطينية وكيفية تقديم الطلب للحصول عليها، وعلى الوثائق المطلوبة وبخاصة عبر الشبكة العنكبوتية (الانترنت) . ومراعاة عدم ترك موظفي خدمات الجمهور لأماكن عملهم في أثناء الدوام الرسمي أو إيجاد بديل لهم في حالة خروجهم أو تكليفهم بمهام خارج المركز، وذلك من أجل عدم تعطيل معاملات متلقي الخدمات في المركز. ويجب تحسين وسائل الاتصال والتواصل بين إدارة وموظفي هذه المراكز والموظفين المتخصصين في أقسام البلدية المختلفة.

Measuring Recipient Satisfaction of the Service in the Public Service Centers in the Palestinian Municipalities

Abstract:

This study aimed at determining the customers' satisfaction with the quality of service provided by Public Service Centers at the Palestinian municipalities. The nature of the study required using the descriptive field survey method, depending on a questionnaire as a tool for data collection. Therefore, (250) questionnaires were distributed to a random sample of customers in the Public Service Centers at the municipalities in Nablus, Al-Berah, Al- Ram, Bit Sahor, and Halhol. (216) questionnaires were returned.

In order to show the differences and contrast between the elements of the study, the researchers used the statistical package (SPSS) to analyze the questionnaires, including the use of arithmetic means, standard deviation, frequency, percentages, and analysis of variance.

The study found out a set of results; the most important are:

- 1. The citizens were satisfied of the respectable behavior of the employees.*
- 2. The amenities are available for the service receivers in the Public Service Centers at the municipalities.*
- 3. The absence of some employees during the official working hours.*
- 4. There are some obstacles in the means of communication between the employees of the Public Service Centers and other employees in the various municipality departments.*

Researchers recommend the following:

- 1. It is necessary to find out the reasons that cause the delay in treating and solving problems in order to find appropriate solutions to overcome them.*
- 2. To arrange for general meetings with the public and use local media and the internet to explain the services offered by the centers at the municipalities and how to utilize.*
- 3. To make sure that employees shouldn't leave their work during the official day work; In case of leaving, other employees should be there instead to provide to the public with the services.*
- 4. To improve means of communication between the employees of the Public Service Centers and other employees in the various municipality departments.*

مقدمة:

بعد استلام السلطة الفلسطينية الحكم عام ١٩٩٤ بموجب اتفاقيات السلام الموقعة بين منظمة التحرير الفلسطينية وإسرائيل في (أوسلو بالنرويج) ، تسلّم الفلسطينيون لأول مرة في تاريخهم مقاليد الحكم وأصبحوا يحكمون (أنفسهم بأنفسهم) ، حيث أنشأت السلطة الفلسطينية الوزارات المختلفة ومن ضمنها وزارة الحكم المحلي، التي كلفت بمهام الإشراف على إدارة الشأن المحلي الفلسطيني، وقد ورثت السلطة عن الاحتلال الإسرائيلي هيئات محلية شبه مدمره ومعدومة الإمكانيات تقريبا، حيث البنية التحتية المدمرة والأنظمة والقوانين التي تخدم مصلحة الاحتلال، وتحذ من إمكانية هذه الهيئات للقيام بواجباتها تجاه مواطنيها، وعليه فقد قامت الوزارة من حينه، وبالتعاون مع هذه الهيئات بالعمل الجاد والدؤوب على إعادة تنظيم هذا القطاع ورفده بالخبرات والإمكانات المادية والمعرفية سواء الإدارية أم الهندسية للنهوض بمستوى تقديم الخدمة للمواطنين، فبدأت بإنشاء مديرياتها في مختلف محافظات الوطن لتكون قريبة من الهيئات المحلية وتستجيب بسرعة لمطالبها، وقد قامت باستحداث العديد من البلديات والمجالس القروية ولجان المشاريع ومجالس التخطيط المشتركة ولجان التنظيم الإقليمية، كما سنت السلطة العديد من التشريعات والقوانين والأنظمة، التي تنظم عمل هذه الهيئات، وكذلك القيام بإجراءات الدمج والضم لتقليل عدد الهيئات المحلية الصغيرة وتحويلها إلى تجمعات كبيرة، يسهل معها تقديم الخدمات، وإنشاء مشاريع البنية التحتية الكبيرة، مما يؤدي إلى الاستفادة القصوى من التكاليف وتعميم الفائدة على السكان، ومنذ ذلك الحين والوزارة تسير بخطوات واثقة وفق رؤية ورسالة واضحة، وضمن خطة استراتيجية تتمثل في النهوض بهذا القطاع المهم من قطاعات الوطن، وتماشيا مع هذه الرؤية والخطة الاستراتيجية فقد بدأت الوزارة بالتعاون التام مع الهيئات المحلية المنتخبة ديمقراطيا من قبل ساكنيها وبالمساعدات المقدمة من الدول الشقيقة والصديقة، وبالسير بخطى واثقة لإنجاز الخطوة تلو الأخرى في التقدم والتطوير، حيث كان من ضمن الخطوات العديدة التي قامت بها الوزارة رعاية إنشاء مراكز خدمات الجمهور وتشجيعها في مختلف أرجاء الوطن، وذلك بهدف الارتقاء بتقديم الخدمات للمواطنين، بما يحقق الفائدة للبلدية وللمواطنين في تحسين الخدمات وتسهيل تقديمها، وتوفير التكاليف والوقت والجهد المبذول في طلب الحصول على الخدمات من قبل المواطنين، حيث تُدار في هذه المراكز الخدمات البلدية جميعها في مكان واحد، ويتم التعامل مع طلبات تلقي الخدمات بصورة محوسبة وضمن مخطط إجراءات واضح ومحدد

الوقت، وقد كان للتمويل المقدم من قبل CHF و GIZ الأثر الأكبر في إخراج هذه المراكز إلى حيز الوجود في أكثر من ٢٥ بلدية في أنحاء الوطن.

مشكلة الدراسة:

بناءً على ما سبق، ولفحص مدى فعالية هذه المراكز في تسهيل تقديم الخدمات من قبل البلديات، وتحسين جودتها للمواطنين؛ فقد ارتأينا القيام بهذه الدراسة من أجل الحصول على التغذية الراجعة، ومعرفة مدى رضا متلقي الخدمات المقدمة للمواطنين في هذه المراكز، وذلك من أجل قيام وزارة الحكم المحلي والهيئات المحلية والجهات الداعمة بتقويم التجربة واتخاذ القرارات المناسبة بشأنها.

وعليه فإن مشكلة الدراسة تتمحور حول الإجابة عن السؤال الآتي: «ما درجة رضا متلقي الخدمة عن جودة الخدمات التي تقدمها مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية؟» .

فرضية الدراسة:

«لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$) بين درجة رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية، وبين جودة الخدمات المقدمة، تعزى لمتغيرات الدراسة» .

أهداف الدراسة:

١. التعرف إلى تقويم متلقي الخدمات في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم سواء من ناحية توقعاتهم بخصوص ذلك أم إدراكهم لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم.
٢. التعرف إلى الفروق الجوهرية بين إدراكات متلقي الخدمات وتوقعاتهم في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية للخدمات المقدمة لهم تبعاً لمتغيرات الدراسة.
٣. معرفة الإضافات التي قدمتها هذه المراكز في أسلوب وطريقة تقديم الخدمة.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من ارتباطها بجانب مهم متعلق بمتلقي الخدمات باعتبار أن رضاهم يمثل أحد الموجهات الرئيسية لعمل هذه المراكز، وأحد الإستراتيجيات التي

يقوم عليها اهتمام هذه المراكز بعملائها بشكل عام. إن الحصول على معرفة تتعلق بهذا الجانب تساهم حتماً في تحسين جودة الخدمات المقدمة وتطويرها، وبالتالي تحقيق رضا هؤلاء المتلقين للخدمة، مما يساهم بتحقيق أهداف البلدية من وراء إنشاء هذه المراكز.

حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: قياس رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية.
- الحدود المكانية: مراكز خدمات الجمهور في بلديات (نابلس، البيرة، الرام، بيت ساحور، حلحول).
- الحدود الزمانية: تمت الدراسة في شهري تموز وآب ٢٠١٣م.
- الحدود البشرية: متلقو الخدمة في هذه البلديات الذين وافقوا على الإجابة عن أسئلة الاستبانة.

الإطار النظري

في هذا الإطار ستُوضَّح مجموعة من الجوانب النظرية المتعلقة بموضوع الدراسة مثل: مفهوم الخدمة، وجودة الخدمة، رضا العملاء (متلقي الخدمة) ... الخ.

مفهوم الخدمة:

يرتبط مفهوم الخدمة بوجود الإنسان، وهذا يعني وجود طرفين الأول طالب الخدمة، والثاني مقدم الخدمة، ما يعني وجود حاجة لطرف أو جهة معينة لمنفعة متوافرة لدى طرف أو جهة أخرى، وبناءً على ما سبق فقد اجتهد العلماء والكتّاب في وضع تعريفات للخدمة نذكر منها ما يأتي:

الخدمة «هي مجموعة إجراءات أو معاملات تقع بين صاحب العمل (مقدم الخدمة) وبين متلقي الخدمة (العميل) وذلك لإنتاج مخرجات تعمل على إرضاء العميل». (Ramas-wanmy, 1996. p3).

كما عُرِّفت الخدمة بأنها "نشاط أو مجموعة من الأنشطة التي تتمتع بطبيعة غير ملموسة أو غير مادية سواء بقدر قليل أم كبير، والتي من العادة يتم من خلالها تفاعل بين العميل وبين الموظف المسؤول عن تأدية الخدمة، أو مجموعة من الأنظمة التابعة لمقدم

الخدمة، والتي ينتج عنه: (التفاعل بين العميل ومقدم الخدمة) حلول المشكلات العميل أو تلبية لاحتياجاته“. (Gronroos,1992, p27).

كما عرّف (نجم، ١٩٩٧، ٢٦٣) الخدمة بأنها ”نشاط أو عمل ينجز من أجل غرض معين، وقد يكون هذا النشاط استشارة طبية أو محاضرة أو حل مشكلة فنية في الإنتاج أو عملاً محاسبياً أو صيانة للألات... الخ، لذا فإن الخدمة نشاط معنوي أو سلعة متغيرة وغير نمطية في الغالب، ولأنها تنتج وتستهلك في الوقت نفسه وتتطلب تفاعلاً واتصالاً بالعميل، وأن ملكيتها لا تتغير ولا تنقل، ولا يمكن إعادة بيعها ولا تخزين، ولكن نظام تقديم الخدمة ينقل أو يصدر“.

تعني الخدمة أيضاً بأنها ”المنافع غير الملموسة التي تقدمها المنظمة- مقدمة الخدمة- لعملائها من خلال عملية التبادل التي تتم بين مقدم الخدمة وطالبها“. المقصود بعملية التبادل تلك العلاقة بين مقدمي الخدمة باعتبار أن ذلك أحد المسؤوليات الأساسية الملقاة على عاتقهم، وطالبي الخدمة باعتبار أن تحقيق الإشباع إليهم يعدّ معياراً لنجاح مقدمي الخدمة في أداء مهمتهم. وللخدمة مفهوم خاص من وجهة نظر العميل طالب الخدمة، فهي تمثل لحظات يعيشها ويحسها بكيانه ووجدانه، ويحكم على مستوى جودتها من خلال مدى إشباعها وتلبيتها لحاجاته وتوقعاته، وعلى مقدم الخدمة أن يحرص على أن يقدم للعميل ما يرغبه ويتوقعه، وأن يزوده بالمنفعة التي ينشدها للحصول على رضاه. (الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، ١٥-٧-٢٠١٣)

www.abaha.co.uk/customer-service-&customer-care-enc/64219.

نستنتج بأن الخدمة تمثل تلك الجهود التي تقدمها المنظمة لتحقيق احتياجات خاصة للعملاء، ولا تهدف المنظمة بالضرورة من تقديم تلك الخدمة إلى العملاء تحقيق منفعة مادية أو ربح اقتصادي فقط، بقدر ما تستهدف السعي لجذب العملاء لتوفير قدر من القبول لها، مما يتيح لها بناء موقعها الخاص في عالم المنافسة مع المنظمات الأخرى التي تقدم الخدمة نفسها، ويرتبط المستوى الذي تقدم به الخدمة بالتطور الثقافي والاجتماعي لطالبي ومقدمي الخدمة.

كما يمكننا القول: إن الخدمة قد يوصف بها أكثر من قطاع؛ إذ إن التقسيم التقليدي لم يعد يتناسب والمكانة المتزايدة للأنشطة الخدماتية داخل الاقتصاد (URBA, 1992, P11)، فكل منتج يضم جزءاً مهماً من الخدمات تقدم كضمانة سواء في وقت التوزيع أم الاستعمال من طرف المستهلك، علاوة على التعريفات سالفه الذكر، هناك من اعتبر الخدمة نشاطاً إنسانياً ينجزه شخص لحساب شخص آخر، إلا أن ما يلاحظ على هذا التعريف أنه أصبح

متجاوزاً بدوره على اعتبار أن مجموعة من الخدمات أضحت بشكل متزايد، سواء كانت أعمال يدوية منزلية أم صناعية، منجزة عبر آلات، بل حتى مجالات التوزيع والاستقبال والإعلام شملها هذا التغيير.

كما يمكن القول: إن الخدمة قد تكون خدمة غير مادية تماماً مثل طلب استشارة طبية، وقد تشمل على منفعة مادية كالنقل مثلاً.

أخيراً فإنه وعلى مستوى علم القانون، فإن الأمر يقتضي التمييز بين ما هو وارد في القانون العام، وبينما هو في القانون الخاص، حيث يؤسس الأول لنظرية راسخة الجذور عمل الفقه والقضاء على توطيدها ألا وهي نظرية ”المرافق العامة“ أو ”الخدمات العامة“. (عمرو، ٢٠٠٤، ص. ١٢٨).

عرّف الفقيه هوريو «Houriou» المرفق العام بأنه منظمة عامة تباشر من السلطات، وتكفل القيام بخدمات تنشدها للجمهور على نحو منتظم ومطرد (مصطفى، ١٩٨٨، ص. ٦٨)، كما عرفه الفقيه دوجي «Dugait» بأنه نشاط يجب أن يكفله الحكام وينظمونه على اعتبار أن الاضطلاع به لا غنى عنه لتحقيق التضامن الاجتماعي وتطوره، وأنه لا يمكن تحقيقه على أكمل وجه إلا عن طريق تدخل السلطة العامة (عمرو، ٢٠٠٤، ص. ١٢٨).

خصائص الخدمة:

تتميز الخدمات المقدمة للعملاء بمجموعة من الخصائص أهمها:

www.abaha.co.uk/customer-service-&customer-care-enc/64219

١. أنها غير ملموسة وغير محسوسة، ولا يمكن إدراكها مادياً.
٢. صعوبة فصل الخدمة عن مقدمها، فهي تُنتج وتستهلك في الوقت نفسه، وبالتالي لا يمكن تخزينها أو إعادة الانتفاع بها في وقت لاحق.
٣. تمتاز بعدم التجانس، ما يعني أنه من الصعب حتى على مقدمي الخدمة تنميط مستوى أدائها أو توجيهه، في كل مرة يقدمون فيها تلك الخدمة للعملاء.
٤. إن مقدم الخدمة يصنع والخدمة ويقومها وفقاً لحاجات العميل ورجباته وتوقعاته وتفضيلاته، وبالتالي فإن العميل يساهم بشكل فعلي في إنتاج الخدمة، فالبيانات التي يقدمها طالب الخدمة (العميل) عن نوع الخدمة التي يحتاجها وشكلها تساهم بشكل كبير في مدى نجاح مقدم الخدمة في تأدية الخدمة بالكفاءة المطلوبة.
٥. على مقدمي الخدمات الاهتمام الشخصي بالعملاء عند تقديم الخدمة، وذلك لأن الخدمة تعدّ شخصية وعامة في الوقت نفسه، أي بمعنى أنها قد تقدم للشخص بشكل منفرد، وقد تقدم لمجموعة من الأشخاص يشتركون في الخدمة نفسها في آن واحد (مجموعة).

٦. يعتمد تقديم الخدمة على التفاعل البشري المباشر بين مقدم الخدمة وملتقيها في حينها، ولذا فإن على مقدم الخدمة الحرص على خلق الانطباع الأول الإيجابي لدى متلقي الخدمة من خلال حرصه على جودة تقديم الخدمة في لحظتها.

٧. يتولد الطلب على الخدمات لدى العملاء من مدى الثقة والارتياح في الطريقة و الأسلوب والشخص الذي يقدم تلك الخدمة، وهكذا نجد كثيراً من طالبي الخدمة يتوجهون في طلب الخدمة من أشخاص بعينهم دون غيرهم.

٨. لأن رغباتنا كبشر غير محدودة وغير ثابتة، فإن عملية تقديم وعرض الخدمات عملية مرنة تُمكن من تطوير الخدمات الحالية وتحسينها، وكذلك ابتكار خدمات وطرق جديدة، تؤدي إلى الحصول على أقصى درجات رضا العميل بما يحقق توقعاته.

◆ السلع والخدمات:

الجدول الآتي يبين الخصائص المتعلقة بكل منهما.

الجدول (١)

الرقم	خصائص الخدمات	خصائص السلع
١	الخدمات "غالبا" تكون غير ملموسة.	السلع ملموسة.
٢	غير قابلة للتخزين أو النقل.	قابلة للتخزين والنقل من مكان لآخر.
٣	الخدمات لا يمكن فصلها عن مقدمها.	السلع منفصلة فقد تنتج في مكان وتقدم في مكان آخر مختلف تماماً.
٤	صعوبة وصف الخدمة وتحديد ملامحها.	سهولة وصفها وتحديد ملامحها.
٥	الخدمات غير متجانسة ويصعب تنميطها.	السلع قد تكون متجانسة وقد تكون مختلفة ولكن يمكن تصنيفها وتنميطها.
٦	صعوبة قياسها وفحصها بدقة حيث أنها تنتج وتستهلك في اللحظة نفسها.	تخضع لعملية الرقابة ويمكن قياسها وفحصها لضبط الجودة.
٧	يظهر الرضا عنها عن طريق الاستجابة العاطفية.	يظهر الرضا عنها من عدمه عن طريق أدائها العملي.
٨	الخدمة تقدم عادة بشكل شخصي.	السلعة تنتج وتقدم غالبا بشكل عام أي للجميع.
٩	الإنسان بالأساس هو منتج ومقدم الخدمة (بالرغم من ظهور الروبورت).	الآلة (الروبورت) هو الأساس العملي لإنتاج وتصنيع السلعة.

مفهوم جودة الخدمة:

يرجع مفهوم الجودة التي يقصد بها طبيعة الشخص أو الشيء *Qualitas* إلى الكلمة اللاتينية *Quality* ودرجة صلاحيته، وكانت تعني قديماً الدقة والإتقان. فالدين الإسلامي الحنيف أعطى اهتماماً واسعاً في التوكيد على العمل الجاد والنافع، وهو ما نصت عليه الآية الكريمة: ﴿وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون﴾ التوبة ١٠٥، أما السيرة النبوية الشريفة فهي غنية بالأحاديث الشريفة التي تعظم العمل، فيقول الرسول محمد صلى الله عليه وسلم: «إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه»، رواه البيهقي عن عائشة. (الدرادكة، والشلبي، ٢٠٠٢، ص ١٥)

”أصبح واضحاً أن جودة الخدمات أمر ملح يواجه المؤسسات المختلفة، فلم يعد يكفي مجرد الإيمان بأهمية تقديم خدمة ذات جودة متميزة، وإنما يتطلب سعي الإدارة إلى الاهتمام بشكاوى العملاء واقتراحاتهم، ومعرفة انطباعاتهم عن الخدمة المقدمة، وتطوير جودة الخدمة، والارتقاء بمستواها، حتى تصل إلى التميز الذي يطمح إليه مقدمو الخدمة والمستفيدون منها على حد سواء“. (إدريس، ٢٠٠٦، ص ٣٧)

أعطيت للجودة معان كثيرة فهي فكرة متعددة الجوانب يمكن وصفها على المستوى العام، كما يراها (Bebono بيونو) أنها بمثابة صينية جامعة) وهي تضم تركيزاً مشحوناً بكل التفسيرات المحتملة، ويصفها (راجافار Rajavaral) كمظلة تجمع معاً مختلف التقديرات السياسية، والإدارية، والتنظيمية والمهنية (Elli Sin Ikka, 1999, p131)، وذكر (باتل ١٩٩٤) أن الجودة مفهوم محير له معان عدة، مختلفة ومتباينة، ويعود ذلك في جانب منه إلى اختلاف الأوضاع التي يطبق فيها المصطلح. وقدم علماء الجودة أمثال (Juran, Feigenbaum, Ishikawa, Deming, Grosby) تعريفات متعددة للجودة، كما ورد في قاموس الجودة، وكلها يشير إلى أن الجودة ترادف مصطلحات مثل درجة التميز، وطبيعة العلاقة، النوع أو الخاصية، والجودة كمفهوم ليس مطلقاً، إذ إنها تعني أشياء مختلفة لأناس مختلفين، وارتبط مفهوم الجودة بمصطلحات أخرى مثل الحاجة والطلب، والتي نالت كثيراً من الجدل المفاهيمي بين الباحثين، ويعرفها (Garwin) بأنها إرضاء لحاجات الزبائن وتوقعاتهم وما يتبع ذلك من إستقرارية الخدمات العامة المتاحة لهم، ووصفها (Murto) بأنها تناغم الخدمات الاجتماعية المعروضة وانسجامها مع حاجات الزبائن، كما ارتبط مفهوم الجودة أيضاً بالتوقع، وعرفها (Bouckaert & Pollit) بأنها ”خط يقع بين توقعات مستخدمي الخدمة، وإدراكاتهم للخدمة الفعلية“، وعرفت كذلك بأنها ”حكم على إدراك المستهلكين“. (Ellisinikka 1999, p132).

كما عرّفت الجودة أيضاً بأنها: ”حكم على إدراك المستهلكين في كيفية مقابلة الخدمة لحاجاتهم، فجودة الخدمات هي التي تقابل الحاجات الحقيقية في الوقت الصحيح، وفي الطريق الصحيحة“. (Rod, Sheet & et, al, 2002 ,p435).

◆ عناصر اختبار جودة الخدمات:

توجد ثلاثة عناصر رئيسة تدخل في اختبار جودة الخدمات وهي: المطابقة للهدف، ودرجة الاستجابة، والمطابقة للمواصفات، ويمكن أن تصنف الجودة حسب عناصرها الرئيسية في نظام يضمن الجودة واستناداً إلى (Overtvit) و (Herbert and Curry) إلى ثلاثة أنواع:

١. Customer Quality جودة المستهلك.

٢. Professional Quality جودة مهنية.

٣. Management Quality جودة العملية أو الإدارة.

(Sharifah, latifa & el. al, 2000, p. 838).

بما أن الجودة مفهوم نسبي لتقويم حالة تبادل معينة في فترة زمنية محددة، فإنها ترتبط بشكل وثيق بفكرة Value القيمة، حيث تتداخل الجودة والقيمة بشكل وثيق جداً في ذهن المستهلك (العميل)، باعتباره الحكم النهائي على قيمة أي عملية تبادل، فالجودة والقيمة في ما يراهما ويحدهما العميل الذي يقوم بعملية التقويم على أساس المقارنة مع جودة وقيمة الخدمات التي يقدمها الآخرون، المنافسون وغيرهم. (العلاق، ٢٠٠١، ص١٨٢)

◆ قياس جودة الخدمات:

نالت مقاييس جودة الخدمة انتباه مجموعة من الباحثين منذ سبعينيات القرن الماضي، حيث تركزت الجهود على محاولة إيجاد المنهجية المناسبة لقياس جودة الخدمات. وتنسب أول محاولة لقياس جودة الخدمات إلى باراسورمان وزملائه، حيث تمكنوا من تصميم مقياسهم الشهير Servqual لقياس ما يعرف بالفجوات بين الخدمات المتوقعة من العملاء، وبين الخدمات التي يدركها العملاء فعلياً، حيث حددوا في البداية عشرة أبعاد لقياس جودة الخدمات وهي: التجسيد، والأمانة، والاستجابة، والمنافسة، والمجاملة، والمصدقية، والأمن، والحرية، والاتصال، وفهم العميل. (Parasuraman el. al 12, 1985)، ثم تمكنوا بعدها بسنوات من تطوير المقياس

ليشمل خمسة أبعاد وهي: (Parasuraman et. al. 1988, p15)

١. العناصر الملموسة **Tangibles**: وتتضمن هذه العناصر أربعة متغيرات، تقيس توافر حداثة الشكل في تجهيزات المنظمة، والرؤية الجذابة للتسهيلات المادية، والمظهر الأنيق لموظفيها، وتأثير المظهر العام للمنظمة.

٢. الاعتمادية المصدقية **Reliability**: وتتضمن خمسة متغيرات تقيس وفاء المنظمة بالتزاماتها التي وعدت بها عملاءها، واهتمامها بحل مشكلاتهم، وحرصها على تحري الدقة في أداء الخدمة، والتزامها بتقديم خدماتها في الوقت الذي وعدت فيه بتقديم الخدمة لعملائها، واحتفاظها بسجلات دقيقة خالية من الأخطاء.

٣. سرعة الاستجابة **Responsiveness**: ويتضمن هذا البعد أربعة متغيرات، تقيس اهتمام المنظمة بإعلام عملائها بوقت تأدية الخدمة، وحرص موظفيها على تقديم خدمات فورية لهم، والرغبة الدائمة لموظفيها في معاونتهم، وعدم انشغال الموظفين عن الاستجابة الفورية لطلباتهم.

٤. الثقة في التعامل والأمان **Assurance**: يحتوي هذا البعد على أربعة متغيرات تقيس حرص الموظفين على زرع الثقة في نفوس العملاء، وشعور العملاء بالأمان في تعاملهم مع الموظفين، وتعامل الموظفين بلباقة معهم، وإلمامهم بالمعرفة الكافية للإجابة عن أسئلتهم.

٥. الاهتمام (التعاطف) **Empathy**: يشتمل هذا البعد على خمسة متغيرات تتعلق باهتمام موظفي المنظمة بالعملاء اهتماماً شخصياً، وتفهمهم لحاجاتهم، وملاءمة ساعات عمل المنظمة لتناسب جميع العملاء، وحرص المنظمة على مصلحتهم العليا، والدراية الكافية باحتياجاتهم.

جودة الخدمات في مراكز خدمات الجمهور تتكون بشكل عام من أبعاد عدة، وهذه الأبعاد تؤثر بشكل مباشر على رضا متلقي الخدمة، ويرى الباحثان أن من بين هذه الأبعاد توجد ثلاثة أبعاد رئيسية، تؤثر أكثر من غيرها بشكل مباشر على رضا متلقي الخدمة وهذه الأبعاد هي:

١. بُعد إجراءات سير المعاملات، ويشمل: إنجاز المعاملات في وقت محدد دون تأخير، ووضوح الإجراءات وبساطتها وبعدها عن الروتين.

٢. بُعد كفاءة الموظفين وحسن تعاملهم، ويشمل: تعامل الموظفين مع المراجعين بأدب واحترام واستجابتهم لاحتياجاتهم، وتواجدهم دائماً على رأس عملهم، وتنفيذ المعاملات بسهولة ويسر، وفي الوقت المحدد ودون تمييز.

٣. بُعد الخدمات المقدمة من المركز وتشمل: فاعلية مكتب خدمات الجمهور من حيث سهولة الوصول إليه وتوافر الخدمات المرافقة مثل: مواقف سيارات، ولوحات إرشادية واضحة تدل على الأقسام، ولوحات تعرّف بأسماء الموظفين بشكل واضح، ولوحات تدل على متطلبات تقديم طلب الخدمة وآلية سير المعاملة، وإشارات أو أرقام تحدد دور المراجعين، وأماكن جلوس ملائمة للمراجعين مع مراعاة توافر سهولة الوصول لذوي الاحتياجات الخاصة، وتوفر النماذج المطلوبة لتقديم طلب الخدمة، ومرافق صحية، وفعالية الاتصال الهاتفي بالمركز، وخدمة تصوير الوثائق، وإمكانية تسديد رسوم المعاملة داخل المركز نفسه... إلخ. (Parasuraman et. al. 1988, p16).

مفهوم رضا العملاء:

رضا العملاء مفهوم غامض ويصعب قياسه، والمظهر الفعلي لدرجة الرضا قد يختلف من شخص لآخر، ومن خدمة إلى أخرى. إن حالة الرضا تعتمد على عدد من المتغيرات النفسية والجسدية، التي تتربط مع سلوكيات الرضا على حد سواء. مستوى الرضا يمكن أن يختلف تبعاً لخيارات أخرى لدى متلقي الخدمة وتبعاً للتوقعات التي يمكن لمتلقي الخدمة مقارنتها بخدمات المنظمة.

لقد عرّف مفهوم رضا العملاء بأنه: «إدراك العميل لمستوى إجابة المعاملات لحاجاته وتوقعاته».

Jean Michel, La Satisfaction Qualité Dans Les Services, AFNOR,
.Paris ,2001, P108

ويعرّف كذلك بأنه: «إدراك العميل لمستوى تلبية مطالبه».

France Qualité Public , La Satisfaction Des Usagers/ Clients/ Citoyens
.Du Services Public , La Documentation Française , Paris , 2004 , P19

كما عرفه عبيد سعد العبدلي ([http:// www.dralabdali.com/happy-customer](http://www.dralabdali.com/happy-customer))

بقوله «إن رضا العملاء يتمثل في العلاقة الطردية بين ما يتوقعونه وبين ما يحصلون عليه».

من خلال التعاريف السابقة نستنتج بأن الرضا عبارة عن شعور وإحساس نفسي يعبر عن الفرق بين أداء السلعة أو الخدمة المدركة وتوقعات العميل، وبذلك يمكن التمييز بين ثلاثة مستويات:

أ. الأداء أقل من التوقعات-----اللاجودة- العميل غير راض.

ب. الأداء يساوي التوقعات----- الجودة- العميل راض.

ت. الأداء اكبر من التوقعات----- الجودة العالية- العميل راض جدا.

وبذلك فإن المستويات العالية من الجودة تخلق نوعاً من الارتباط العاطفي بين العميل والمؤسسة وبالتالي يخلق هذا الارتباط الولاء والوفاء للمؤسسة. عبید سعد العبدلي،
٢٠ / ٧ / ٢٠١٣ (http:// www. dralabdali. com/ happy- customer)

أهمية قياس رضا العملاء:

تتعرض المنظمات الحكومية لكثير من الصعوبات في تحقيق رضا العملاء، ويتأثر رضا العملاء عن الخدمات المقدمة لهم، سلباً أو إيجاباً، بالخبرات السابقة والانطباع المتكون لديهم من خلال ما يسمعه كل منهم من غيره أو من وسائل الإعلام، ومن هنا فإن وجود معلومات كافية عن العملاء ومعلومات مرتدة منهم عن مدى رضاهم عن الخدمة سوف يحد من تلك الصعوبات، ويقود إلى إرضاء العملاء (إسكوت، ١٩٩٦، ص، ٢٠).

يشير جون برات (John Pratt) إلى أن ما يمكن قياسه يمكن عمله، فمع عدم قياس النتائج يصبح من الصعب تحديد النجاح من الفشل، ومن ثم لن نستطيع أن نتعلم من الخطأ ونعالجه أو أن نستفيد من النجاح ونكافئه، ومن ثم لا نستطيع أن نكسب تأييد العامة. (Obsborne & Gaebler 1992. p 146).

ومن أهم دوافع قياس رضا العملاء الطلب المتزايد على تحسين والخدمات تطويرها في القطاع الحكومي، وكذلك ارتباط الجودة بالرضا، فالجودة تتطلب عمل الأشياء بطريقة صحيحة ومن أول مرة وبفعل تصاعد طلبات المستفيدين من الخدمات الحكومي، ة ارتفع مستوى الجودة المطلوبة من قبلهم.

للوصول إلى تحقيق التميز ورضا العملاء، ينبغي من القيادة الإدارية للمؤسسات الحكومية تحديد متطلبات المستفيدين والسعي لتحقيقها، وكذلك ضمان التحسين المستمر، ويدعو ديمينج (Deming) في كتابه "الخروج من الأزمة" إلى أن تكون المقاييس جزءاً أساسياً من إجراءات تحقيق الجودة. فيما يشير (Obsorne & Gaelbert, 1992, p148) في كتابهما "اختراع الحكومة" إلى أن تحقيق رضا العملاء هو أفضل أسلوب للبقاء والمنافسة، وأن الإدارة الحكومية يجب أن تنبذ الفكر البيروقراطي الذي ينظر للعميل بأنه صاحب حاجة، وهذه الحاجة لا يمكن الحصول عليها إلا عن طريق الإدارة الحكومية، فالعملاء هم سبب وجود الإدارة الحكومية، حيث يتوقف نجاح أي دائرة في تحقيق الجودة في خدماتها على رضا العملاء، وهو المقياس الذي يجب أن تسترشد به لقياس مدى نجاحها في تحقيق الجودة للجماهير والارتقاء بمستوى الخدمة المقدمة لهم.

يعتمد رضا العملاء على عدد كبير من العوامل المختلفة كجودة الخدمة، والسعر، والحاجة، إلخ، إلا أن أهم هذه العوامل من وجه نظر كثير من رواد الإدارة هو جودة الخدمة، ولذلك نشأت في العديد من الدول ومنها العربية، جوائز وطنية تمنح للمنظمات التي تحقق الجودة والتميز في تقديم الخدمة وإرضاء المتعاملين.

يُقاس رضا العملاء من خلال الاتصال المباشر بالعملاء، وإجراء الدراسات والزيارات الميدانية لهم لاستطلاع آرائهم، وفي هذا السياق يقترح "الحناوي" أنه لكي نعمق فكرة التوجه بالعمل، يتطلب ذلك اتخاذ الوسائل والأساليب العلمية الدقيقة كافة لقياس رضا العملاء، وإنشاء نظام معلومات العملاء، والحرص على تحديد وتحليل احتياجاتهم وتوقعاتهم والتعرف عليهم والحرص على تنمية العلاقات معهم من خلال التواصل معهم، حيث يُترجم ذلك إلى إستراتيجيات وخطط تحقق التحسين المستمر وإرضاء العملاء. الاتصال بالعملاء من أجل قياس مستوى رضاهم ومعرفة يمكن أن يكون عن طريق الاتصال الشفهي أو من خلال الاتصال الكتابي، وفي الحالين تتعدد الأساليب، وتشمل على إجراء المحادثات الهاتفية مع العملاء وسؤالهم عن احتياجاتهم وتنظيم زيارات لهم، وإجراء المقابلات معهم وإرسال استمارات استقصاء الآراء البريدية لهم، وتلقي ملاحظاتهم ومقترحاتهم، وتنظيم اللقاءات وتكوين مجالس العملاء، كل ذلك للتعرف إلى الأمور الأكثر قيمة لديهم، ومن ثم اتخاذ الإجراءات المناسبة في ضوء ذلك. (الحناوي والسيد ١٩٩٨، ص ١٦١).

الدراسات السابقة:

دراسة (الرحاحلة، والعربي ٢٠١٢) بعنوان: «درجة رضا المراجعين لوزارة التربية والتعليم في مراكزها في الأردن عن الخدمات المقدمة»، حيث هدفت الدراسة إلى الكشف عن موطن الضعف في الخدمات المقدمة للمراجعين، ونقاط القوة للعمل على تحسين مستوى الخدمة المقدمة لهم، وقد استخدم الباحث الاستبانة أداة لقياس درجة رضا متلقي الخدمة في وزارة التربية والتعليم وتوصلت الدراسة إلى وجود درجة عالية من الرضا لدى المراجعين عن الخدمات المقدمة لهم وإن قسم خدمات الجمهور يسهل الحصول على الخدمة، والنماذج والوثائق المطلوبة متوافرة فيه وهناك توافر لأماكن الانتظار للمراجعين فيها ويوجد لوحات إرشادية دالة على أماكن تقديم الخدمة، والموظفين يتعاملون دون تمييز مع المراجعين.

دراسة (Al Weshah, 2010) بعنوان «درجة قياس مدى رضا متلقي خدمة النقل العام للركاب في الأردن»، حيث هدفت الدراسة إلى تحديد احتياجات الركاب وتوقعاتهم،

والحصول على التغذية الراجعة من متلقي الخدمة وتحسين الأداء وتطوير الخدمات المقدمة للمواطنين المستفيدين من خدمة النقل العام في المملكة، وقد استخدمت الباحثة أسلوب اختيار عينة إحصائية ممثلة جغرافياً وسكانياً للفئة المستهدفة، مع القيام ببحث ميداني مسبق لجمع الحقائق واستفتاء لآراء المشاركين بما يحقق أهداف الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن درجة رضا الركاب عن وسائل النقل العام متوسطة وبنسبة ٦٢٪ فقط، فيما كانت درجة رضا الركاب عن المظهر العام مقبولة وبنسبة ٥٣.١٪، وهناك التزام من قبل السائق بخط سير المركبة بنسبة مقبولة أيضاً، وإن نسبة كبيرة لم تكن راضية عن الالتزام بمواعيد سير الرحلات، ونسبة متوسطة من الركاب راضية عن نظافة الباصات، وإن الشكاوي التي ترفع من الركاب للإدارة تستغرق وقتاً كبيراً للرد عليها وهناك تدنٍ للمستوى الأخلاقي لدى السائق والمعادن والعاملين في المجمع، وهناك حمولة زائدة في الباصات للركاب، وانعدام النظافة لدى المجمعات.

دراسة (مطالقة، ٢٠١٠) بعنوان: «قياس رضا متلقي الخدمة والمتعاملين وتحديد احتياجاتهم في هيئة تنظيم قطاع الاتصالات في الأردن» حيث هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مستوى رضا متلقي الخدمة من الشركات العاملة والمرخصة من هيئة تنظيم قطاع الاتصالات لشهر شباط ٢٠١٠، استخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية من المراجعين لشركة الاتصالات والبالغ (٢١) مراجعاً، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أبرزها: أن متلقي الخدمة يعلمون مسبقاً عن كيفية تقديم الخدمة، وأن نسبة ضعيفة من متلقي الخدمة يحصلون عليها من موقع الهيئة الإلكتروني، وإن نسبة ٧٥.٥٪ منهم راضية عن الخدمة المقدمة وأن ٩١٪ منهم راضون عن موظفي الهيئة، وأن ٨١.٢٥٪ منهم راضون عن مكان تواجد الهيئة، و٨٦.٢٥٪ منهم راضون عن نظافة مبنى الهيئة، ولا توجد أية مشكلات في تقديم الشكاوي للهيئة.

دراسة (Padhy & Rath, 2010) بعنوان: «رضا المريض وفعالية التسويق في المستشفيات الكبيرة المختارة في الهند» هدفت الدراسة إلى التعرف إلى العلاقة بين رضا المرضى وفعالية التسويق، شارك في هذه الدراسة ٣٠٠ من المرضى و ٨٠ من المديرين التنفيذيين للتسويق من ستة مستشفيات، ثلاثة من القطاع العام وثلاثة من القطاع الخاص من المدن التوأمة (حيدر أباد وسيكوندر أباد).

استخدمت المقابلة والاستبانة في جمع المعلومات، واستخدمت المتوسطات والانحرافات المعيارية، وقيم F لعرض النتائج، وفي ضوء الفرضيات التي وضعت، وجد أن المرضى في المستشفيات الخاصة أكثر رضا بجودة الخدمات من نظرائهم في المستشفيات

الأخرى، وكذلك أثبتت الدراسة أن مديري التسويق في القطاع الخاص أكثر فعالية من زملائهم في المستشفيات الأخرى وبناء على ذلك رُفضت الفرضية الصفرية.

دراسة (درويش، ٢٠٠٩) بعنوان: «أثر جودة الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستفيدين»، وقد هدفت الدراسة إلى تحديد أثر جودة الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستفيدين، باستخدام مقياس الأداء (Service Performance) بأبعاده الخمسة والذي يركز على قياس الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للعميل، وكشفت الدراسة عن وجود أثر للأبعاد الخمسة المكونة لمقياس جودة الخدمة على مستوى رضا المستفيدين منها، فيما تبين من نتائج الدراسة وجود رضا ايجابي عن الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين، وأن أفضل محددات الجودة هي العناصر الملموسة وأسوأها هو التعاطف، وأن زيادة الاهتمام بأبعاد جودة الخدمة يؤدي إلى زيادة رضا المستفيدين.

دراسة (الشريفات، ٢٠٠٩) بعنوان: «قياس درجة رضا المنتفعين من خدمات دائرة الأراضي والمساحة في محافظة المفرق، الأردن»، وقد هدفت الدراسة إلى قياس درجة رضا المنتفعين في محافظة المفرق - الأردن عن جودة الخدمات التي تقدمها دائرة الأراضي والمساحة في هذه المحافظة»، واستخدم الباحث أسلوب الاستبانة باستخدام العينة العشوائية لجمع البيانات والمعلومات اللازمة، وقد توصلت الدراسة إلى أن درجة رضا أفراد العينة عن مستوى الخدمات المقدمة في هذه الدائرة متوسطة، وأن هناك جملة من الممارسات في تقديم الخدمات قد أثرت سلباً على درجة رضا المنتفعين، منها: إسهام العلاقات الشخصية في تسهيل المعاملات، وإمكانية الاتصال مع المراجعين لاستكمال معاملاتهم قليلة، وضعف ممارسة الشفافية، إضافة إلى الوساطة والمحسوبية وضعف توافر جو تسوده العدالة في تقديم الخدمات، مع عدم وجود النصح والإرشاد باستمرار للمراجعين لانجاز معاملاتهم بسهولة ويسر.

دراسة (عبيسات، ٢٠٠٨) بعنوان: «مؤشرات جودة الخدمات لرضا متلقي الخدمة في مؤسسة المناطق الحرة، الأردن» حيث هدفت الدراسة إلى معرفة تقييم متلقي خدمات مؤسسة المناطق الحرة لجودة الخدمات المقدمة حسب الأبعاد المكونة لمقياس (Servpert) وقد افترض الباحث في استخدامه لمنهجية البحث أن جودة الخدمات تتكون من خمسة أبعاد رئيسة كما قدمها (Parasuramen) في مقياس (Servpert) وشملت الأبعاد الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان التعاطف، وقد تبين من نتائج الدراسة أن المؤسسة تستخدم تكنولوجيا حديثة في إنجاز أعمالها وإن المباني والمكاتب منظمة بصورة تسهل الحصول على الخدمة، وأن الموظفين يظهرون بمظهر لائق ومميز مع توفر

المرافق الضرورية في المبنى، وأن سلوك الموظفين يبني الثقة لدى متلقي الخدمة، وأن ساعات العمل الرسمي مناسبة وتفي بالغرض، وأن المؤسسة تقوم بتحسين خدماتها وتطوير إجراءات العمل بشكل دائم، وهناك مبادرة سريعة لدى الموظفين لخدمة المراجعين، وعلى الرغم من ذلك، فقد أشارت الدراسة إلى عدم رضا المراجعين عن التزام المؤسسة بانجاز المعاملات في الوقت المحدد، وعدم جدية بعض الموظفين في حل أية مشكلة طارئة، وعدم الاهتمام بإيجابية في التعامل مع الشكاوي، ولا يتلقى المراجعين بلاغاً بانتهاء معاملاتهم.

دراسة (الغانم، ٢٠٠٦) بعنوان: «العوامل الشخصية والوظيفية للعاملين بوحدة خدمات الجمهور وعلاقتها بأدائهم»، وهدفت الدراسة إلى التعرف إلى العوامل الشخصية والوظيفية التي يتمتع بها العاملون بوحدة خدمات الجمهور بمرور القسيم بالسعودية، وتبيان مستوى أدائهم، واستخدم الباحث المنهج الوصفي من خلال تطبيق مدخل المسح الاجتماعي لعينة الدراسة المكونة من (١٥٢) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج كان أهمها: تمتع أكبر الفئات السنية عمراً من العاملين بوحدة خدمات الجمهور بمرور القسيم بمستوى عال من الأداء، وأن العاملين يستغرقون وقتاً أطول في أداء العمل وهم على رضا عن أداء عملهم، وأنه يجب إتاحة مزيد من فرص التدريب في مجال خدمة الجمهور وتقليل أعداد المراجعين وضغوط العمل التي تعوق الأداء مع اعتماد نظام (المراجعة المتسلسل) من يحضر أولاً يُخدم أولاً، وأنه يجب زيادة الحوافز المخصصة للعاملين بوحدة خدمات الجمهور بمنطقة مرور القسيم.

دراسة (Wisniewski, 2001) بعنوان: «احتياجات القطاعات الحكومية لقياس جودة الخدمات المقدمة من وجهة نظر المراجعين في السلطات المحلية الاسكتلندية»، وقد هدفت الدراسة إلى تحديد حاجات القطاعات الحكومية لقياس الجودة من خلال قياس رضا المراجعين عن خدمات السلطات المحلية باستخدام مقياس (Senguel) بالتطبيق على الموارد في ٣٢ سلطة محلية اسكتلندية، وتوصلت الدراسة إلى أن المديرين وجدوا أبعاد جودة الخدمة مفيدة في الحصول على آراء الزبائن حول الخدمة المقدمة ما يؤدي إلى تحسينها وتحقيق رضا المراجعين.

دراسة (Sharifah & Et. Al, 2000) بعنوان: «جودة الخدمة التي يمكن أن تؤدي إلى رضا المستهلك» وقد هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مدى جودة الخدمة المقدمة للمواطنين في ست وزارات ماليزيا، وشملت عينة الدراسة ٣٣٠ مستهلكاً، واستخدم الباحثون نموذج (Servqual) لقياس درجة رضا المستهلكين عن الخدمات المقدمة في هذه الوزارات، وقد

بيّنت الدراسة أن هذا المقياس يعدّ مؤشراً للقدرة على تحسين الخدمة المقدمة للمستهلك وتوفير خدمة أفضل مستقبلاً ما يعني زيادة رضا المستهلكين.

دراسة (الخريص، ١٩٩٦) بعنوان: «مهارات التعامل مع الجمهور وعلاقتها بكفاءة الأداء، دراسة تطبيقية على إداريي الجوازات والجمارك في مطار الملك خالد الدولي بالرياض»، وهدفت الدراسة إلى مدى تحسين الأسلوب الذي يتعامل به مجتمع الدراسة مع الجمهور وانعكاسه على كفاءة الأداء، والتعرف إلى الاهتمام الذي يوليه العاملون للسرعة والدقة في إنهاء إجراءات الجمهور وانعكاسه على كفاءة الأداء، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها: إن الاهتمام يكسب تعاون الجمهور، ويحقق فائدة للعمل الذي يقوم به الفرد، والذي يعود على أهداف الإدارة، ما يستوجب أن تقوم المنظمة بدراسة الطرق التي تكفل هذا التعاون، وانه يجب ربط العلاقة الطيبة ومهارة التعامل والسرعة والدقة بكفاءة الأداء للعاملين.

التعليق على الدراسات السابقة:

تبين من خلال ما عُرض من دراسات سابقة قلة الدراسات التي اهتمت وتطرقت إلى موضوع الدراسة «قياس رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية»، وخاصة في الواقع الفلسطيني، ويعزى عدم وجود مثل هذه الدراسات إلى حداثة هذه المراكز التي أسست قبل أربعة أعوام تقريباً بمبادرة وزارة الحكم المحلي وبالتعاون مع الهيئات المحلية بتمويل من قبل CHF و GIZ.

تعددت الدراسات السابقة بموضوعاتها ومناهجها وأهدافها، وان كانت هدفت في معظمها إلى التعرف إلى جودة خدمة الجمهور، ولكنها طبقت على قطاعات مختلفة ومتنوعة من أفراد وعينات الدراسة، واستخدم في معظمها المنهج الوصفي بمدخله المتعددة.

لوحظ من نتائج الدراسة الحالية رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية بشكل عام عن الخدمات التي تقدمها، وأن متلقي الخدمة في هذه المراكز راضون عن معاملة الموظفين لهم والتي تتسم بالاحترام والتقدير، حيث تشابهت هذه الميزة مع دراسة (مطالقة)، ودراسة (عبيسات)، ودراسة (الشريفات)، ودراسة Padhy.

أظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن وسائل الراحة متوافرة في أثناء إنتظار متلقي الخدمة في مراكز الخدمات البلدية، وتشابهت هذه الميزة مع دراسة (الرحاحله)، وتبين أيضاً من نتائج الدراسة أن المسؤولين في مراكز الخدمات لا يعالجون المشكلات بالسرعة المطلوبة، وهذا ما تعارض مع دراسة (مطالقة)، ودراسة (عبيات)، ودراسة (الوشحان).

وعليه فقد جاءت دراستنا لتوضح مدى رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية، وعرض مجموعة من النتائج والتوصيات التي يجب الاهتمام بها من قبل المعنيين في البلديات الفلسطينية ووزارة الحكم المحلي الفلسطيني المشرفة على هذه البلديات.

الإطار العملي للدراسة:

منهجية الدراسة:

لغرض إنجاز هذه الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي، وأسلوب المسح الميداني نظراً لملاءمته لطبيعة البحث، ونظراً لقدرة هذا المقياس على التمييز بين الدرجات المختلفة من قوة الاتجاهات، ولسهولة فهمه من قبل المستقيسين المراد قياس اتجاهاتهم. (Kinnear and Taylor, 1987, p, 325) ، فقد وصفت الظاهرة قيد الدراسة، ودرست الاختلافات في الاتجاه نحو الظاهرة.

مجتمع الدراسة وعينته:

تكوّن مجتمع الدراسة من البلديات الفلسطينية التي لديها مراكز خدمات للجمهور في المحافظات الشمالية فقط والبالغ عددها ٢٥ بلدية. بينما سُحبت عينة عشوائية من متلقي الخدمة المراجعين الذين وافقوا على الإجابة عن أسئلة الاستبانة في خمسة مراكز خدمات للجمهور في بلديات: (نابلس، والبيرة، والرام، وبيت ساحور، وحلحول) ، ومثلت شمال المحافظات الشمالية ووسطها وجنوبها، وقد اختيرت العينة العشوائية وفق الأصول العلمية المتبعة من مجتمع الدراسة (المراكز المذكورة أعلاه) مكونة من (٢٥٠) مفردة من متلقي الخدمة فيها.

وصف مجتمع الدراسة:

الجدول (٢)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة

المتغير	المستوى	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	١٧٦	٨١,٥
	أنثى	٤٠	١٨,٥

المتغير	المستوى	العدد	النسبة المئوية
الدخل الشهري بالشيكل	١٠٠٠ - ٢٠٠٠	٦٨	٣١,٥
	٢٠٠١ - ٣٠٠٠	٨٤	٣٨,٥
	٣٠٠١ - ٤٠٠٠	٣٨	١٧,٦
	أكثر من ٤٠٠٠	٢٦	١٢,٤
طبيعة العمل	عاطل	٢٤	١١,١
	موظف	١٢٠	٥٥,٦
	تاجر	٣٤	١٥,٧
	أعمال حرة	٣٨	١٧,٦
المستوى العلمي	توجيهي فأقل	٥٦	٢٥,٩
	دبلوم	٦٠	٢٧,٨
	بكالوريوس	٨٤	٣٨,٩
	دراسات عليا	١٦	٧,٤
سنوات الإقامة	٥ سنوات فأقل	٥٠	٢٣,٢
	٦ - ١٠ سنوات	٥٦	٢٥,٩
	١١ سنة فأكثر	١١٠	٥٠,٩
المجموع		٢١٦	٪١٠٠

أداة الدراسة:

صمّم الباحثان الاستبانة، ووزّعاها على أفراد مجتمع الدراسة، وتكونت الاستبانة من ٢٧ فقرة حول موضوع «قياس رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية»، وقد وزّعت ٢٥٠ استبانة أعيد منها ٢١٦ استبانة، أي بنسبة ٨٦٪، وهي نسبة تصلح لتعميم النتائج وقد تكونت الاستبانة من قسمين على النحو الآتي:

- القسم الأول: البيانات الشخصية، وهي مكونة من (٥) متغيرات.
- القسم الثاني: أسئلة الاستبانة، وهي مكونة من (٢٧) فقرة.

قياس صدق الاستبانة ثباتها (Cronbach's Alpha) :

لقياس صدق الاستبانة عرضت على عدد من المحكمين والأكاديميين ذوي الاختصاص

والخبرة ممن لهم دراية واطلاع بموضوع الدراسة، وقد قاموا بدراستها وتصويبها وتدقيقها ومراجعتها، حيث أخذ الباحثان بآراء المحكمين حتى صممت الاستبانة بشكلها النهائي. ومن ثم أجرى التحليل Reliability Analysis، وقيس ثبات الاختبار من خلال معادلة كرونباخ ألفا التي تشير إلى الصدق التكويني أو ما يسمى بالتجانس الداخلي، وقد وجد أن قيمة ألفا لثبات أداة الدراسة (الثبات الكلي) = (0,857).

الجدول (٣) :

نتائج معامل كرونباخ ألفا لثبات أداة الدراسة (الثبات الكلي)

البيان	عدد الحالات	عدد الفقرات	قيمة ألفا
الثبات الكلي	٢١٦	٢٧	0,857

كلما كانت قيمة ألفا أعلى كانت الاستبانة أكثر ثباتاً في إعطاء نتائج جيدة لتحليل موضوع الدراسة. واتفق على أن قيمة 0,6 فأعلى تعد قيمة مقبولة لثبات الاستبانة (Malhotra,2007, p62).

من النتيجة التي حصلنا عليها، فإن قيمة ألفا ممتازة، ما يدل على ثبات الاستبانة وأنها تشير إلى الصدق التكويني للاستبانة، أو ما يسمى بالتجانس الداخلي لفقرات الاستبانة.

المعالجة الإحصائية:

بعد جمع بيانات الدراسة راجعها الباحثان تمهيداً لإدخالها إلى الحاسوب، وحيث أعطيت أرقاماً معينة، أي حوّلت الإجابات اللفظية إلى أخرى رقمية، وذلك على جميع أسئلة الدراسة، وقد أُختبر سؤال وفرضية الدراسة وحللاً باستخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

١. أساليب الإحصاء الوصفي: كالتكرار والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية.

٢. قياس التجانس الداخلي (كرونباخ ألفا).

٣. اعتمد البرنامج الإحصائي (SPSS) من أجل عمل المقارنات المختلفة التي تبين بوضوح الفوارق والتباين بين الأحداث المدروسة وهي (One Way ANOVA، واختبار (L.S.D).

عرض نتائج الدراسة:

حتى يتم التعرف إلى طبيعة البيانات التي جُمعت، فإنه لابد من عرضها بشكل يتيح للدارس أن يتعرف إلى متغيراتها، لتساعده على فهم أكبر وأعمق لمجتمع الدراسة، حيث ستُعرض النتائج من خلال جداول أعدت لهذا الغرض.

حُسب المتوسط المرجح لإجابات أفراد العينة على محور الدراسة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، وذلك من أجل معرفة اتجاه آراء المستقيين وعمل المقارنات المختلفة، حيث يعدّ مقياس ليكرت من أفضل الأساليب لقياس الاتجاهات، وذلك على النحو الآتي:

الجدول (٤)

الوزن	القيمة
١	غير موافق بشدة
٢	غير موافق
٣	محايد
٤	موافق
٥	موافق بشدة

وباعتماد المقياس التالي لحساب المتوسط المرجح:

الجدول (٥)

المستوى	المتوسط المرجح
ضعيفة جداً	من ١ - ١,٧٩
ضعيفة	من ١,٨٠ - ٢,٥٩
متوسطة	من ٢,٦٠ - ٣,٣٩
كبيرة	من ٣,٤٠ - ٤,١٩
كبيرة جداً	من ٤,٢٠ - ٥

◀ أولاً- الإجابة على سؤال الدراسة ومناقشته:

للإجابة عن سؤال الدراسة: « ما درجة رضا المراجعين عن جودة الخدمات المقدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية؟ » ستُعرض

في هذا القسم نتائج إجابات المبحوثين (المستقيصين) حول فقرات الاستبانة وتحليلها ومناقشتها من خلال الجدول الآتي:

(٦) الجدول

توجهات أفراد العينة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
١	درجة الاستجابة للاتصال الهاتفي بالمركز جيدة.	٤,١٣	٠,٩٢	كبيرة
٢	يوفر المركز وسائل الراحة أثناء انتظار تقديم الخدمة.	٤,٣	٠,٦٩	كبيرة جداً
٣	يتقيد الموظفون بالمواعيد لانجاز المعاملة.	٣,٨٥	١,٠٣	كبيرة
٤	جميع الخدمات التي احتاجها من البلدية يمكن الحصول عليها من هذا المركز.	٤,٠١	٠,٨٥	كبيرة
٥	تتسم معاملة الموظفين لي بالاحترام ودون تمييز.	٤,٧٣	٣,٩٧	كبيرة جداً
٦	توجد في المركز نشرات توضيحية للوثائق المطلوبة لكل خدمة.	٣,٨٠	١,٠١	كبيرة
٧	يوجد في المركز صندوق للاقتراحات والشكاوي.	٢,٣٧	١,٣٢	ضعيفة
٨	الموظفين متمكنون من عملهم ما يؤدي إلى تقديم الخدمة دون أخطاء جوهرية.	٤,١٠	٠,٨٧	كبيرة
٩	أتمكن من الوصول إلى المسؤول بسهولة في مركز الخدمات.	٤,٣١	٠,٧٤	كبيرة جداً
١٠	أحصل على المعلومات والوثائق التي احتاجها من الزيارة الأولى للمركز.	٤,١٣	٠,٨١	كبيرة
١١	يوجد مبادرة عند البلدية لتحسين خدماتها.	٤,٠٢	٠,٨٩	كبيرة
١٢	يتواجد الموظف المعني بمتابعة المعاملة دائماً على رأس عمله.	٤,٠٦	٠,٩٦	كبيرة
١٣	موقع مركز الخدمات مناسب.	٤,٣٣	٠,٧٨	كبيرة جداً
١٤	يمكن تقديم طلب الخدمة بواسطة الحاسوب.	٣,٧٠	١,٠٩	كبيرة
١٥	تم مراعاة وصول ذوي الاحتياجات الخاصة لمنطقة الخدمة في المركز بسهولة.	٣,٩١	٠,٩٩	كبيرة
١٦	أطلع على خدمات المركز والوثائق المطلوبة لكل معاملة عبر الانترنت.	٢,٢٩	١,١٨	ضعيفة
١٧	أسماء الموظفين مكتوبة على لوحات تعريفية بشكل واضح.	٢,٥٥	١,١٩	ضعيفة
١٨	تتوفر لدى المركز النماذج المطلوبة لتقديم طلب الخدمة.	٣,٩٤	٠,٨٩	كبيرة
١٩	توجد أرقام للمراجعين للحفاظ على النظام ودور المراجع في تلقي الخدمة.	٣,٩٢	٠,٩٢	كبيرة
٢٠	يوجد سرعة في حل الشكاوي المقدمة للمركز.	٢,٥٩	١,٠٠	ضعيفة
٢١	تقوم البلدية باستطلاع رأي المواطنين حول جودة تقديم الخدمة في المركز.	٣,٦٩	١,٠٥	كبيرة
٢٢	تجميع الخدمات في مركز واحد في البلدية خطوة ايجابية لتحسين تقديم الخدمة.	٤,١٤	٠,٨٦	كبيرة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
٢٣	يوجد حوافز للمواطنين الذين يقومون بدفع مستحقاتهم للبلدية.	٣,٨٥	١,٠٠	كبيرة
٢٤	يوجد تغيير ايجابي في الخدمات البلدية المقدمة بعد إنشاء هذا المركز.	٤,٠٦	٠,٧٩	كبيرة
٢٥	يتصف سير إجراءات المعاملات بالوضوح.	٤,٠٧	٠,٧٤	كبيرة
٢٦	راضٍ عن طريقة تقديم الخدمة في المركز.	٤,٠٨	٠,٨١	كبيرة
٢٧	أحقق هدفي من خلال زيارتي للمركز.	٤,١٣	٠,٧٧	كبيرة
	الدرجة الكلية	٣,٨١	١,٠٤	كبيرة

يتضح من خلال الجدول (٦) أعلاه الذي يعبر عن مجموعة من الفقرات التي تجيب عن سؤال الدراسة: «ما مدى رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية» أن الإجابات كانت متقاربة بين كبيرة وكبيرة جداً، أما بخصوص الدرجة الكلية لمتوسط إجابات المستقيمين على أسئلة الدراسة فقد بلغت (٣,٨١) وهي درجة كبيرة حسب المقياس المستخدم، وهذا يدل على أن مجمل الفقرات حصلت على معدلات كبيرة، وقد حصلت الفقرة (٥): «تتسم معاملة الموظفين لي بالاحترام ودون تمييز» على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (٤,٧٣)، وقد توافقت هذه النتيجة مع دراسات (الخريص، وعبيسات، مطالقة)، فيما تعارضت مع دراسات (Al Weshah، الشريفات)، وتعزى هذه النتيجة إلى المستوى العلمي العالي الذي يتمتع به موظفو مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية. وجاءت بعدها الفقرة (١٣) «موقع مركز الخدمات مناسب»، وحصلت على متوسط حسابي وقدره (٤,٣٣)، وتوافقت هذه النتيجة مع دراسة (مطالقة)، ويمكن أن تعزى هذه النتيجة إلى أن إدارات البلديات الفلسطينية كانت موفقة في اختيار مواقع هذه المراكز التي يسهل الوصول إليها من قبل متلقي الخدمة، فيما جاءت ثالثاً الفقرة (٩): «أتمكن من الوصول إلى المسؤول بسهولة في مركز الخدمات»، وقد حصلت على متوسط حسابي قدره (٤,٣١)، وتعزى هذه النتيجة إلى عدم وجود أي نوع من اللامركزية في التعامل مع متلقي الخدمة واتباع سياسة الباب المفتوح في هذه المراكز. وفي المرتبة الرابعة جاءت الفقرة (٢) «يوفر المركز وسائل راحة في أثناء تقديم الخدمة» وقد حصلت على متوسط حسابي قدره (٤,٣)، وتوافقت هذه النتيجة مع دراسة (الرحاحلة والعربي)، وتعارضت مع دراسة (Al Weshah)، وتدل هذه النتيجة على وجود اهتمام في هذه المراكز بتأمين كل وسائل الراحة لمتلقي الخدمة في أثناء تواجدهم في المركز، وتدل هذه

الإجابات وغيرها التي حصلت على درجة موافقة بين كبيرة وكبيرة جداً، على رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية على هذه الفقرات.

فيما حصلت الفقرة (١٦): "اطلع على خدمات المركز والوثائق المطلوبة لكل معاملة عبر الانترنت" على أقل المتوسطات الحسابية أي في المرتبة الأخيرة حيث بلغت (٢,٢٩)، تشابهت هذه النتيجة مع دراسة (مطالقة)، ويمكن أن تعزى هذه النتيجة إلى عدم اهتمام متلقي الخدمة بالحصول على المعلومات اللازمة لإنجاز معاملاتهم عن طريق الانترنت أو عدم معرفتهم أنه يمكن الحصول على أية معلومات عن هذه المراكز من خلال الانترنت، وعدم وجود صفحات إلكترونية لهذه المراكز. وجاءت قبلها الفقرة (٧): "يوجد في المركز صندوق للشكاوي والاقتراحات" حيث حصلت على (٢,٣٧)، ويعزى ذلك إلى عدم وجود صناديق لتقديم الشكاوي في بعض هذه المراكز. وجاءت قبلها الفقرة (١٧): "أسماء الموظفين مكتوبة على اللوحات التعريفية بشكل واضح" حيث حصلت على متوسط حسابي قدره (٢,٥٥) وتوافقت هذه النتيجة مع دراسة (الرحاحلة والعربي)، وتعزى هذه النتيجة إلى أن الموظفين في مراكز خدمات الجمهور ليس لديهم لوحات تعريفية بأسمائهم تدل عليهم وعلى مساهم الوظيفي. ثم جاءت قبلها الفقرة (٢٠) "يوجد سرعة في حل الشكاوي المقدمة للمركز" حيث حصلت على متوسط حسابي قدره (٢,٥٩)، وتوافقت هذه النتيجة مع دراسات (Al Weshah، عبيسات)، ويمكن أن تعزى هذه النتيجة إلى عدم إكمال الوثائق المطلوبة من متلقي الخدمة لمعاملته، أو عدم وجود بديل للموظف الذي سينجز هذه الخدمة، أو نتيجة إهمال بعض الموظفين في هذه المراكز. وتدلل هذه الإجابات وغيرها التي حصلت على درجة موافقة ضعيفة على عدم رضا متلقي الخدمة في هذه المراكز عن هذه الفقرات.

◀ ثانياً- الإجابة على فرضية الدراسة:

لفحص صحة فرضية الدراسة التي تنص على أنه: «لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية، وبين جودة الخدمات المقدمة تعزى لمتغير الجنس»، تم استخدام اختبار «ت» لمجموعتين مستقلتين Independent T- Test، ونتائج الجدول (٧) تبين ذلك.

الجدول (٧)

نتائج اختبار «ت» لمجموعتين مستقلتين لفحص دلالة الفروق في درجة رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية وجودة الخدمات المقدمة تعزى للجنس

مستوى الدلالة	ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجنس	الفرضية
٠,٣٦	١,٦ -	١٥,٤٩	١,٠٦	١٧٦	ذكر	
		١١,٦١	١,١١	٤٠	أنثى	

يتضح من الجدول أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0,05$) في درجة إتجاهات متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية تعزى لمتغير الجنس، ما يدعونا إلى عدم رفض فرضية الدراسة، ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن الخدمات البلدية تقدم لجميع متلقي الخدمة بغض النظر عن نوع الجنس. لفحص صحة فرضية الدراسة التي تنص على: «لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية وجودة الخدمات المقدمة تعزى لمتغيرات الدراسة، الأخرى»، وقد استخدم تحليل التباين الأحادي، (One Way ANOVA) تبعاً لمتغيرات الدراسة الخمسة، كما هو في الجدول (٨).

الجدول (٨)

نتائج تحليل التباين الأحادي لفحص دلالة الفروق في درجة رضا متلقي الخدمة في البلديات الفلسطينية، عن الخدمات المقدمة وفق متغيرات الدراسة

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	الدلالة الإحصائية	قيمة "ف" Sig- Value
الدخل الشهري	بين المجموعات	١٠٢٢,١٤	٣	٣٤٠,٧١	١,٥٤	٠,٢٠
	داخل المجموعات	٤٦٨١٧,١٢	٢١٢	٢٢٠,٨٣		
	المجموع	٤٧٨٣٩,٢٦	٢١٥			
طبيعة العمل	بين المجموعات	٢٧٦٦,٩٨	٣	٩٢٢,٣٣	٤,٣٤	٠,٠٠٥
	داخل المجموعات	٤٥٠٧٢,٢٨	٢١٣	٢١٢,٦١		
	المجموع	٤٧٨٣٩,٢٦	٢١٥			
المستوى التعليمي	بين المجموعات	١٣٨٨,٨٣	٣	٤٦٢,٩٤	٢,١١	٠,١٠
	داخل المجموعات	٤٦٤٥٠,٤٣	٢١٢	٢١٩,١١		
	المجموع	٤٧٨٣٩,٢٦	٢١٥			
سنوات الإقامة في الهيئة	بين المجموعات	٤٣,٣٣	٢	٢١,٦٧	٠,١٠	٠,٩١
	داخل المجموعات	٤٧٧٩٥,٩٣	٢١٣	٢٢٤,٣٩		
	المجموع	٤٧٨٣٩,٦٢	٢١٥			

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة ألفا عند المتغيرات: (الدخل الشهري، والمستوى التعليمي، وسنوات الإقامة) أكبر من القيمة المحددة في الفرضية $0,05$ ، ما يدعونا إلى قبول

فرضية الدراسة والقول بأنه «لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0,05$) نحو درجة رضا متلقي الخدمة في مراكز الخدمات الفلسطينية عن جودة الخدمات المقدمة»، تعزى لمتغيرات الدراسة «الدخل الشهري، والمستوى التعليمي، وسنوات الإقامة»، وهذا يدل على عدم وجود اختلاف في وجهات النظر بين المستقيين وحسب المتغيرات الثلاثة في درجة رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم من خلال مراكز خدمات الجمهور في البلديات. وذلك لحدائثة هذه المراكز وتعيين الموظفين ذوي الكفاءة وتحت إشراف وزارة الحكم المحلي ورقابتها. بينما نجد أن قيمة ألفا أصغر من القيمة المحددة في الفرضية عند متغير طبيعة العمل، ما يدعو إلى رفض الفرضية عند هذا المتغير، وهذا يعني أن أفراد عينة الدراسة قد اختلفت إجاباتهم باختلاف طبيعة العمل، ويمكن أن نعزو ذلك إلى نسبة الموظفين العالية المستقصية، والتي قد تكون غير راضية عن طبيعة الوظيفة لاعتقادهم أن خبراتهم وإمكاناتهم العلمية تؤهلهم لأن يكونوا في مناصب ووظائف أعلى. وقد يكون هذا الاختلاف الناتج في الإجابة بين فئتين من الفئات الأربع أو أكثر، ولمعرفة مصدر الاختلاف الناتج، فإنه يتوجب القيام بعمل اختبار أقل فرق ممكن (L.S.D) لمعرفة مصدر الاختلاف في إجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير طبيعة العمل كما هو في الجدول الآتي:

(الجدول ٩)

اختبار L.S.D حسب الدرجة الوظيفية

الدلالة الإحصائية	الفرق في المتوسط الحسابي	طبيعة العمل ب	طبيعة العمل أ
٠,٠١٦	*٧,٩١٦٦٧ -	موظف	عاطل
٠,٠٠١	*١٢,٨٨٢٣٥ -	تاجر	
٠,٢٨١	٤,١٠٥٢٦ -	أعمال حرة	
٠,٠١٦	*٧,٩١٦٦٧	عاطل	موظف
٠,٠٨١	٤,٩٦٥٦٩ -	تاجر	
٠,١٦٢	٣,٨١١٤٠	أعمال حرة	
٠,٠٠١	*١٢,٨٨٢٣٥	عاطل	تاجر
٠,٠٨١	٤,٩٦٥٦٩	موظف	
٠,٠١١	*٨,٧٧٧٠٩	أعمال حرة	
٠,٢٨١	٤,١٠٥٢٦	عاطل	أعمال حرة
٠,١٦٢	٣,٨١١٤٠ -	موظف	
٠,١١٠	*٨,٧٧٧٠٩ -	تاجر	

يوجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في المتوسط الحسابي

نلاحظ من الجدول (٩) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة من الذين لا يعملون أي أن طبيعة عملهم أنهم عاطلون عن العمل، أي أن إجابات الذين طبيعة عملهم موظف وتاجر اختلفت عن إجابات أفراد العينة الذين طبيعة عملهم عاطلين عن العمل. كما يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة من الذين طبيعة عملهم موظف مع إجابات العاطلين عن العمل، وكذلك يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة من الذين طبيعة عملهم تاجر مع الذين لا يعملون ومع أصحاب الأعمال الحرة، وكذلك يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة من الذين طبيعة عملهم أعمال حرة مع الذين طبيعة عملهم تاجر، ويستدل من ذلك أن العاطلين عن العمل سبب وقوع قيمة ألفا أقل من ٥٪، ويمكن أن يعزى ذلك إلى مجموعة من العوامل من أهمها كونهم لا يعملون، وبالتالي لا يوجد لهم دخل، أو أن دخلهم محدود، مما يعوق تسديد التزاماتهم تجاه الهيئة المحلية، وبالتالي قد يعوق تواصلهم مع هذه المراكز.

هذه الاختلافات المذكورة كانت مؤشراً إحصائياً على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0,05$) حول درجة رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية تعزى لمتغير طبيعة العمل، مما يدعو إلى رفض الفرضية.

ملخص النتائج:

يتضح من خلال معالجة النتائج أنها قد أجابت على فرضية الدراسة التي تنص على: «لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة رضا متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية، وبين جودة الخدمات المقدمة تبعاً لمتغيرات الدراسة»، فقد أظهرت الدراسة النتائج الآتية:

١. متلقو الخدمة راضون عن معاملة الموظفين لهم حيث تتسم هذه المعاملة بالاحترام والتقدير، واتفقت هذه النتيجة مع دراسات: (الرحاحلة والعربي، مطالقة، عبيسات)، وتعارضت مع دراسة (Al Weshah).
٢. وسائل الراحة متوافرة في أثناء انتظار متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (الرحاحلة والعربي)، وتعارضت مع دراسة (الشريفات).

٣. حسب رأي متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور في البلديات الفلسطينية، فإن موقع هذه المراكز يعدّ مناسباً لهم. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (مطالقة).
٤. يعدّ الوصول إلى المسؤول في مراكز الخدمات من قبل متلقي الخدمة في هذه المراكز سهلاً ومتاحاً.
٥. لا يوجد في بعض مراكز الخدمات صناديق للشكاوي والمقترحات.
٦. بعض متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور لا يطلعون على الوثائق المطلوبة لكل معاملة من خلال موقع المركز على الشبكة العنكبوتية (الانترنت) ، وتشابهت هذه النتيجة مع دراسة (مطالقة) ، وتعارضت مع دراسة (عبيسات) .
٧. نسبة كبيرة من المستقصيين أفادوا بأنه لا يوجد أسماء للموظفين مكتوبة على لوحات تعريفية بشكل واضح، وتعارضت هذه النتيجة مع دراسة (الرحاحلة والعربي) .
٨. حل المشكلات من خلال الشكاوى المقدمة للمركز يستغرق وقتاً طويلاً، وتشابهت هذه النتيجة مع دراسات (Al Weshah ، عبيسات) ، وتعارضت مع دراسات (مطالقة) .
٩. توجد درجة رضا لدى متلقي الخدمة في مراكز الخدمات الفلسطينية تعزى لمتغيرات الدراسة "الجنس، والدخل الشهري، والمستوى التعليمي، وسنوات الإقامة" ، بينما نجد عدم رضا من قبل متلقي الخدمة في مراكز خدمات الجمهور عن طبيعة الخدمات المقدمة، ويعزى ذلك لمتغير "طبيعة العمل" .
١٠. آلة تحديد الدور لا تعمل بشكل منتظم وكثيرة التعطل، وغير موجودة في بعض المراكز، وتشابهت هذه النتيجة مع دراسة (الغانم) .
١١. اشتكى بعض المستقصيين بأنه توجد بيروقراطية في معالجة طلبات الخدمة، بمعنى أن المعاملات تأخذ وقتاً طويلاً لإنجازها قد يصل إلى ساعات أو أيام، وتشابهت هذه النتيجة مع دراسات (عبيسات، الخريصي)

التوصيات:

- استناداً إلى ما أظهرته نتائج الدراسة، فإن الباحثين يقدمان التوصيات الآتية:
١. ضرورة البحث عن السبب في تأخر الإنجاز وحل المشكلات، ووضع الآليات المناسبة للتغلب عليها.

٢. عمل لقاءات جماهيرية واستخدام وسائل الإعلام المحلية لتوضيح الخدمات المقدمة من قبل مراكز الخدمات في البلديات الفلسطينية، وكيفية تقديم الطلب للحصول عليها والوثائق المطلوبة، وخاصة عبر الشبكة العنكبوتية (الانترنت).
٣. ضرورة أن تقوم مراكز الخدمات بين فترة وأخرى بعمل استطلاع رأي للمواطنين عن جودة تقديم الخدمة في هذه المراكز.
٤. يجب تقديم حوافز لمتلقي الخدمة الملتزمين بدفع مستحقات البلدية عليهم، وذلك تشجيعاً لهم على الاستمرار بدفع المستحقات، وكذلك تشجيع المتخلفين على الانضمام للملتزمين ودفع مستحقات البلدية للاستفادة من هذه الحوافز.
٥. يجب عدم ترك موظفي خدمات الجمهور أماكن عملهم في أثناء الدوام الرسمي، أو إيجاد بديل لهم حال خروجهم، أو تكليفهم بمهام خارج المركز، وذلك من أجل عدم تعطيل معاملات متلقي الخدمات في المركز.
٦. تحسين وسائل الاتصال والتواصل بين إدارة هذه المراكز وموظفيها والموظفين المتخصصين في أقسام البلدية المختلفة.
٧. عمل صيانة لآلة تحديد الدور أو استبدالها بنوع آخر بسبب كثرة تعطلها، وكذلك إضافتها في بعض المراكز التي لا توجد فيها.
٨. العمل على تقليل وقت تقديم الخدمة من خلال معالجة البيروقراطية في التنفيذ.
٩. نشر الوعي والمعرفة لدى الموظفين من خلال إخضاعهم لدورات وورش عمل للوصول إلى قناعة مفادها أنّ جودة الخدمات من العوامل الهامة للوصول إلى رضا متلقي الخدمة، وأنّ الوصول إلى هذا الرضا هو أحد الأهداف الرئيسية التي تسعى البلدية لتحقيقها.
١٠. التعميم على الموظفين بمتابعة معاملات متلقي الخدمة وإعلامهم من خلال الموقع الإلكتروني أو الاتصال الهاتفي أو خدمة الرسائل القصيرة SMS في حال إنجاز معاملاتهم، أو في حال تعثر إنجازها أو تأخره لأي سبب كان.

المصادر والمراجع:

أولاً - المراجع العربية:

١. إدريس، عبد الرحمن: (٢٠٠٦) كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية - مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم، الدار الجامعية، الإسكندرية.
٢. إسكوت، درو: (١٩٩٦) إرضاء العميل: النصف الآخر لوظيفتك، ترجمة: خالد مرزوق، الرياض: دار آفاق الإبداع العالمية.
٣. الخريص، فهد (١٩٩٦): مهارات التعامل مع الجمهور وعلاقتها بكفاءة الأداء، دراسة تطبيقية على إداريي الجوازات والجمارك في مطار الملك خالد الدولي بالرياض، رسالة ماجستير، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض.
٤. الحناوي، محمد، والسيد، إسماعيل (١٩٩٨) قضايا إدارية معاصرة: الإسكندرية: الدار الجامعية للنشر.
٥. الدرادكة، مأمون، وشلبي، طارق: (٢٠٠٢) الجودة في المنظمات الحديثة ط ١، دار الصفاء للنشر، عمان.
٦. درويش، مروان (٢٠٠٩): اثر جودة الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستفيدين على رضا المستفيدين، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية، الرياض.
٧. الرحاحله، احمد، والعربي، ياسر (٢٠١٢): درجة رضا المراجعين لوزارة التربية والتعليم العالي في مراكزها عن الخدمات المقدمة لهم، وزارة التربية والتعليم الأردنية، الأردن.
٨. الشريفات، عميد (٢٠٠٩): قياس رضا المنتفعين من خدمات دائرة الأراضي والمساحة في محافظة المفرق، الأردن.
٩. عبيسات، حيدر (٢٠٠٨): مؤشرات جودة الخدمات (رضا متلقي الخدمة)، مؤسسة المناطق الحرة، الأردن.
١٠. العلاق، بشير: (٢٠٠١) قياس جودة الخدمات من وجهة نظر المستفيدين كمؤشر فعال على الأداء الناجح للقيادة الإدارية في المنظمات الخدمية، (حالة المختبرات الطبية ومراكز الأشعة في الأردن)، المؤتمر العربي الثاني في الإدارة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة.

١١. الغانم، أحمد (٢٠٠٦): العوامل الشخصية والوظيفية للعاملين بخدمات الجمهور وعلاقتها بأدائهم، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
١٢. عمرو، عدنان (٢٠٠٤) : مبادئ القانون الإداري، منشأة المعارف، الطبعة الثانية الإسكندرية.
١٣. مصطفى، فهمي (١٩٨٨) : القانون الإداري، مطبعة الإسكندرية، الطبعة الأولى.
١٤. مطالقة، مأمون (٢٠١٠) : قياس رضا متلقي الخدمة والمتعاملين وتحديد احتياجاتهم هيئة تنظيم قطاع الاتصالات، الأردن.
١٥. نجم، نجم (١٩٩٧) : إدارة الخدمة، المراجعة والاتجاهات الحديثة، الإدارة العامة المجلد ٣٧، عدد ٢.
١٦. الوشاحان، عبلة (٢٠١٠) : درجة قياس مدى رضا متلقي خدمة النقل العام للركاب هيئة تنظيم قطاع النقل العام بالأردن.

ثانياً - المراجع الأجنبية:

1. *Ellisinikka, Aaltonon, (1999) : Client – oriented quality assessment within municipal social services. The international journal of social welfare, Vol. 8 issue2.*
2. *Gronroos, C. (1992) : Service Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition. Lexington, Mass: Lexington Books.*
3. *France qualité public, (2004) la satisfaction des usagers/ clients/ citoyens du services public , la documentation française , paris.*
4. <http://www.dralabdali.com/happy-customer>.
5. <http://www.abahe.co.uk/customer-service-and-customer-care-enc/64219>
6. *Kinnear And Taylor, Marketing Research 1987: An Applied Approach, New York: Mcgraw- Hill Book Company.*
7. *Jean, Michel, 2001, La satisfaction qualité dans les services, AFNOR, Paris.*
8. *Malhotra, Narsh, Marketing Research, 2007, Pearson Education, Prentice-Hall Inc. New Jersey. .*

9. Osborne. D, and, Geebler. T (1992) , *Reirventing Covmment «How the Entre bran--- spirit and transforming the public sector, Ne Qethir Prentice Hall.*
10. Padhy, P. K & Padhy, P. K (2010) “*Patient Satisfaction and Marketing Effectiveness in Selected Large Hospitals in India*”, *Berhampur University, Vishwa Vishwani Institute of Systems & Management.*
11. Parasuraman, Berry, and Zeithaml (1988) - *Servqual: A multiple- item scale for measuring customer perceptions of service quality- Journal of retailing 64 (1) spring.*
12. Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) - *A conceptual model of service quality and its implications for future research- Journal of marketing 49 (4) .*
13. Ramaswanmy,R. (1996) : *Design and management of Service Processes: keeping Customers for life. Reading, ma: Addison- wgeley Publishing co.*
14. Rod Sheet &et,All, (2002) *Public Service Responsiveness to users demand and needs , Therory,practice and primary healtncure in Endland, public administration ,vol. 80 no3.*
15. Sharifah, Latifa & et. al, (2000) : *On service improvement capacity index: Case study on the public quality management, Vol. 11, issue 4- 6.*
16. Urba, *les téléservices au milieu rural, Montpellier Idade, 1992 p 11, Idaie, Datar*
17. Wisniewski Mike, (2001), *Assessing Customer satisfaction with local authority services using Servqual, Total Quality Management, Vol 12. No. 788.*