

قياس رضا الشركات الصناعية الأردنية عن جودة خدمات مكاتب الاستشارات العاملة
في الأردن

MEASURING THE JORDANIAN INDUSTRIAL COMPANIES SATISFACTION
OF THE QUALITY SERVICES PROVIDED BY CONSULTING OFFICES
OPERATING IN JORDAN

إعداد

محمد منصور يوسف ابوجليل

إشراف

الأستاذ الدكتور ناجي ذيب معلا

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات نيل درجة الماجستير في التسويق

كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا

جامعة عمان العربية للدراسات العليا

تشرين الأول 2007

التفويض

أنا محمد منصور أبو جليل أفوض جامعة عمان العربية للدراسات العليا بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات
أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها .
الاسم: محمد منصور يوسف أبو جليل

التوقيع:

التاريخ:

قرار لجنة المناقشة

قياس رضا الشركات الصناعية الأردنية عن جودة خدمات مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن

عداد

محمد منصور أبو جليل

إشراف

الأستاذ الدكتور / ناجي ذيب معلا

التوقيع

لجنة المناقشة

1- الأستاذ الدكتور/ فؤاد الشيخ سالم رئيساً

2- الأستاذ الدكتور / ناجي ذيب معلا المشرف /عضوا

3- الدكتور / شفيق حداد عضوا

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ 2007/10/10

شكر وتقدير

الحمد والشكر لله سبحانه وتعالى الذي منحني العلم والمعرفة والقدرة على إتمام هذا الجهد المتواضع، ويسرني أن أتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى أستاذي الجليل الدكتور ناجي ذيب معلا الذي واكب هذا الجهد منذ كان فكرة حتى أصبح حقيقة رأيت النور برعايته المباركة وتوجيهاته.

وأتقدم بعظيم الشكر والتقدير للدكتور حمد راشد الغدير الذي لم يبخل علي بالنصائح القيمة، شكري وتقديري للسيد محمود علي المقداي وزوجته فاتن أبوجليل لتحملهما مشاق الطباعة والتعديلات .

كما أتقدم بالشكر والعرفان للأخوة الأعزاء في دولة الإمارات العربية المتحدة سعيد راشد الكتبي ووائل بدر آل ربيعه على الرعاية الأخوية، والأخ عبد المولى محمد الصوالحة الذي ساعدني في التحليل الإحصائي للبيانات، والأخ محمد نور غوامه الذي أسهم في توزيع الاستبيانات، كما واشكر كل من أسهم في إنجاز هذا الجهد سواء بالتشجيع أو المساندة .

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر والامتنان إلى إدارة هذا الصرح العلمي الكبير، جامعة عمان العربية للدراسات العليا ممثلة برئيسها الأستاذ الدكتور سعيد التل ونوابه الأفاضل وأعضاء الهيئة التدريسية الأكارم والعاملين فيها، كما أشكر الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة الموقرة ممثلة بالأستاذ الدكتور فؤاد الشيخ سالم والدكتور شفيق إبراهيم حداد على جهودهم الطيبة .

الإهداء

أهدي هذه الرسالة

إلى من عاشت معاناتي بكل فصولها
وسايرت الحلم الجميل بكل تفاصيله
لنفيق معا على ثمرة هذا الجهد المتواضع..... زوجتي فاديا

إلى الذين سرقطني هواية المعرفة من بينهم
لأعيش في منارات العلم أبحث عن حقيقة
ما زلت أجهل منها الكثير..... أطفالي آيات ، إسلام ، يزيد

فهرس المحتويات

أ.....	قياس رضا الشركات الصناعية الأردنية عن جودة خدمات مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن.....
ب.....	التفويض.....
ج.....	قرار لجنة المناقشة.....
د.....	شكر وتقدير.....
ه.....	الإهداء.....
و.....	فهرس المحتويات.....
ح.....	قائمة الجداول.....
ي.....	قائمة الأشكال.....
ك.....	ملخص.....
م.....	Abstract.....
1.....	الفصل الأول الإطار العام للدراسة.....
2.....	1:1 المقدمة.....
4.....	2:1 أهمية الدراسة.....
5.....	3:1 مشكلة الدراسة.....
6.....	4:1 فرضيات الدراسة.....
9.....	1-5 نموذج الدراسة.....
9.....	6:1 التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة.....
12.....	الفصل الثاني الإطار النظري والدراسات السابقة.....
13.....	المبحث الأول الإطار النظري.....
13.....	1:2 تمهيد.....
14.....	2:2 الاستشارات وخصائصها التسويقية.....
26.....	3:2 مفهوم الخدمة الاستشارية.....
28.....	4:2 خصائص الخدمة الاستشارية.....
29.....	5:2 جودة الخدمة الاستشارية.....
32.....	6:2 أبعاد جودة الخدمة الاستشارية.....
33.....	7:2 قياس جودة الخدمة الاستشارية.....
39.....	8:2 مفهوم رضا العملاء Satisfaction.....
40.....	9:2 أهمية الرضا في الخدمات الاستشارية.....

41	10:2 قياس الرضا
42	11:2 العوامل المؤثرة بالرضا
43	المبحث الثاني الدراسات السابقة
43	12:1 الدراسات العربية
49	13:2 الدراسات الأجنبية
54	14:2 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة
56	الفصل الثالث الطريقة والإجراءات
57	1:3 طبيعة ونوع الدراسة
57	2:3 وحدة التحليل
58	3:3 مجتمع الدراسة وعينتها
59	4:3 أنواع البيانات
60	5:3 أداة جمع البيانات
60	6:3 صدق أداة القياس
61	7:3 ثبات أداة القياس
61	8:3 أساليب التحليل الإحصائية
62	9:3 نطاق الدراسة
63	الفصل الرابع نتائج الدراسة الميدانية
64	1:4 خصائص مجتمع الدراسة
73	2:4 نتائج اختبار فرضيات الدراسة
104	3:4 نتائج تحليل التباين الأحادي (Anova)
113	الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات
114	1:5 النتائج
115	2:5 المضامين والاعتبارات التسويقية
117	3:5 التوصيات
119	4:5 اتجاهات بحثية مستقبلية
120	المراجع

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الجدول
23	خطة زمنية لمراحل استشارة	1 - 2
55	مميزات الدراسة الحالية مقارنة مع الدراسات السابقة	2 - 2
58	الإطار العام للدراسة	1 - 3
63	توزيع الشركات الصناعية حسب عمرها	1 - 4
65	توزيع الشركات الصناعية حسب طبيعة نشاطها	2 - 4
66	توزيع الشركات الصناعية حسب عدد العاملين	3 - 4
67	توزيع الشركات الصناعية حسب رأسمالها	4 - 4
68	توزيع الشركات الصناعية حسب قيمة موجوداتها	5 - 4
69	توزيع الشركات الصناعية حسب جنسية المكتب الاستشاري	6 - 4
70	توزيع الشركات الصناعية حسب عدد المكاتب التي تم التعامل معها	7 - 4
71	توزيع الشركات الصناعية حسب الفترة الزمنية المستغرقة لإنجاز العمل الاستشاري	8 - 4
72	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الأولى	9 - 4
73	نتائج تحليل T.test للفرضية الأولى	10 - 4
74	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الثانية	11 - 4
76	نتائج تحليل T.test للفرضية الثانية	12 - 4
79	نتائج التحليل لابعاد جودة الخدمة الاستشارية	13 - 4
81	نتائج تحليل T.test لابعاد جودة الخدمة الاستشارية	14 - 4
82	نتائج تحليل الدليل المادي الملموس	15 - 4
84	نتائج تحليل T.test الدليل المادي الملموس	16 - 4
85	نتائج تحليل بعد الاعتمادية	17 - 4

87	نتائج تحليل T.test لبعء الاعتمادية	18 - 4
88	نتائج تحليل بعء الاستجابة الفورية	19 - 4
90	نتائج تحليل T.test لبعء الاستجابة الفورية	20 - 4
91	نتائج تحليل البعء التوكيدي	21 - 4
93	نتائج تحليل T.test للبعء التوكيدي	22 - 4
94	نتائج تحليل بعء التعاطف	23 - 4
96	نتائج تحليل T.test لبعء التعاطف	24 - 4
97	المتوسطات الحسائية والانحرافات المعيارية لمقياس الفجوة	25 - 4
100	المتوسطات الحسائية لمقياس الفجوة (مقارنة الأداء الفعلي مع الجودة المتوقعة)	26 - 4
102	نتائج اختبار تحليل التباين Anova حسب عمرها	27 - 4
103	نتائج اختبار تحليل التباين Anova حسب طبيعة نشاطها	28 - 4
104	نتائج اختبار تحليل التباين Anova حسب عدد العاملين	29 - 4
105	نتائج اختبار تحليل التباين Anova حسب رأسمال الشركة	30 - 4
106	نتائج اختبار تحليل التباين Anova حسب موجودات الشركة	31 - 4
107	نتائج اختبار تحليل التباين Anova حسب جنسية المكتب الاستشاري	32 - 4
108	نتائج اختبار تحليل التباين Anova حسب عدد المكاتب التي تم التعامل معها	33 - 4
109	نتائج اختبار تحليل التباين Anova حسب الفترة الزمنية التي استغرقها العمل الاستشاري	34 - 4

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
1 - 1	نموذج الدراسة	9
1 - 2	مفهوم الخدمة المنفعي والسماقي	29
2 - 2	مستويات إدراك الخدمة	33

قياس رضا الشركات الصناعية الأردنية عن جودة خدمات مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن

إعداد

محمد منصور يوسف أبو جليل

إشراف

الأستاذ الدكتور ناجي ذيب معلا

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى قياس رضا الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة عن جودة خدمات مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن، شمل مجتمع الدراسة جميع الشركات الصناعية المدرجة ضمن بورصة عمان، والبالغ عددها (88) شركة حيث تم توزيع الاستبانات على هذا المجتمع وتم استرداد (64) استبانة، وتبين بعد فرز الاستبانات أن هناك ثماني شركات لم تتعامل مع المكاتب الاستشارية واستبعدت استبانتان اثنتان لعدم اكتمال تعبئتهما، وهكذا فقد انحصر مجتمع الدراسة في (54) شركة فقط، أما العينة فتكونت من (54) مديرا يمثلون هذه الشركات .

استخدم الباحث المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية في التحليل الوصفي لخصائص الشركات الصناعية وتم اختبار فرضيات الدراسة بواسطة (T-Test) للمقارنات الثنائية، كما استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (Anova) لاختبار الفروق في تقييمات مجتمع الدراسة لأبعاد جودة الخدمة الاستشارية .

وقد توصل الباحث إلى عدد من النتائج أهمها :

أن الشركات الصناعية كانت راضية عن جودة الخدمات الاستشارية وأن تقييمها لجودة الخدمة الاستشارية كان إيجابيا.

أن هناك اهتماما ملحوظا من جانب المكاتب الاستشارية في تقديم الخدمة الاستشارية وأن بعد التعاطف قد كان اقل الأبعاد في تقييم الجودة.

أن جودة الخدمات الاستشارية التي تتوقعها الشركات الصناعية أعلى من الجودة الفعلية التي تقدمها مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن، وان هناك تباينا بين مستوى الجودة الفعلية (المدركة) والجودة المتوقعة .

أن المكاتب الاستشارية المحلية تحظى بثقة أكبر من مثيلاتها الأجنبية لدى الشركات الصناعية الأردنية وان هذه الشركات تعتمد على بيوت الخبرة الاستشارية الأردنية .

أخيرا قدم الباحث التوصيات التالية :

1- إن على إدارات المكاتب الاستشارية العاملة في الأردن ان تدرك أهمية النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، فيما يتعلق بالتقييم السلبي الذي أفرزته نتائجها لمستوى جودة الخدمة الاستشارية والذي انعكس سلبيا على رضا الشركات الصناعية.

2- زيادة الاهتمام ببعث الاعتمادية والذي يمثل أكثر الأبعاد أهمية لتوقعات الشركات الصناعية مقارنة مع الجودة الفعلية، كذلك زيادة الاهتمام بالجوانب التي تتعلق ببعث التعاطف الذي أظهر انخفاضا ملموسا قياسا مع باقي أبعاد الجودة كما تم تقييمه من قبل الشركات الصناعية.

3- ضرورة قيام إدارات المكاتب الاستشارية بعقد برامج تدريب فعالة لتنمية وتطوير مهارات موظفيها في التعامل مع العملاء باعتبار أن هؤلاء جزء لا يتجزأ من عملية تقديم الخدمة الاستشارية وأن تعمل باستمرار على تحسين وتطوير مستوى خدماتها المقدمة في وقت يشهد زيادة المنافسة في هذا المجال .

4- زيادة الاهتمام في ترويج الخدمات الاستشارية من خلال وسائل توضح طبيعة الخدمة الاستشارية ومدى حاجة المؤسسات إليها، كما أن عليها تبني برامج تستند على أسس علمية لتطوير جودة خدماتها وأن تدرك أهمية ولاء العملاء وذلك بإقامة علاقات طيبة وطويلة الأمد معهم .

5- يتوجب على إدارات المكاتب الاستشارية أن تدرك أن لدى عملائها مستوى عالٍ من التوقع لجودة الخدمة الاستشارية يساعدها على تقدير الأداء الفعلي للخدمة الاستشارية، وبالتالي فإن على هذه الإدارات العمل لتحقيق تقارب بين هذا التوقع وبين ما تقدمه فعلا من خدمة استشارية وذلك للبقاء ضمن نطاق ودائرة هذا التوقع .

MEASURING THE JORDANIAN INDUSTRIAL COMPANIES SATISFACTION
OF THE QUALITY SERVICES PROVIDED BY CONSULTING OFFICES
OPERATING IN JORDAN

Prepared by :

Mohamed Mansour Youssef Abu-Jalil

Supervision by :

Prof. Dr. Najji Dhib Mula

Abstract

This study aimed at measuring the industrial companies satisfaction of the quality of services provided by consulting offices operating in Jordan, The population of this study consisted of (88) companies(1) .

The questionnaires have been distributed on the whole population and (64) of these questionnaires were returned. The sample consisted of (54) managers who represented those companies .

A set of statistical analysis techniques , such as standard deviations and other descriptive measures , in addition , some multi variable analysis techniques were used, the hypotheses of the study were tested by using (T. test) for dual comparisons , also anova was used to test the differences between the characteristics of the study population in light of the hypotheses. The major findings of this study can be summarized in the following:

1- The satisfaction of the industrial companies on the quality of consulting services was high and their evaluation of the quality of consulting services was Positive.

2-There were noticeable concern from consulting offices producing consultation services and that empathy was the least dimension in quality evaluation.

3- The expected consulting service quality was higher than the actual quality Provided by the consulting offices operating in Jordan , and there is variance between the actual quality level (realized) and the expected quality .

(1) These companies public share holding are currently listed in Amman stock market.

4- The Jordanian industrial companies has high confidence in local consulting offices and they depend a lot on Jordanian consulting experiences.

Finally , The researcher present the following recommendations :

1- The managements of the operating consulting offices are called upon to realize the importance of the results of this study, concerning the positive evaluation of its results about the quality of consulting services that positively reflected the satisfaction of the industrial companies.

2- More interest to estimating dependence Should, Because this dimension represents the most important one for the expectations of the industrial companies compared to the actual quality, given to empathy dimension that appeared to be the lowest compared to the other dimensions as it was evaluated by the industrial companies.

3- The consulting offices managements operating in Jordan should make training programmes and improve the employees skills in dealing with clients because these are considered an essential part of the consulting services and continually work on improving their service levels offered in a time that faces an increase competition in this Field .

4- More interest to promote the consulting services through means that clarify the nature of consulting offices services and the extent to which various institutes need, in addition they should adopt programs that depend on scientific model to improve their service quality. also, they need to realize the importance of clients, loyalty through establishing good and long lasting relations.

5- The consulting management offices need to realize that their clients have high expectations of consulting service quality that helps them in appreciating the actual consulting service performance Therefore, the managements should work on achieving service expectation to stay within this range and the actually offered Consulting Services.

الفصل الأول الإطار العام للدراسة

1:1 المقدمة

2:1 أهمية الدراسة

3:1 مشكلة الدراسة

4:1 فرضيات الدراسة

5:1 نموذج الدراسة

6:1 التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة

1:1 المقدمة

يعد قطاع الخدمات ركيزة أساسية للاقتصاد الوطني الأردني كما أنه يلعب دورا كبيرا في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فتعددت الاستثمارات في هذا القطاع وحقت فوائد ومزايا عديدة للمجتمع الأردني، كونها تشكل عنصرا هاما من عناصر النشاط الاقتصادي تسهم بشكل فاعل في حل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة.

إن الازدهار الذي شهده قطاع الخدمات في السنوات الأخيرة انعكس على قطاع الاستشارات، مما يعطي مؤشراً هاماً على إدراك متخذي القرار بالمؤسسات والشركات لأهمية الأخذ برأي أهل الخبرة والمشورة تجاه معالجة الأخطاء والخلل بالأداء وتقديم حلول بآراء مستقلة وحيادية، ويتضح ذلك بما تشهده المكاتب الاستشارية في الأردن من زيادة كبيرة في عددها حيث بلغ (164) مكتبا في عمان لوحدها (غرفة تجارة عمان، 2006) .

والحقيقة أن قطاع الخدمات يعتبر من الأنشطة الرئيسة التي تساهم في الناتج المحلي الإجمالي الأردني، حيث بلغت نسبة إسهامه عام 2005 حوالي (51) في المائة، وباستعراض نتائج مسح الخدمات يظهر أن أنشطة الخبرة الاستشارية أسهمت بما مجموعه (5,5) مليون دينار من إجمالي النشاط الخدمي وبقيمة مضافة بلغت (3,3) مليون دينار، كما ساهمت أيضا في تكوين رأسمال ثابت إجمالي بلغ (201) ألف دينار. أما الصناعة فتلعب دورا هاما وحيويا في تنمية الاقتصاد الوطني الأردني ورفد الناتج المحلي، إذ بلغت نسبة إسهامها حوالي (30,5) في المائة من إجمالي الناتج المحلي (دائرة الإحصاءات العامة، النشرة السنوية، 2005) .

وتزداد أهمية القطاع الصناعي إذا ما نظرنا إلى تزايد عدد الشركات المدرجة في بورصة عمان فقد بلغ (205) شركات، منها (88) شركة تعمل بالأنشطة الصناعية المختلفة (التعدينية، الاستخراجية، الكيماوية، الطبية، الورقية، الأغذية وغيرها) وتشكل ما نسبته (43) في المائة من إجمالي عدد الشركات المدرجة في بورصة عمان (التقرير السنوي لهيئة الأوراق المالية، 2000).

تعتبر الاستشارات من الموضوعات القديمة التي تعاملت بها الإنسانية، فكانت استشارة الطبيب والحكيم والأخذ برأي ونصائح وتوصيات كبار السن والخبراء عند الحاجة، وهما أننا نعيش في عالم يشهد العديد من التغييرات السريعة والكبيرة في كافة ميادين الحياة الاقتصادية والاجتماعية، فإن الحاجة للاستشارات بأنواعها المختلفة أضحت ضرورة ملحة ! فهي تمثل خبرة تهدف لمساعدة متخذي القرارات في الوصول إلى مستويات أعلى من الأداء ، وتتمثل الاستشارة بطلب المشورة والأفكار والحلول المناسبة لاتخاذ القرارات الصائبة تجاه المواقف التي يواجهها أصحاب القرار ، فالاستشارة نشاط خدمي يعنى بتقديم خبرات وخدمات فكرية يجب أن تكون على مستوى جودة يناسب ويرقى لطموحات ورغبات العملاء لنيل رضاهم والاستمرار في خدمتهم (مخيمر واخرون، 2000، ص ص 45-49).

إن المبدأ الذي يحكم العمل الاستشاري هو أن الاستشارة تطلب ولا تعرض ! من هذا المنطلق فإن هذا القطاع الخدمي الحيوي أحوج ما يكون لتقديم خدمات متميزة تنال رضا العملاء، فهو القطاع الذي يعتمد على النجاحات السابقة بالميدان حتى يكسب المزيد من العملاء لكي يبقى ويستمر في المنافسة ! وإذا كان العرف المهني قد حظر على مقدمي خدمة الاستشارات الترويج لهذه الخدمة عن طريق الإعلان التجاري بمختلف وسائله (وان خرج بعضها عن هذا التقليد) فقد لجأ هؤلاء إلى وسائل ترويج أخرى كالدعاية والمقالات الفنية والكتيبات والندوات والخطب واللقاءات الاجتماعية بالجمعيات والنوادي والزيارات التي تتم لعملاء محتملين، إضافة للبحوث والمؤتمرات التي يقدمها ويشارك بها العاملون في المؤسسات الاستشارية وكذلك اقتراحات وتوصيات العملاء القدامى (أبو شيخه، 2000، ص:31).

وانطلاقاً من هذه المعطيات فإنه يتوجب على المكاتب الاستشارية التعرف على خصائص هذا القطاع ومشاكله واحتياجاته من الخدمة الاستشارية ذات المستوى الجيد، لتنال من خلالها رضا الشركات الصناعية من خلال مساعدتها في التغلب على المشاكل التي قد تواجهها . لذلك فقد جاءت هذه الدراسة لتكون محاولة جادة من جانب الباحث لطرق هذا الموضوع بمنهجية علمية.

2:1 أهمية الدراسة

بالرغم من أهمية الخدمات الاستشارية ودورها في تطوير الأعمال وتمكين المؤسسات من العمل بفاعلية، إلا أنها لم تحظ باهتمام الباحثين والدارسين خاصة أنها أصبحت من الأدوات الفعالة لمواكبة التطورات الحديثة والسريعة، كما أن ازدياد الحاجة للتخصص والمنافسة في تقديم الأنسب والأفضل للعملاء استناداً لجودة الخدمة، جعل المؤسسات الخدمية بشكل عام والمؤسسات الاستشارية بشكل خاص تتسابق لكسب رضا عملائها.

وتتبع أهمية هذه الدراسة من حقيقة أنها تتناول موضوع جودة الخدمة التي تقدمها المكاتب الاستشارية العاملة في الأردن ومدى رضا الشركات الصناعية عنها، وكون الاستشارات أحد الأنشطة الخدمية التي تتمتع مع القطاع الصناعي بأكبر مساهمة في الاقتصاد الوطني الأردني، حيث يشكلان معاً ما نسبته (81,5) في المائة من إجمالي الناتج القومي (دائرة الإحصاءات العامة، النشرة السنوية، 2005). إن موضوع جودة الخدمات الاستشارية ومعرفة أبعاده، وكيفية قياسه، والمعايير التي تستند إليها الشركات والمؤسسات المنتفحة من هذه الخدمة عند إدراكها للجودة يعتبر من الموضوعات النادرة في أدبيات الموضوع.

إن هذه الدراسة سوف تستخدم مقياس سيرف كوال لأبعاد جودة الخدمة في تقييم الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة المنتفحة بالخدمة الاستشارية لمستوى جودة ما يقدم لها من خدمات استشارية، إضافة لمدى رضاها عن هذه الخدمات فضلاً عن التعرف على إدراكاتها وتوقعاتها حول ذلك، لأن ذلك سيسهم نسبياً في تطوير الخدمات الاستشارية ويرتقي بها إلى مستوى رغبة وطموح العملاء .

ولهذا فإن أهمية هذه الدراسة تتبع من الاعتبارات التالية :

1 - أنها تمثل إضافة علمية متخصصة في مجال قياس جودة خدمة الاستشارات وصولاً إلى مستويات أداء متقدمة في مجال هذه الخدمة .

2- أنها تقيس إدراك الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمات الاستشارية المقدمة من قبل مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن وصولاً إلى خدمات استشارية أفضل في المستقبل.

3- أنها توفر قاعدة بيانات حول موضوع جودة خدمات الاستشارات مما يساهم في إثراء المكتبة العربية في هذا الموضوع ، وتمكن المكاتب الاستشارية من معرفة نقاط الضعف والقوة في الأداء مما يترتب عليه تطوير استراتيجيات تعمل على تحسين الأداء وبالتالي تحديد العوامل التي يأخذها العميل بالاعتبار عند تقييمه لجودة الخدمة الاستشارية ، بالإضافة إلى مساهمتها المتوقعة في الوصول لنتائج ذات دلالة عن جودة الخدمات ورضى الشركات الصناعية عنها وبالتالي مساعدة صانعي القرار في التعامل مع هذا الموضوع.

3:1 مشكلة الدراسة

تشير المعلومات الأولية التي استقاها الباحث من بعض المديرين في الشركات الصناعية الأردنية إلى عدم وجود رضا من جانب هذه الشركات نحو الخدمات المقدمة من قبل المكاتب الاستشارية العاملة في الأردن، الأمر الذي حدا بالباحث إلى محاولة التعرف على هذه المشكلة وتحديد حجمها وابعادها .

إن الغرض من هذه الدراسة هو قياس رضا الشركات الصناعية الأردنية عن جودة خدمات مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن .

ويمكن تحقيق الغرض من هذه الدراسة من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية:

ما مستوى رضا الشركات الصناعية الأردنية عن جودة الخدمات التي تقدمها مكاتب الاستشارات ؟
ما هو تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمات الاستشارية؟

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمات الاستشارية ؟
هل توجد فروق في تقييم الشركات الصناعية الأردنية فيما يتعلق بكل بعد من أبعاد جودة الخدمة
الاستشارية الخمسة (الدليل المادي، البعد التوكيدي، الأتمتة، الاستجابة الفورية، التعاطف)؟
هل هناك تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية يمكن أن تعزى للخصائص
العامة للشركات مثل طبيعة نشاط الشركة، سنة تأسيس الشركة، عدد العاملين، رأسمال الشركة، موجودات
الشركة، جنسية المكتب، عدد المكاتب التي تم التعامل معها، الفترة الزمنية المستغرقة لإنجاز العمل
الاستشاري؟

4:1 فرضيات الدراسة

تستند هذه الدراسة على الفرضيات التالية :

الفرضية الأولى :

HO1 إن الشركات الصناعية غير راضية عن جودة خدمات المكاتب الاستشارية .

HA1 إن الشركات الصناعية راضية عن جودة خدمات المكاتب الاستشارية .

الفرضية الثانية :

HO2 إن تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمات الاستشارية سلبي.

HA2 إن تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمات الاستشارية إيجابي.

الفرضية الثالثة :

HO3 لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لكل من الأبعاد المختلفة

لجودة الخدمة الاستشارية .

HA3 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لكل من الأبعاد المختلفة

لجودة الخدمة الاستشارية .

الفرضية الرابعة :

HO4 لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى جودة الخدمات الاستشارية الفعلية المقدمة للشركات الصناعية (الأداء الفعلي) وبين مستوى الجودة المتوقعة من قبل الشركات الصناعية فيما يقدم لها من خدمات استشارية (الخدمة المتوقعة) .

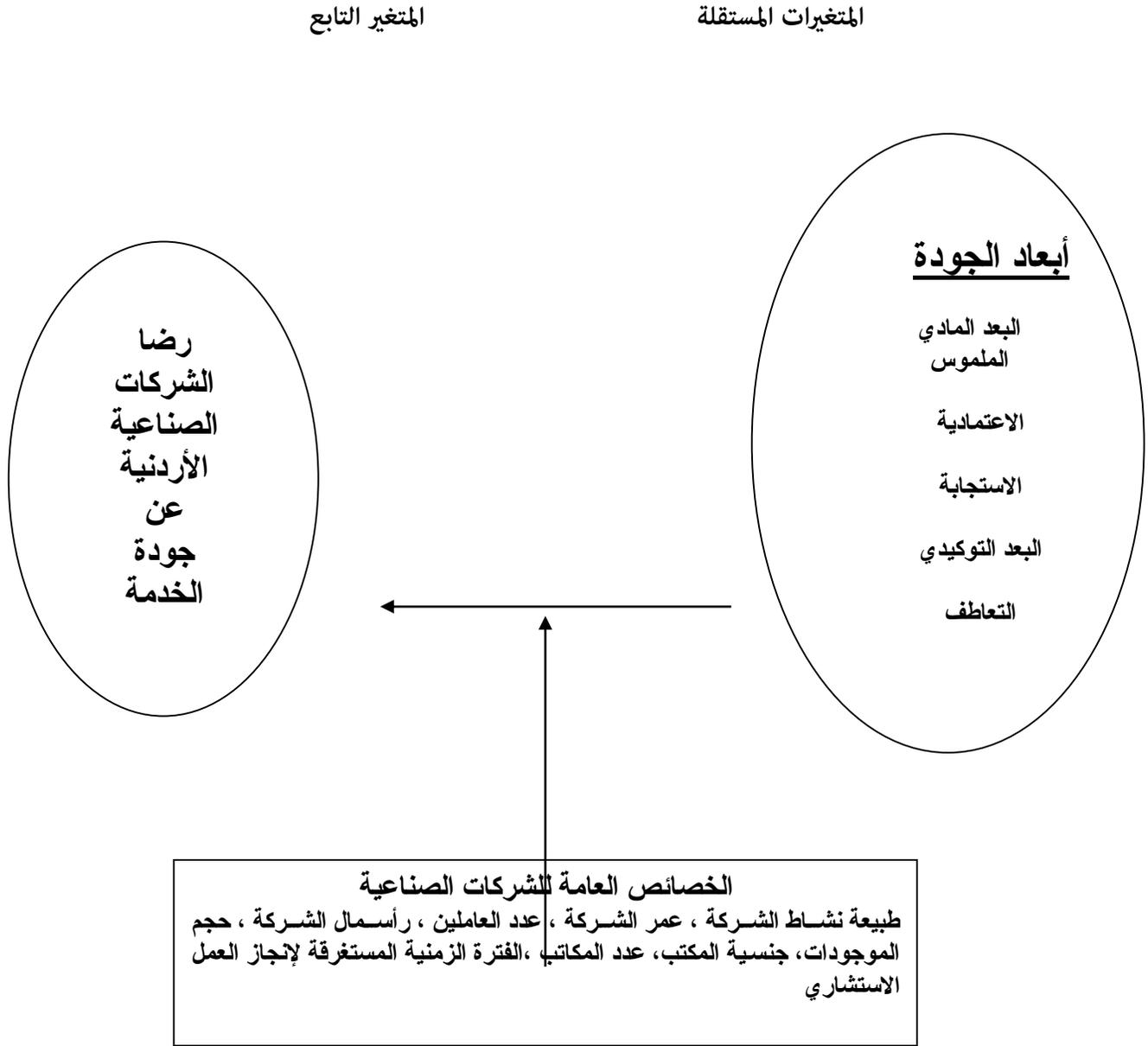
HA4 توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى جودة الخدمات الاستشارية الفعلية المقدمة للشركات الصناعية (الأداء الفعلي) وبين مستوى الجودة المتوقعة من قبل الشركات الصناعية فيما يقدم لها من خدمات استشارية (الخدمة المتوقعة) .

الفرضية الخامسة :

HO5 لا يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية يمكن أن تعزى للخصائص العامة للشركات مثل نوع الشركة، سنة تأسيس الشركة، عدد العاملين، رأسمال الشركة، موجودات الشركة، جنسية المكتب، عدد المكاتب التي تم التعامل معها، الفترة الزمنية المستغرقة لإنجاز العمل الاستشاري ؟

HA5 يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية يمكن أن تعزى للخصائص العامة للشركات مثل نوع الشركة، سنة تأسيس الشركة، عدد العاملين، رأسمال الشركة، موجودات الشركة جنسية المكتب، عدد المكاتب التي تم التعامل معها، الفترة الزمنية المستغرقة لإنجاز العمل الاستشاري ؟

الشكل رقم (1-1) نموذج الدراسة الذي يوضح علاقات متغيرات الدراسة :



المتغيرات الوسيطة

المتغيرات الوسيطة

الشكل رقم (1 - 1)

1-5 نموذج الدراسة

6:1 التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة

يتناول هذا الجزء التعريف بالمتغيرات الرئيسة للدراسة وكيفية قياسها بمقياس سيرف كوال Servqual حيث قام الباحث بتطويره وتعديله ليلائم غرض الدراسة الحالية وكما يلي :

جودة الخدمة Quality of Service

سيتم في هذه الدراسة اعتماد تعريفا إجرائيا لجودة الخدمة الاستشارية من وجهة النظر الخارجية التي تعتبر أن الشركات الصناعية هي المصدر الرئيسي في تقييم جودة الخدمة الاستشارية أي إن مفهوم جودة الخدمة الاستشارية يكمن في إدراكات هذه الشركات وإنها يجب أن تقاس بمقاييس ترتبط بهذه الإدراكات وتعبّر عنها. فجودة الخدمة الاستشارية هي درجة التطابق في الأداء الفعلي للخدمة الاستشارية من قبل المكاتب الاستشارية مع توقعات الشركات الصناعية لهذه الخدمة .

تم قياس متغير جودة الخدمة الاستشارية باستخدام مقياس سيرف كوال (SERVQUAL) والذي يقوم على قياس إدراك الشركات الصناعية للأداء الفعلي للمكاتب الاستشارية حيث تم قياسه في الجزء الثاني من الاستبانة واشتمل على 22 عبارة تمثل الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة الاستشارية بحيث غطت الأسئلة هذه الأبعاد الخمسة وكما يلي :

البعد المادي الملموس : Tangibles يشمل العناصر المادية للخدمة مثل التسهيلات المادية مثل توفر الأجهزة والمعدات والعاملين ومستوى التكنولوجيا إضافة لمظهر المكتب الاستشاري وتصميمه والديكورات والتجهيزات المكتبية، وقد تم قياسه بواسطة العبارات (1-4) من حيث توافر والمعدات والتسهيلات المادية .

الأعتمادية : Reliability تعكس جودة الخدمة وتشير إلى الأداء الدقيق وإلى قدرة مورد الخدمة على إنجازها بشكل دقيق وبالوقت المناسب، كما يتضمن مدى الوفاء بالوعد ومراعاة ظروف الشركات ومدى المعرفة التي يتمتع بها الاستشاريون بأصول العمل الاستشاري ومدى الاحتفاظ بالسجلات والقيود في المكتب وقد تم قياسه بواسطة العبارات (5-9).

الاستجابة : Responsiveness تشمل المبادرة إلى مساعدة العملاء والرد على استفساراتهم والحساسية تجاه حاجات العملاء والسرعة في أداء الخدمة وحل المشكلة التي تواجه المستفيد إضافة إلى مبادرة الاستشاريين بالإخبار عن أوقات تقديم الخدمة والسرعة في الرد على الاستفسارات وتقديم العون والمساعدة المطلوبة وقد تم قياسه بواسطة العبارات (10-13).

البعد التوكيدي : Assurance يعبر عن الثقة بهيئة خبراء المكاتب الاستشارية والشعور بالأمان في التعامل معهم ومدى تحلي الموظفين بالأدب والأخلاق والدعم الذي يتلقونه من إدارتهم وقد تم قياسه بواسطة العبارات (14-17) .

التعاطف : Empathy درجة العناية بالمستفيد ورعايته بشكل خاص والاهتمام بمشاكله والعمل على إيجاد حلول بطرق إنسانية راقية وبكل ممنونية وكذلك تشمل سهولة التواصل والاتصال وفهم الزبون من خلال التعرف على احتياجاته وتوفير الاهتمام الشخصي للعميل إضافة إلى مدى معرفة وتفهم الموظفين بحاجات الشركات ومشاكلها ومطالبها وإبداء الاهتمام بحلها إضافة إلى مدى مناسبة وملاءمة أوقات عمل المكتب الاستشاري وقد تم قياسه بواسطة العبارات (18-22).

الرضا : Satisfaction

هو شعور الفرد بالسرور أو عدم السرور في أعقاب شراء سلعة أو خدمة ما يدعوه إلى إعادة شراءها أو لا ويتكون هذا الشعور نتيجة لعملية التقييم التي يقوم بها العميل عند المقارنة بين الخدمة التي حصل عليها بالفعل وبين توقعاته وتصوراتته حولها قبل الحصول عليها والمدى الذي حققت حاجاته ورغباته (Kotler,1998) .

ولغايات هذه الدراسة فقد تم اعتماد تعريفا إجرائيا للرضا يتمثل في المدى الذي حققت به الشركات الصناعية حاجاتها ورغباتها من جراء عملية شراء الخدمة الاستشارية من المكاتب الاستشارية وقد تم قياس الرضا في الجزء الثالث من الاستبانة واقتصر على سؤال واحد فقط رقم (23) في الاستبانة حول تحديد مدى الرضى العام عن جودة خدمات المكاتب الاستشارية التي تم التعامل معها من قبل الشركات الصناعية وعلى مقياس مكون من خمسة مستويات (راضٍ جدا ، راضٍ ، محايد ، غير راضٍ ، غير راضٍ على الإطلاق) .

أما مقياس التوقع Expectation تم قياسه في الجزء الرابع واشتمل على (22) عبارة تقيس التوقع لدى هذه الشركات حول جودة الخدمة الاستشارية وبأسئلة غطت الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة بعد أن تم تعديل وتطوير صياغتها بما يناسب درجة التوقع لجودة الخدمة الاستشارية والتي تم استعراضها في الجزء الثاني من الاستمارة .

(الملحق رقم 1 المرفق يبين نموذج الاستبانة) .

الشركات الصناعية :

هي جميع الشركات المساهمة العامة المسجلة في السوق المالي والمعتمدة بموجب قانون الأوراق المالية ويلزم جميع الشركات المساهمة العامة في الأردن وكل مصدر عام فيها طرح أوراقه المالية المصدر لتداولها في السوق المالي حيث يحق للجمهور التعامل في أسهمها بالبيع والشراء. وهذه الشركات تمارس أنشطة متعددة ومتنوعة المجالات والأعمال والتي تشمل الصناعات الطبية والكيمائية والتبغ والسجائر والورق وأيضا الصناعات الغذائية والمشروبات وصناعات الملابس والنسيج والزجاج والخزف إضافة إلى الصناعات الهندسية والإنشائية والاستخراجية والتعدينية.

الفصل الثاني الإطار النظري والدراسات السابقة

1:2 تمهيد

2:2 الاستشارات وخصائصها التسويقية

1:2:2 نشأة الاستشارات

2:2:2 مفهوم الاستشارات

3:2:2 أنواع الخدمات الاستشارية

4:2:2 مصادر وأشكال الخدمات الاستشارية

5:2:2 نماذج الاستشارات

6:12:2 خطوات العمل الاستشاري

3:2 مفهوم الخدمة الاستشارية

4:2 خصائص الخدمة الاستشارية

5:2 مفهوم جودة الخدمة الاستشارية

6:2 أبعاد جودة الخدمة الاستشارية

7:2 قياس جودة الخدمة الاستشارية

1:7:2 المدخل الاتجاوي

2:7:2 مدخل الفجوة

8:2 مفهوم رضى العملاء

9:2 أهمية رضى العملاء

10:2 قياس رضى العملاء

11:2 العوامل المؤثرة بالرضى

12:2 الدراسات العربية

13:2 الدراسات الأجنبية

14:2 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

المبحث الأول الإطار النظري

1:2 تمهيد

قال تعالى (وما أرسلنا من قبلك إلا رجالا نوحى إليهم فاستلو أهل الذكر إن كنتم لاتعلمون) صدق الله العظيم " الآية 7 من سورة الأنبياء .

ولنا في رسول الله صلى الله عليه وسلم أسوة حسنة فقد اخذ برأي أهل الخبرة والمشورة في غزوة الأحزاب وأخذ بمشورة سلمان الفارسي بحفر الخندق حول المدينة المنورة وسار على نهجه الخلفاء الراشدون رضوان الله عليهم .

سال فولتير ذات مرة (فيلسوف فرنسي) : ألا يوجد شئ أكثر حكمة من الاستفادة من خبرات الآخرين ؟ (كار وبلوهويك، 2001، ص13)

لم تحظ الخدمة الاستشارية بالاهتمام الكافي من قبل الاقتصاديين القدامى، باعتبارهم نظروا إليها على إنها غير منتجة ولا تضيف أي قيمة اقتصادية واستمرت هذه النظرة حتى القرن الثامن عشر، حين ميز آدم سميث في كتاباته بين الإنتاج الملموس مثل الزراعة والصناعة والإنتاج غير الملموس مثل جهود الأطباء والمحامين (العلاق والطائي، 1999، ص19).

بقيت هذه الفكرة هي المسيطرة تجاه الخدمات حتى الحقبة الأخيرة من القرن التاسع عشر، عندما قال الفريد مارشال 1890 إن الشخص الذي يقدم الخدمة هو بمقدوره تقديم المنفعة للذي يتلقاها تماما كمن يقدم وينتج منتجا ملموسا، فالمنتج الملموس لم يوجد لولا مجموعة من الخدمات التي ترافق إنتاجه مثل خدمات الوساطة والتوزيع إلى أن يتم إيصال المنتج إلى المستهلك النهائي (دعبول، 2003، ص23) .

لقد أضحى قطاع الخدمات من القطاعات الحيوية وزادت المنافسة بين مقدمي الخدمات، لنيل رضا عملائهم وتحقيق رغباتهم وحاجاتهم من خلال جذبهم والحفاظ عليهم وتقديم الأفضل من اجل النجاح والاستمرار والبقاء، خدمة متميزة ذات قيمة وجودة عاليتين كون جودة الخدمة هي التزام طويل الأمد من المؤسسة الخدمية في إشباع حاجات ورغبات العملاء المتزايدة والراقية، خاصة في ظل إدراك المؤسسات الخدمية بان جودة الخدمة المقدمة إنما تقاس وتخضع للتقييم من جانب العميل نفسه، فهو الذي يتلقى الخدمة ويقرر مدى جودتها ومناسبتها له وبالتالي فإن نجاحها يعتمد على قدرتها في تقديم الأفضل لنيل الرضى .

2:2 الاستشارات وخصائصها التسويقية

1:2:2 نشأة الاستشارات

لقد برز مفهوم الاستشارة من حقيقة ضيق نطاق المعرفة الفردية، فالفرد معرفته محدودة مهما أوتي من العلم ونظرا لصعوبة إحاطة المسؤول أو الرئيس بكافة الجوانب الفنية والإدارية والإنسانية لأي موقف، كان حتما وضروريا اللجوء للإنسان المتخصص للتعرف على رأيه في المشكلة مجال تخصصه، ولهذا فإن الحاجة إلى الشورى والرأي الآخر ضرورة تقتضيها محدودية معرفة الفرد .

تمتد جذور الاستشارة في أعماق المجتمعات البشرية وقديمة قدم الإنسانية على هذه الحياة ولكن عمرها الزمني المهني يعود إلى بدايات القرن العشرين، حيث بدأت في الولايات المتحدة الأمريكية USA على يد (جلبرت Gilbret وجانت Gant) اللذين استخدموا واقترا الأساليب العلمية في مجال العمليات التصنيعية، ثم وظف (فريدريك تايلور) الاستشارة الإدارية لتأكيد وتطبيق مفاهيمه ومشاهداته في الإدارة العلمية ودراسة الوقت والحركة وربط العمل بالحافز المادي وهكذا بقيت الاستشارة تمثل في محتواها إنعكاسا للفكر الإداري السائد في مختلف مراحلها (أبو شيخه،2000،ص13) .

2:2:2 مفهوم الاستشارة

لقد أصبحت الاستعانة بالاستشاريين في المنظمات دلالة من دلالات الوعي الإداري والرغبة المخلصة في التطوير والتنمية ، فظهرت الاستشارة كمهنة إلى حيز الوجود في بدايات القرن العشرين على شكل مؤسسات استشارية تخصصت في قياس العمل والأداء بشكل عام ، إلى أن قامت الحرب العالمية الثانية فتركز الاهتمام على المشكلات الإنتاجية وبعد الحرب امتد النشاط الاستشاري إلى مختلف المجالات الإدارية (أبو شيخة،2000،ص14) .

يمكن القول بان أهم التعاريف للاستشارة تنصب حول التعريف الذي جاءت به جمعية مهندسي الاستشارات الإدارية الأمريكية Association of Consulting Management Engineer (ACME) وهي أول جمعية متخصصة في مجال الاستشارات الإدارية في الولايات المتحدة ، وتأسست عام 1933 حيث عرفت الاستشارة " بأنها محاولة منظمة يؤديها أشخاص مدربون ذوو خبرة لمساعدة الإدارة في حل مشاكلها وتحسين عملياتها بتطبيق حلول موضوعية مرتكزة على معلومات متخصصة، ومهارات، وتحليل منظم للحقائق " (Alfred,1977,p6) .

أما التعريف الثاني الذي وضعه معهد المستشارين الإداريين البريطانيين Institute of Management Consulting (IMC) حيث عرف الاستشارة بأنها " خدمة يقدمها شخص أو عدة أشخاص لهم من الاستقلال والتأهيل ما يمكنهم من تحديد المشكلات المتعلقة بسياسات المنظمات وتنظيماتها، وإجراءات وأساليب عملها، وتقديم التوصيات المناسبة لمعالجة تلك المشكلات، والمساعدة في تنفيذ التوصيات المقدمة " (Kubr,1976,p7) .

ويشير (مخيمر واخرون،2000،ص15) إلى أن الخدمة الاستشارية هي علاقة تفاعلية تتم بين طرفين هما خبير مؤهل علميا وفنيا وعميل يحتاج إلى هذا الخبير وتتمثل احتياجات العميل بما يلي:
مهارات فريدة غير متوفرة لديه.

تدعيم الكوادر الاستشارية الموجودة لديه.

الحصول على آراء مستقلة ومحيدة.

القيام بإجراءات تنظيمية تسمح بتحسين الأداء .

وهكذا فإن الاستشارة تعد من أهم العمليات الحيوية بالإدارة ، فهي تساعد الفرد على الاستعانة بآراء أهل الخبرة والمعرفة، كون الإنسان لا يستطيع الإلمام بجميع المعارف، وبالتالي فإن اللجوء للاستشاريين يمكن أن نتفادى من خلاله النقص في مجالات المعرفة المختلفة (بوحوش،1981، ص7) .

يشير (أبو شيخه،2000) إلى أن الاستشارة تتصف فيما يلي :

أن الخدمة الاستشارية تتضمن علاقة تفاعلية بين عدة أطراف يتبادل فيها الرأي والمعلومة كل من المستشار والعميل .

أن الخدمة الاستشارية اختيارية حيث يختار العميل بكامل إرادته مع من يتعامل من المستشارين.

أن الخدمة الاستشارية يقدمها أشخاص مدربون ومحترفون في حل المشاكل المختلفة .

أن الخدمة الاستشارية حيادية إرشادية متخصصة تقدم على شكل توصيات ويعود لقناعة الإدارة قبولها أو رفضها .

أن الاستشارة تتطلب توفر الثقة بين المستشار والعميل بالمنظمة .

أن الاستشارة هي خدمة تقديم المعرفة والمهارة المهنية الملائمة للمشكلات التطبيقية.

ويجدر بنا هنا التطرق لمفهوم المستشار الإداري حسب ما عرفه معهد الاستشاريين البريطاني Institute

of Management Consulting (IMC) بأنه " الشخص المؤهل الذي يتمتع باستقلال ذاتي والذي

يفحص ويشخص ويحدد المشاكل الإدارية ذات الصلة بالسياسات والأساليب والتنظيم والوسائل والإجراءات

ليخرج بتوصيات ملائمة ويساعد في وضعها موضع التنفيذ " (زويلف واخرون،1999، ص106) .

المستشار له مواصفات هامة يجب أن يتصف بها تتمثل بما يلي:

الثقة بالنفس : يجب أن يكون لديه القدرة على مواجهة التساؤلات والدفاع عن رأيه بطريقة تكسبه الاحترام.

الاهتمام بالآخرين والتعاطف معهم : وذلك بالإصغاء لوجهة نظرهم والتحاور معهم وفهمهم وكسب ثقتهم.

3- اللباقة في عرض التوصيات: وتتمثل في الكلمات المتواضعة الواثقة والقدرة على الإقناع.

الإخلاص والأمانة : يجب أن يكون صادقاً حريصاً على عمله مقتنعاً بأهميته.

المقدرة التحليلية والكفاءة في تشخيص العوامل المحيطة بمشاكل العمل .

الموضوعية والواقعية والابتعاد عن التحيز والمحاباة.

التواضع والالتزان والاحترام وحسن المظهر وسعة الأفق والقدرة على عرض الأفكار بطريقة واضحة.

المرونة في التحليل والتقييم .

9- الاستعداد لتصحيح الأحكام والتوصيات إذا ثبت عدم صلاحيتها (مخيمر واخرون،200، ص15).

10- المقدرة العلمية والفنية والعملية . حيث يشير (بوخوش،1981،ص8) إلى أنه يجب أن تتوافر في

المستشار المؤهلات والمهارات التالية:

المؤهل العلمي الذي يؤهله لاكتساب الخبرة والمهارة للقيام بالعمل المتعلق بالمهنة الاستشارية .

الكفاءة الفنية في ميادين لها ارتباط بتقديم الخدمة الاستشارية لمن يرغبها.

ج- التجربة العملية التي تبرز فيها مقدرته على ممارسة المهنة الاستشارية.

3:2:2 أنواع الخدمات الاستشارية

1 - الخدمات الاستشارية الإدارية والمالية .

2 - الخدمات الاستشارية الهندسية .

3 - الخدمات الاستشارية الفنية .

4 - الخدمات الاستشارية القانونية .

5 - الخدمات الاستشارية التدريسية .

6 - الخدمات الاستشارية الطبية .

ويشير (عصفور، 1987، ص87) إلى أن الحاجة للاستشارات تفرضها بعض الظواهر والظروف التالية :

- 1 - كثرة التأخير في القيام بالأعمال .
- 2 - كثرة الأخطاء والمخالفات للمواصفات في الأعمال .
- 3 - ارتفاع كلفة القيام بالأعمال .
- 4 - انخفاض نوعية وكمية الخدمات والسلع المنتجة بالمنظمة .
- 5 - ازدياد تدمير الموظفين أو جمهور المستفيدين من المنظمة .
- 6 - كثرة الاستقالات وطلبات النقل من المنظمة .
- 7 - المركزية الشديدة .
- 8 - الازدواجية والتداخل في الاختصاصات .
- 9 - تكرار الانتقادات للإدارة والمنظمة .

4:2:2 مصادر الحصول على الخدمات الاستشارية

ويمكن الحصول على الخدمات الاستشارية من المصادر التالية :

أ - الخبراء الداخليون

وهم أفراد من ذوي الخبرات والمهارات المتخصصة في مجالات علمية متخصصة ومؤهلات وخبرات واسعة ومتنوعة في إجراء البحوث والدراسات وتقديم الآراء حول المواضيع المختلفة، تتوافر لديهم المعرفة الكافية بظروف ومشاكل المنظمة التي يعملون بها، وكذلك معرفة بالهيكل التنظيمي وثقافة وإجراءات العمل بالمنظمة، وقد تأخذ في بعض المنظمات شكل وحدات تطوير وتنمية إدارية وقد تكون لجان فنية متخصصة (مخيمر واخرون، 2000، ص ص11-14).

وغالبا ما يرتبط هؤلاء بعقود مع الشركات المستخدمة لهم بحيث يكونون متفرغين تماما للعمل بصفة دائمة طوال فترة سريان العقد ويطلق عليهم أحيانا (خبير مقيم) وظيفتهم تقديم العون والمشورة إلى مراكز اتخاذ القرارات (المديرين التنفيذيين) .

ب - المكاتب والمؤسسات الاستشارية الخارجية
وتأخذ الأشكال التالية :

أجهزة البحوث والاستشارات الحكومية :

وتشمل أجهزة الإدارة المركزية للتنظيم والإدارة ووحدات التنظيم الإداري ومعهد الإدارة العامة وتقوم هذه الأجهزة بإجراء الدراسات والبحوث للمؤسسات الحكومية بناء على طلبها ، وتختلف مسمياتها من دولة إلى أخرى فيطلق عليها البعض دواوين الخدمة المدنية أو معاهد الإدارة العامة أو اللجان العليا للإصلاح الإداري (عصفور،1984،ص88) .

المكاتب والمؤسسات الاستشارية المستقلة (الخاصة):

ويطلق عليها بيوت الخبرة وتشمل المكاتب والشركات الاستشارية العاملة في القطاع الخاص حيث بدأت هذه المكاتب والمؤسسات تظهر وتنمو بشكل سريع لمواجهة الطلب المتزايد على خدماتها، وتنفذ خدماتها الاستشارية للأجهزة الحكومية وشركات القطاع الخاص وتعود ملكية بعض هذه المكاتب إلى القطاع الخاص الأردني والبعض الآخر لمكاتب أجنبية وهي غالبا فروع لمؤسسات وشركات عالمية وجدت مجالها الواسع للعمل في كثير من الدول العربية فقامت بفتح فروع وتوكيلات لها بهذه الدول ومن هذه المؤسسات مثلا (ماكنزي، آرثردي لیتل، كريات ماكوروميك) (مخيمر واخرون،2000، ص ص11-14) .

فرق العمل المكونة من خبراء محليين وأجانب :

ويطلق عليها اللجان الاستشارية ويتم تشكيلها بقرارات من الإدارة العليا في المؤسسة للنظر في مشكلة معينة تواجه المؤسسة .

5:2:2 نماذج الاستشارة

يشير (أبو شيخه، 2000، ص16) إلى أن العمل الاستشاري يؤدي من خلال النماذج الأساسية التالية :

1 - النموذج الطبي

ويسمى نموذج الطبيب والمريض الذي يستدعي الطبيب ويشرح له ويصف حالته، فيقوم الأخير بفحصه ووصف الدواء، وهكذا بالاستشارة حيث تقوم المنظمة بطلب المستشار أو فريق استشاري لفحص المنظمة بشرح معاناتها والأجزاء التي يتدنى فيها الأداء، وبدوره يقوم المستشار بتشخيص الأخطاء وتحديد مواقعها ويضع برنامجاً للعلاج وللمنظمة عندها الحق في رفض أو قبول هذه التوصيات.

ب - النموذج الهندسي

ويسمى أحيانا نموذج الشراء وهو يعتمد على أن الجهة الطالبة للاستشارة تقوم بتشخيص المشكلة وبدائل العلاج، وعندها يأتي المستشار للمنظمة بمهمة واضحة ومحددة للمساعدة في تنفيذ البديل الذي تختاره المنظمة، ومن أمثلة هذا النوع طلب إجراء بحوث على المستهلكين وإجراء استقصاء للتعرف على مستوى الروح المعنوية للعاملين. بمعنى آخر أن هذا النموذج يقوم على مفهوم الشراكة والتعاون بين المنظمة والاستشاري بدءاً من مرحلة تشخيص المشكلة وتحديد لها وتحليلها وطرق علاجها وانتهاءً بالتوصيات.

6:2:2 خطوات العملية الاستشارية

بعد أن يتم الاتفاق على مهمة الفريق الاستشاري والجوانب التي ستخضع للدراسة وتكاليف الاستشارة فإنه يتم البدء في تنفيذ الاستشارة حيث أشار (عصفور، 1984، ص ص 96-126) الى أن خطوات العملية الاستشارية تتضمن ما يلي:

- تحديد المهمة .
- تخطيط المهمة .
- جمع المعلومات والحقائق .

تحليل المعلومات ووضع التوصيات .

تقديم التقرير النهائي والتوصيات .

التنفيذ والمتابعة .

وتاليا شرح موجز لكل خطوة من هذه الخطوات :

أ - تحديد المهمة

وهي الخطوة الأولى في العملية الاستشارية حيث يتم تحديد الإطار العام للمهمة واختيار المكتب الاستشاري من قبل المؤسسة طالبة الاستشارة وفي هذه الخطوة يمكن أن تحدث بعض التعديلات على المهمة الأساسية بحال أن اكتشف المستشار بعضا من جوانب المشكلة غير المعروفة عند بداية الدراسة فيتم مناقشتها مع الإدارة ليتم إدخالها ضمن إطار المهمة التي سيتم تنفيذها .

ب - تخطيط المهمة

ويقصد بها تحديد وتعيين الطريقة التي سيسير عليها المستشار والفريق الاستشاري لتحقيق أهداف الدراسة، كما تتضمن هذه الخطوة خطة زمنية مبين فيها بداية ونهاية النشاطات والأعمال التي سينفذها المستشار ويوضح الجدول رقم (2 - 1) خطة زمنية لمراحل استشارة لمؤسسة ما .

الجدول رقم (2 - 1)

خطة زمنية لمراحل استشارة

التاريخ	شهر شباط 2007	شهر اذار 2007	شهر نيسان 2007	شهر ايار 2007
المرحلة	الأسبوع	الأسبوع	الأسبوع	الأسبوع
	4 3 2 1	4 3 2 1	4 3 2 1	4 3 2 1
الإعداد للاستشارة				x
جمع المعلومات		X X		X X X
تحليل المعلومات ووضع التوصيات		X X	X X	
إعداد التقرير المبدئي	X	X X		
عرض ومناقشة التوصيات (مناقشة التقرير المبدئي)	X			
إعداد التقرير النهائي	X X			

المصدر: عصفور، محمد شاكر (1984) أصول التنظيم والأساليب، ط6، جدة: دار الشروق.

ويشمل تخطيط مهمة الدراسة الأمور التالية :

تحديد هدف الدراسة .

تحديد طريقة إجراء الدراسة .

تحديد المعلومات التي يجب جمعها .

- تقدير الوقت اللازم لإجراء الدراسة .
- تقدير احتياجات الدراسة من الموظفين والآلات والأجهزة المكتبية .
- تحديد أعضاء الفريق الذين سيقومون بإجراء الدراسة .
- من المفيد تعيين ضابط اتصال بين المنظمة والمستشار للتأكد من سير الدراسة حسب الخطة .

ج - جمع المعلومات والحقائق

- تعد أهم خطوة بالاستشارة وتأخذ الوقت الأكبر وعليها تعتمد النتائج والتوصيات التي ستقدم التقرير النهائي والغرض من جمع المعلومات هو التعرف على المشكلة قيد الدراسة والتعرف على نظام العمل والإجراءات المطبقة .
- تختلف المعلومات التي يتم جمعها من حيث الكمية والنوعية والأهمية باختلاف هدف الدراسة وهذه المعلومات عادة تدور حول ما يلي :

- أهداف المؤسسة حيث يتم جمع المعلومات عن أهداف إدارات المؤسسة المختلفة للتأكد من مدى تعاون هذه الإدارات مع بعضها بعضا لتحقيق أهداف المؤسسة.
- الهيكل التنظيمي وذلك بدراسة الخريطة التنظيمية للمؤسسة من أجل تسهيل فهم طبيعة العلاقات بين الأقسام المختلفة ومدى تطبيق المؤسسة لقواعد التنظيم الإداري .
- واجبات ومسؤوليات الوظائف ويتم جمع المعلومات من اللوائح الرسمية أو المقابلات مع الموظفين الذين يشغلون هذه الوظائف .
- أساليب وإجراءات العمل حيث يقوم المستشار بتسجيل الخطوات والمراحل والإجراءات التي تؤدي إلى إنجاز العمل للتعرف على نقاط الضعف لإدخال التحسينات اللازمة عليها.
- يقوم المستشار بجمع المعلومات عن كمية العمل الوارد والمنجز والمتأخر ثم يدرس الوقت اللازم لإنجاز المعاملات .

يقوم المستشار بجمع معلومات ودراسة علاقة الشركة بالشركات الأخرى للتعرف على تأثيرها على المؤسسة قيد الدراسة .

يقوم المستشار بجمع معلومات عن ظروف العمل ومعنويات الموظفين وعلاقتهم بالمدير .

يقوم المستشار بجمع معلومات عن القوانين والأنظمة واللوائح الداخلية المتعلقة بالشركة كما يقوم بدراسة التقارير السابقة في المؤسسة وقد يحصل على هذه المعلومات من خلال الوسائل التالية :

- دراسة الوثائق والسجلات والمستندات الموجودة بالمؤسسة .

- الملاحظة الشخصية لأعمال المؤسسة .

- المقابلة الشخصية .

- الاستبيان .

د - تحليل المعلومات ووضع التوصيات

بعد أن يتأكد المستشار أن جميع المعلومات متوافرة لديه ، يقوم بترتيبها وعرضها بشكل خرائط ورسوم بيانية، يقوم بعدها بدراسة هذه المعلومات دراسة تحليلية ناقدة بقصد تشخيص المشكلة وتحديد أسبابها ثم يضع الحلول البديلة وقيمها ثم يختار البديل الأنسب ليضعه ضمن تقرير مبدئي يعرض من خلاله التوصيات للمسؤولين في المنظمة ويناقشه معهم ثم يطبعه ويقدمه لمدير المنظمة طالبة الاستشارة .

الأمر التي تتضمنها عملية التحليل وتقديم التوصيات ما يلي :

تشخيص وتعريف المشكلة بشكل واضح ودقيق

تحديد أسباب المشكلة والظروف التي أسهمت بإيجادها .

وضع الحلول البديلة للمشكلة حيث يعتمد المستشار في ذلك على خبرته السابقة وعلى خبرة غيره من

المستشارين وعلى المراجع العلمية في هذا المجال(Kubr,1976,p146).

تقييم الحلول البديلة واختيار البديل الأنسب من خلال عرض التقرير على المسؤولين في المؤسسة مبينا فيه مزايا وعيوب كل بديل ويترك لهم اختيار البديل الأفضل .

وضع التقرير المبدئي بحيث يتضمن مقترحات وتوصيات لتحديد موعد مع مدير المؤسسة وكبار موظفيها لعرض ومناقشة مضمون التقرير المبدئي معهم.

هـ - تقديم التقرير النهائي والتوصيات

يعقد اجتماع بالموعد المحدد لتقديم التوصيات وعرضها على المسؤولين بالمنظمة بحضور كبار الموظفين وضابط الاتصال والارتباط والمستشار وفريقه بهدف الحصول على موافقة إدارة المنظمة وقبولها ويجب أن تكون طريقة العرض جيدة ومقنعة ومتسلسلة بشكل منطقي وتعطي صورة واضحة عن الحلول البديلة ، بعد ذلك يقدم المستشار التوصيات بأمانة وموضوعية مع تنبيه المؤسسة إلى أي مخاطر أو صعوبات قد تواجه الحلول المقترحة وإلى الظروف المناسبة التي يجب على المؤسسة أن توفرها لإنجاح الحل المقترح (Kubr,1976,p157) .

و - التنفيذ والمتابعة

تنفيذ التوصيات مباشرة بعد قبولها لأنه إذا مرت فترة طويلة عليها قد تتغير الظروف ولا تطبق هذه التوصيات ، وهذه المرحلة مهمة للمنظمة لأنها تتضمن حصيلة العمل الاستشاري ، أما بالنسبة للمستشار فهذه المرحلة مهمة له لأنه يرغب في رؤية مقترحاته وتوصياته قد طبقت فعلا وأن نتائجها أصبحت ظاهرة ملموسة.

أما دور المستشار بعد أن يقدم تقريره فيكون أحد الأمور التالية :

أ - انتهاء عمله بمجرد تقديم التقرير الذي يتضمن نتائج الدراسة .

ب - قد يطلب منه الاشتراك في وضع التوصيات موضع التنفيذ.

ج - إذا كان هناك اتفاق بالمتابعة فإنه يبقى على اتصال بالمنظمة ويزورها لتفقد سير العمل والإجابة

عن أية استفسارات وصعوبات تواجه المنظمة أثناء التنفيذ (Kubr,1976,p166) .

3:2 مفهوم الخدمة الاستشارية

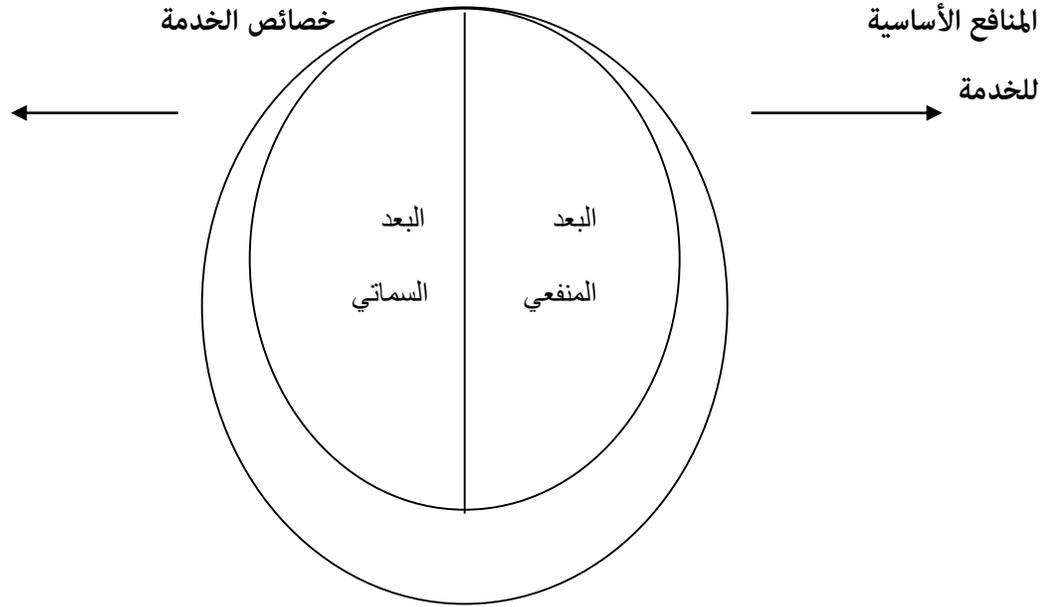
لقد زحرت أدبيات التسويق بالعديد من التعريفات للخدمة فالجمعية الأمريكية عرفت الخدمة بأنها " النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة " ونلاحظ بهذا التعريف ضعفا يتمثل في عدم تمييزه بين السلعة والخدمة (العلاق والطائي،1999،ص36).
عرف (الحداد،1999،ص48) الخدمة بأنها "عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكيتها كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبطا أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس" .

أما كوتلر (kotler,2000) فقد عرفها بأنها " أي فعل أو أداء يقدم من قبل طرف وهي ليست ملموسة ولا ينتج عنها أي تملك لشيء وان إنتاجها قد يرتبط أو لا يرتبط بسلعة مادية ".
وبنظرة متعمقة للتعريفين السابقين يتضح وجود اتفاق تام بينهما حيث يشتركان في أن الخدمة نشاط غير ملموس يقدم لمنفعة الآخرين لإشباع حاجاتهم ورغباتهم ولا ينتج عن الخدمة نقل ملكية كما أن إنتاجها قد يرتبط أو لا يرتبط بسلعة مادية .

وضمن إطار رؤية عميقة ومتكاملة ناقش (معلا،2007،ص43) مفهوم الخدمة من منظور أوسع يقوم على مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي للخدمة الاستشارية تتغلب فيه العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة والمدركة من قبل الشركات الصناعية لتلبية حاجاتها في الاستشارة ويتجسد هذا المضمون في بعدين أساسيين هما :
البعد المنفعي الذي يرتبط بالعميل ويمثل المنافع المادية المباشرة والتي يسعى العميل للحصول عليها من جراء التعامل مع المكاتب الاستشارية .
البعد السمائي الذي يرتبط بالخدمة الاستشارية من حيث خصائصها وسماتها والتي يجب أن ترقى إلى مستوى توقعات العميل وإدراكاته .

وبناء على ما تقدم فإنه لابد من النظر إلى الخدمة الاستشارية على أنها حزمة من المنافع الناتجة عن جوانب ملموسة أو غير ملموسة تسعى الشركات الصناعية إلى تحقيقها من خلال التعامل مع المكاتب الاستشارية ، كما أنه يجب إبراز هذه المنافع بصورة مميزة وبخصائص تثير البعد المنفعي الملموس وترتقي به إلى مستوى تفضيلات العملاء (معلا، 2007، ص43) ويوضح الشكل (رقم 2- 1) مفهوم الخدمة ببعديها

المنفعي والسماطي :



الشكل رقم (1 - 2)

مفهوم الخدمة ببعديه المنفعي والسماطي

المصدر: معلا، ناجي (2007) الأصول العلمية للتسويق المصري، ط3، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع .

وبناء على ما تقدم فإن الخدمة الاستشارية تقوم على مجموعة من العمليات ذات مضمون نفعي تغلب فيه العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة والمدركة من قبل الشركات الصناعية التي تطلب الاستشارة والمتمثلة في تقارير مكتوبة تلبى احتياجات هذه الشركات .

4:2 خصائص الخدمة الاستشارية

توصف الخدمة الاستشارية بأنها مجموعة من الأنشطة تقدم من طرف لآخر وهي غير ملموسة ولا ينتج عنها تملك لشيء وإن تقديمها يرتبط بشخص مقدمها ولتجنب الخلط بين السلع والخدمات ، لابد لنا أن ندرك بأن الخدمة ليست شيئاً مادياً ولا يمكن تملكها فالخدمة التي تقدم من الاستشاريين هي خدمات غير ملموسة ، على الرغم من أن جهودهم الذهنية والفكرية تظهر على شكل تقرير ملموس وهنا يظهر جوهر الخدمة وهو أن العميل إما يكون قد اشترى القدرة الذهنية أو الفكرية للمستشار وبناء على ما تقدم فإن الخدمة الاستشارية تتصف بمجموعة من الخصائص التي تضي عليها طابعا خاصا تتمثل بما يلي :

إن الخدمة الاستشارية يغلب فيها عنصر اللاملموسية *Intangibility* بمعنى أن الخدمة الاستشارية غير ملموسة لا ترى ولا تلمس وهي تكمن في إدراكات الشركات الصناعية وتوقعاتها حول المنافع التي يمكن أن تحصل عليها من خلال التعامل مع المكاتب الاستشارية بحيث يكون لهذه المنافع دلالات عند تقييم هذه الشركات لجودة الخدمة الاستشارية أما العناصر الملموسة في الخدمة الاستشارية فتتمثل بالجوانب المادية المتوافرة في المكتب الاستشاري كالأجهزة والمعدات والتصميم الداخلي وغيرها من التسهيلات الموجودة في البيئة المادية للمكتب الاستشاري فضلا عن التقارير المكتوبة التي تقدم للشركات التي تطلب الاستشارة (معلا،2007،ص47) .

تتصف الخدمة الاستشارية بالتلازمية *Inseparability* في الإنتاج والتوزيع أي عدم إمكانية فصل إنتاج الخدمة الاستشارية عن مقدمها أثناء استهلاكها من قبل الشركات الصناعية، بمعنى أن هناك ارتباطاً وتزامناً في إنتاج وتقديم الخدمة وبين الشخص الذي يقدمها وإنه من الصعب فصل الخدمة الاستشارية عن شخصية مقدمها فضلا عن أن هذه الخدمة تباع ومن ثم يتم إنتاجها واستهلاكها بعكس السلع المادية التي تنتج ثم تباع وتستهلك (الضمور،2004،ص23) .

إن الخدمة الاستشارية تتصف بعدم التجانس في مخرجاتها Inconsistency بالرغم من أن جوهر الخدمة الاستشارية يوحى بوجود نوع من النمطية Typical في الأداء قد تؤدي إلى عدم وجود تنافس بين المكاتب الاستشارية، الأمر الذي يتطلب ضرورة وضع معايير لمستوى مخرجات العملية الاستشارية وإيجاد مجالات أخرى للتنافس كجودة الخدمة الاستشارية من أجل الحكم عليها من قبل الشركات الصناعية ، التي تستخدم معايير خاصة بها لتقييم نوعية هذه الخدمة، كما أن اختلاف تقديم الخدمة الاستشارية يحكمه اختلاف السلوك البشري الذي يشكل جزءاً لا يتجزأ من تقديم الخدمة (معلل، 2007، ص48) .

تتصف الخدمة الاستشارية بعدم قابلية التخزين فهي ذات طبيعة هلامية وفنائية Perishability وتنتج عند الطلب فلا يمكن تخزينها للمستقبل بهدف الاستخدام اللاحق أو البيع حيث إن ازدياد درجة اللاملموسية فيها يخفف من فرص تخزينها ويزيد من درجة الفنائية (الضمور، 2004، ص27) .

5:2 جودة الخدمة الاستشارية

تزايدت أهمية جودة الخدمة المقدمة للعملاء باعتبارها أحد العوامل الهامة في مواجهة المنافسين، فالخدمة ذات الجودة المميزة هي أساس المفاضلة بين عروض مقدمي الخدمة حين تتشابه هذه العروض، كما أنها تعتبر الركيزة الأساسية التي يستخدمها العميل في التمييز بين الخدمات المقدمة فعليا، وعليه فإن اختبار الجودة هنا يكون صعبا للغاية ! كونه اختباراً للجودة حال استهلاك الخدمة، فلا يكفي وضع افتراضات وتقديم مقاييس جودة طبقا لافتراضات بتوقعات العملاء سيما وان الخدمة ترتبط بمقدمها ولا يمكن فصلها كما هو الحال بالنسبة للسلع المادية التي يمكن تقييم الجودة فيها بفحص السلعة موضع البحث (دعبول، 2003، ص295).

تتصف الخدمات الاستشارية بدرجة من النمطية فالخدمة الاستشارية لا تختلف من حيث طبيعتها التي تتضمن تقديم الأفكار والنصائح والإرشادات وهذه النمطية تجعل من الصعب التمييز بين هذه الخدمات وتقلل من المنافسة في مجال تقديم الخدمات الاستشارية،

من هنا برز مفهوم جودة الخدمة الاستشارية كمجال يمكن أن يساهم في تحقيق نوع من التمييز النسبي بين مخرجات العملية الاستشارية وفيما يبحث عنه العميل من قيم يستند عليها في تحديد مفهوم جودة الخدمة الاستشارية الخاص به ووفق تصوراته ومعاييرها الخاصة به أثناء الحكم على جودة الخدمة الاستشارية (معلا، 2007، ص54) .

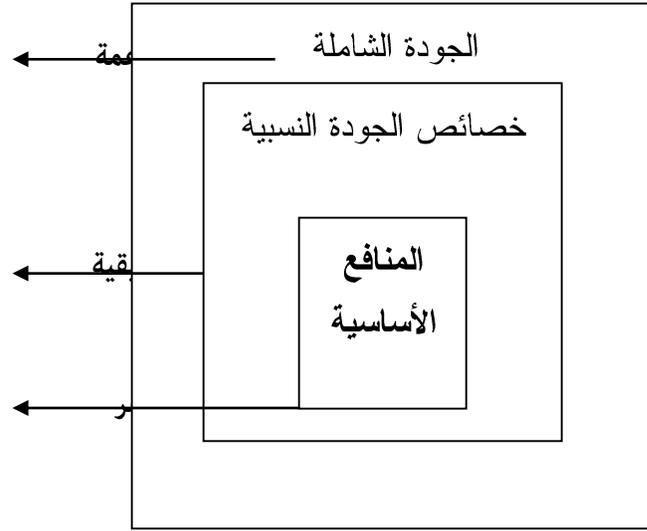
عرف (كروسبي، 1984) الجودة بأنها "التطابق مع المتطلبات" وبالتالي الامتثال لهذه المتطلبات والمواصفات كهدف للجودة وهنا يبرز خلل بالتعريف حول تحديد متطلبات ومواصفات من ؟ وعليه فإن تعريف (جوران، 1982) يعد مكماً حيث يعرف الجودة بأنها "كل ما يقال عن الملاءمة للاستعمال" وهو تعريف يقوم على أساس تلبية حاجات العملاء من منظورهم الخاص وحسب معاييرهم الخاصة بهم، فيمكن اعتبارها درجة وفاء الخدمة بمتطلبات العملاء ولكن تظل المشكلة قائمة في تحديد تلك المتطلبات ولذلك تبقى معايير تقييم الجودة صعبة قياساً مع السلع المادية، حيث إن جودة الخدمة شيء معنوي تسيطر عليه جوانب الجودة الفنية التي تبدأ في معالجة التوقعات المعنوية الموجودة لدى العملاء فيما يخص الجودة، فيحكمون عليها بأنها درجة مطابقة ما يرونه من تقديم الخدمة الاستشارية لتوقعاتهم الأساسية، فمستهلكو الخدمات الاستشارية إنما يبحثون عن ما يشبع حاجاتهم ورغباتهم وذلك بتقييم هذه الخدمة حسب إدراكهم لها، حيث إن هذا الإدراك سوف يوجه تصرفاتهم بناء على أهدافهم وخبراتهم السابقة وبناء عليه فقد ينظر للخدمة على إنها ذات مستوى متوسط قد تعتبر ذات جودة عالية مقارنة بتوقعات متدنية ولكنها ذات جودة منخفضة مقارنة بتوقعات عالية (دعبول، 2003، ص297).

ونظراً لأن هذا التقييم يخضع لمعايير خاصة بالعملاء فقد ميز (معلا، 2007، ص44) بين ثلاثة

مستويات من إدراك العميل للخدمة هي :

الخدمة الجوهر : Core Service وتتمثل في المنفعة التي تلبى الحاجة للخدمة لدى العميل حيث إن ذلك يعتبر الدافع لطلب الخدمة .

الخدمة الحقيقية : Actual Service وتتمثل في مجموعة الخصائص المرتبطة بالخدمة والتي تعبر عن مستوى متقدم من الطلب على الخدمة بمعنى درجة نسبية من الجودة يبحث عنها القليل من العملاء .
 الخدمة المدعمة : Support Service وهي التي تعبر عن مضمون خدمي متكامل يرقى بالخدمة إلى مستوى تفضيلات Preferences وتوقعات العملاء ويعكس درجة عالية من الجودة الشاملة والتي تصبح مطلباً للعملاء في ظل المنافسة العالية التي تضع أمام العميل حرية الاختيار من بينها ويوضح الشكل رقم (2 - 2) المستويات المختلفة لإدراك جودة الخدمة الاستشارية .



الشكل رقم (2 - 2)

مستويات إدراك الخدمة

المصدر: معلا، ناجي (2007) الأصول العلمية للتسويق المصرفي، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ص44
 نستنتج مما سبق أن جودة الخدمة هي " معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي مع توقعات العملاء لهذه الخدمة " أو بأنها الفرق بين توقعات العملاء للخدمة الاستشارية وإدراكاتهم لها " فهي مفهوم يعكس تقييم العميل لدرجة الامتياز أو التفوق الكلي في أداء الخدمة. ومن خلال استعراض مفاهيم وتعريفات جودة الخدمة نرى ما يلي:

يعتبر بعض الكتاب والباحثين العميل ركيزة أساسية في تقييم جودة الخدمة وذلك من خلال مقارنة توقعاته للخدمة بالأداء الفعلي.

بعض الكتاب يركز على مفهوم الجودة من منظور الإدارة باعتبارها تقوم بتصميم الخدمة وتشرف على الأداء الفعلي لها وتضع السياسات التي تحكم تقديمها .

المستخدم بهذه الدراسة حيث يقيس اتجاه العميل بشكل مباشر نحو الأداء الفعلي .

6:2 أبعاد جودة الخدمة الاستشارية

تعد جودة الخدمة الاستشارية مفهوماً مركباً ينطوي على مجموعة من الأبعاد التي تشكل محتواه المفاهيمي، حيث يقصد بها المعايير المستخدمة من قبل العملاء للحكم على جودة الخدمة الاستشارية أو التي تشكل إدراكاتهم لها ، حيث قدم باراسورامان Parasurman وبيري Berry وزيثامل Zeithaml عام 1985 مقياساً لجودة الخدمة مكون من خمسة أبعاد أطلق عليها نموذج جودة الخدمة (سيرف كوال) لقياس الفجوة بين توقعات العملاء لجودة الخدمة الاستشارية وبين الأداء الفعلي لمقدمي الخدمة الاستشارية .

ونموذج سيرف كوال هو عبارة عن استمارة مؤلفة من 22 بنداً صممت من أجل فهم أفضل لتوقعات ومفاهيم العملاء لجودة الخدمة الاستشارية ، وهو ينطبق على نطاق واسع من الصناعات الخدمية حيث يمكن تعديله بسهولة ليضع بالاعتبار متطلبات الشركة وهذه الأبعاد تشمل (معل،2007،ص63) :

الدليل المادي الملموس Physical Evidence وهو يمثل الأشياء المادية الملموسة في بيئة العمل مثل الأجهزة التقنية الحديثة والمرافق والتسهيلات المادية التي تتناسب مع نوع الخدمة الاستشارية المقدمة فضلاً عن وجود موظفين ذوي هندام حسن .

الاعتمادية Reliability وهي المقدرة على الالتزام بالمواعيد المحددة للقيام بالأعمال وإمكانية الاعتماد على المكتب الاستشاري والاحتفاظ بسجلات دقيقة .

الاستجابة Responsiveness وهي إخبار العملاء بالوقت الصحيح لتأدية الخدمة الاستشارية والحصول على خدمة فورية والرغبة لدى الموظفين لاداء الخدمة واهتمام الموظفين بتلبية طلبات العملاء .

التوكيد (المصدقية) Assurance وهو مدى وجود موظفين يوثق بهم والشعور بالأمانة في التعامل مع موظفي المكتب الاستشاري كما يعني وجود موظفين يتحلون بالأدب والأخلاق الحميدة إضافة إلى الدعم الذي يتلقاه موظفو المكتب الاستشاري من إدارتهم وانعكاس ذلك على تقديم خدمة أفضل .

التعاطف Empathy ويقوم هذا البعد على حسن التعامل ومدى الاهتمام بعميل دون الآخر ومدى معرفة الموظفين بحاجات العملاء ومصحة العميل ومدى ملاءمة أوقات عمل المكتب الاستشاري .

7:2 قياس جودة الخدمة الاستشارية

يعتبر مفهوم جودة الخدمة مفهوماً مركباً وصعب قياسه من خلال وسائل بسيطة أو عادية، لذلك فقد تعددت وتواصلت الأبحاث والدراسات التي تستهدف قياس توقعات وإدراكات العملاء لجودة الخدمة الاستشارية، لعل أبرزها التي قام بها Berry Parasurman و Zeithaml حيث كانت دعوتهم قوية لحاجة المؤسسات الخدمية لمعرفة عملاءها، من خلال أبحاث تركز على توقعات ومفاهيم هؤلاء الزبائن لجودة الخدمة وبأنها قابلة للقياس بالرغم من غياب عنصر الملموسية والتي تجعل من قياسها غاية بالصعوبة مقارنة مع السلع المادية (دعبول،2003،ص306) .

إن العملاء هم الذين يحكمون على الجودة وذلك من خلال تقرير ما يتوقعونه من خدمة (الخدمة التي تدور في عقل وذهن العميل وحسب معاييرها الخاصة به) ،

وبناء على ذلك فقد حاول هؤلاء الثلاثة Parasurman et, al في عام 1985 تطوير أداة لقياس مفاهيم العملاء لجودة الخدمة المسمى (سيرف كوال) والذي يحتسب الفرق بين التوقعات والإدراكات، وهذا مناسب لقياس الظواهر النظرية حيث توقعات العميل يمكن قياسها بعد أداء الخدمة الاستشارية حول الخدمة نفسها ولكن كيف يتم القياس قبل أداء الخدمة ؟ هذا ما دار حوله نقاش طويل قيل على ضوئه انه قد لا توجد توقعات مسبقة لدى العميل حول الخدمة ! (مصطفى، 2003، ص 237) .

لقد حدد Zeithaml (1993) ثلاثة مستويات من التوقعات تقارن بها الجودة وكما يلي:

- 1- المستوى المرغوب للخدمة : ويعكس رغبة ما يريده الزبائن من الخدمة.
- 2- المستوى الكافي للخدمة: وهو المستوى الذي لا يمانع الزبائن في قبوله ويرضون به .
- 3- المستوى المتوقع للخدمة : وهو ما يعتقدون انه على الأرجح أن يتم فعليا (اعتقاد العملاء بما ينبغي أن توفره الخدمة الجيدة) .

يمكن اعتبار جودة الخدمة هي أحد المقاييس لمعرفة مستوى الأداء للمؤسسات الخدمية فهي تسهم في فهم تأثيرها على رضا العملاء من أجل الوصول لأفضل الطرق لتحسينها من أجل الحصول على ولاء العملاء وبالتالي فإن إدراك العملاء لجودة الخدمة يعتمد على الاختلاف بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة من قبل العملاء (الأداء الفعلي للخدمة) وبناء على ما تقدم فإن جودة الخدمة الاستشارية كما يراها (معلا، 2007، ص 62) تقاس على النحو التالي :

- ا - إذا كانت جودة الخدمة المتوقعة أكبر من جودة الخدمة المدركة فإن الرضا عنها سوف يكون قليلا وغير مقبول من العملاء (Unsatisfied) .
- ب - إذا كانت جودة الخدمة المتوقعة مساوية للجودة المدركة فإن جودة الخدمة سوف تنال رضا العملاء (Satisfied) .
- ج - إذا كانت جودة الخدمة المتوقعة أقل من جودة الخدمة المدركة فإنها ستنال درجة عالية من رضا العملاء، وهناك مدخلان رئيسان لتحديد وقياس الجودة هما: المدخل الاتجاهي ومدخل الفجوة (Delighted) .

وقد أفرزت أدبيات موضوع جودة الخدمة الاستشارية مدخلين رئيسين لتحديد جودة الخدمة وقياسها (معلا،1998) وهما :

1- المدخل الاتجاهي Attitudinal Approach

2- مدخل الفجوة Gap Approach

1:7:2 المدخل الاتجاهي (Attitudinal Approach)

يستند هذا المدخل على أن جودة الخدمة تمثل مفهوما اتجاهيا (Attitudinal Concept) يتصل بالرضا وليس مرادف له وأنه يرتبط بإدراك العملاء للأداء الفعلي للخدمة الاستشارية المقدمة ، بمعنى أن الاتجاه الأولي لأداء الخدمة يعتبر دالة ومؤشراً لتوقعات العملاء حول الخدمة الاستشارية وبالتالي فإن الحكم والتقييم لمستوى الخدمة المقدمة إليهم حالياً يبنى على أساس توقعاتهم المستقبلية لكيفية أداء هذه الخدمة ، فان كان لديهم خبرات سابقة بالتعامل مع المؤسسات الخدمية ، فإنها ستشكل اتجاههم نحو تقييم أداء الخدمة وبالتالي فإن هذا الاتجاه يتكيف حسب مستوى الرضا الذي حصل عند العميل من خلال التعامل مع المؤسسة الخدمية ، ففي حال عدم تعامل العميل مع مؤسسة خدمية سابقا فان توقعه حول جودة الخدمة يكون هو المحدد لمستوى تقييمه وإدراكه لجودة الخدمة، أما بحال أن كان لدى العميل خبرات سابقة في التعامل مع هذه المؤسسات ، فإنه يقوم بمراجعة ذهنية لما حصل عليه وأدركه في الخدمة المقدمة إليه سابقا وبالتالي التعبير عن مستوى الرضا أثناء المقارنة (معلا،2007،ص57) .

إن الخبرات السابقة والمكتسبة من خلال تكرار عمليات التعامل مع المؤسسات الاستشارية، سوف تؤدي إلى مراجعة إدراكية أخرى لمستوى جودة الخدمة وبالتالي فإن حكم وتقييم العملاء لجودة الخدمة الاستشارية ستكون بالنهاية محصلة لعمليات التعديل الإدراكي عند العميل، والتي يقوم بإجرائها حول جودة الخدمة مما يجعل رضاه عن مستوى الأداء الفعلي للخدمة ذا تأثير كبير في تشكيل إدراكاته حول جودة الخدمة الاستشارية وبتكرار شراء الخدمة فإن الرضى يصبح مدخلا رئيسا في عملية تقييم جودة الخدمة وبناء على ذلك فإن مقياس جودة الخدمة الكفاء يعتمد بصورة رئيسة على استخدام الأداء الفعلي للخدمة والمدرك من قبل العملاء، لأن هذا الأداء المدرك هو المحدد الرئيس في تقييم هؤلاء العملاء للخدمة المقدمة (معلا،2007،ص58) .

وقد تناولت العديد من الكتابات في مجال التسويق مكونات وأبعاد جودة الخدمة، فبعض الباحثين اعتبر أن جودة الخدمة محصلة للتفاعل بين عناصر تتعلق بالمؤسسة الخدمية ذاتها من جهة وبين العميل من جهة أخرى وبالتالي فإن هؤلاء قد نظروا إليها على أنها تتكون من ثلاثة أبعاد هي:

الجودة المادية : تتضمن عناصر البيئة المادية المحيطة في عملية تقديم الخدمة الاستشارية مثل الأبنية والتجهيزات .

جودة المنظمة : بمعنى الانطباع العام عن المنظمة وصورتها وسمعتها لدى الجمهور .
الجودة التفاعلية : تمثل ناتج عمليات التفاعل بين قوة العمل داخل المنظمة وبين العملاء (أبو موسى، 2000).

وهناك من نظر إلى جودة الخدمة على إنها مكونة من بعدين اثنين هما: (زعرور، 2003، ص56)

الجودة الفنية : (Technical Quality)

وتعني ماذا يقدم من خدمة من قبل المؤسسة الخدمية التي تتعامل معها (مخرجات تقديم الخدمة) (زعرور، 2003) .

وتعرف الجودة الفنية أيضا بأنها ما يقوم به العملاء من تقييم لجودة الخدمة من خلال إدراكهم لما تم تقديمه فعلا لهم (Zeithmal and Bitener, 2000).

وبعبارة أخرى يمكن أن توصف الجودة الفنية بأنها الحالة التي يترك فيها العميل عندما يتم الانتهاء من تقديم الخدمة له حيث يعبر عن الجودة بالسؤال التالي : ما الذي تم تقديمه لي؟ (ابوموسى 2000) .

كما تعرف الجودة الفنية بأنها الخدمة الحقيقية التي تؤثر على تقييم أداء الخدمة والحكم عليها (زعرور، 2003).

الجودة الوظيفية : (Functional Quality)

وتعني كيف يتم تقديم الخدمة وهي تقوم على إدراك العملاء للكيفية التي تقدم بها الخدمة من قبل موظفي المؤسسة الخدمية التي يتعاملون معها وهي تعتبر مكملة للجودة الفنية وتتضمن تفاعلا بين العميل والمؤسسة الخدمية (أبو موسى، 2000) .

2:7:2 مدخل الفجوة (Gap Approach)

يفترض هذا المدخل أن العميل يقوم بالمقارنة بين الأداء المدرك من قبله عن الخدمة المقدمة إليه وبين توقعاته حول تقديم هذه الخدمة (Zeithmal and Bitner,2000) وبالتالي فإن هذه المقارنة تحدد مستوى جودة الخدمة ، الذي يعبر عنه بالفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة وعليه فإن جودة الخدمة تعني مسابرة توقعات العملاء والارتقاء بها بشكل مستمر (معل،1998، ص ص357-373) .

ويرى Lovelock (2004) أن السبب وراء وجود فروق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة عند تقديم الخدمة يعود لعدة فجوات تتمثل فيما يلي:

1 - الفجوة المعرفية : (Knowledge Gap)

وهي الفجوة بين توقعات العملاء لجودة الخدمة وبين إدراك الإدارة لهذه التوقعات ، وهي تحدث عندما لا يفهم المديرون في المؤسسات الخدمية للملامح التي تدل على الجودة العالية للخدمة والتي يرغبها العملاء مقدما وبالتالي فإن تحديد جودة الخدمة يتطلب معرفة الملامح التي تميز الخدمة لمواجهة رغبات العملاء وبالتالي تحديد مستوى الأداء المناسب لتقديم الخدمة بالجودة المطلوبة .

2 - فجوة الإدارة : (Management Gap)

وهي الفجوة بين ما تراه الإدارة من جودة الخدمة الاستشارية وبين معايير جودة الخدمة الاستشارية كما تراه الشركات الصناعية وهي تحدث عندما يكون من الصعب وضع مواصفات للتوصل إلى استجابة فورية من العميل حول الخدمة الاستشارية بسبب النقص في تدريب مقدمي الخدمة وتذبذب الطلب على الخدمة .

3 - فجوة الأداء (التوصيل) : (Delivery Gap)

هي الفجوة بين معايير أداء تقديم الخدمة المحددة وبين الأداء الفعلي للمؤسسة الخدمية ، وهي تحدث نتيجة التفاوت في الأداء لمقدمي الخدمة واستحالة تنميط أداء مقدمي الخدمة.

4 - فجوة الاتصالات : (Communications Gap)

وهي الفجوة بين الوعود التي تقطعها المؤسسة الخدمية خلال الاتصالات التسويقية في بيان صفات ومميزات الخدمة المقدمة وبين ما تقدمه المؤسسة الخدمية فعليا، بمعنى عدم المبالغة بالإعلان بحيث تكون أكثر مما تقدمه المؤسسة بالفعل لأن ذلك سوف يزيد التوقعات لدى العميل مما يقلل إدراكه لجودة الخدمة عندما لا تتحقق الوعود .

5 - الفجوة الإدراكية : (Perception Gap)

وهي الفجوة بين ما يقدم فعليا للعملاء من خدمة وبين إدراك العملاء لهذه الخدمة ، وتحدث عندما يعتقد العميل أن المنظمة غير راغبة وغير قادرة على تقديم الخدمة مما ينعكس على إدراكه لسوء الخدمة المقدمة له .

6- فجوة التفسير (Interpretation Gap)

وهذه الفجوة تتمثل في الفرق بين الوعود التي تقدمها المؤسسة الخدمية أثناء الاتصالات التسويقية وبين ما يعتقد العملاء حول تلك الوعود من خلال هذه الاتصالات .

7- فجوة الخدمة (Service Gap)

وهي تمثل الفرق بين توقعات العملاء لجودة الخدمة وبين ما يدركونه فعلا حول هذه الخدمة . نستنتج مما سبق أن الفجوات والفروق هي عبارة عن عمليات حقيقية وواقعية يقوم بها العملاء أثناء حكمهم وتقييمهم لجودة الخدمة الاستشارية، وبالتالي يتوجب جعل هذه الفجوات مرغوبة بقدر الإمكان من خلال توظيف اتصال خارجي فعال من أجل خلق توقعات قريبة أو معادلة للخدمة المدركة والمقدمة للعملاء .

8:2 مفهوم رضا العملاء Satisfaction

عرف كوتلر (Kotler,2006) الرضا على أنه شعور الفرد بالارتياح أو عدمه نتيجة استهلاك سلعة أو الانتفاع بخدمة يكون قد اشتراها والحالة التي تدفعه إلى إعادة الشراء مرة أخرى وتكرار عملية الشراء .

وعرف (Zeithmal and Bitner,2000) الرضا بأنه " تقييم العملاء لخدمة ما وهل حققت حاجاتهم وتوقعاتهم " وإن الفشل في تحقيق هذه الحاجات والتوقعات هو عدم الرضا عن هذه الخدمة . كما عرف (مصطفى،2003،ص229) الرضا بأنه " عبارة عن خبرة ما بعد الاستهلاك والتي يقارن فيها العميل بين الخدمة التي يتصورها مع الجودة المتوقعة " ولا بد هنا من التمييز بين الجودة والرضا ؟ لأن مقدمي الخدمة بحاجة إلى معرفة ما إذا كانت أهدافهم قد تحققت في خلق عملاء راضين، وتوضح أوجه الاختلاف بين مكونات العلاقة بين الرضى والجودة إذا أدركنا بأن الرضى يؤثر في تقييم جودة الخدمة وأن تقييم جودة الخدمة يؤثر على الرضا، ولعل الفارق الرئيس بين المفهومين يتمثل في أن الجودة تتعلق بتقديم الخدمة بينما يعكس الرضا تحقيق توقعات العميل من تلك الخدمة .

وهنا لابد من الإشارة إلى أن الإشباع يعرف على انه " الحالة النفسية التي يتعرض لها العميل عندما تتأكد توقعاته أو لا تتأكد " .

نستنتج مما سبق أن الرضا هو عبارة عن ردة فعل العميل التي تتبع عملية تقديم الخدمة الاستشارية له وتقييمه لها بعد عملية الشراء وهل حققت حاجاته ورغباته وهذا التقييم هو الذي يجعل لدى العميل النية في أن يعود ثانية لشراء الخدمة الاستشارية والإفادة منها مستقبلاً .

9:2 أهمية الرضا في الخدمات الاستشارية

لقد أظهرت الدراسات الميدانية بأن العميل الذي يحصل على خدمات ليست بالمستوى المطلوب، تكون ردة فعله سلبية عن أولئك الذين يحصلون على خدمات جيدة ويكونون راضين، حيث إن هؤلاء سوف يتحدثون عن الخدمة الجيدة إلى خمسة أشخاص كمعدل ! بينما إذا كانت الخدمة التي يحصلون عليها غير جيدة وغير مرضية، فإنهم سوف يتحدثون إلى عشرة أشخاص كمعدل (Jones Tsholl,1991) من هنا تأتي أهمية الرضا كرابط قوي بين العميل ومقدمي الخدمة الاستشارية، فالعميل الراضي يزكي مقدمي الخدمة لعملاء آخرين فيكون بذلك مصدراً في جلب عملاء جدد للتزود بالخدمة الاستشارية، مما يحسن من الصورة الذهنية والسمعة لمقدمي الخدمة الاستشارية .

إن العميل الراضي يصبح بمرور الزمن يروج للخدمة الاستشارية، عن طريق كلمة الفم المنطوقة () word of mouth لعملاء آخرين ومرتبين ويسهم في تكوين وتعزيز قناعاتهم، من خلال إخبارهم وإعلامهم عن الخدمة المميزة والتعامل الحسن اللذين تلقاهما أثناء استلام الخدمة الاستشارية مما يسهم في إكساب المؤسسة الخدمية المزيد من العملاء الجدد فيعزز الانطباع والصورة الجيدة لدى الآخرين، ناهيك عن أن العميل الراضي سوف يتغاضى عن الأخطاء البسيطة التي قد تحصل أثناء تأدية الخدمة الاستشارية، بل إنه يساعد المؤسسة الاستشارية في حل هذه المشاكل والأخطاء ويقوم بإعلامها عن أي مشكلة أو خطأ محتمل الوقوع (زعرور،2003) على العكس من العميل الغاضب الذي قد لا يرجع ولا يوصل غضبه لمقدم الخدمة بل يخبر الآخرين عن تجربته السيئة

10:2 قياس الرضا

لقد كان موضوع قياس رضا العملاء محلا لاهتمام الكثيرين من الباحثين حيث توصلت نتائج الدراسات إلى أن الرضا يتم قياسه بالطرق التالية :

الطريقة التقليدية : حيث يتم سؤال العميل مباشرة عن مستوى رضاه عن الخدمة المقدمة له (زعرور،2003) .

أنظمة الشكاوي والمقترحات : حيث يتم التعرف على شكاوي العملاء غير الراضين ومعرفة الأسباب التي أدت لهذه الشكاوي والمشاكل (أبو موسى ،2000) .

النظر إلى رضا العملاء على أنه يتعلق بتقييم خدمة محددة وأن العملاء إنما يقومون بالإجابة حول أداء الخدمة المعنية عندما يتم سؤالهم عن رضاهم (زعرور،2003) .

النظر إلى رضا العملاء على أنه الرضى الكلي والذي يعتمد على مجموع خبراته بالتعامل مع مقدم الخدمة (زعرور،2003) .

النظر إلى رضا العملاء على أنه بناء متعدد الأبعاد من خلال النظر إلى الجانبين الفني والوظيفي لعملية تقديم الخدمة وكما يلي :

يمثل الرضا الفني رضا العملاء عن المخرجات الناتجة عن تقديم الخدمة أو الرضى عن ماذا يقدم للعملاء من خدمة .

يمثل الرضا الوظيفي رضا العملاء عن الأسلوب والكيفية التي يتم بها تقديم الخدمة .

ج- الرضا الكلي يتكون من محصلة الرضا الفني والوظيفي (زعرور،2003) .

11:2 العوامل المؤثرة بالرضا

حدد (Zeithmal and Bitner,2000) العوامل التي تؤثر على رضا العملاء وهي :

1 - ملامح وخصائص الخدمة :

الرضا يتأثر بمدى إدراك العملاء لملامح ومعالم الخدمة المقدمة بحيث يقوم العملاء بمقارنة معالم وأبعاد الخدمة المقدمة لهم فمثلا يقارن بين مستوى جودة الخدمة وبين صدق ومودة الموظفين الذين يتعامل معهم .

2 - العوامل الشخصية :

الانفعالات والأحاسيس الموجودة في وجدان العميل تؤثر على الرضا وهي تختلف عندما يكون العميل مسرورا عنها في حالة الغضب .

3 - العوامل الموقفية :

وهي التي ليس للعميل قدرة على التحكم بها مثل حجم المؤسسة وعدد الموظفين والموقع الجغرافي.

4 - الجودة : إن إدراك العملاء لأبعاد الجودة المتعددة تؤثر بالرضا .

5 - الأسعار : تؤثر بالرضا أيضا

المبحث الثاني الدراسات السابقة

من أجل تكوين إطار مفاهيمي تستند إليه الدراسة الحالية في توضيح الجوانب الأساسية لموضوعها فإنه سيتم عرض أهم الدراسات التي أجريت في مجال موضوع الدراسة، والجدير بالذكر أن الدراسات التي أجريت حول هذا الموضوع تناولت قطاعات خدمية أخرى مثل البنوك والفنادق حيث تركزت على أثر جودة الخدمة المقدمة على رضا العملاء ولم يكن هناك دراسات متخصصة تتناول موضوع الرضا عن الخدمات الاستشارية لذلك تم الاستعانة والإفادة من بعض الدراسات التي لها علاقة بموضوع جودة الخدمات ورضى العملاء في الأنشطة الخدمية الأخرى ومن هذه الدراسات :

12:1 الدراسات العربية

من بين الدراسات التي أجريت في إطار البيئة العربية تلك التي قام بها زعرور (2003) بعنوان " اثر جودة وأسعار الخدمات المقدمة من المصارف على رضا عملائها من القطاع الصناعي في الأردن" وقد كانت أهداف الدراسة على النحو التالي :

التعرف على العلاقة بين جودة وأسعار الخدمات المصرفية المقدمة لقطاع الشركات الصناعية بالأردن وبين رضا هذه الشركات عنها .

التعرف على تأثير بعض العوامل الموقفية وخصائص الشركات الصناعية على هذه العلاقة .

وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا الشركات الصناعية وبعض أبعاد جوده الخدمات المصرفية المقدمة لها وأسعار هذه الخدمات وإن هذه الأبعاد تختلف باختلاف استخدام أبعاد الرضا الفني أو الوظيفي .

لاحظ الباحث أن بعض العوامل الموقفية وبعض خصائص الشركات الصناعية (مجموع الموجودات) وبعض خصائص المصرف تؤثر على العلاقة بين جودة الخدمة وأسعار الخدمات ورضى هذه الشركات .

وفي النهاية قدمت الدراسة عددا من التوصيات منها :

يتوجب على إدارات المصارف أن تتوجه عند وضع استراتيجياتها وسياساتها المتعلقة بالخدمات التي تقدمها لعملائها من الشركات الصناعية نحو تحسين جودة هذه الخدمات وأسعارها ومعرفة كيفية إدراك العملاء لهذه الجودة وتأثير ذلك على رضاهم من خلال إجراء أبحاث حول الجودة والرضا والاهتمام بالجوانب المادية الملموسة .

على مديري وموظفي المصارف الإيحاء بالثقة للعملاء وجعلهم يشعرون بالأمان من خلال الحفاظ على سرية معاملاتهم .

أن تقوم إدارات المصارف بتسعير الخدمات المصرفية لزيادة الرضى وأن تقوم أيضا بتعيين ضباط حسابات ذوي خبرة لتسهيل عملية الاتصال بين المصرف والعميل إضافة إلى الاهتمام بالموظفين والمديرين بعقد برامج تدريبية لهم .

تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في استخدام أبعاد جودة الخدمة للتعرف على رضا العملاء وهو الهدف نفسه الذي حاول الباحث التوصل إليه في الدراسة الحالية، حيث تمت الاستفادة منها في استخدام أبعاد جودة الخدمة لقياس رضا الشركات الصناعية فضلا عن أن الدراستين كانتا على القطاع الصناعي.

وفي دراسة أخرى أجراها شكوكاني، (2003) بعنوان " اثر الجودة المدركة على الربحية والنمو" وقد هدفت الدراسة إلى اختبار أثر الجودة المدركة من قبل العملاء على ربحية ونمو المصارف والمستشفيات الخاصة العاملة في الأردن بصورة تحليلية مقارنة.

وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

وجود علاقة بين جوده الخدمة الداخلية والخارجية المدركة من قبل الموظفين ومستوى رضاهم ووجود علاقة بين مستوى الرضا عند الموظفين ودرجة ولائهم.

وجود علاقة بين ولاء عملاء كل من المصارف التجارية والمستشفيات الخاصة وبين الربحية والنمو في هذه المؤسسات.

وكان من أهم توصيات الدراسة ما يلي :

ضرورة الاهتمام بتوفير بيئة عمل مناسبة للموظفين والاهتمام بقياس جودة الخدمة المقدمة من قبل الموظفين والمدركة من العملاء .

ضرورة الاهتمام بدراسة احتياجات العملاء وتحديد ما بدقة .

وقد تمت الاستفادة من هذه الدراسة في التعرف على مدى الاهتمام في إيجاد بيئة عمل مناسبة للموظفين وتأثير ذلك على رضا العملاء وولائهم لمؤسسات الخدمة ومدى انعكاس ذلك على ربحية وهو هذه المؤسسات، فضلا عن أهمية دراسة وتحديد احتياجات العملاء حيث تمت الاستفادة من هذه الدراسة لأغراض الدراسة الحالية ذلك الجزء الخاص ببعد التعاطف الذي يهتم بمشاكل واحتياجات العملاء وإيجاد الحلول المناسبة لها .

كذلك من بين الدراسات التي أجريت في مجال أثر الجودة على ربحية ورضا العملاء تلك التي أجرتها أبو موسى، (2000) بعنوان "اثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية دراسة مقارنة بين بنك الإسكان والبنك الإسلامي الأردني "

وهدف الدراسة إلى ما يلي:

التعرف على مستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة فعليا وأثرها على مستوى رضا العملاء ودرجة ولائهم لمصارفهم .

ربط العلاقة ما بين جوده الخدمة المصرفية المقدمة وزيادة الربحية ممثلة بمعدل العائد على الاستثمار . وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم العملاء لمستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة فعليا لصالح بنك الإسكان .

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة المصرفية المقدمة فعليا في البنكين المذكورين ورضا العملاء والربحية.

واخيرا أوصت الدراسة بضرورة القيام ما يلي :

قيام كل من إدارة البنكين بتصميم استراتيجيات وسياسات خاصة بتحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة فعلا من خلال تطوير الجوانب المادية الملموسة وإظهار الاهتمام بالعملاء.
اتخاذ إجراءات لتحسين مهارات وكفاءات الخط الأمامي في البنكين المذكورين.
هدفت هذه الدراسة إلى تقييم مستوى جودة الخدمة المقدمة فعليا من قبل المصارف من خلال مقارنة أجريت بين بنكين تجاريين في الأردن وأثر ذلك على رضا العملاء وهذا الاتجاه كان أحد التوجهات البحثية لهذه الدراسة حيث تمت الاستفادة من هذه الدراسة عند صياغة فرضيات الدراسة الحالية .

وفي دراسة أخرى قام بها معلا، (1998) بعنوان "قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في الأردن"
استهدف الباحث :

قياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف التجارية العاملة في الأردن من وجهة نظر عملاء هذه المصارف .

اختبار أثر بعض المتغيرات كعدد سنوات التعامل مع المصرف وعدد مرات شراء الخدمة وعدد المصارف التي يتعامل معها عميل المصرف على تقييم عملاء المصارف لجودة الخدمة المصرفية .

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

إن مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة فعليا كان منخفضا بالمقارنة مع مستوى الجودة الذي يتوقعه هؤلاء العملاء فيما يقدم لهم من خدمات مصرفية .

إن لا يوجد اختلاف بين نتائج قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الأداء الفعلي (الجودة المدركة من قبل العملاء) ومقياس نظرية الفجوة المتمثل في الفرق بين الجودة المتوقعة والجودة الفعلية المدركة .

إن لكل من متغيري عدد سنوات التعامل مع المصرف ومدى تكرار التعامل معه له أثر مباشر على تقييم العملاء لجودة الخدمات المصرفية في حين لم يكن لعدد المصارف التي يتعامل معها العميل أي أثر يذكر على هذا التقييم.

وقدمت الدراسة العديد من التوصيات أبرزها :

ضرورة قيام إدارة المصارف التجارية العاملة في الأردن بتبني برامج علمية فعالة لتطوير جودة ما تقدمه لعملائها من خدمات مصرفية وعلى كافة مستويات العملاء .

إن مفهوم جودة الخدمات المصرفية يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار عند تصميم وتخطيط الاستراتيجية التسويقية لخدمات المصرف حيث يمكن القيام ببحوث التسويق للتعرف على رضا العملاء عما يقدم لهم من خدمات.

إن الأسلوب والطريقة التي يتعامل بها موظفو المصرف تعتبر أحد المدخلات الرئيسة في تقييم العملاء لجودة الخدمة المصرفية .

ضرورة تدعيم إدارات العلاقات العامة في المصارف التجارية التي يوجد بها مثل تلك الإدارات والعمل على إنشائها في المصارف التي لا توجد بها مثل تلك الإدارات .

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها موضوع قياس وتقييم جودة الخدمة المقدمة فعلياً من مؤسسات الخدمة وأيضاً في استخدامها مقياس نظرية الفجوة للتعرف على الفرق بين الجودة المتوقعة والجودة الفعلية المدركة وهذا الاتجاه هو الذي قامت عليه الدراسة الحالية حيث تمت الإفادة من هذه الدراسة في تطوير التوجهات البحثية المختلفة والتي قامت عليها الدراسة في الاستناد على أبعاد جودة الخدمة .

وللتأكيد على أهمية التعرف على توقعات العملاء وإدراكهم لجودة الخدمة المقدمة لهم فقد أشار الغرايبة والخطيب في دراستهما التي أجريت في العام (1998) بعنوان "جودة الخدمات المصرفية : توقعات وإدراك عملاء البنك في الأردن" .

وفي هذه الدراسة استخدمت الأبعاد المادية الملموسة والتعامل مع الموظفين وتلبية احتياجاتهم والسعر فضلا عن العوامل الديمغرافية .

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج والتوصيات التي تتعلق بالدليل المادي الملموس وبعد التعاطف لمؤسسات الخدمة كان أهمها :

إن موقع المصرف وتوافر موقف لسيارات العملاء من العوامل التي يجب أن تؤخذ بالاعتبار عند التعامل مع البنك .

إن العملاء لا يولون اهتماما كبيرا للمظهر الداخلي أو الخارجي للمصرف .

إن العملاء يشكون من قلة إعطاء الموظفين الخصوصية وتقديم المساعدة وتلبية الاحتياجات عند طلبها.

اشتكى العملاء من طول الوقت الذي تنجز به الخدمة والعمولات المرتفعة التي يطلبها المصرف.

وقد أفاد الباحث من هذه الدراسة في تناولها الدليل المادي الملموس لمؤسسات الخدمة كبعد هام من

أبعاد جودة الخدمة فضلا عن الإفادة من نتائج هذه الدراسة في التعرف على أهم المشاكل التي يواجهها

العملاء في التعامل مع موظفي المؤسسات الخدمية .

وقد وجد الجمل في دراسته عام (1992) بعنوان " إدراك المستهلك لجودة الخدمات المصرفية في الأردن "

والتي هدفت إلى التعرف على إدراك المستهلك لجودة الخدمات المصرفية وبيان مستوى توقعاته لجودة

هذه الخدمات بالأردن حسب العوامل الديمغرافية ان :

مستوى جودة الخدمة المقدمة فعليا ممتاز .

الاعتمادية والثقة لهما أهمية نسبية في تشكيل توقعات عملاء المصارف التجارية وإدراكهم لجودة الخدمة

المقدمة لهم فعليا .

جودة الخدمة المصرفية المقدمة قد تتباين وفقا لجنسية المؤسسة المصرفية التي تقدمها في السوق ومنطقه

عملها أو وجود أو عدم وجود فروع لها في الخارج .

أفاد الباحث من نتائج هذه الدراسة في أن توقعات العملاء وإدراكهم لجودة الخدمة المقدمة فعليا إنما

تتأثر في مدى اعتماد وثقة العميل في مؤسسة الخدمة التي يتعامل معها .

13:2 الدراسات الأجنبية

أما في مجال أدبيات التسويق بالبيئة العالمية فقد أتيح للباحث الاطلاع على عدد من هذه الدراسات التي تناولت موضوع الدراسة الحالية منها :

ففي بحث نوعي تطبيقي قام به مايكل وبرادي (Brady& Michael, 2001) بعنوان " أفكار مفاهيمية جديدة في إدراك جودة الخدمة " استعرضا فيه الخلفية التاريخية لنظرية جودة الخدمة وكيفية قياسها .

حيث انهما في نهاية دراستهما قدما نموذجا جديدا مكونا من ثلاثة أبعاد لقياس جودة الخدمة تتمثل هذه الأبعاد المستخدمة في :
مخرجات الخدمة .
التفاعل .
البيئة .

وبما أن كل بعد من هذه الأبعاد يتكون من أبعاد جزئية متعددة فقد توصلت الدراسة إلى أن هذه الأبعاد الجزئية حتى تستطيع أن تسهم في تحسين إدراك جودة الخدمة من قبل العملاء فإنه يتوجب عليهم إدراك هذه الجودة على إنها :
اعتمادية .
استجابية .
تعاطفية .

وفي مجال الإفادة من هذه الدراسة أنها أسهمت في تأكيد اتجاهات الدراسة الحالية لابعاد جودة الخدمة حيث قدمت ثلاثة أبعاد هي الاعتمادية والاستجابة والتعاطف يمكن الاعتماد عليها في تحسين إدراك العملاء لجودة الخدمة المقدمة فعليا وبالتالي شكلت هذه الأبعاد أساسا لاعتماد الباحث على أبعاد جودة الخدمة المقدمة من المكاتب الاستشارية .

أما مقياس الفجوة الذي استخدمه الباحث في هذه الدراسة فقد أشارت إليه دراسة قام بها شاريها نادر وآخرون (Suresh Chandar, 2001) بعنوان " إدراك العملاء لجودة الخدمة، نقد " حيث قام الباحثون في هذه الدراسة بانتقاد مقياس الفجوة من ناحية قدرته على قياس التوقعات ومدى صحة وإعتمادية الفرق بالنقاط (نظريه الفجوة) فضلا عن المحاولة للتعرف على مدى قدره هذا المقياس على قياس الجودة في المؤسسات الخدمية المتعددة .

وفي نهاية الدراسة اقترحت نموذجاً جديداً مبنيًا على عدة عوامل لقياس جودة الخدمة منها ما هو مأخوذ من مقياس الفجوة مثل :
الدليل المادي الملموس .
أهمية العناصر الإنسانية في تقديم الخدمة .

كما اقترحت الدراسة بعض العوامل الجديدة مثل :
جوهر الخدمة المقدمة .
نظامية تقديم الخدمة .
المسؤولية الاجتماعية .

قدمت هذه الدراسة أبعاداً جديدة يمكن أن تضاف إلى أبعاد جودة الخدمة كما منحت الباحث تصوراً هاماً إلى أنه يمكن تطوير مقاييس جودة بإضافة عوامل جديدة في الدراسات التي تتم على القطاعات الخدمية .

واختبر والفريد وآخرون (Walfried, Winsor, Robert, 2001) في دراستهم بعنوان " إدراك جودة الخدمة ورضا العملاء في الدائرة البنكية الخاصة " أثر جودة رضا العملاء من وجهتي نظر مختلفتين .
أجريت الدراسة على عينة من عملاء الدوائر البنكية الخاصة العالمية واستخدم الباحثون مقياس الأداء الفعلي ومقياس الجودة الفنية والوظيفية لقياس جودة الخدمة .
وبعد اختبار قدرة هذين النموذجين على التنبؤ برضا العملاء تمت المقارنة بينهما باستخدام بعض العوامل المعدلة مثل وجود ضابط ارتباط والفسل في تقديم الخدمة لمعرفة تأثيرها على العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء .

استخدمت هذه الدراسة مقياس الأداء الفعلي لقياس جودة الخدمة وهو المقياس نفسه الذي اعتمد عليه الباحث في الدراسة الحالية .

كما أشار ماك دوغال، ليسفك (Mcdougall, Levesque, 2000) في دراسته التي أجراها بعنوان " رضا العملاء عن الخدمة : وضع القيمة المدركة في المعادلة " وكان هدفها استقصاء العلاقة بين ثلاثة عناصر هي: ماهية نوع الخدمة . علاقة نوعية الخدمة بالقيم ورضا العميل . النوايا المستقبلية .

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج والتوصيات أهمها ما يلي : أن ماهية نوعيه الخدمة (الوعد والقيم) هي أهم ما يقود إلى رضا العملاء . أن رضا العميل والنوايا المستقبلية هي الحلقة المباشرة ويجب أن تنشأ لأن جميع ما ذكر يعتمد على الخدمة نفسها . أن العلاقة الخدمية (التسلية) تقوم بإرضاء العميل بدرجة أقل . أن كلا البعدين للقيم ونوعيه الخدمة يجب أن يتضافرا في إيجاد نماذج تقود إلى صورة لموجهات الرضا.

أفاد الباحث من هذه الدراسة في أن الوعد بتقديم خدمة جيدة يجب أن يتناسب مع ما يقدم فعلا لأن ذلك سوف يقود إلى رضا العملاء وهذا هو البعد التوكيدي (المصدقية) تمت الإشارة إليه في الدراسة الحالية . وأظهرت دراسة اثانا سوبولسى (Athanasso Poulos 1997) بعنوان " نظره أخرى على جدول الأعمال الخاص برضا العميل : التركيز على وجهات نظر مقدمي الخدمة وتلك التي يحملها الناس عنهم" أن : هناك أهمية لتقييم وجهات نظر مقدمي الخدمة واعتقاداتهم وأنها تشكل العناصر الرئيسة لحزمة الخدمات المقدمة للعملاء .

هناك أهمية للقضايا المتعلقة بإدراكات مقدمي الخدمة وقدراتهم على صياغة وظيفة تقديم الخدمة . الانسجام بين نتائج هذه الدراسة يقدم رسالة قوية تتصل بالثقة التي يحملها الفرد في استخدامه لمقدمي الخدمة كقاعدة معلومات بتجربة الخدمة لدى العميل . يوجد دلالات عملية تتصل بمؤسسات الخدمة تسعى إلى تنظيم عروض الخدمة من اجل تحقيق الأهداف المؤسسية.

بينت هذه الدراسة قدرة مقدمي الخدمة على التمييز ما بين اعتقاداتهم وإدراكاتهم وتلك التي يحملها العملاء عن الخدمة وهذه تفيد الدراسة الحالية لأنه يساهم في تحسين مستوى الخدمة الاستشارية المقدمة .

وقام كل من بلومرو، رايتز وبيترز (Bloemer, Rute, Peelers,1998) بدراسة بعنوان " التحقق من عناصر الولاء للبنك " للتحقق من الكيفية التي تؤثر بموجبها الصورة الذهنية وجودة الخدمة المدركة ورضى العملاء على ولائهم في بنوك الأفراد على المستوى الدولي .

وفي هذه الدراسة تم التوصل إلى أن تأثير الخدمات التطبيقية يكون على النحو التالي : ترتبط الصورة الذهنية بصورة غير مباشرة بالولاء للبنك من خلال بعد الجودة . ترتبط جودة الخدمة بصورة مباشرة وغير مباشرة بالولاء للبنك من خلال رضا العملاء . يعد بعد الاعتمادية من أهم أبعاد البناء لقياس جودة الخدمة . يعد عامل الموقع من السوق من العناصر المهمة في قياس الولاء لبنك الأفراد.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في أنها درست جودة الخدمة ورضا العملاء وكيفية تأثيرهما في الصورة المدركة كما أن نتائج هذه الدراسة أظهرت الأهمية النسبية لبعد الاعتمادية كأهم الأبعاد التي يوليها العملاء في إدراك جودة الخدمة وهو البعد الذي أظهر أعلى مستوى لتوقعات العملاء حول جودة الاستشارية.

وقام فرانسيس باتل في دراسته (Buttle, Francise 1996) بعنوان " مقياس الفجوة ،مراجعة ،نقد وبرنامج بحث" بمراجعة الجوانب النظرية والعملية المتعلقة بمقياس الفجوة حيث استعرض نشأة هذا المقياس والغاية من إيجاده كطريقة لتقييم مفهوم الفجوة بين توقعات العملاء لخدمة معينة والأداء الفعلي لمقدم هذه الخدمة، كما قام بنقد هذا المقياس من عدة نواح (نظرية وعملية) وخاصة موضوع صدق المقياس والمتعلق بالمدى الذي يقيس فيه هذا المقياس ما يتوجب قياسه وصدق المفهوم والذي يقارن صدق النتائج الفعلية مع الإطار النظري للدراسة .

وقد توصلت الدراسة إلى :

أنه توجد شكوك حول قيام العملاء بتقييم جودة الخدمة من ناحية التوقعات والإدراك بصورة صحيحة وأيضا حول جودة الخدمة العالية حول هذه الأبعاد الخمسة. أنه توجد حاجة لإجراء المزيد من الأبحاث على هذا المقياس . كانت هذه الدراسة حول مقياس الفجوة الذي استخدمته الدراسة الحالية لقياس الفرق بين توقعات العملاء وإدراكاتهم لجودة الخدمة حيث تتشابه الدراستان في الموضوع .

واخيرا نجد أن دراسة انجر واخرين (Anger, Nataraajan and Jahaera,1999) بعنوان " جودة الخدمة في قطاع البنوك ، تقييم في الاقتصاديات النامية " قد قام من خلالها الباحثون بفحص مدى قابلية تطبيق المقاييس المختلفة لجودة الخدمة (مقياس الفجوة ومقياس الأداء الفعلي) في اقتصاديات بلد نام مثل الهند ثم تقييم المواضيع المتصلة بذلك حيث تم جمع البيانات والمعلومات من عملاء بنكين من البنوك الرئيسية في الهند .

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

دعم فكرة الأبعاد العالمية المتعددة البناء لجودة الخدمة .

إن مقياس الفجوة يقدم معلومات تشخيصية أكثر من مقياس الأداء الفعلي .

إن الأبعاد الخمسة لمقياس جودة الخدمة ليست جميعها قابلة للتطبيق .

توصلت الدراسة إلى أن كلا المقاييسين لهما صدق التقارب نفسه ولكن مقياس الأداء الفعلي يتمتع بصدق

الاختلاف بدرجة أعلى من مقياس الفجوة .

قامت هذه الدراسة بفحص مقياس الفجوة ومقياس الأداء الفعلي وعمل مقارنة بينهما من حيث صدق التقارب والاختلاف وهذان المقياسان استخدمتا في الدراسة الحالية .

14:2 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تتضح مميزات هذه الدراسة من خلال مقارنتها مع الدراسات السابقة وكما هو مبين بالجدول التالي (رقم

: (2:2

الجدول رقم (2:2)

مميزات هذه الدراسة مقارنة مع الدراسات السابقة

الموضوع	الدراسات السابقة	الدراسة الحالية
المجتمع المبحوث	شمل شركات تعمل في مناطق ومدن محددة من الأردن ومنها ما اشتمل على دراسة بيئات عالمية	يشمل جميع الشركات الصناعية في الأردن والمدرجة في بورصة عمان
المتغيرات الخاضعة للبحث	تتراوح بين متغيرين اثنين إلى خمسة متغيرات	شملت ستة متغيرات هي جودة الخدمة وأبعاد سيرف كوال الخمسة (البعد المادي الاعتمادية والاستجابة الفردية والتوكيد والتعاطف)
البيئة	شملت بيئات محددة من مناطق مختارة من الأردن ومنها ما اجري في بيئات عالمية	خضعت لها جميع الشركات بالأردن
أساليب القياس	اعتمدت مقياس سيرف كوال	اعتمدت مقياس سيرف كوال ومقياس ليكرت
ماذا تقيس	تقيس جودة الخدمة المقدمة من وجهة نظر الأفراد فقط	تقيس جودة الخدمة المقدمة من وجهة نظر المؤسسات وبالذات الشركات الصناعية ومدى رضاها عن الخدمة
طبيعة الدراسة	أغلبها دراسات مقارنة بين العملاء لمؤسستين مختلفتين	دراسة ميدانية
الأنشطة الخدمية الخاضعة للدراسة	معظمها ركزت على قطاعات البنوك والتأمين والفنادق	قطاع الاستشارات

الفصل الثالث الطريقة والإجراءات

1:3 طبيعة ونوع الدراسة

2:3 وحدة التحليل

3:3 مجتمع الدراسة وعينتها

4:3 أنواع البيانات

5:3 أداة جمع البيانات

6:3 صدق أداة القياس

7:3 ثبات أداة القياس

8:3 أساليب التحليل الإحصائية

9:3 نطاق الدراسة

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

يتناول هذا الفصل وصفا للطريقة والإجراءات التي استخدمها الباحث في القيام بهذه الدراسة من أجل الإجابة عن الأسئلة التي تمثل مشكلة الدراسة وهدفها، حيث يتضمن وصفا لنوع وطبيعة الدراسة ومجتمع الدراسة والعينة وكذلك أداة جمع البيانات وثباتها وصدقها، كما تضمن الطرق المتبعة في جمع البيانات والأساليب الإحصائية لتحليل البيانات .

1:3 طبيعة ونوع الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الميدانية التي استخدم فيها الباحث الأسلوب الوصفي التحليلي، القائم على تشخيص الحالة كما هي في الواقع حيث تمت دراسة وتحليل رضا الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية عن جودة الخدمات التي تقدمها مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن من خلال تحويل البيانات غير الكمية إلى متغيرات كمية قابلة للقياس وذلك بهدف اختبار الفرضيات وبيان نتائج وتوصيات الدراسة .

2:3 وحدة التحليل

المديرون العامون والإداريون بالشركات الصناعية .

3:3 مجتمع الدراسة وعينتها

اشتمل مجتمع الدراسة على جميع الشركات الصناعية المدرجة ضمن بورصة عمان ، والبالغ عددها (88) شركة (التقرير السنوي لهئية الأوراق المالية لعام 2005) حيث تم توزيع الاستبانات على كافة هذه الشركات وتم استرداد (64) استبانة بنسبة (72.7%) ومن خلال فرز الاستبانات تبين أن هناك ثماني شركات لم تتعامل مع المكاتب الاستشارية بنسبة (12.5%) من إجمالي الاستبانات المستردة ، كما استبعدت استبانتين اثنتين لعدم اكتمال تعبئتهما ، وبذلك استقرت العينة على (54) مديرا يعملون في الشركات المشمولة بالدراسة والتي خضعت للتحليل وبنسبة (61.34%) من هذا المجتمع الكلي ويوضح الجدول رقم (1:3) الإطار العام للدراسة .

الجدول رقم (1:3)

الإطار العام للدراسة

ملاحظات	النسبة المئوية	العدد	
	100%	88	الاستبانات التي تم توزيعها
	72.72%	64	الاستبانات المستردة
	12.5%	8	لم تتعامل مع المكاتب الاستشارية (يطرح)
	3%	2	الاستبانات المستبعدة (يطرح)
	61.34%	54	الاستبانات الخاضعة للتحليل

4:3 أنواع البيانات

لتحقيق أهداف الدراسة واختبار الفرضيات التي بنيت عليها فقد استلزم الأمر جمع نوعين من البيانات هما الثانوية والأولية :

أ- البيانات الثانوية وهي التي استخدمت لتكوين الإطار النظري للدراسة حيث تمّت الاستعانة بالمصادر التالية :

الدوريات والنشرات.

الكتب المنهجية والمراجع العلمية .

التقارير الصادرة عن الهيئات ومراكز الأبحاث .

الرسائل العلمية (ماجستير ودكتوراه) .

الإحصاءات الرسمية الصادرة عن الجهات المختصة.

ب- البيانات الأولية وتم جمعها من خلال الدراسة الميدانية وباستخدام الاستبانة التي تم تصميمها لغرض الدراسة الحالية ، وقسمت هذه الاستبانة إلى أربعة أجزاء وكما يلي :

الجزء الأول : واشتمل على أسئلة تتعلق بمعلومات عامة عن الشركات الصناعية التي شملتها الدراسة .

الجزء الثاني : واشتمل على 22 عبارة تمثل الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة الاستشارية بهدف قياس الأداء

الفعلي (الخدمة المدركة من قبل الشركات الصناعية) وقد غطت العبارات من (1 - 22) الأبعاد التالية :

الدليل المادي الملموس وتم قياسه بالعبارات من (1- 4) .

الاعتمادية وتم قياسه بالعبارات من (5- 9) .

الاستجابة الفورية وتم قياسها بالأسئلة من (10-13) .

البعد التوكيدي وتم قياسه بالعبارات من (14 - 17) .

التعاطف وتم قياسه بالعبارات من (18-22) .

الجزء الثالث : واشتمل على سؤال واحد فقط رقم (23) لتحديد الرضا العام عن جودة خدمات المكاتب

الاستشارية التي تم التعامل معها من قبل الشركات الصناعية .

الجزء الرابع : واشتمل على (22) عبارة تقيس التوقع لدى هذه الشركات حول جودة الخدمة الاستشارية وبأسئلة غطت الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة الاستشارية وقد غطت العبارات من (24 - 45) وكما يلي :

الدليل المادي الملموس وتم قياسه بالعبارات من (24-27) .

الاعتمادية وتم قياسه بالعبارات من (28-32) .

الاستجابة الفورية وتم قياسها بالأسئلة من (33-36) .

البعد التوكيدي وتم قياسه بالعبارات من (37-40) .

التعاطف وتم قياسه بالعبارات من (41-45) .

(الملحق رقم 1 المرفق يبين نموذج الاستبانة المستخدم في هذه الدراسة)

5:3 أداة جمع البيانات

تم استخدام استبانة تم تصميمها لجمع البيانات اللازمة مكونة من 45 عبارة تقيمه لتحديد إجابات عينة الدراسة كأداة لجمع البيانات .

6:3 صدق أداة القياس

تم اختبار مدى الاعتمادية على أداة جمع البيانات باستخدام معامل كرونباخ ألفا. للتأكد من مدى صلاحية الاستبانة كأداة لجمع البيانات فقد تم عرضها على عدد من الاساتذة المتخصصين بدراسات التسويق وتم الأخذ بمقترحاتهم وتوصياتهم القيمة وأجريت التعديلات اللازمة عليها. تم عرض الاستبانة على بعض الخبراء الممارسين في مجالات التسويق والاستشارات .

7:3 ثبات أداة القياس

استندت الاستبانة المستخدمة في قياس جودة الخدمة على الاستبانة المستخدمة من قبل Parasureman وهو المدخل الذي يطلق عليه سيرف كوال Servqual ويكمن صدق هذا المقياس بتكرار استخدامه من قبل باحثين سابقين ومع ذلك فقد قام الباحث باختبار درجة الاعتمادية وثبات صدقها باستخدام معامل كروبناخ ألفا حيث أظهرت نتائج الاختبار ما يلي :

الأسئلة من (1-22) كانت قيمة معامل الثبات ألفا 0.8218 .

الأسئلة من (24-45) كانت قيمة معامل الثبات ألفا 0.8938 .

قيمة معامل الثبات ألفا لأسئلة الاستبانة ككل بلغت 0.8764 وهي نسبة ممتازة كونها أعلى من النسبة المقبولة في مثل هذا الاختبار والبالغة 60% .

8:3 أساليب التحليل الإحصائية

قام الباحث بتفريغ البيانات التي تم جمعها من خلال الدراسة الميدانية في الحاسوب وتمت الاستعانة ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإنسانية والاجتماعية (SPSS) وبالتحديد فقد استخدم الباحث الأساليب التالية :

الوسط الحسابي

تم استخدام الوسط الحسابي في تحليل الخصائص الرئيسة لمجتمع الدراسة .

الانحراف المعياري

تم استخدام الانحراف المعياري لتحديد مدى تشتت الإجابات عن وسطها الحسابي .

اختبار (ت) الإحصائي (T-Test) للمقارنات الثنائية وفي اختبار فرضيات الدراسة للتأكد من الدلالة

الإحصائية للنتائج التي تم التوصل إليها .

اختبار تحليل التباين الأحادي (Anova)

لاختبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية في المتغير التابع طبقا لعدد من المتغيرات المستقلة.

9:3 نطاق الدراسة

لقد اقتصر نطاق الدراسة على :

- 1 - الشركات العاملة في القطاع الصناعي ولم تشمل القطاعات الأخرى.
- 2 - الخدمات التي تقدمها المكاتب الاستشارية ولم تشمل القطاعات الخدمية الأخرى.
- 3 - الشركات الصناعية المدرجة ضمن بورصة عمان ولم تشمل غير المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية .

الفصل الرابع نتائج الدراسة الميدانية

1:4 خصائص مجتمع الدراسة

1:1:4 عمر الشركة

2:1:4 طبيعة نشاط الشركة

3:1:4 عدد العاملين

4:1:4 رأسمال الشركة

5:1:4 موجودات الشركة

6:1:4 جنسية المكتب

7:1:4 عدد المكاتب

8:1:4 الفترة الزمنية المستغرقة

2:4 نتائج اختبار فرضيات الدراسة

1:2:4 الفرضية الأولى

2:2:4 الفرضية الثانية

3:2:4 الفرضية الثالثة

4:2:4 الفرضية الرابعة

5:2:4 الفرضية الخامسة

4:4 نتائج اختبار تحليل التباين (Anova)

الفصل الرابع

نتائج الدراسة الميدانية

بعد أن أنهى الباحث عملية جمع المعلومات والبيانات اللازمة للدراسة تم إدخالها إلى الحاسوب وتم تحليلها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والإنسانية (SPSS) حيث تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة وسيتم عرض ما أسفرت عنه الدراسة من نتائج على النحو التالي :

1:4 خصائص مجتمع الدراسة

استخدم الباحث أساليب التحليل الإحصائي الوصفي في تحديد الخصائص الرئيسة لمجتمع الدراسة والمكون من الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية ويمكن تلخيص هذه النتائج على النحو التالي :

1:1:4 عمر الشركة

الجدول رقم (4 - 1)

توزيع الشركات الصناعية حسب عمرها

النسبة المئوية (%)	التكرار	عمر الشركة
9	5	10 سنوات فأقل
44	24	11 سنة - 20 سنة
22	12	21 سنة - 30 سنة
13	7	31 سنة - 40 سنة
4	2	41 سنة - 50 سنة
8	4	أكثر من 50 سنة
%100	54	المجموع

يتضح من البيانات الواردة بالجدول السابق أن الشركات التي يتراوح أعمارها ما بين 11 سنة و 20 سنة قد بلغت 24 شركة وشكلت ما نسبته 44 في المائة من إجمالي مجموع الشركات وهذه الفترة تعتبر من أكثر الفترات التي شهدت انتشارا وتوسعا في حجم الأعمال الصناعية وشهدت إنشاء مدينة الحسن الصناعية في اربد في عام 1991 والتي تضم عددا من الشركات الصناعية المساهمة العامة ومدرجة في سوق عمان للأوراق المالية.

وفي عام 1984 فقد أنشئت مدينة الملك عبدالله الثاني بن الحسين في سحاب كأهم تجمع صناعي في الأردن والتي تشكل نسبة 11 في المائة من إجمالي الشركات الصناعية المساهمة العامة، وبمنظرة إلى العام الذي أنشئت به هذه المدينة فإنه يقع بالفترة الثالثة لهذا التوزيع والذي يعبر عن عمر زمني يراوح الفترة 21 سنة إلى 30 سنة حيث بلغ عدد الشركات 12 شركة وبنسبة 22 في المائة ، ثم تلت هذه الفترة الشركات التي يتراوح عمرها ما بين 31 سنة و 40 سنة وبنسبة 13 في المائة وضممت هذه الفئة 7 شركات .

أما الشركات حديثة الخبرة أقل من 10 سنوات فبلغت 5 شركات وبنسبة 9 في المائة أي ما بعد عام 1997 أما ما زاد عن 41 سنة فشكلت الفئتين مجتمعين ما نسبته 13 في المائة .
لقد اسهم الاستقرار السياسي والاقتصادي وقوانين تشجيع الاستثمار في جعل الأردن بيئة استثمارية جاذبة لأهم أنواع الصناعات التي تشكل دعامة رئيسة للاقتصاد الوطني الأردني .
2:1:4 طبيعة النشاط

الجدول رقم (4 - 2)

توزيع الشركات الصناعية حسب طبيعة نشاطها

النشاط	التكرار	النسبة المئوية (%)
الصناعات العلاجية والدوائية واللوزام الطبية	5	9
الصناعات البلاستيكية والمطاطية والزجاجية	4	8
الصناعات الكيماوية	7	13
الصناعات الهندسية والكهربائية وتكنولوجيا المعلومات	3	5
الصناعات الخشبية والأثاث والملابس	6	11
الصناعات الإنشائية	1	2
صناعة التعبئة والتغليف والورق والكرتون واللوازم المكتبية	4	8
الصناعات التمويينية والغذائية والزراعية والثروة الحيوانية	11	20

16	9	صناعات الصلب والحديد
4	2	الدخان والسجائر والتبغ
4	2	الصناعات الخزفية
100	54	المجموع

يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق أن الشركات الصناعية التي تعمل في مجال الصناعات التموينية والغذائية والزراعية والثروة الحيوانية قد بلغت 11 شركة، حيث شكلت ما نسبته 20 في المائة من إجمالي الشركات الصناعية، تلتها الشركات التي تعمل في مجال صناعات التعدين والصلب والحديد وبلغ عددها 9 شركات وشكلت ما نسبته 16 في المائة من إجمالي الشركات الصناعية، في حين أن الشركات التي تعمل في مجال الصناعات الكيماوية قد بلغ 7 شركات وبنسبة 13 في المائة من إجمالي الشركات الصناعية، أما الشركات التي تعمل في مجال الصناعات الخشبية والأثاث والملابس فقد بلغت 6 شركات وبنسبة 11 في المائة من إجمالي الشركات الصناعية، ثم تلتها الصناعات الدوائية والعلاجية واللوازم الطبية، فيما توزعت النسبة الباقية على النشاطات المختلفة والموضحة في الجدول السابق.

3:1:4 عدد العاملين

الجدول رقم (4 - 3)

توزيع الشركات الصناعية حسب عدد العاملين

عدد العاملين	التكرار	النسبة المئوية (%)
50 عاملا فأقل	8	15
51 - 100 عامل	6	11
101 - 150 عامل	14	26
151 - 200 عامل	9	17
201 - 250 عامل	4	7
251 عامل فأكثر	13	24
المجموع	54	%100

يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق أن الشركات الصناعية التي يزيد عدد العاملين فيها على 100 عامل قد بلغت 40 شركة وبنسبة 74 في المائة من إجمالي الشركات الصناعية، فيما بلغ عدد الشركات التي يقل عدد العاملين فيها عن 100 عامل 14 شركة وبنسبة 26 في المائة من إجمالي الشركات الصناعية. وإذا نظرنا إلى تصنيف الشركات وفق معيار عدد العاملين فإن الشركات التي توظف أقل من 50 عاملا تعتبر شركات صغيرة الحجم، بينما الشركات التي توظف ما بين 50- 249 عامل تعتبر متوسطة الحجم، أما الشركات الكبيرة الحجم فإن عدد العاملين فيها يزيد على 250 عامل، وبالتالي فإن الشركات الصناعية مجتمع الدراسة تعتبر كبيرة الحجم وفق معيار عدد العاملين (غرفة صناعة عمان، التقرير السنوي، أب 2006).

4:1:4 رأس المال

الجدول رقم (4 - 4)

توزيع الشركات الصناعية حسب رأسمالها

النسبة المئوية (%)	التكرار	راس المال
19	10	أقل من 2.5 مليون دينار
13	7	2.5 مليون دينار - أقل من 5 مليون دينار
14	8	5 مليون دينار - أقل من 7.5 مليون دينار
19	10	7.5 مليون دينار - أقل من 10 مليون دينار
9	5	10 مليون دينار - أقل من 12.5 مليون دينار
26	14	12.5 مليون فاكثر
% 100	54	المجموع

يتضح من البيانات الواردة بالجدول السابق أن معظم الشركات الصناعية التي بلغ رأسمالها عشرة ملايين دينار فاكثر حيث بلغ عددها 19 شركة وبنسبة 35 في المائة من إجمالي حجم المجتمع ، في حين أن الشركات التي تراوح رأسمالها بين 7.5 مليون دينار و10 ملايين كان عددها 10 شركات وبنسبة 19 في المائة بالعدد نفسه والنسبة أيضا الشركات التي يقل رأسمالها عن 2.5 مليون دينار، بينما نجد الشركات التي رأسمالها ما بين 5 مليون و7.5 مليون دينار يبلغ 8 شركات وتشكل نسبة 14 في المائة من إجمالي حجم المجتمع .

وإذا نظرنا إلى حجم الشركات وفق معيار رأس المال فإن آخر تصنيف لغرفة صناعة عمان يعتبر أن الشركات التي يقل رأسمالها عن 30 ألف دينار صغيرة الحجم، والتي يقع رأسمالها ما بين 30 ألف دينار - 60 ألف دينار تكون متوسطة الحجم، أما ما زاد رأسماله على هذا المبلغ فيعتبر كبير الحجم، وبالتالي فإنه يمكن اعتبار الشركات الصناعية المشمولة بالدراسة من الحجم الكبير مما يدل على أن الصناعات الموجودة في الأردن تسهم في استقطاب رؤوس أموال كبيرة وعالية .

ونظرا لتعدد مجالات عمل الشركات الصناعية وتنوعها فإن الشركات الصناعية الأردنية تملك هذه الميزة حيث تتنوع مجالاتها فمنها الصناعات الطبية والكيمياوية والتبغ والسجائر والورق وأيضا الصناعات الغذائية والمشروبات وصناعات الملابس والنسيج والزجاج والخزف إضافة إلى الصناعات الهندسية والإنشائية والاستخراجية والتعدينية وهذا التنوع مؤشر هام على المكانة التي تحتلها هذه الشركات في دعم الاقتصاد الوطني الأردني .

5:1:4 موجودات الشركة

الجدول رقم (4 - 5)

توزيع الشركات الصناعية حسب قيمة موجوداتها

الموجودات	التكرار	النسبة المئوية (%)
5 مليون دينار فاقل	14	26
5 مليون دينار - اقل من 10 مليون دينار	9	17
10 مليون دينار- اقل من 15 مليون دينار	13	24
15 مليون دينار - اقل من 20 مليون دينار	4	7
20 مليون دينار - اقل من 25 مليون دينار	5	9
25 مليون دينار فاكثر	9	17
المجموع	54	100 %

يتضح من البيانات الواردة بالجدول السابق أن 57 في المائة من الشركات الصناعية مجتمع الدراسة يزيد حجم موجوداتها على 10 مليون دينار حيث بلغ عدد هذه الشركات 31 شركة وان 43 في المائة منها يمتلك حجم موجودات يقل عن 10 مليون دينار وعددها 23 شركة من إجمالي حجم المجتمع .

وبتفحص الأرقام الواردة بالجدول السابق فإننا نستطيع القول إن اغلب الشركات الصناعية تمتلك حجم موجودات ثابتة كبير يتناسب مع حجم الأعمال التي تؤديها حيث إنها تمتلك الآلات والمعدات والإنشاءات اللازمة لإدامة واستمرار عملياتها الإنتاجية .

6:1:4 جنسية المكتب

الجدول رقم (4 - 6)

توزيع الشركات الصناعية حسب جنسية المكتب الاستشاري الذي تتعامل معه

الجنسية	التكرار	النسبة المئوية (%)
أردني	48	89
أجنبي	2	4
مشتركة (أردنية/ أجنبية)	4	7
المجموع	54	% 100

يلاحظ من البيانات الواردة بالجدول أعلاه أن اغلب الشركات عينة الدراسة أي 48 منها قد تعاملت مع مكاتب استشارية أردنية وبنسبة وصلت إلى 89 في المائة من إجمالي العينة وان شركتين فقط تعاملت مع مكاتب استشارية أجنبية في حين نجد أن 4 شركات فقط تعاملت مع شركات أجنبية تعمل مع شركات أردنية من منطلق شراكة داعمة للقطاع الاستشاري بغية تطويره مثل الشراكة الأردنية الأمريكية.

Jordan United State Business Partnership (JUSBP)

وبدراسة هذه الخاصية فإننا نلاحظ أن بيوت الخبرة الاستشارية الأردنية أصبحت تتمتع بثقة عالية لدى مجتمع الدراسة وان هذه الخبرة تمكنها القيام بأعمالها بطريقة تؤدي كسب رضا العملاء، ناهيك عن أن هذه البيوت تزخر بهيئة خبراء واستشاريين من كبار أساتذة الجامعات الأردنية مما يعطيها دفعة قوية باتجاه تقديم خدمات استشارية تناسب تطوير هذا القطاع الذي شهد نمواً وازدهاراً كبيرين بالفترة الأخيرة مما عمق الحاجة إليها عندما تستدعي الظروف التي تمر بها المؤسسات بشكل عام .

7:1:4 عدد المكاتب الاستشارية التي تم التعامل معها

الجدول رقم (4 - 7)

توزيع الشركات الصناعية حسب عدد المكاتب الاستشارية التي تتعامل معها

عدد المكاتب	التكرار	النسبة المئوية
1	33	61
2	12	22
3	5	9
4	3	6
5	-	-
6	1	2
المجموع	54	% 100

يلاحظ من البيانات الواردة بالجدول أعلاه أن عدد المكاتب الاستشارية التي تم التعامل معها من قبل الشركات المشمولة بالدراسة ولمرة واحدة ومع مكتب واحد كانت الأعلى وبنسبة 61 في المائة من حجم المجتمع وعددها 33 شركة تلتها الشركات التي تعاملت مع مكتبين اثنين وعددها 12 شركة وبنسبة 22 في المائة من حجم المجتمع ثم ثلاثة مكاتب وعددها 5 شركات وبنسبة 9 في المائة ثم أربعة مكاتب حيث كان عددها 3 شركات وبنسبة 6 في المائة وهناك شركتان تعاملت 6 مرات وبنسبة 2 في المائة من حجم العينة ولا يوجد شركات تعاملت مع خمسة مكاتب.

وبدراسة هذه الخاصية فإن هناك مؤشراً على أن الشركات عينة الدراسة عند تعاملها مع المكتب الاستشاري لمرة واحدة فإنها تكون قد حققت الهدف من التعامل مع المكتب الاستشاري وبالتالي تكون قد حققت رغبتها وحصلت على النتيجة التي طلبت من أجلها الاستشارة .

8:1:4 الفترة الزمنية التي استغرقها الاستشاريون في إنجاز العمل الاستشاري

الجدول رقم (4 - 8)

توزيع الشركات الصناعية حسب الفترة الزمنية التي استغرقها
الاستشاريون في إنجاز العمل الاستشاري

النسبة المئوية	التكرار	الفترة الزمنية
17	9	اقل من شهرين
44	24	من 3 أشهر - 5 اشهر
9	5	من 6 أشهر - 8 اشهر
2	1	من 9 أشهر - 11 شهراً
28	15	من 12 شهراً - 14 شهراً
% 100	54	المجموع

من الجدول أعلاه نلاحظ أن فترة عمل الاستشاريين الأكثر تكرارا لدى عينة الدراسة تتراوح بين 3 - 5 أشهر وبنسبة 44 في المائة من حجم العينة تلتها الفترة التي تتراوح بين 12 - 14 وبنسبة 28 في المائة من حجم المجتمع ثم الفترة ما بين 6 - 8 أشهر وبنسبة 9 في المائة ثم الفترة من 9 أشهر - 11 شهراً وبنسبة 2 في المائة من حجم المجتمع .

2:4 نتائج اختبار فرضيات الدراسة
الفرضية الأولى

Ho1 "إن الشركات الصناعية غير راضية عن جودة خدمات المكاتب الاستشارية".

Ha1 "إن الشركات الصناعية راضية عن جودة خدمات المكاتب الاستشارية".

تم اختبار هذه الفرضية في الجزء الثالث من الاستبانة لإجابات المديرين على مقياس ليكرتي يتكون من خمس نقاط (راضٍ جدا 5 ، راضٍ 4 ، محايد 3 ، غير راضٍ 2 ، غير راضٍ جدا 1) والجدول التالي رقم (4 - 9) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لهذه الفرضية.

الجدول رقم (4 - 9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الأولى

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
23	مدى الرضا العام عن جودة خدمات مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن	3.9815	0.5660

وقد تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المديرين عن السؤال الخاص بالرضا العام عن جودة خدمات مكاتب الاستشارات للإجابات البالغ عددها 54 إجابة في الشركات الصناعية الأردنية المشمولة بالدراسة، وتبين أن المتوسط الحسابي قد بلغ (3.9815) ومقارنة هذا المتوسط الذي تم الحصول عليه بمتوسط أداة القياس المستخدم وهو (3) تبين انه يزيد على الدرجة التي تمثل الحياد (+ 3) ويقل عن النقطة التي تمثل درجة الرضا (+ 4) فيما بلغ الانحراف المعياري (0.5660).

وباستخدام (One Sample T. Test) للمقارنات الثنائية وعند مستوى دلالة (0.05) فان الجدول التالي رقم (4 - 10) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية .

الجدول رقم (4 - 10)

اختبار T . test للفرضية الأولى

رقم العبارة	العبارة	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	قيمة T المعنوية	نتيجة الفرضية العدمية
23	مدى الرضا العام عن جودة خدمات مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن	7.348	1.673	0.000	رفض الفرضية العدمية

يتبين من الجدول أن قيمة T المحسوبة بلغت (7.348) في حين تم استخراج قيمتها الجدولية البالغة (1.673) وبما أن قيمة T المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية فإننا نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تقول " إن الشركات الصناعية غير راضية عن جودة خدمات المكاتب الاستشارية ". ويؤكد ذلك قيمة Sig. المعنوية والتي تساوي صفرًا.

الفرضية الثانية

Ho2 " إن تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمات الاستشارية سلبي "

Ha2 " إن تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمات الاستشارية إيجابي "

تم اختبار هذه الفرضية من خلال إجابات المديرين عن كل عبارة من العبارات الاثنتين والعشرين والتي تمثل تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمة الاستشارية المقدمة فعليًا والمدركة من قبل هذه الشركات على مقياس ليكرتي يتكون من خمس نقاط (موافق جدا 5 ، موافق 4 ، محايد 3 ، غير موافق 2 ، غير موافق 1) والجدول التالي رقم (4 - 11) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لهذه الفرضية.

الجدول رقم (4 - 11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفرضية الثانية

الترتيب حسب الأهمية	الانحراف المعياري	متوسط أداة القياس	المتوسط الحسابي	العبارات الواردة في الجزء الثاني من الاستبانة وتمثل مقياس الجودة	رقم العبارة
9	0.5317	3	3.9815	توافر أجهزة ومعدات تقنية حديثة	1
11	0.7076	3	3.9074	وجود مرافق وتسهيلات مادية ملائمة وجذابة	2
12	0.7259	3	3.9630	تناسب المظهر العام من حيث التصميم الداخلي والديكورات والتجهيزات المكتبية مع نوع الخدمة المقدمة	3
13	0.5290	3	3.9444	مدى تلاؤم المرافق والتسهيلات الموجودة في المكتب الاستشاري مع طبيعة خدماته	4
22	0.8847	3	3.5185	مدى الوفاء بالوعد المعطاة في الوقت المحدد	5
19	0.6344	3	3.7778	مراعاة الظروف والأوضاع الخاصة بالعملاء	6
2	0.6711	3	4.2407	المهنية والاحتراف لدى هيئة الخبراء الاستشاريين	7
5	0.6464	3	4.1852	المعرفة والإلمام باصول وإجراءات العمل الاستشاري	8
6	0.7288	3	4.1852	مدى الاحتفاظ بسجلات وقيود منظمة ودقيقة للعمل الاستشاري	9

17	0.8328	3	3.7963	المبادرة بالإخبار عن الوقت الذي تؤدي فيه الخدمة الاستشارية الجديدة	10
18	0.7862	3	3.7963	الحصول على خدمة استشارية فورية	11
8	0.5984	3	4.0185	وجود موظفين يرغبون بالرد على الاستفسارات بسرعة	12
4	0.5852	3	4.1852	العون والمساعدة المقدمة من الموظفين في المكتب الاستشاري	13
3	0.6258	3	4.2037	الثقة بهيئة خبراء المكتب الاستشاري	14
7	0.7625	3	4.1481	الشعور بالأمان في التعامل مع الاستشاريين	15
1	0.5395	3	4.4630	وجود موظفين يتحلون بالأدب والأخلاق الحميدة	16
14	0.6914	3	3.8889	مدى الدعم الذي يناله الموظفون من إدارتهم للقيام بأعمالهم على الوجه الأكمل	17
10	0.5984	3	3.9815	مدى تفهم الموظفين للمشكلات الخاصة بالعملاء والاهتمام بحلها	18
20	0.8079	3	3.6296	تقديم الخدمات الاستشارية في الأوقات الطارئة	19
16	0.7709	3	3.8333	مدى التزام الموظفين في التعرف على حاجات العملاء ومطالبهم	20
15	0.8105	3	3.8519	الاهتمام الخاص بمشاكل العميل (مصلحة العميل)	21

21	0.8393	3	3.5556	ملاءمة أوقات عمل ودوام المكتب الاستشاري	22
	0.6578	3	3.9651	المتوسط العام	

وقد تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المديرين عن الأسئلة التي تتعلق بتقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمة الاستشارية المقدمة لهم فعليا، ونلاحظ من خلال الجدول السابق أن العبارات الاثنتين والعشرين الواردة في الجزء الثاني من الاستبانة قد تم استخراج وسطها الحسابي للإجابات الأربع والخمسين ثم جمع درجة الإجابة لكل عبارة وقسمة المجموع الكلي على عدد العبارات الاثنتين والعشرين فكان المتوسط الحسابي العام (3.96512) ومتوسط انحراف معياري عام (0.6578) حيث إن هذا المتوسط يعبر عن مستوى تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمة المقدمة فعليا. تراوحت إجابات المديرين بين (4.4630 - 3.5185) وأن العبارة رقم (16) والتي تنص على " وجود موظفين يتحلون بالأدب والأخلاق الحميدة " هي الأعلى بين متوسطات الإجابات، في حين أن العبارة رقم (5) والتي تنص على " مدى الوفاء بالوعد المعطاة في الوقت المحدد " هي الأقل بين متوسطات الإجابات، وعند مقارنة المتوسط الذي تم التوصل إليه (3.9651) بمتوسط أداة القياس المستخدم وهو (3) تبين انه يزيد على الدرجة التي تمثل الحياد (+ 3) ويقل عن النقطة التي تمثل درجة الموافقة (+ 4) فيما بلغ الانحراف المعياري (0.6578).

وباستخدام (One Sample T. Test) للمقارنات الثنائية وعند مستوى دلالة (0.05) فان الجدول التالي رقم (4-12) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية .

الجدول رقم (4-12)

اختبار T . test للفرضية الثانية

رقم العبارة	العبارات الواردة في الجزء الثاني من الاستبانة وتمثل مقياس الجودة	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	قيمة T المعنوية Sig .T	نتيجة الفرضية العدمية
1	توافر أجهزة ومعدات تقنية حديثة	7.333	1.673	0.000	رفض
2	وجود مرافق وتسهيلات مادية ملائمة وجذابة	5.410	1.673	0.000	رفض
3	تناسب المظهر العام من حيث التصميم الداخلي والديكورات والتجهيزات المكتبية مع نوع الخدمة المقدمة	5.348	1.673	0.000	رفض
4	مدى تلاؤم المرافق والتسهيلات الموجودة في المكتب الاستشاري مع طبيعة خدماته	7.306	1.673	0.000	رفض
5	مدى الوفاء بالوعود المعطاة في الوقت المحدد	3.896	1.673	0.000	رفض
6	مراعاة الظروف والأوضاع الخاصة بالعملاء	5.833	1.673	0.000	رفض

7	المهنية والاحتراف لدى هيئة الخبراء الاستشاريين	6.190	1.673	0.000	رفض
8	المعرفة والإلمام بأصول وإجراءات العمل الاستشاري	6.342	1.673	0.000	رفض
9	مدى الاحتفاظ بسجلات وقيود منظمة ودقيقة للعمل الاستشاري	5.626	1.673	0.000	رفض
10	المبادرة بإخبار عن الوقت الذي تؤدي فيه الخدمة الاستشارية الجديدة	4.465	1.673	0.000	رفض
11	الحصول على خدمة استشارية فورية	4.730	1.673	0.000	رفض
12	وجود موظفين يرغبون في الرد على الاستفسارات بسرعة	6.312	1.673	0.000	رفض
13	العون والمساعدة المقدمة من الموظفين في المكتب الاستشاري	7.006	1.673	0.000	رفض
14	الثقة بهيئة خبراء المكتب الاستشاري	6.581	1.673	0.000	رفض
15	الشعور بالأمان في التعامل مع الاستشاريين	5.330	1.673	0.000	رفض
16	وجود موظفين يتحلون بالأدب والأخلاق الحميدة	8.105	1.673	0.000	رفض

17	مدى الدعم الذي يناله الموظفون من إدارتهم للقيام بأعمالهم على الوجه الأكمل	5.510	1.673	0.000	رفض
18	مدى تفهم الموظفين للمشكلات الخاصة بالعملاء والاهتمام بحلها	6.517	1.673	0.000	رفض
19	تقديم الخدمات الاستشارية في الأوقات الطارئة	4.402	1.673	0.000	رفض
20	مدى التزام الموظفين في التعرف على حاجات العملاء ومطالبهم	4.872	1.673	0.000	رفض
21	الاهتمام الخاص بمشاكل العميل (مصلحة العميل)	4.656	1.673	0.000	رفض
22	ملاءمة أوقات عمل ودوام المكتب الاستشاري	4.150	1.673	0.000	رفض
	المتوسط العام	5.785	1.673	0.000	رفض الفرضية العدمية

يتبين من الجدول أن قيمة T المحسوبة بلغت (5.785) في حين تم استخراج قيمتها الجدولية البالغة (1.673) وبما أن قيمة T المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية فإننا نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تقول "" أن تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمات الاستشارية إيجابي " ويؤكد ذلك قيمة Sig. المعنوية والتي تساوي صفرًا.

الفرضية الثالثة

Ho3 " لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية تبعاً للأبعاد المختلفة للجودة "

Ha3 " يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية تبعاً للأبعاد المختلفة للجودة "

ولاختبار هذه الفرضية فقد تم النظر إليها من خلال أبعاد جودة الخدمة ووفق مقياس سيرف كوال بحيث ينبثق عن هذه الفرضية عددٌ من الفرضيات الفرعية والتي تمثل كل منها بعداً من أبعاد الجودة الخمسة (البعد المادي الملموس، الاعتمادية، الاستجابة، التوكيد، التعاطف) والجدول رقم (4 - 13) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المديرين في الشركات الصناعية لكل بعد من أبعاد جودة الخدمة الاستشارية وكذلك المتوسط العام لهذه الأبعاد وتالياً نتائج التحليل لأبعاد جودة الخدمة الاستشارية.

الجدول رقم (4 - 13)

نتائج التحليل لأبعاد جودة الخدمة الاستشارية الخمسة

الرتب حسب الأهمية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البعد
3	0.6235	3.9490	الدليل المادي الملموس
2	0.7130	3.9814	بعد الاعتمادية
3	0.7006	3.9490	بعد الاستجابة الفورية
1	0.6548	4.1759	البعد التوكيدي
5	0.7654	3.7703	بعد التعاطف
	0.6914	3.9651	المتوسط العام

ويلاحظ من البيانات الواردة بالجدول السابق أن المتوسط الحسابي العام للأبعاد الخمسة قد بلغ (3.9651) وان إجابات المديرين عن الأسئلة الخاصة بأبعاد جودة الخدمة الاستشارية كانت أعلى من متوسط أداة القياس وتتراوح ما بين (4.1759) في البعد التوكيدي الأعلى في المتوسط والذي يتعلق بمدى الثقة بهيئة خبراء المكاتب الاستشارية والأدب والأخلاق التي يتحلّى بها موظفو المكاتب الاستشارية والدعم الذي ينالونه من إداراتهم فضلا عن الشعور بالأمان أثناء التعامل مع المكاتب الاستشارية والذي عبر عنه المديرين في الشركات الصناعية، أما بعد التعاطف فقد كان اقل المتوسطات بين الأبعاد الخمسة في إجابات المديرين حيث بلغ (3.7703) وهو البعد الذي يعبر عن مدى تفهم واهتمام موظفي المكاتب الاستشارية بمشكلات ومصالح الشركات الصناعية إضافة إلى مدى ملاءمة أوقات عمل ودوام المكاتب الاستشارية وتقديم خدماته في الأوقات الطارئة.

وباختبار هذه الفرضية من خلال إجابات المديرين على العبارات الاثنتين والعشرين التي تتعلق بجودة الخدمة الاستشارية فقد تبين أن المتوسط الحسابي قد بلغ (3.9651) وبمقارنة هذا المتوسط الذي تم التوصل إليه (3.9651) بمتوسط أداة القياس المستخدم وهو (3) تبين انه يزيد على الدرجة التي تمثل الحياد (+ 3) ويقل عن النقطة التي تمثل درجة الموافقة (+ 4) فيما بلغ الانحراف المعياري (0.6914).

وباستخدام (One Sample T. Test) للمقارنات الثنائية وعند مستوى دلالة (0.05) فان الجدول

التالي رقم (4 - 14) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذه الفرضية .

الجدول رقم (4 - 14)

نتائج تحليل T.test لأبعاد جودة الخدمة الاستشارية الخمسة

البعد	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	قيمة T المعنوية Sig .T	نتيجة الفرضية العدمية
الدليل المادي الملموس	4.6762	1.673	0.000	رفض
بعد الاعتمادية	5.3475	1.673	0.000	رفض
بعد الاستجابة الفورية	5.2554	1.673	0.000	رفض
البعد التوكيدي	4.9110	1.673	0.000	رفض
بعد التعاطف	5.7405	1.673	0.000	قبول
المتوسط العام	5.1861	1.673	0.000	رفض الفرضية العدمية

وباستخدام (T- Test) للمقارنات الثنائية وعند مستوى دلالة (0.05) فإنه تبين أن قيمة T المحسوبة بلغت (5.1861) في حين تم استخراج قيمتها الجدولية البالغة (1.673) وبما أن قيمة T المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية فإنه تم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تقول انه "" يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية للأبعاد المختلفة للجودة " ويؤكد ذلك قيمة Sig. المعنوية والتي تساوي صفرًا.

أما فيما يتعلق باختبار الفرضيات الجزئية لهذه الفرضية الرئيسية فإنه قد تم التوصل إلى النتائج التالية :

الفرضية الفرعية الأولى:

وتنص الفرضية العدمية Ho على أنه " لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام الدليل المادي الملموس " .

أما الفرضية البديلة Ha فتتضمن على أنه " يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام الدليل المادي الملموس ".
لقد تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لهذه الجزئية من الفرضية الثالثة من خلال إجابات عينة الدراسة عن الأسئلة التي تمثل هذا البعد وهي من (1 - 4) ويوضح الجدول رقم (4 - 15) بين المتوسطات الحسابية لإجابات المديرين في الشركات الصناعية .

الجدول رقم (4 - 15)

نتائج تحليل الدليل المادي الملموس

رقم العبارة	نص العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
1	توافر أجهزة ومعدات تقنية حديثة	3.9815	3	0.5317	1
2	وجود مرافق وتسهيلات مادية ملائمة وجذابة	3.9074	3	0.7076	4
3	تناسب المظهر العام من حيث التصميم الداخلي والديكورات والتجهيزات المكتبية مع نوع الخدمة المقدمة	3.9630	3	0.7259	2
4	مدى تلاؤم المرافق والتسهيلات الموجودة في المكتب الاستشاري مع طبيعة خدماته	3.9444	3	0.5290	3
	المتوسط العام	3.9490	3	0.6235	

ويلاحظ من البيانات الواردة بالجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لهذه الأسئلة قد بلغ (3.9490) وان إجابات عينة الدراسة لأسئلة هذا البعد كانت أعلى من متوسط أداة القياس وتتراوح ما بين (3.9815) في الفقرة رقم 1 الأعلى في المتوسط والتي تنص على "توافر أجهزة ومعدات تقنية حديثة" وبين (3.9074) في الفقرة رقم 2 والتي تنص على "وجود مرافق وتسهيلات مادية ملائمة وجذابة".

وباختبار هذه الجزئية من الفرضية الثالثة ومن خلال إجابات المديرين عن الأسئلة التي تتعلق بهذا البعد تبين أن المتوسط الحسابي قد بلغ (3.9490) وبمقارنة هذا المتوسط الذي تم التوصل إليه (3.9490) بمتوسط أداة القياس المستخدم وهو (3) تبين انه يزيد على الدرجة التي تمثل الحياد (+ 3) ويقل عن النقطة التي تمثل درجة الموافقة (+ 4) فيما بلغ الانحراف المعياري (0.6235).

وباستخدام T للمقارنات الثنائية وعند مستوى دلالة (0.05) فإن الجدول رقم (4-16) التالي يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذا البعد .

الجدول رقم (4-16)

نتائج اختبار T . test باستخدام الدليل المادي الملموس

نتيجة الفرضية العدمية	قيمة T المعنوية Sig.T	قيمة T الجدولية	قيمة T المحسوبة	نص العبارة	رقم العبارة
رفض	0.000	1.673	7.3373	توافر أجهزة ومعدات تقنية حديثة	1
رفض	0.000	1.673	1.4105	وجود مرافق وتسهيلات مادية ملائمة وجذابة	2
رفض	0.000	1.673	5.3492	تناسب المظهر العام من حيث التصميم الداخلي والديكورات والتجهيزات المكتبية مع نوع الخدمة المقدمة	3
رفض	0.000	1.673	7.3053	مدى تلاؤم المرافق والتسهيلات الموجودة في المكتب الاستشاري مع طبيعة خدماته	4
رفض الفرضية العدمية	0.000	1.673	4.2804	المتوسط العام	

وباستخدام (T- Test) للمقارنات الثنائية وعند مستوى دلالة (0.05) فإنه تبين أن قيمة T المحسوبة بلغت (4.2804) في حين تم استخراج قيمتها الجدولية البالغة (1.673) وبما أن قيمة T المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية فإننا نرفض الفرضية الجزئية العدمية ونقبل الفرضية الجزئية البديلة التي تقول انه "" يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام الدليل المادي الملموس "".

الفرضية الفرعية الثانية:

وتنص الفرضية العدمية Ho على انه " لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام بعد الاعتمادية " .

وتنص الفرضية البديلة Ha على انه " يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام بعد الاعتمادية " .

لقد تم اختبار هذه الجزئية من الفرضية الرابعة من خلال إجابات مجتمع الدراسة على الأسئلة التي تمثل هذا البعد وهي من (5- 9) ويوضح الجدول رقم (4 - 17) المتوسطات الحسابية لنتائج هذا التحليل .

الجدول رقم (4 - 17)

نتائج تحليل بعد الاعتمادية

رقم العبارة	نص العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
5	مدى الوفاء بالوعود المعطاة في الوقت المحدد	3.5185	3	0.8847	5
6	مراعاة الظروف والأوضاع الخاصة بالعملاء	3.7778	3	0.6344	4
7	المهنية والاحتراف لدى هيئة الخبراء الاستشاريين	4.2407	3	0.6711	1
8	المعرفة والإلمام باصول وإجراءات العمل الاستشاري	4.1852	3	0.6464	2
9	مدى الاحتفاظ بسجلات وقيود منظمة ودقيقة للعمل الاستشاري	4.1852	3	0.7288	2
	المتوسط العام	3.9814	3	0.7130	

ويلاحظ من البيانات الواردة بالجدول السابق أن المتوسط الحسابي لهذه الأسئلة قد بلغ (3.9814) وان إجابات عينة الدراسة لأسئلة هذا البعد كانت إيجابية وأعلى من متوسط أداة القياس وتتراوح ما بين (4.2407) في الفقرة رقم 7 الأعلى في المتوسط والتي تنص على " المهنية والاحتراف لدى هيئة الخبراء الاستشاريين " وبين (3.5185) في الفقرة رقم 5 والتي تنص على " مدى الوفاء بالوعود المعطاة في الوقت المحدد " .

وباختبار هذه الجزئية من الفرضية الرابعة ومن خلال إجابات المديرين عن الأسئلة التي تتعلق بهذا البعد تبين أن المتوسط الحسابي قد بلغ (3.9814) وبمقارنة هذا المتوسط الذي تم التوصل إليه (3.9814) بمتوسط أداة القياس المستخدم وهو (3) تبين أنه يزيد علالدرجة التي تمثل الحياد (+ 3) ويقل عن النقطة التي تمثل درجة الموافقة (+ 4) فيما بلغ الانحراف المعياري (0.7130).

وباستخدام T للمقارنات الثنائية وعند مستوى دلالة (0.05) فان الجدول رقم (4 - 18) التالي يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذا البعد .

الجدول رقم (4- 18)

نتائج اختبار T . test باستخدام بعد الاعتمادية

رقم العبارة	نص العبارة	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	قيمة T المعنوية Sig.T	نتيجة الفرضية العدمية
5	مدى الوفاء بالوعود المعطاة في الوقت المحدد	3.8968	1.673	0.000	رفض
6	مراعاة الظروف والأوضاع الخاصة بالعملاء	5.8341	1.673	0.000	رفض
7	المهنية والاحتراف لدى هيئة الخبراء الاستشاريين	6.1913	1.673	0.000	رفض

8	المعرفة والإلمام بأصول وإجراءات العمل الاستشاري	6.3433	1.673	0.000	رفض
9	مدى الاحتفاظ بسجلات وقيود منظمة ودقيقة للعمل الاستشاري	5.6268	1.673	0.000	رفض
	المتوسط العام	5.57846	1.673	0.000	رفض الفرضية العدمية

يتبين من الجدول أن قيمة T المحسوبة للأسئلة الخمسة بلغت (5.5784) في حين تم استخراج قيمتها الجدولية البالغة (1.673) وبما أن قيمة T المحسوبة اكبر من قيمتها الجدولية فإننا نرفض الفرضية الجزئية العدمية ونقبل الفرضية الجزئية البديلة التي تقول انه "" يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام بعد الاعتمادية ".
الفرضية الفرعية الثالثة:

وتنص الفرضية العدمية Ho على انه " لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام بعد الاستجابة الفورية ".
وتنص الفرضية البديلة Ha على انه " يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام بعد الاستجابة الفورية ".

لقد تم اختبار هذه الجزئية من الفرضية الرابعة من خلال إجابات عينة الدراسة عن الأسئلة التي تمثل هذا البعد وهي من (10- 13) ويوضح الجدول رقم (4 - 19) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عينة الدراسة .

الجدول رقم (4 - 19)

نتائج تحليل بعد الاستجابة الفورية

رقم العبارة	نص العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
10	المبادرة بالإخبار عن الوقت الذي تؤدي فيه الخدمة الاستشارية الجديدة	3.7963	3	0.8328	3
11	الحصول على خدمة استشارية فورية	3.7963	3	0.7862	3
12	وجود موظفين يرغبون بالرد على الاستفسارات بسرعة	4.0185	3	0.5984	2
13	العون والمساعدة المقدمة من الموظفين في المكتب الاستشاري	4.1852	3	0.5852	1
	المتوسط العام	3.9490	3	0.7006	

ويلاحظ من البيانات الواردة بالجدول السابق أن المتوسط الحسابي لهذه الأسئلة قد بلغ (3.9490) وان إجابات عينة الدراسة لأسئلة هذا البعد كانت إيجابية وأعلى من متوسط أداة القياس وتتراوح ما بين (4.1852) في الفقرة رقم 13 الأعلى في المتوسط والتي تنص على " العون والمساعدة المقدمة من الموظفين في المكتب الاستشاري " وبين الفقرتين رقم 10 و11 واللتي حصلتا على المتوسط نفسه 3.7963 وتنصان على التوالي " المبادرة بالإخبار عن الوقت الذي تؤدي فيه الخدمة الاستشارية الجديدة " و" الحصول على خدمة استشارية فورية " .

وباختبار هذه الجزئية من الفرضية الرابعة ومن خلال إجابات المديرين عن الأسئلة التي تتعلق بهذا البعد تبين أن المتوسط الحسابي قد بلغ (3.9490) ومقارنة هذا المتوسط الذي تم التوصل إليه (3.9490) بمتوسط أداة القياس المستخدم وهو (3) تبين أنه يزيد على الدرجة التي تمثل الحياد (+ 3) ويقل عن النقطة التي تمثل درجة الموافقة (+ 4) فيما بلغ الانحراف المعياري (0.7006). وباستخدام T للمقارنات الثنائية وعند مستوى دلالة (0.05) فإن الجدول رقم (4 - 20) التالي يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذا البعد .

الجدول رقم (4-20)

نتائج اختبار T . test باستخدام بعد الاستجابة الفورية

رقم العبارة	نص العبارة	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	قيمة T المعنوية	نتيجة الفرضية العدمية
10	المبادرة بالإخبار عن الوقت الذي تؤدي فيه الخدمة الاستشارية الجديدة	4.4662	1.673	0.000	رفض
11	الحصول على خدمة استشارية فورية	4.7312	1.673	0.000	رفض
13	العون والمساعدة المقدمة من الموظفين في المكتب الاستشاري	7.0076	1.673	0.000	رفض
	المتوسط العام	5.6905	1.673	0.000	رفض الفرضية العدمية

يتبين من الجدول أن قيمة T المحسوبة للأسئلة الأربعة بلغت (5.6905) في حين تم استخراج قيمتها الجدولية البالغة (1.673) وبما أن قيمة T المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية فإننا نرفض الفرضية الجزئية العدمية ونقبل الفرضية الجزئية البديلة التي تقول إنه ""يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام بعد الاستجابة الفورية "".

الفرضية الفرعية الرابعة:

وتنص الفرضية العدمية H_0 على انه " لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام البعد التوكيدي "

أما الفرضية البديلة H_a فتتنص على انه " يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام البعد التوكيدي " .

لقد تم اختبار هذه الجزئية من الفرضية الرابعة من خلال إجابات عينة الدراسة عن الأسئلة التي تمثل هذا البعد وهي من (14- 17) ويوضح الجدول رقم (4- 21) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات عينة الدراسة .

الجدول رقم (4 - 21)

نتائج تحليل البعد التوكيدي

رقم العبارة	نص العبارة	المتوسط الحسابي	متوسط أداة القياس	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية
14	الثقة بهئية خبراء المكتب الاستشاري	4.2037	3	0.6258	2
15	الشعور بالأمان في التعامل مع الاستشاريين	4.1481	3	0.7625	3
16	وجود موظفين يتحلون بالأدب والأخلاق الحميدة	4.4630	3	5395.	1
17	مدى الدعم الذي يناله الموظفون من إدارتهم للقيام بأعمالهم على الوجه الأكمل	3.8889	3	0.6914	4
	المتوسط العام	4.1759	3	0.6548	

ويلاحظ من البيانات الواردة بالجدول السابق أن المتوسط الحسابي لهذه الأسئلة قد بلغ (4.1759) وان إجابات عينة الدراسة لأسئلة هذا البعد كانت إيجابية وأعلى من متوسط أداة القياس وتتراوح ما بين (4.4630) الفقرة رقم 16 الأعلى في المتوسط وهي أيضا الأعلى في المقياس والتي تنص على " وجود موظفين يتحلون بالأدب والأخلاق الحميدة " وبين 3.8889 في الفقرة رقم 17 والتي تنص على " مدى الدعم الذي يناله الموظفون من إدارتهم للقيام بأعمالهم على الوجه الأكمل ".

وباختبار هذه الجزئية من الفرضية الرابعة ومن خلال إجابات المديرين عن الأسئلة التي تتعلق بهذا البعد تبين أن المتوسط الحسابي قد بلغ (4.1759) ومقارنة هذا المتوسط بمتوسط القياس المستخدم وهو (3) تبين أنه أعلى من درجة الموافقة (+ 4) فيما بلغ الانحراف المعياري (0.6548).

وباستخدام T للمقارنات الثنائية وعند مستوى دلالة (0.05) فإن الجدول رقم التالي رقم (4 - 22) يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذا البعد .

الجدول رقم (4 - 22)

نتائج اختبار T . test باستخدام البعد التوكيدي

رقم العبارة	نص العبارة	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	قيمة T المعنوية	نتيجة الفرضية العدمية
14	الثقة بهئية خبراء المكتب الاستشاري	1.2477	1.673	0.000	قبول
15	الشعور بالأمان في التعامل مع الاستشاريين	1.3302	1.673	0.000	قبول
16	وجود موظفين يتحلون بالأدب والأخلاق الحميدة	1.4386	1.673	0.000	قبول
17	مدى الدعم الذي يناله الموظفون من إدارتهم للقيام بأعمالهم على الوجه الأكمل	1.1137	1.673	0.000	قبول
	المتوسط العام	1.2830	1.673	0.000	قبول الفرضية العدمية

يتبين من الجدول أن قيمة T المحسوبة للأسئلة الأربعة بلغت (1.2830) في حين تم استخراج قيمتها الجدولية البالغة (1.673) وبما أن قيمة T المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية فإننا نقبل الفرضية الجزئية العدمية التي تقول إنه "" لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام البعد التوكيدي "" الفرضية الفرعية الخامسة:

وتنص الفرضية العدمية Ho على انه " لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام بعد التعاطف " .
وتنص الفرضية البديلة Ha على انه " يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام بعد التعاطف " .

لقد تم اختبار هذه الجزئية من الفرضية الرابعة من خلال إجابات عينة الدراسة على الأسئلة التي تمثل هذا البعد وهي من (18 - 22) ويوضح الجدول رقم(4 - 23) نتائج تحليل هذا البعد .

الجدول رقم (4 - 23)

نتائج تحليل بعد التعاطف

الترتيب حسب الأهمية	الانحراف المعياري	متوسط أداة القياس	المتوسط الحسابي	نص العبارة	رقم العبارة
1	0.5984	3	3.9815	مدى تفهم الموظفين للمشكلات الخاصة بالعملاء والاهتمام بحلها	18
4	0.8079	3	3.6296	تقديم الخدمات الاستشارية في الأوقات الطارئة	19
3	0.7709	3	3.8333	مدى التزام الموظفين في التعرف على حاجات العملاء ومطالبهم	20
2	0.8105	3	3.8519	الاهتمام الخاص بمشاكل العميل (مصلحة العميل)	21
5	0.8393	3	3.5556	ملاءمة أوقات عمل ودوام المكتب الاستشاري	22
	0.7654	3	3.7703	المتوسط العام	

ويلاحظ من البيانات الواردة في الجدول السابق أن المتوسط الحسابي لهذه الأسئلة قد بلغ (3.7703) وأن إجابات عينة الدراسة لأسئلة هذا البعد أعلى من متوسط أداة القياس وتتراوح ما بين (3.9815) الفقرة رقم 18 الأعلى في المتوسط والتي تنص على " مدى تفهم الموظفين للمشكلات الخاصة بالعملاء والاهتمام

بحلها "وبين (3.5556) في الفقرة رقم 22 والتي تنص على " ملاءمة أوقات عمل ودوام المكتب الاستشاري وباختبار هذه الجزئية من الفرضية الرابعة ومن خلال إجابات المديرين عن الأسئلة التي تتعلق بهذا البعد تبين أن المتوسط الحسابي قد بلغ (3.7703) ومقارنة هذا المتوسط بمتوسط القياس المستخدم تبين أنه يقع بين درجة الحياد (+ 3) ويقل عن درجة الموافقة (+ 4) فيما بلغ الانحراف المعياري (0.7654).

وباستخدام T للمقارنات الثنائية وعند مستوى دلالة (0.05) فإن الجدول رقم (4-24) التالي يبين النتائج التي تم الحصول عليها عند اختبار هذا البعد .

الجدول رقم (4 - 24)

نتائج اختبار T . test باستخدام بعد التعاطف

رقم العبارة	نص العبارة	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	قيمة T المعنوية Sig.T	نتيجة الفرضية العدمية
18	مدى تفهم الموظفين للمشكلات الخاصة بالعملاء والاهتمام بحلها	6.5185	1.673	0.000	رفض
19	تقديم الخدمات الاستشارية في الأوقات الطارئة	4.4020	1.673	0.000	رفض
20	مدى التزام الموظفين في التعرف على حاجات العملاء ومطالبهم	4.8718	1.673	0.000	رفض
21	الاهتمام الخاص بمشاكل العميل (مصلحة العميل)	4.6565	1.673	0.000	رفض
22	ملاءمة أوقات عمل ودوام المكتب الاستشاري	4.1508	1.673	0.000	رفض
	المتوسط العام	4.9199	1.673	0.000	رفض الفرضية العدمية

يتبين من الجدول السابق أن قيمة T المحسوبة للأسئلة الخمسة بلغت (4.9199) في حين تم استخراج قيمتها الجدولية البالغة (1.673) وبما أن قيمة T المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية فإننا نرفض الفرضية الجزئية العدمية ونقبل الفرضية الجزئية البديلة التي تقول إنه "" يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشركات الصناعية الأردنية لجودة الخدمة الاستشارية باستخدام بعد التعاطف ".
الفرضية الرابعة

Ho4 " لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى جودة الخدمات الاستشارية الفعلية للشركات الصناعية (الأداء الفعلي) وبين مستوى الجودة المتوقعة من قبل الشركات الصناعية فيما يقدم لها من خدمات استشارية (الخدمة المتوقعة) "

Ha4 " يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى جودة الخدمات الاستشارية الفعلية للشركات الصناعية (الأداء الفعلي) وبين مستوى الجودة المتوقعة من قبل الشركات الصناعية فيما يقدم لها من خدمات استشارية (الخدمة المتوقعة) "

أما فيما يتعلق بقياس الفجوة بين الأداء الفعلي والخدمة المتوقعة أو مدى الاختلاف بين مستوى جودة الخدمات الاستشارية المقدمة فعلياً للشركات الصناعية (الأداء الفعلي) وبين مستوى الجودة التي تتوقعها الشركات الصناعية فيما يقدم لهم من خدمات استشارية (الخدمة المتوقعة) فقد تم اختبار هذه الفرضية في الجزء الرابع من الاستبانة والجدول رقم (4 - 25) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المديرين في الشركات الصناعية على مقياس ليكرتي ذي النقاط الخمس (موافق جداً 5 ، موافق 4 ، محايد 3 ، غير موافق 2 ، غير موافق جداً 1) .

الجدول رقم (4 - 25)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمقياس الفجوة

الترتيب حسب الأهمية	الانحراف المعياري	متوسط أداة القياس	المتوسط الحسابي	العبارات الواردة في الجزء الرابع من الاستبانة وتمثل مقياس التوقع للخدمة الاستشارية (الخدمة المتوقعة)	رقم العبارة
	0.6914	3	4.222	أتوقع توافر أجهزة ومعدات تقنية حديثة	24
	0.7024	3	4.1852	أتوقع وجود مرافق وتسهيلات مادية ملائمة وجذابة	25
	0.5075	3	4.3148	أتوقع أن يتناسب المظهر العام من حيث التصميم الداخلي والديكورات والتجهيزات المكتبية مع نوع الخدمة المقدمة	26
	0.4609	3	4.2963	أتوقع أن تتلاءم المرافق والتسهيلات الموجودة في المكتب الاستشاري مع طبيعة خدماته	27
	0.6617	3	4.5741	أتوقع الوفاء بالوعود المعطاة في الوقت المحدد	28
	0.6873	3	4.4074	أتوقع أن تراعي المكاتب الاستشارية الظروف والأوضاع الخاصة بالعملاء	29
	0.5595	3	4.3704	أتوقع المهنية والاحتراف لدى هيئة الخبراء الاستشاريين	30

	0.5993	3	4.4074	أتوقع أن يتوفر بالمكاتب الاستشارية المعرفة والإلمام باصول وإجراءات العمل الاستشاري	31
	0.6054	3	4.4630	أتوقع أن يحتفظ المكتب بسجلات وقيود منظمة ودقيقة للعمل الاستشاري	32
	0.7366	3	4.2037	أتوقع ان يبادر المكتب الاستشاري بالإخبار عن الوقت الذي تؤدي فيه الخدمة الاستشارية الجديدة	33
	0.6553	3	4.2037	أتوقع الحصول على خدمة استشارية فورية	34
	0.6143	3	4.3333	أتوقع وجود موظفين يرغبون في الرد على الاستفسارات بسرعة	35
	0.5075	3	4.3148	أتوقع العون والمساعدة من موظفي المكتب الاستشاري	36
	0.5494	3	4.3333	إنني أثق بهئية خبراء المكتب الاستشاري	37
	0.5993	3	4.4074	أتوقع أن نشعر بالأمان في التعامل مع الاستشاريين	38
	0.5405	3	4.5180	أتوقع وجود موظفين يتحلون بالأدب والأخلاق الحميدة	39
	0.6443	3	4.3333	أتوقع الدعم الكافي من إدارتي للقيام بأعمال العملاء على الوجه الأكمل	40
	0.5327	3	4.4074	أتوقع أن يتفهم الموظفون للمشكلات الخاصة بالعملاء والاهتمام بحلها	41
	0.7871	3	40556	أتوقع تقديم الخدمات الاستشارية في الأوقات الطارئة	42

43	أَتوقع التزمالموظفين في التعرف على حاجات العملاء ومطالبهم	4.0741	3	0.7230
44	أَتوقع الاهتمام الخاص بمشاكل العميل (مصلحة العميل)	4.1667	3	0.6066
45	أَتوقع أن تتلاءم أوقات عمل ودوام المكتب الاستشاري مع ظروفنا	3.9815	3	0.7135
	المتوسط العام	4.2995	3	0.5961

وقد تم التوصل إلى هذا الاختلاف عن طريق طرح متوسط درجات الجودة الفعلية كما قيمتها الشركات الصناعية والتي تم الوصول إليها في اختبار الفرضية الثانية من متوسط درجات الجودة المتوقعة من قبل هذه الشركات والتي تم اختبارها في الفرضية الخامسة .

الفجوة = الجودة الفعلية (الأداء الفعلي) - الجودة المتوقعة (الخدمة المتوقعة)

إذن الفجوة في هذه الدراسة هي :

$$(- 0.33438) = 4.2995 - 3.96512$$

الجدول رقم (4 - 26)

المتوسطات الحسابية لمقياس الفجوة

(مقارنة الأداء الفعلي مع الجودة المتوقعة)

الفرق بين الجودة الفعلية والجودة المتوقعة	المتوسط الحسابي للجودة المتوقعة	المتوسط الحسابي للجودة الفعلية	البعد
0.3055 -	4.2545	3.9490	الدليل المادي الملموس
0.4904 -	4.4718	3.9814	بعد الاعتمادية
0.3148 -	4.2638	3.9490	بعد الاستجابة الفورية
0.2221 -	4.3980	4.1759	البعد التوكيدي
0.3667 -	4.1370	3.7703	بعد التعاطف
0.3343 -	4.2995	3.9651	المتوسط العام

وبالعودة إلى نظرية الفجوة فإن هذا الفرق يعبر عن مستوى جودة الخدمات الاستشارية المقدمة من مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن إلى الشركات الصناعية وبناء على ذلك فإنه يمكن القول إن مستوى جودة الخدمات الاستشارية المقدمة فعليا من قبل المكاتب الاستشارية العاملة في الأردن منخفض قياسا مع جودة الخدمة الاستشارية التي تتوقعها الشركات الصناعية، مما يعني رفض هذه الفرضية العدمية التي تنص على " لا يوجد اختلاف بين مستوى جودة الخدمات الاستشارية المقدمة فعليا للشركات الصناعية (الأداء الفعلي) وبين مستوى الجودة التي تتوقعها الشركات الصناعية فيما يقدم لها من خدمات استشارية (الخدمة المتوقعة) " وقبول الفرضية البديلة التي تقول إنه يوجد اختلاف بين مستوى جودة الخدمات الاستشارية المقدمة فعليا للشركات الصناعية (الأداء الفعلي) وبين مستوى الجودة التي تتوقعها الشركات الصناعية فيما يقدم لها من خدمات استشارية (الخدمة المتوقعة) .

3:4 نتائج تحليل التباين الأحادي (Anova)

الفرضية الخامسة:

H_0 لا يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية يمكن أن تعزى للخصائص العامة للشركات مثل سنة تأسيس الشركة، طبيعة نشاط الشركة، عدد العاملين، رأسمال الشركة، موجودات الشركة ، جنسية المكتب، عدد المكاتب التي تم التعامل معها، الفترة الزمنية المستغرقة لإنجاز العمل الاستشاري ؟

H_a يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية يمكن أن تعزى للخصائص العامة للشركات مثل سنة تأسيس الشركة، طبيعة نشاط الشركة، عدد العاملين، رأسمال الشركة، موجودات الشركة ، جنسية المكتب، عدد المكاتب التي تم التعامل معها، الفترة الزمنية المستغرقة لإنجاز العمل الاستشاري ؟

تم استخدام اختبار تحليل التباين (Anova) للتعرف على مدى وجود اختلافات في تقييمات المديرين في الشركات الصناعية لأبعاد جودة الخدمة الاستشارية باعتبارها متغيرات مستقلة وبين المتغير التابع وهو الرضا عن هذه الخدمات وتبعاً للخصائص العامة للشركات حيث إن قاعدة القرار تنص على أنه " إذا كانت قيمة F المحسوبة أقل من قيمة F الجدولية فإنه لا توجد فروق في خصائص مجتمع الدراسة " وكما يلي :

1:3:4 عمر الشركة

H_0 لا يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لعمر الشركة .
 H_a يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لعمر الشركة .

الجدول رقم (4 - 27)

نتائج تحليل التباين (ANOVA) للفروق في تقييم الجودة

حسب عمر الشركة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية sig	قيمة F الجدولية	النتيجة
بين المجموعات	7.098	30	0.237	0.551	0.938	1.94	لا توجد فروقات
داخل المجموعات							
التباين الكلي	9.883	23	0.430				
	16.981	53					

يتبين لنا من البيانات الواردة بالجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة هي (0.551) وقيمتها الجدولية (1.94) وبالمقارنة بينهما نجد أن قيمة F المحسوبة اقل من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه " إذا كانت قيمة F المحسوبة اقل من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني قبول الفرضية العدمية التي تنص على أنه " لا توجد فروق في تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمات الاستشارية تبعا لعمر الشركة ."

2:3:4 طبيعة نشاط الشركة

Ho لا يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لطبيعة نشاط الشركة .

Ha يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لطبيعة نشاط الشركة .

الجدول رقم (4 - 28)

نتائج تحليل التباين (ANOVA) للفروق في تقييم الجودة

حسب طبيعة نشاط الشركة

النتيجة	قيمة F الجدولية	مستوى المعنوية S ig	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	مصدر التباين
لا توجد فروقات	4.00	0.974	0.001	000	1	000	بين المجموعات
				0.327	52	16.981	داخل المجموعات
					53	16.981	التباين الكلي

يتبين لنا من البيانات الواردة بالجدول السابق أن قيمة F المحسوبة هي (0.001) وقيمتها الجدولية (4) وبالمقارنة بينهما نجد أن قيمة F المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه " إذا كانت قيمة F المحسوبة أقل من قيمة F الجدولية فان هذا يعني قبول فرضية العدم التي تنص على انه " لا توجد فروق في تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمات الاستشارية تبعا لطبيعة نشاط الشركة ".

عدد العاملين 3:3:4

Ho لا يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لعدد العاملين بالشركة .

Ha يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لعدد العاملين بالشركة .

الجدول رقم (4 - 29)

نتائج تحليل التباين (ANOVA) للفروق في تقييم الجودة

حسب عدد العاملين بالشركة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية Si g	قيمة F الجدولية	النتيجة
بين المجموعات	15.231	44	0.346	1.780	0.179	2.83	لا توجد فروقات
داخل المجموعات	1.750	9	0.194				
التباين الكلي	16.981	53					

يتبين لنا من البيانات الواردة بالجدول السابق أن قيمة F المحسوبة هي (1.780) وقيمتها الجدولية (2.83) وبالمقارنة بينهما نجد أن قيمة F المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه إذا كانت قيمة F المحسوبة أقل من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني قبول فرضية العدم والتي تنص على انه " لا توجد فروق في تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمات الاستشارية تبعا لعدد العاملين بالشركة".

4:3:4 رأسمال الشركة

Ho لا يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لرأسمال الشركة .

Ho يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لرأسمال الشركة .

الجدول رقم (4 - 30)

نتائج تحليل التباين (ANOVA) للفروق في تقييم الجودة
حسب رأسمال الشركة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية Sig	قيمة F الجدولية	النتيجة
بين المجموعات	11.815	34	0.347	1.278	0.290	2.04	لا توجد
داخل المجموعات	5.167	19	0.272				فروقات
التباين الكلي	16.981	53					

يتبين لنا من البيانات الواردة بالجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة هي (1.278) وقيمتها الجدولية (2.04) وبالمقارنة بينهما نجد أن قيمة F المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه " إذا كانت قيمة F المحسوبة أقل من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني قبول الفرضية العدمية والتي تنص على إنه " لا توجد فروق في تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمات الاستشارية تبعا لرأسمال الشركة " .

5:3:4 موجودات الشركة

Ho لا يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لموجودات الشركة
Ha. يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لموجودات الشركة .

الجدول رقم (4 - 31)

نتائج تحليل التباين (ANOVA) للفروق في تقييم الجودة

حسب موجودات الشركة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية Sig	قيمة F الجدولية	النتيجة
بين المجموعات	13.315	42	0.317	0.951	0.579	2.53	لا توجد فروقات
داخل المجموعات	3.667	11	0.333				
التباين الكلي	16.981	53					

يتبين لنا من البيانات الواردة بالجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة هي (0.951) وقيمتها الجدولية (2.53) وبالمقارنة بينهما نجد أن قيمة F المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه " إذا كانت قيمة F المحسوبة أقل من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني قبول الفرضية العدمية والتي تنص على أنه " لا توجد فروق في تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمات الاستشارية تبعا لموجودات الشركة .

6:3:4 جنسية المكتب الاستشاري

Ho لا يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لجنسية المكتب الاستشاري .

Ha يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لجنسية المكتب الاستشاري .

الجدول رقم (4 - 32)

نتائج تحليل التباين (ANOVA) للفروق في تقييم الجودة

حسب جنسية المكتب الاستشاري

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية S ig	قيمة F الجدولية	النتيجة
بين المجموعات	4.560	2	2.080	9.361	0.000	3.15	توجد فروقات
داخل المجموعات	12.422	51	0.244				
التباين الكلي	16.981	53					

يتبين لنا من البيانات الواردة بالجدول السابق أن قيمة F المحسوبة هي (9.361) وقيمتها الجدولية (3.15) وبالمقارنة بينهما نجد أن قيمة F المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه إذا كانت قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على انه " توجد فروق في تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمات الاستشارية تبعا لجنسية المكتب الاستشاري " .

7:3:4 عدد المكاتب التي تم التعامل معها

لا يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لعدد المكاتب التي تم التعامل معها .

يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى لعدد المكاتب التي تم التعامل معها .

الجدول رقم (4 - 33)

نتائج تحليل التباين (ANOVA) للفروق في تقييم الجودة

حسب عدد المكاتب التي تم التعامل معها

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية Sig	قيمة F الجدولية	النتيجة
بين المجموعات	0.315	5	6.296	0.181	0.968	2.37	لا توجد فروقات
داخل المجموعات	16.667	48	0.347				
التباين الكلي	16.981	53					

يتبين لنا من البيانات الواردة بالجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة هي (0.181) وقيمتها الجدولية (2.37) وبالمقارنة بينهما نجد أن قيمة F المحسوبة اقل من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على انه " إذا كانت قيمة F المحسوبة اقل من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني قبول فرضية العدمية والتي تنص على انه " لا توجد فروق في تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمات الاستشارية تبعا لعدد مرات التعامل مع المكاتب الاستشارية "

8:3:4 الفترة الزمنية التي استغرقها العمل الاستشاري

Ho لا يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى للفترة الزمنية التي استغرقها العمل الاستشاري .

Ha يوجد تباين في مدى رضا الشركات الصناعية عن جودة الخدمات الاستشارية تعزى للفترة الزمنية التي استغرقها العمل الاستشاري

الجدول رقم (4 - 34)

نتائج تحليل التباين (ANOVA) للفروق في تقييم الجودة

حسب الفترة الزمنية التي استغرقها العمل الاستشاري

النتيجة	قيمة F الجدولية	مستوى المعنوية S ig	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	مصدر التباين
لا توجد فروقات	2.18	0.591	0.818	0.275	8	2.198	بين المجموعات
				0.336	44	14.783	داخل المجموعات
					52	16.981	التباين الكلي

يتبين لنا من البيانات الواردة بالجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة هي (0.818) وقيمتها الجدولية (2.18) وبالمقارنة بينهما نجد أن قيمة F المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار التي تنص على أنه إذا كانت قيمة F المحسوبة أقل من قيمة F الجدولية فإن هذا يعني قبول الفرضية العدمية والتي تنص على أنه " لا توجد فروق في تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمات الاستشارية تبعا للفترة الزمنية التي استغرقها العمل الاستشاري ".

الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات

1:5 النتائج

2:5 المضامين والاعتبارات التسويقية

3:5 التوصيات

3:5 اتجاهات لبحوث مستقبلية

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

سيتم في هذا الفصل عرض لمجمل نتائج الدراسة التي توصل إليها الباحث كإجابة عن الأسئلة التي تم طرحها والتي تمثل مشكلة الدراسة بعد أن تمت عملية جمع المعلومات اللازمة بوساطة أداة الدراسة حيث تم التوصل إلى الاستنتاجات التالية :

1:5 النتائج

فيما يلي عرض موجز للنتائج التي تم التوصل إليها :

إن الشركات الصناعية راضية عن جودة الخدمات الاستشارية، كما بينت نتائج الدراسة أن إدراك الشركات الصناعية لجودة الخدمة الاستشارية المقدمة فعليا (الأداء الفعلي) كان منخفضا مقارنة مع الجودة التي تتوقعها هذه الشركات فيما يقدم لهم من خدمات استشارية (الخدمة المتوقعة) بمعنى أن الجودة المتوقعة من قبل الشركات الصناعية في الخدمات الاستشارية كانت عالية .

إن تقييم الشركات الصناعية لجودة الخدمة الاستشارية كان إيجابيا، وإن هناك اهتماما ملحوظا من جانب المكاتب الاستشارية في تقديم الخدمة الاستشارية، كما أظهرت نتائج الدراسة أن بعد التعاطف قد كان أقل الأبعاد في تقييم الجودة وهذا البعد يشمل مدى تفهم واهتمام موظفي هذه المكاتب بمشاكل الشركات الصناعية وحاجاتها ومطالبها والتزامهم بحلها، كذلك عدم ملاءمة أوقات عمل الاستشاريين لظروف الشركات الصناعية، إضافة لتقديم الخدمة الاستشارية في الأوقات الطارئة .

إن جودة الخدمة الاستشارية هي أحد العناصر الرئيسية في التأثير على رضا الشركات الصناعية حيث أظهرت نتائج الدراسة أن الأبعاد الخمسة المكونة لجودة الخدمة الاستشارية تختلف درجة تأثير كل منها في الرضا وهو الأمر الذي يقتضي من إدارات المكاتب الاستشارية أخذه في الاعتبار عند تطوير جودة الاستشارية لأن اختلاف الأهمية النسبية لكل بعد من هذه الأبعاد يتطلب تحديد درجة الأولوية المناسبة له .

إن جودة الخدمات الاستشارية التي تتوقعها الشركات الصناعية أعلى من الجودة الفعلية التي تقدمها مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن حيث أظهرت نتائج الدراسة أن هناك تبايناً بين مستوى الجودة الفعلية (المدركة) والجودة المتوقعة وخاصة في بعد الاعتمادية حول توقعات الشركات الصناعية لدرجة الوفاء بالوعود المعطاة لهذه الشركات ومدى مراعاة المكاتب الاستشارية لظروف الشركات الصناعية الخاصة، فضلاً عن مدى معرفة وإلمام هذه المكاتب بأصول وإجراءات العمل الاستشاري واحتفاظها بسجلات وقيود منظمة لأعمالها.

يعد البعد التوكيدي للخدمة الاستشارية من أكثر الأبعاد الخمسة في نيل رضا الشركات الصناعية حيث بينت نتائج الدراسة أن هناك ثقة عالية بهيئة خبراء المكاتب الاستشارية كما أن وجود موظفين يتحلون بالأدب والأخلاق تدعمهم إدارتهم في القيام بواجباتهم وأعمالهم عززت درجة الرضا ومنحت هذه الشركات المزيد من الثقة وأمان في التعامل مع المكاتب الاستشارية .

إن المكاتب الاستشارية المحلية تحظى بثقة أكبر من مثيلاتها الأجنبية لدى الشركات الصناعية الأردنية، حيث بينت النتائج التي تم التوصل إليها اعتماد هذه الشركات على بيوت الخبرة الاستشارية الأردنية، سيما وأن هذه المكاتب تضم هيئة خبراء واستشاريين على درجة عالية من المهنية والاحتراف في تقديم الخدمة الاستشارية .

2:5 المضايمين والاعتبارات التسويقية

خلصت الدراسة إلى عدد من المضايمين والاعتبارات التسويقية التي يمكن لإدارات المكاتب الاستشارية الاستفادة منها أهمها :

يستند المفهوم الحديث للتسويق على تحديد حاجات ورغبات العملاء وتصميم مزيج الخدمة الاستشارية بما يناسب تلك الاحتياجات والرغبات ويقوم على إشباعها بشكل كامل، لذلك فإن على مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن العمل على تحديد رغبات عملائها من المؤسسات الأردنية بشكل عام والشركات الصناعية بشكل خاص، مع التأكيد على أهمية إجراء مراجعة دورية مستمرة وإجراء دراسات ميدانية بهدف التعرف على مشاكل العملاء.

نظراً لأهمية التسويق بالعلاقات فإن الحفاظ على العلاقة الحسنة بين المكاتب الاستشارية والعملاء تتطلب من المكاتب الاستشارية تبني استراتيجيات تهدف إلى اكتساب المزيد من العملاء الجدد والحفاظ على العملاء الحاليين، إضافة إلى تطوير وبناء علاقات طويلة الأمد معهم باعتبار أن هؤلاء العملاء سيقومون بالترويج لهذه المكاتب مع مرور الزمن.

يقوم العمل الاستشاري على تقديم المشورة والنصح لحل مشاكل الشركات، لذلك يتوجب على المكاتب الاستشارية التفاعل مع الشركات لاستهداف أسواق جديدة لتقديم الخدمة الاستشارية باستخدام أساليب الترويج المختلفة مثل النشر الدعائي والمقالات الفنية والندوات واللقاءات الاجتماعية واستغلال المؤتمرات المهنية المتخصصة في مجال العمل الاستشاري فضلاً عن برامج علاقات عامة وزيارات لعملاء محتملين لتوضيح وإبراز الجوانب الهامة للعمل الاستشاري.

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك ثقة عالية بهيئة خبراء وموظفي المكاتب الاستشارية لذلك يتوجب على هذه المكاتب العمل على استهداف أسواق خارجية دولية من خلال عقد شراكات مع مكاتب استشارية مماثلة تعمل في السوق المستهدف.

أظهرت نتائج الدراسة أن جودة الخدمات الاستشارية التي تتوقعها الشركات الصناعية أعلى من الجودة الفعلية التي تقدمها مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن وأن هناك تبايناً بين مستوى الجودة الفعلية (المدركة) والجودة المتوقعة وخاصة في بعد الاعتمادية لذلك يتوجب على المكاتب الاستشارية أن تأخذ بالاعتبار الوفاء بالوعود التي تقطعها للعملاء مع مراعاة ظروف عملائها.

أكدت النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن تقييم جودة الخدمة الاستشارية الفعلية يستند إلى خمسة أبعاد هي (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، الاستجابة الفورية، البعد التوكيدي، والتعاطف) باعتبارها مقياساً لتقييم الأداء الفعلي الذي ينطوي عليه رضا العملاء، لذلك يتوجب على المكاتب الاستشارية إجراء دراسات ميدانية من أجل التوصل لجوانب الضعف والقصور في أي من هذه الأبعاد أثناء تقديم خدماتها.

3:5 التوصيات

أخيراً قدم الباحث التوصيات التالية :

إن على إدارات المكاتب الاستشارية العاملة في الأردن أن تدرك أهمية النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، فيما يتعلق بالتقييم الإيجابي الذي أفرزته نتائجها لمستوى جودة الخدمة الاستشارية والذي انعكس إيجابياً على رضا الشركات الصناعية، بحيث يكون ذلك دافعا لها للاستمرار بتقديم خدمات أفضل. زيادة الاهتمام ببعد الاعتمادية الذي يشمل درجة وفاء المكاتب الاستشارية لوعودها ومراعاتها لظروف عملائها واهتمامها بأصول وإجراءات العمل الاستشاري حيث إن هذا البعد يمثل أكثر الأبعاد أهمية لتوقعات الشركات الصناعية مقارنة مع الجودة الفعلية .

تعد جودة الخدمة الاستشارية بمستويات الخدمة الداعمة والتكميلية للخدمة الجوهر مجالاً واسعاً للتنافس بين المكاتب الاستشارية في السوق المحلية والخارجية، لذلك فإنه يتوجب على إدارات المكاتب الاستشارية أن تدرك أن هناك من يقدم مستوى خدمة أفضل لجذب العملاء.

ضرورة قيام إدارات المكاتب الاستشارية بعقد برامج تدريب فعالة لتنمية وتطوير مهارات موظفيها في التعامل مع العملاء باعتبار أن هؤلاء جزء لا يتجزأ من عملية تقديم الخدمة الاستشارية .

إن على إدارات المكاتب الاستشارية العاملة في الأردن أن تعمل باستمرار على تحسين وتطوير مستوى خدماتها المقدمة فعلياً في وقت يشهد زيادة المنافسة في هذا القطاع، سيما وأن العمل الاستشاري يعتمد بصورة كبيرة على النجاحات السابقة في استقطاب المزيد من العملاء في ظل تنامي إدراكات هؤلاء العملاء لجودة الخدمة الاستشارية، مما يجعلهم قادرين على اختيار الأنسب لتحقيق رغباتهم وحاجاتهم في طلب الخدمة الاستشارية .

زيادة الاهتمام في ترويج الخدمات الاستشارية من خلال وسائل توضح طبيعة الخدمة الاستشارية ومدى حاجة المؤسسات إليها، مثل النشرات التي توضح وتبرز قصص نجاحات مختارة لشركات تعاملت مع المستشارين أو إيجاد برامج علاقات عامة لتطوير العلاقات مع العملاء .

زيادة الاهتمام بالجوانب التي تتعلق ببعد التعاطف الذي أظهر انخفاضاً ملموساً قياساً مع باقي أبعاد جودة الخدمة، كما تم تقييمه من قبل الشركات الصناعية وهذا البعد يشمل الاهتمام بمصلحة العملاء والتعرف على حاجاتهم ومدى ملاءمة أوقات عمل المستشارين لظروف العملاء .

يتوجب على إدارات المكاتب الاستشارية أن تدرك أن لدى عملائها مستوى عالٍ من التوقع لجودة الخدمة الاستشارية يساعدها على تقدير الأداء الفعلي للخدمة الاستشارية، وبالتالي فإن على هذه الإدارات العمل لتحقيق تقارب بين هذا التوقع وبين ما تقدمه فعلاً من خدمة استشارية وذلك للبقاء ضمن نطاق ودائرة هذا التوقع .

يتوجب على إدارات المكاتب الاستشارية تبني برامج تستند على أسس علمية لتطوير جودة خدماتها بهدف تعزيز قناعات وإدراكات هذه الشركات حول الخدمة الاستشارية وبشكل يحقق رضاها عن هذه الخدمات

10- على إدارات المكاتب الاستشارية أن تدرك أهمية ولاء العملاء وذلك بإقامة علاقات طيبة وطويلة الأمد معهم كون ذلك يعتبر وسيلة هامة لجذب عملاء جدد للتعامل معها من خلال الكلمة المنطوقة .

11- يوصي الباحث الدارسين والباحثين الآخرين باختيار بعداً واحداً من أبعاد جودة الخدمة الاستشارية وإجراء دراسات عليه كون أبعاد جودة الخدمة الاستشارية تعتبر مجالاً خصباً لمثل هذه الدراسات المتعمقة

4:5 اتجاهات بحثية مستقبلية .

هدفت الدراسة الحالية إلى تحديد مفهوم جودة الخدمة الاستشارية بشكل عام والخدمات الاستشارية بشكل خاص كما هدفت إلى قياس جودة الخدمات الاستشارية المقدمة وذلك من منظور العملاء لهذه الجودة إضافة إلى أن هذه الدراسة ستساعد على توفير قاعدة معلومات حول العمل الاستشاري . وبناء على ذلك يمكن طرح اتجاهات لأبحاث مستقبلية يمكن أن تساهم في إثراء هذا الموضوع من جوانب مختلفة مثل :

إجراء دراسات وأبحاث تركز على مفهوم جودة الخدمة وقياسه من منظور إدارة المكاتب الاستشارية على اعتبار أنها تقوم بتصميم وتقديم الخدمة الاستشارية ومعرفة آراها بالعملاء القائمين والمحتملين . إجراء دراسات وأبحاث متعمقة حول الفجوة في قياس الأداء الفعلي للخدمة الاستشارية والتوقع لهذه الخدمة من منظور العملاء .

إجراء دراسات وأبحاث تركز على مواكبة التغييرات التي قد تحدث في تفضيلات العملاء حول ادراكاتهم لجودة الخدمة الاستشارية .

إجراء دراسات وأبحاث متعمقة ومتخصصة لكل بعد من أبعاد جودة الخدمة الاستشارية . إجراء دراسات وأبحاث حول بعد التعاطف والذي يهتم بمصالح العملاء وملاءمة أوقات تقديم الخدمات الاستشارية وذلك للتأكد من مدى مطابقتها للنتيجة التي توصلت إليها الدراسة الحالية . إجراء أبحاث ودراسات حول تقييم القطاع الخاص الأردني لجودة الخدمة التي تقدمها مكاتب التدقيق العاملة في الأردن ومدى رضا هذا القطاع عن هذه الخدمات .

المراجع

أولا : القرآن الكريم

ثانيا : السنة النبوية الشريفة

ثالثا : المراجع باللغة العربية

- أبو شيخة، نادر احمد، (2000) ادارة الاستشارات ، عمان : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- أبو موسى ، رسمية احمد أمين ، (2000)، اثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية : دراسة مقارنة بين بنك الإسكان والبنك الإسلامي، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت: المفرق، الأردن .
- بوحوش، عمار، (1981)، الاتجاه الحديث للاستشارات، منشورات المنظمة العربية للعلوم الإدارية .
- الجمال، غانم جميل زهدي، (1992) ، إدراك المستهلك لجودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية: عمان ، الأردن .
- الحداد، عوض (1999)، تسويق الخدمات المصرفية، القاهرة : البيان للطباعة والنشر.
- الخطيب، فوزي وغرايبة، هشام، (1998)، جودة الخدمات المصرفية: توقعات وإدراك عملاء البنوك في الأردن، مجلة دراسات العلوم الإدارية، مجلد رقم 25 ، عدد رقم 1 .
- دعبول، محمد وأيوب، محمد، (2003)، مبادئ تسويق الخدمات، دمشق : دار الرضا للنشر .
- دائرة الإحصاءات العامة، (2005)، الكتاب الإحصائي السنوي، عمان.
- زعرور، جريس، (2003)، اثر جوده واسعار الخدمات المقدمة من المصارف على رضا عملائها من القطاع الصناعي في الأردن، رسالة ماجستير ، جامعه عمان العربية للدراسات العليا :عمان، الأردن .
- شكوكاني، منير، (2003)، اثر الجودة المدركة على الربحية والنمو، رسالة ماجستير، جامعه عمان العربية للدراسات العليا: عمان، الأردن .

- الضمور، هاني، (2004)، تسويق الخدمات، عمان : دار وائل للنشر والتوزيع.
- 12- عصفور، محمد شاكر، (1984) ، أصول التنظيم والأساليب، جدة : دار الشروق للنشر والتوزيع .
- 13- العلاق، بشير والطائي، حميد (1999) تسويق الخدمات، عمان : دار العقل.
- 14- العنزي، نواف، (2002) ، قياس جودة الخدمات التي تقدمها شركة الاتصالات السعودية: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك: اربد، الأردن.
- 15- الغدير، حمد، والساعد، رشاد، (1996)، سلوك المستهلك مدخل متكامل، عمان : دار زهران .
- 16- غريفن، جيل، 2001 ، طرق كسب الزبائن وزيادة الإرباح، ترجمه الارمنازي ، ايمن ، الرياض: مكتبه العبيكان.
- 17- كار، رون وبلوهويك، دون، (2001) ، خدمه العملاء المتميزة، ترجمه قسم الترجمة بدار الفاروق، القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع .
- 18- اللوزي، موسى (2002) التنظيم وإجراءات العمل، عمان، الجيبة: دار وائل للطباعة والنشر .
- 19- مخيمر، عبدالعزيز، وجوده، عبدالمحسن، وخشبه، ناجي، وعبدالقادر، محمد عبدالقادر، ومطوع، سعد، (2000)، نظم ومهارات تحسين استشارات الأداء المؤسسي، القاهرة : منشورات المنظمة العربية للعلوم الإدارية.

- 20- المساعد، زكي، (2006)، تسويق الخدمات وتطبيقاته، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 21- مصطفى، محمد، (2003)، التسويق الاستراتيجي للخدمات، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 22- معلا، ناجي، (1998)، قياس جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في الأردن، مجلة دراسات العلوم الإدارية، مجلد رقم 5 ، العدد رقم 2 ، صفحة 357 - 37.
- 23- معلا، ناجي، (2007) ، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، عمان : المؤسسة العالمية للتجليد .
- 24- معلا، ناجي ، (1996)، الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان : مدخل إقناعي، (لام) ، (لان) .
- 25- هيئة الأوراق المالية، (2005)، التقرير السنوي، عمان.

رابعاً : المراجع باللغة الإنجليزية

- 1-Antreas D. Athanassopoulos , 1997 ,Another look Into The Agenda Of Customer Satisfaction: Focusing On Service Providers Own And Perceived View Points, International Journal Of Bank Marketing, Vol.15,No.7.
- 2- Berry, L.L Parasouraman, A., and Zeithaml, V.A. (1991) The Service Quality Puzzle, Business Horizons .
- 3-Brady ,Michael, 2001,Some New Thoughts On Conceptualizing Perceived Service Quality :Hierarchical Approach, Journal Of Marketing,Vol.65,Issue 3, p.16 p.3.
- 4-Buttle,Francis, 1996 , SEVQUAL : Review, Critique, Research Agenda , European , Journal of Marketing Vol.30 Issue 1, p8, 25 p International Journal Of Bank Marketing , Vol. 17 , No 3 , pp. 116.European Journal Of Marketing , Vol.30 , Issue 1 , p.8 p.25.
- 5-Frederich F. Reichheld , 1996, The Loyalty Effect , Boston : Harvard Business School
- 6-Gilmore , A.(2003).Services ,Marketing And Management .New Delhi: Response Books.1.
- 7- Hunt, Alfred,(1977) The Management Consulting , New York : John Wiley and Sons.
- 8-Kotler,P.and Keller , K.L(2006).Marketing Management. New Jersey .Pearson : Prentice Hall.

9-Kotler,P.Bowen ,J.and Makens ,J.(1998).Marketing For Hospitality And Tourism. New Jersey.Upper Suddle River: Pearson: Prentice Hall.

10- Kubr,M, (1980) Management Consulting A Guide to the Profession, Geneva : ILO.

11-Love Lock ,C.And Wright ,I.(1998) .Principle Of Service Marketing And Management .New Jersey. Upper Suddle River: Pearson: Prentice Hall.

12- Love Lock,C,And Writz,J.(2004) Services Marketing. Pearson: Prentice Hall.

13-MC Dougall, Gordon, Terrence Levelsque, 2000, Customer Satisfaction With Services : Putting Perceived Value Into The Equation , Journal Of Services Marketing , Vol. 14 , Issue 4/5 p. 9-p 18.

14- Mown, John C, 1987 , Consumer Behavior , McMillan .

15-Naresh K.Malhotra , 2004 , Marketing Research , New Jersey . VPPersaddle River : Pearson Prentice Hall .

16-Rajendran , T.J kamalanabhan , 2001, Customer Perceptions Of Service Quality : Critique , Total Quality Management , Vol.12, Issue 1 , And p.111-p.114.

17-Schiffman .L.G.AND Kanuk.I.I.(2004).Consumer Behavior.India,Nutech Photolithographers:Pearson Education,INC.

ملحق رقم (1) استبانة الدراسة
 جامعة عمان العربية للدراسات العليا
 كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا
 قسم إدارة الأعمال / التسويق
 بسم الله الرحمن الرحيم

عطوفة السيد المدير العام المحترم.

تحية احترام وتقدير :

استبانة حول موضوع :

رضا الشركات الصناعية الأردنية عن جودة خدمات مكاتب الاستشارات العاملة في الأردن.

تهدف هذه الدراسة إلى قياس رضا الشركات الصناعية الأردنية عن جودة خدمات مكاتب

الاستشارات العاملة في الأردن ، ولأهمية رأيكم في تكوين قاعدة بيانات مفيدة لغرض هذه

الدراسة ، نرجو قراءة الأسئلة الواردة في هذه الاستبانة بتمعن والإجابة عنها بموضوعية

تامة ، علما بان البيانات التي ستدلون بها ستعامل بسرية تامة ولغرض هذه الدراسة

فقط ، وسيقوم الباحث بتزويدكم بنتائج هذه الدراسة للاستفادة حال الانتهاء من إعدادها.

وشكرا لتعاونكم

الباحث

محمد منصور أبو جليل

الجزء الأول : معلومات عن الشركة.

الرجاء الإجابة عن الأسئلة التالية :

1- سنة تأسيس الشركة ()

2- طبيعة نشاط الشركة ()

3- عدد العاملين في الشركة ()

4- رأسمال الشركة ()

5- موجودات الشركة ()

6- أرجو بيان ما يلي :

اسم المكتب الذي تعاملتم معه:

جنسية المكتب الذي تعاملتم معه: أردني غير أردني

عدد المكاتب الاستشارية التي تعاملتم معها:

الفترة الزمنية التي استغرقها الاستشاريون في إنجاز العمل الاستشاري لديكم.

الجزء الثاني : العبارات الواردة في هذه القائمة تمثل الأبعاد المختلفة لجودة الخدمة الاستشارية المقدمة من مكتب الاستشارات الذي تتعاملون أو تعاملتم معه ، يرجى قراءتها وبيان مدى موافقتكم عن كل منها على المقياس المحاذي :

التسلسل	العبرة (مقياس الجودة)	موا	موا	موا	موا	غير	غير
ل		فق	فق	يد	موا	موا	جدا
1	يتوافر في المكتب الاستشاري أجهزة ومعدات تقنية حديثة.						
2	يوجد في المكتب الاستشاري مرافق وتسهيلات مادية ملائمة وجذابة.						
3	يتناسب المظهر العام للمكتب الاستشاري من حيث التصميم الداخلي والديكورات والتجهيزات المكتبية مع نوع الخدمة المقدمة.						
4	إن المرافق والتسهيلات الموجودة في المكتب الاستشاري تتلاءم مع طبيعة خدماته.						
5	يفي المكتب الاستشاري بالوعود التي يعطيها في الوقت المحدد.						
6	يراعي المكتب الاستشاري الظروف والأوضاع الخاصة بشركتنا .						

					7	تتمتع هيئة خبراء المكتب الاستشاري بدرجة من المهنية والاحتراف.
					8	تتمتع هيئة خبراء المكتب الاستشاري بمعرفة وإلمام بإصول وإجراءات العمل الاستشاري .
					9	يحتفظ المكتب الاستشاري بسجلات وقيود دقيقة ومنظمة لأعماله.
					10	تبادر إدارة المكتب الاستشاري بإخبارنا عن الوقت الذي ستؤدى فيه خدمات جديدة.
					11	يقدم موظفو المكتب الاستشاري الخدمات الاستشارية فور طلبها.
					12	يرد موظفو المكتب الاستشاري على أي استفسارات من جانبنا بالسرعة الممكنة.
					13	يقدم موظفو المكتب الاستشاري العون والمساعدة المطلوبة .
					14	إنني أثق بهيئة خبراء المكتب الاستشاري .
					15	نشعر بالأمان التام في تعاملنا مع المكتب الاستشاري .
					16	يتحلى موظفو المكتب الاستشاري بالأدب والأخلاق الحميدة.
					17	يحصل موظفو المكتب الاستشاري على الدعم الكافي من إداراتهم للقيام بأعمالهم الوجه الأكمل.

					18	يتفهم موظفو المكتب الاستشاري مشكلاتنا ويبدون اهتماما كافيا لحلها.
					19	يقدم المكتب الاستشاري خدماته في الأوقات الطارئة.
					20	يعمل موظفو المكتب الاستشاري على التعرف على حاجاتنا ومطالبنا بشكل مستمر.
					21	تبدي إدارة المكتب الاستشاري إهتماما خاصا بشركتنا ومشاكلها.
					22	تتناسب أوقات عمل المكتب الاستشاري مع ظروفنا.

الجزء الثالث : الرجاء تحديد مدى رضاكم العام عن خدمات المكاتب الاستشارية التي تعاملتم معها على المقياس التالي:

غير راض جدا	غير راض	محايد	راضٍ	راضٍ جدا

الجزء الرابع : الرجاء تحديد مستوى جودة الخدمات الاستشارية كما تتوقعونها .

العبارة (مقياس الجودة)					التسلسل
غير	غير				
موا	موا	محا	موا	موا	
فق	فق	يد	فق	فق	
جدا				جدا	

					1	أتوقع أن يتوافر في المكتب الاستشاري أجهزة ومعدات تقنية حديثة.
					2	أتوقع أن يوجد في المكتب الاستشاري مرافق وتسهيلات مادية ملائمة وجذابة.
					3	أتوقع أن يتناسب المظهر العام للمكتب الاستشاري من حيث التصميم الداخلي والديكورات والتجهيزات المكتبية مع نوع الخدمة المقدمة.
					4	أتوقع أن المرافق والتسهيلات الموجودة في المكتب الاستشاري تتلاءم مع طبيعة خدماته.
					5	أتوقع أن يفني المكتب الاستشاري بالوعود التي يعطيها وفي الوقت المحدد.
					6	أتوقع أن يراعي المكتب الاستشاري الظروف والأوضاع الخاصة بشركتنا .
					7	أتوقع أن تتمتع هيئة خبراء المكتب الاستشاري بدرجة من المهنية والاحتراف.
					8	أتوقع أن تتمتع هيئة خبراء المكتب الاستشاري بمعرفة والملم بأصول وإجراءات العمل الاستشاري.
					9	أتوقع أن يحتفظ المكتب الاستشاري بسجلات وقيود دقيقة ومنظمة لعماله.

					10	أتوقع أن تبادر إدارة المكتب الاستشاري بإخبارنا عن الوقت الذي ستؤدي فيه خدمات جديدة.
					11	أتوقع أن يقدم موظفو المكتب الاستشاري الخدمات الاستشارية فور طلبها.
					12	أتوقع أن يرد موظفو المكتب الاستشاري على أي استفسارات من جانبنا بالسرعة الممكنة.
					13	أتوقع أن يقدم موظفو المكتب الاستشاري العون والمساعدة المطلوبة .
					14	أتوقع أنني أثق بهيئة خبراء المكتب الاستشاري .
					15	أتوقع أن نشعر بالأمان التام في تعاملنا مع المكتب الاستشاري .
					16	أتوقع أن يتحلّى موظفو المكتب الاستشاري بالأدب والأخلاق الحميدة.
					17	أتوقع أن يحصل موظفو المكتب الاستشاري على الدعم الكافي من إداراتهم للقيام بأعمالهم الوجه الأكمل.
					18	أتوقع أن يتفهم موظفو المكتب الاستشاري مشكلاتنا ويبدون اهتماما كافيا لحلها.
					19	أتوقع أن يقدم المكتب الاستشاري خدماته في الأوقات الطارئة.
					20	أتوقع أن يعمل موظفو المكتب الاستشاري على التعرف على حاجتنا ومطالبنا بشكل مستمر.

					تبدلي إدارة المكتب الاستشاري اهتماما خاصا بشركتنا ومشاكلها.	21
					تتناسب أوقات عمل المكتب الاستشاري مع ظروفنا.	22