تقييم جودة الخدمة المدركة من وجهة نظر الزبون الجزائري– حالة مؤسسة موبيليس–

Assessment of perceived service quality from the point of view of the Algerian customer - case of Mobilis Foundation-

السعيد قطافي[1] ؛ أسماء جدي[2]؛ حكيمة مختار رحماني[3*]

[1] جامعة الجزائر3، guettafi.said@univ-alger3.dz

[2] جامعة الجزائر3، مخبر رأس المال البشري والأداء، djeddi.asma@univ-alger3.dz

[3] جامعة الجزائر3، مخبر رأس المال البشري والأداء، mokhtarrahmani.hakima@univ-alger3.dz

تاريخ الاستلام : 2022/11/08 ؛ تاريخ المراجعة : 2022/12/30 ؛ تاريخ القبول : 2023/01/20

الملخص

تعالج هذه الدراسة فروقات رضا الزبون الجزائري حول جودة الخدمة المقدمة من طرف مؤسسة موبيليس، وبالتالي حاولنا تقديم إطار نظري يحدد ويعرف مختلف المفاهيم المتعلقة بهذين المصطلحين، كما تم تصميم وتوزيع استمارة لـ 448 زبون ، وتحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي Spss23، عن طريق تطبيق طريقة تحليل المركبات الأساسية، وقد أظهرت النتائج وجود فروق بسيطة في رضا الزبائن، وأنه لا يوجد بعد مثالي حقق الجودة المطلوبة، كما بينت الدراسة أن أغلب أسباب استياء الزبائن يعود بشكل أساسي لضعف سرعة وجودة تغطية الشبكة والتي تؤثر بشكل أساسي على نوعية الخدمات والعروض المقدمة.

الكلمات المفتاحية . رضا الزبون، جودة خدمة، موبيليس.

تصنيف JEL:M31

Abstract

This study treats the differences in Algerian customer satisfaction about the quality of service provided by Mobilis Foundation, and therefore we tried to present a theorical framework that delineates and defines the various concepts related to these two terms, where a questionnaire was designed and distributed to 448 customers, and the data was analyzed using the statistical package of social sciences analysis program SPSS23, by applying the method of the "ACP".

The results showed that there are small differences in customer satisfaction, and there is no ideal dimension that achieved the required quality. The study also showed that most of the reasons for customer dissatisfaction are mainly due to the low quality of the mobile network coverage, which mainly affects the quality of services and offers provided.

Keywords : Customer satisfaction, quality service, Mobilis.

JEL classification : M31

* مختار رحماني حكيمة mokhtarrahmani.hakima@univ-alger3.dz

مقدمة

إن التغيرات التي تعرفها البيئة الاقتصادية من تطورات تكنولوجية ونشاط كبير للمنافسين في السوق خلق حالة عدم تأكد في البيئة في ظل هذه الخلفية نجد أن هناك حاجة متزايدة للمؤسسات للتركيز على فهم وتحليل متطلبات الزبائن، من أجل النجاح والنمو في السوق(Huang, 2017) **حيث أن هدف المؤسسة النهائي ليس التوريد أو البيع ولا حتى تقديم الخدمات؛ إنما هو السعي لتلبية الاحتياجات التي تدفع الزبائن للقيام بعملية الشراء** (Chang-Tzuoh Wu & others, 2015). **لذا ارتئينا دراسة جودة الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة موبيليس من وجهة نظر زبائنها وقدرتها على تحقيق رغباتهم، ومنه تم طرح الاشكالية التالية :**

ما مدى ملائمة جودة الخدمة المتاحة من طرف مؤسسة موبيليس لاحتياجات زبائنها؟

وللإجابة على هذه الاشكالية تم وضع الفرضيات التالية؛

- **تحقق خدمة التدفق وسرعة التحميل والارسال احتياجات زبون مؤسسة موبيليس؛**
- **تعد الأسعار المرتفعة وضعف الشبكة من بين أهم أسباب عزوف الزبون الجزائري عن مؤسسة موبيليس؛**
- **تساهم خدمة العروض والتعامل مع الزبائن في تلبية انشغالات زبائن موبيليس.**

لاختبار هاته الفرضيات قمنا بتقسيم الدراسة لمحورين أساسين، المحور الأول نظري للتعريف بمتغيرات الدراسة، والمحور الثاني خصص لدراسة الحالة.

1- أهمية جودة الخدمة المدركة في تحقيق رضا الزبون

سنقوم في هذا المحور بتبيان مفهوم مصطلحي جودة الخدمة المدركة ورضا الزبائن؛ مع تبيان أهمية تحقيق جودة الخدمة المدركة لرضا الزبون.

1.1 مفهوم رضا الزبون وجودة الخدمة

1.1.1 رضا الزبون

يرى كوتلر Kotler أن "رضا الزبون يعبر عن المدى يعتبر فيه أداء (خدمة/المنتج) مطابق تماما لتوقعات الزبون" فهو يعتمد على (خدمة/المنتج) فإذا انخفض الأداء عن التوقعات فيها يكون الزبون غير راض ماذا كان الأداء حسب المتوقع أو فيمكن أقول أن المؤسسة حققت رضا زبائنها. (الشغيبي و المخلافي، 2016)

وأكد كرمان Caraman من جهنه على مفهومين لرضا الزبون أحدهما يركز على التمييز بين جودة الخدمة والآخر على الرضا القائم على تبادلات متراكمة، إذ يتحقق الأول من عمليات التبادل التي ستحدد في مستوى توقعات الزبون السابقة مع النتائج النهائي، أما المفهوم الثاني يقوم على إجمالي خبرة الاستخدام لدى الزبون عبر مدة زمنية معينة (خيثر و مرايمي، 2017).

2.1.1 جودة الخدمة:

عبّر عنها كوتلر Kotler بأنها" أحد الاستراتيجيات التنافسية الكبرى في مجال الخدمات من أجل تقديم ضمان مستوى أفضل الزبائن". وحسب المنظمة الدولية للواصفات القياسية ايزو 9000 طبعة 2000، فإن جودة (المنتج/ الخدمة) تعبر عن قدرة مجموعة من الخصائص الجوهرية على إرضاء وتلبية المتطلبات المعلنة أو الضمنية لمجموعة من الزبائن.

كما يرى بيري وآل (1985) Berry et al بأن جودة الخدمة هي دالة التغيرات والاختلافات بين التوقعات والأداء الفعلي لأبعاد الخدمة (الشغيبي و المخلافي، 2016).

2.1 تعريف الجودة المدركة للخدمة وأهميتها في تحقيق رضا الزبون:

1.2.1 مفهوم الجودة المدركة للخدمة

هي جودة الخدمات المعتمدة سواء كانت المتوقعة أو المدركة، وهي المحدد الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه؛ حيث يساهم انطابعه عنها بشكل كبير في تحسينها. (حميدة، 2017)

عرف قرونوس **GrÖnroos** جودة المدركة للخدمة بأنّها: "نتيجة عمليّة للتقييم؛ يقارن فيها الزبون توقعاته بالخدمة المقّدمة له، كما عرفها كل من زيثمال وبرزورمان **Parasuraman Berry, Zeithaml**, بأنّها: " الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها ."ويرى كل من ورايث ولوفلوك **Wright & Lovelock** بأنها: " تقييم إدراكي طويل المدى يقوم به الزبون لعمليّة الخدمة المقدمة من طرف منظمة ما (فتحي، 2016).

2.2.1 أهمية الجودة المدركة في تحقيق رضا الزبائن

تحقق الجودة المدركة رضا الزبون عندما تتلاءم مع توقعاته حول المنتج/الخدمة، وعادة ما يضع الزبون ثلاث مستويات لتوقعاته وهي:

- المستوى الأساسي: هو الحد من التوقعات التي ترضي الزبون، وعدم توفره يعين عدم تقبل الزبون للمنتج ورفضه التعامل مع المؤسسة .
- المستوى المرغوب: هو مستوى الجودة/ الثمن الذي يقبله الزبون ويحقق رضاه.
- المستوى غير المسبق: هو المستوى الذي يتجاوز التوقعات، والوصول إليه يعين خلق قيمة مضافة للزبون، وميزة تنافسية للمؤسسة، وهو ما يرفع درجة رضا الزبون. (بن سالم و مزيان ، 2020)

2– الدراسة التطبيقية حول جودة الخدمة المدركة من طرف زبائن مؤسسة موبيليس.

سنركز في هذا المحور على معرفة مدى تحقيق مؤسسة موبيليس لجودة الخدمة لأجل كسب رضا زبائنها. وسيتم توضيح أدوات الدراسة المستخدمة، وتحليل الصدق وثبات عبارات الاستبيان، ثم تقديم وصف احصائي لآراء المستجوبين وفي الختام القيام باختبار الفرضيات واستخلاص النتائج

1.2 الأدوات المستخدمة في الدراسة:

تم استخدام أداة الاستبيان في الدراسة وهي مقسمة الى ثلاث محاور، وتم تحديد الاستجابة على عبارات الاستبيان باعتماد مقياس ليكرت (**Likert Scale**) الثلاثي، بحيث يقابل كل عبارة قائمة تحمل الاختيارات التالية:(موافق، محايد، غير موافق).

- العينة: العدد الكلي الموزع من الاستبيانات **447** لزبائن موبيليس (عينة عشوائية)
- الأساليب الاحصائية: تم تحليل البيانات ببرنامج (**SPSS: V23**) وتم الاعتماد على بعض الأساليب الاحصائية:
  - التكرارات والنسب المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري
  - معامل الثبات ألفا كرو نباخ+ معامل الارتباط: لحساب ثبات وصدق عبارات الاستبيان.
  - طريقة تحليل المركبات الأساسية **ACP**.

2.2 صدق وثبات عبارات الاستبيان:

- صدق الاتساق الداخلي: وفقا لمعامل ارتباط بيرسون نهدف من استخدام طريقة صدق الاتساق الداخلي ووفقا لمعامل ارتباط بيرسون إلى معرفة مدى قدرة كل مجموعة من عبارات المحور على قياس متغير بوضوح. والنتائج مبينة في الجداول الموالية

الجدول 1: صدق الاتساق الداخلي ووفقا لمعامل ارتباط بيرسون

	المحور الأول				المحور الثاني			
	Correlation de Pearson	Sig. (bilatérale)	النتيجة		Correlation de Pearson	Sig. (bilatérale)	النتيجة
خدمة التدفق	0.893**	0.000	دال	تغطية الشبكة	0.807**	0.000	دال
خدمة التحميل	0.912**	0.000	دال	السعر المناسب	0.812**	0.000	دال
خدمة الارسال	0.896**	0.000	دال				
	المحور الثالث						
	Correlation de Pearson	Sig. (bilatérale)	النتيجة				
خدمة الزبائن	0.848**	0.000	دال				
خدمة العروض	0.866**	0.000	دال				

المصدر: تحليل الباحثين للبيانات باستخدام **SPSS23**

التعليق على الجدول أعلاه: من النتائج الارتباطات الثنائية المبينة أعلاه نلاحظ أن: عبارات محاور الاستبيان تمتاز بالاتساق الداخلي مع محورها حيث أن العلاقة الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور وعباراته دالة إحصائيا، إذ أن قيمة **SIG** (مستوى المعنوية) لقيم الإحصائية لمعامل ارتباط

بيرسون المحسوبة في كل عبارة من عبارات المحور هي أقل من مستوى دلالة 0.05، ومنه عبارات محاور الاستبيان صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه.

- ثبات: وفقا لمعامل ألفا كرومباخ: وفي دراستنا تم التحقق من ثبات عبارات محاور الاستبيان الدراسة، من خلال استخدام طريقة معامل ألفا كرومباخ.

الجدول 2: يبين قيمة معامل Cronbach's Alpha للاستبيان

أبعاد ومحاور الاستبيان	معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	النتيجة
جميع عبارات الاستبيان	0.825	07	ثابت

المصدر: تحليل الباحثين للبيانات باستخدام SPSS23

نجد أن القيمة إجمالية لجميع عبارات الاستبيان للمعامل ثبات بلغت0.825 وهي أكبر من الحد الأدنى 0.6 مما يدل على ثبات أداة الدراسة وتجدر الإشارة أنه معامل ألفا كرونباخ كلما اقتربت قيمته من 01 دل على أن قيمة الثبات مرتفعة.

3.2 تحليل الوصف الإحصائي لمتغيرات الدراسة

الجدول 3: الوصف الإحصائي لمتغيرات الدراسة

	خدمة العروض	خدمة الزبائن	السعر الملائم	تغطية الشبكة	سرعة الارسال	سرعة التحميل	سرعة التدفق
حجم العينة N	447	447	447	447	447	447	447
المتوسط الحسابي	1,91	1,80	2,13	1,80	1,75	1,85	1,89
الانحراف المعياري	,842	,792	,864	,853	,848	,876	,904

المصدر: تحليل الباحثين للبيانات باستخدام SPSS23

الجدول أعلاه يقدم وصف للمتغيرات المستعملة من خلال مؤشرات الإحصاء الوصفي والمتمثلة في المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وعلى سبيل المثال يمكن القول أن متوسط أفراد العينة يعتبرون أن أغلب الأبعاد متوفرة بشكل عادي بدرجة 3 على سلم ليكارت.

نلاحظ من خلال الإحصاءات الوصفية الظاهرة في الجدول أعلاه نجد أن الإتجاهات الكلية للمتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة المستجوبين البالغ عددهم (447 زبون جزائري) حول ما يتسنى به خدمة مؤسسة موبيليس لسرعة التدفق وتحميل التطبيقات وإرسالها على الهاتف تراوحت ما بين :1.75 إلى 1.89 وبانحراف معياري تراوح بين: 0.848 إلى 0.904 وهذا بسرعة متوسطة. بالنسبة لتغطية الشبكة والسعر ملائم فقد بلغ المتوسط الحسابي 2.13 و1.80 والانحراف المعياري 0.864 و0.853 على التوالي. أما فيما يخص خدمة الزبائن والعروض المقدمة فالمتوسط الحسابي قدر ب1.80 و1.91 والانحراف المعياري 0.792 و0.842 على التوالي.

4.2 شروط تطبيق طريقة المركبات الأساسية:

سنقوم في هذا العنصر بتطبيق تحليل طريقة المركبات الأساسية بداية عن طريق اثبات صحة شروط تطبيقها.

1.4.2. المحدد :Déterminant

حيث بلغ 0.00063, وهو أقل من 0.005 وبالتالي هو مؤشر جيد لإجراء طريقة المركبات الأساسية.

2.4.2.مؤشر KMO et Bartlett

الجدول 4: مؤشر KMO و اختبار Bartlett

قياس كفاية العينة KMO	0.826
اختبار Bartlett لمستوى المعنوية	0.000

المصدر: تحليل الباحثين للبيانات باستخدام SPSS23

مؤشر KMO الذي عبر عن مدى كفاية العينة حيث يكفي أن يتجاوز 60 أو 70 بالمئة وهو المحقق في الدراسة أين وصل لنسبة 82.6% وبالنسبة للفرضية H^0 التي تنص على أن متغيرات الدراسة مستقلة، تم اختبارها بمؤشر Bartlett أين تم إيجاد p–value لأقل من 0،05

(0,000=sig) ذلك يعني رفض الفرضية H^o وبالتالي متغيرات الدراسة غير مستقلة؛ ويوجد تبيان مشترك بينها، ومنه فإن تطبيق التحليل الأساسي للمركبات مناسب جدا للدراسة.

5.2. تحليل الاستبيان بطريقة المركبات الأساسية

1.5.2.جودة تمثيل المتغيرات

الجدول 5 : مؤشر KMO واختبار Bartlett

	الأولية	المستخرجة
سرعة التدفق	1	,772
سرعة التحميل	1	,811
سرعة الارسال	1	,802
تغطية الشبكة	1	,481
السعر الملائم	1	,588
خدمة الزبائن	1	,610
خدمة العروض	1	,615

المصدر: تحليل الباحثين للبيانات باستخدام SPSS23

نلاحظ أن تمثيل كل المتغيرات كلها أكبر من 0،4 وبالتالي كل المتغيرات تدخل في الدراسة، كما نلاحظ أن كل المتغيرات ذات تمثيل عالي أي أنها تتوسط في محيط الدراسة عكس المتغيرات ماعدا متغير تغطية الشبكة التي سيؤول تموضعها إلى مبدأ الدلالة على المساهمة المتوازنة بين مختلف الأبعاد في الدراسة.

2 التباين الكلي المفسر لمتغيرات جودة الخدمة المدركة لمؤسسة موبيليس

الجدول 6: التباين الكلي المفسر لمتغيرات جودة الخدمة المدركة لمؤسسة موبيليس

القيم الذاتية الأولية			التباين الكلي المفسر للمتغيرات		
المتغيرات	المجموع	التباين%	التباين التراكمي%	المجموع	التباين%	التباين التراكمي%
1	3,473	49,611	49,611	2,705	38,639	38,639
2	1,205	17,214	66,826	1,973	28,187	66,826
3	0,669	9,551	76,377			
4	0,632	9,022	85,399			
5	0,469	6,694	92,093			
6	0,308	4,404	96,497			
7	0,245	3,503	100			

المصدر: تحليل الباحثين للبيانات باستخدام SPSS23

بعد استبعاد العوامل ذات القيمة الذاتية الأقل من واحد صحيح يتبين من خلال الجدول أدناه أن العوامل المستخرجة وعددها اثنين تفسير بنسبة 66.826 % من الظاهرة محل الدراسة، وهي نسبة جيدة لأخذ هذه المحاور كعوامل مفسرة لها أو بعبارة أخرى يمكن القول أنه قد تم اختزال جدول البيانات الخام إلى محورين يشرحان معا ما قيمته 67 % من جملة المعلومات.

3.5.2. مصفوفة المركبات بعد التدوير

الجدول 7 مصفوفة المركبات بعد التدوير

	1	2
سرعة التحميل	,885	
سرعة الإرسال	,885	
سرعة التدفق	,854	
تغطية الشبكة	,534	,442
خدمة العروض		,771
السعر الملائم		,762
خدمة الزبائن	,311	,716

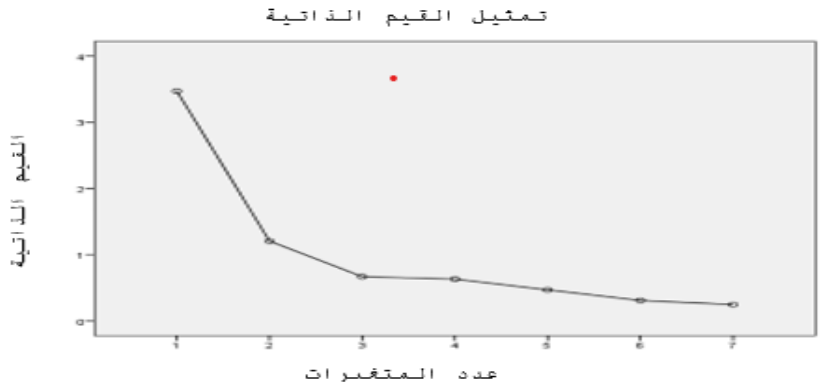
المصدر: تحليل الباحثين للبيانات باستخدام SPSS23

نلاحظ في هذا الجدول أن المتغيرات التي تندرج ضمن المحورين الأساسيين حيث أن المحور الأول ضم أربع عوامل وهي سرعة التحميل، والإرسال وكذا سرعة التدفق، أما المحور الثاني فضم نوعية الخدمات المقدمة من التسعيرة الملائمة وخدمات العروض والزبائن هذه الأخيرة التي ربطت رضاها عن الجودة بنسبة 30% لبعد السرعة و70% عن الخدمات المقدمة.

كما نلاحظ أن عنصر تغطية الشبكة اشترك في تحقيق الرضا عن جودة الخدمات المقدمة بنسبة 44.2%، و53.4 %كنسبة هامة لتحقيق جودة بعد السرعة، فتظهر بذلك كمتغير يتوسط البعدين معا.

4.5.2 التمثيل البياني للقيم الذاتية

منحنى 1 تمثيل القيم الذاتية

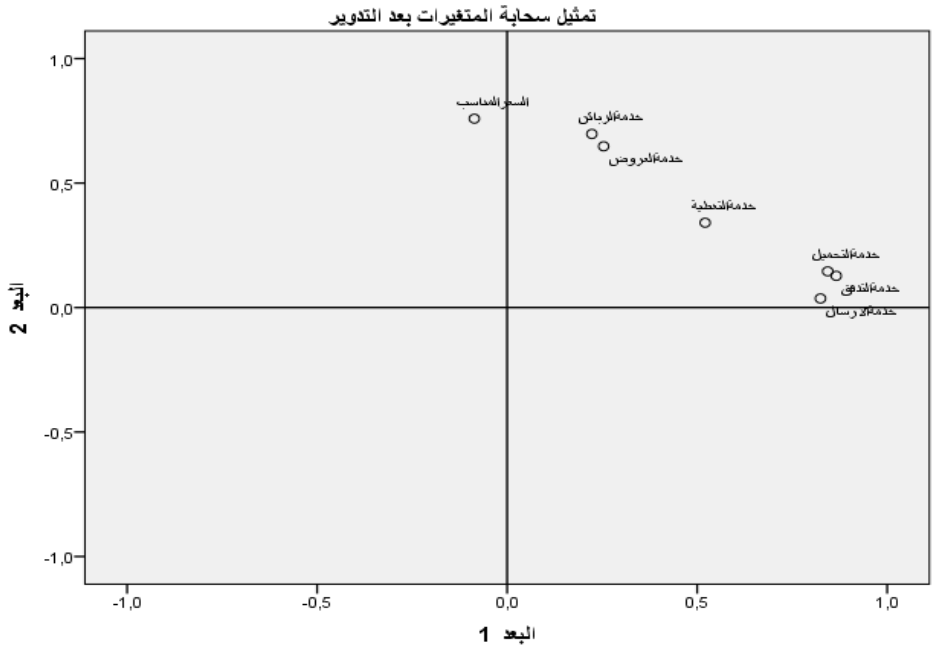


المصدر: تحليل الباحثين للبيانات باستخدام SPSS23

من خلال الشكل أعلاه تلاحظ أن القيم الذاتية ذات الانحدار الشديد تكون في المجال [1–2] للعوامل، وبذلك نجد أن عدد القيم الذاتية المقابلة للعوامل المستخرجة هي 2، بعدها تميل بقية القيم إلى الانحدار الأفقي، وهي بذلك مستبعدة من النموذج.

5.5.2 منحنى المكونات بعد التدوير

منحنى 2 المكونات بعد التدوير



المصدر: تحليل الباحثين للبيانات باستخدام SPSS23

ويفيد منحنى المكونات بعد التدوير في تسمية المحاور وتحديد المتغيرات التابعة لها مع مراعاة أن المتغيرات الواقعة في محيط الدائرة ذات نصف القطر تساوي الواحد تعتبر ذات تمثيل جيد بعكس المتغيرات القريبة من مركز الدائرة،

حيث يعبر المحور الأول عن سرعة التدفق والتحميل والارسال؛ ومن هنا يمكن تسمية المحور بمحور السرعة.

والمحور الثاني ضم فيه مدى توفر المعلومات ووسائل الاتصال، وبذلك يمكن تسميته محور الخدمات يتوسطهم متغير تغطية الشبكة الذي يفسر توفره بتوفر البعدين السابقين والعكس صحيح.

بعد اكتشاف أبعاد الدراسة سنقوم في ما يلي باختبار الفرضيات.

6.2. اختبار الفرضيات الدراسة ونتائج الدراسة:

- اختبار الفرضية رقم **01** تحقق خدمة التدفق وسرعة التحميل والارسال احتياجات زبون مؤسسة موبيليس؛ من أجل اختبار هذه الفرضية يعاد صياغتها إحصائيا عند مستوى الدلالة **0.05** كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0) : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05\geq\alpha$) بين متوسط إجابات العينة حول ما تحققه خدمة التدفق وسرعة التحميل والارسال في تلبية احتياجات زبون مؤسسة موبيليس. والمتوسط الفرضي2.

الفرضية البديلة(H_1) : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05\geq\alpha$) بين متوسط إجابات فئة المستجوبين حول ما تحققه خدمة التدفق وسرعة التحميل والارسال في تلبية احتياجات زبون مؤسسة موبيليس. والمتوسط الفرضي2.

الجدول 8 يبين نتائج تحليل اختبار الفرضية 01

الدلالة الإحصائية لإجابات العينة على عبارات المتغير 01 السرعة	حجم العينة	Moyenne المتوسط الحسابي	Ecart type الانحراف المعياري	Mean Difference فرق بين المتوسطين $(\bar{X}-2)$	T	درجة الحرية	Sig	القرار
	447	1,8292	,78851	0,1708-	49,047	446	,000	دال

المصدر: تحليل الباحثين للبيانات باستخدام SPSS23

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن المتوسط الحسابي لـ لإجابات أفراد العينة حول مدى تحقيق خدمة التدفق وسرعة التحميل والارسال لاحتياجات زبون مؤسسة موبيليس بلغ ($\bar{X}$= 1,82923) وهو أقل من المتوسط الحسابي الفرضي (X=02) والفرق بينهما سالب الاشارة، حيث

بلغ –0.1708 =(02 – $\overline{X}$) والفرق دال احصائيا حيث بلغت قيمة T=49,047 وقيمة sig= 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نرفض الفرضية الاحصائية الصفرية ونقبل الفرضية الإحصائية البديلة. ومنه نجد أن اتجاهات وأراء الزبائن المستجوبين هي سلبية أي لا يوافقون على مضمون الفرضية البحث وبالتالي هذه النتائج تدفعنا الى لرفض الفرضية البحث رقم 01 أي تحقيق خدمة التدفق وسرعة التحميل والارسال لا تحقق احتياجات زبون مؤسسة موبيليس.

- اختبار الفرضية رقم 02 تعد الأسعار المرتفعة وضعف الشبكة من بين أهم أسباب عزوف الزبون الجزائري عن مؤسسة موبيليس ؛ من أجل اختبار هذه الفرضية يعاد صياغتها إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0) : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05\geq\alpha$) بين متوسط إجابات العينة حول ما تسببه الأسعار المرتفعة وضعف الشبكة من عزوف الزبون الجزائري عن مؤسسة موبيليس. والمتوسط الفرضي2.

الفرضية البديلة(H_1) : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05\geq\alpha$) بين متوسط إجابات فئة المستجوبين حول ما تسببه الأسعار المرتفعة وضعف الشبكة من عزوف الزبون الجزائري عن مؤسسة موبيليس. والمتوسط الفرضي2.

الجدول 9 يبين نتائج تحليل اختبار الفرضية 02

الدلالة الإحصائية لإجابات العينة على عبارات المتعلق المحور 02 السعر والتغطية	حجم العينة	Moyenne المتوسط الحسابي	Ecart type الانحراف المعياري	Mean Difference الفرق بين ($\overline{X}$ -2) و	T المحسوبة	درجة الحرية	Sig	القرار
	447	1,9642	,69500	1,96421	59,753	446	,000	دال

المصدر: تحليل الباحثين للبيانات باستخدام SPSS23

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن المتوسط الحسابي لـ لإجابات أفراد العينة حول ما تسببه الأسعار المرتفعة وضعف الشبكة من عزوف الزبون الجزائري عن مؤسسة موبيليس بلغ ($\overline{X}$= 1,9642) وهو أقل من المتوسط الحسابي الفرضي (X=02) والفرق بينهما سالب الاشارة، حيث بلغ –0.0358 =(02 – $\overline{X}$) والفرق دال احصائيا حيث بلغت قيمة T=59,753 وقيمة sig= 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نرفض الفرضية الاحصائية الصفرية ونقبل الفرضية الإحصائية البديلة. ومنه نجد أن اتجاهات وأراء الزبائن المستجوبين هي سلبية أي لا يوافقون على مضمون الفرضية البحث، وبالتالي هذه النتائج تدفعنا الى لرفض الفرضية البحث رقم 02 أي أن الأسعار الخاصة بمؤسسة موبيليس ملائمة ومؤشر تغطية الشبكة لا علاقة لهم بعزوف الزبون الجزائري عن مؤسسة موبيليس.

وهنا وجب الإشارة لمتغير تغطية الشبكة الذي تم اعتباره متغير توازني للدراسة حيث بتوفر بشكل جيد يحقق رضا الزبائن بنسبة 53.4% والعكس صحيح (مخرجات تحليل APC).

- اختبار الفرضية رقم 03 تساهم خدمة العروض والتعامل مع الزبائن في تلبية انشغالات زبائن موبيليس؛ من أجل اختبار هذه الفرضية يعاد صياغتها إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0) : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05\geq\alpha$) بين متوسط إجابات العينة حول ما تساهم به خدمة العروض والتعامل مع الزبائن في تلبية انشغالات زبائن موبيليس. والمتوسط الفرضي2.

الفرضية البديلة(H_1) : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05\geq\alpha$) بين متوسط إجابات فئة المستجوبين حول ما تساهم به خدمة العروض والتعامل مع الزبائن في تلبية انشغالات زبائن موبيليس. والمتوسط الفرضي2.

الجدول 10 يبين نتائج تحليل اختبار الفرضية 03

المتغيرات	الدلالة الإحصائية لإجابات العينة على عبارات المتعلق المحور 03 الخدمات	حجم العينة	Moyenne المتوسط الحسابي	Ecart type الانحراف المعياري	Mean Difference فرق بين الـ $\overline{X}$ (X=2)	T المحسوبة	درجة الحرية	sig	القرار
1									
2		447	1,8523	,70034	1,85235	55,920	446	,000	دال
3									
4									
5	,469	6,694	92,093						
6	,308	4,404	96,497						
7	,245	3,503	100,000						

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن المتوسط الحسابي لـ لإجابات أفراد العينة حول مدى تحقيق الوسائل المثيرة المتوفرة في خدمة الجيل الرابع للمؤسسات محل الدراسة رضا الزبون الجزائري بلغ ($\overline{X}$= 1,8523) وهو أقل من المتوسط الحسابي الفرضي (X=02) والفرق بينهما سالب الاشارة، حيث بلغ –0.8523 =($\overline{X}$ – 02) والفرق دال احصائيا حيث بلغت قيمة T= 55,920 وقيمة sig= 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه نرفض الفرضية الاحصائية الصفرية ونقبل الفرضية الإحصائية البديلة. ومنه نجد أن اتجاهات وأراء الزبائن المستجوبين هي سلبية أي لا يوافقون على مضمون الفرضية البحث وبالتالي هذه النتائج تدفعنا الى لرفض الفرضية البحث رقم 03 خدمة العروض والتعامل مع الزبائن لا تساهم في تلبية انشغالات زبائن موبيليس.

3. الخاتمــة:

قمنا من خلال هذه الدراسة بتعريف جودة الخدمة المدركة خاصة وتبيان أهميتها في تحقيق رضا الزبائن ، كما تطرقنا الى ما تمتلكه مؤسسة موبيليس من مميزات ، التي ظلت رغم ذلك بعيدة عن الأهداف المسطرة لها، ولاستكشاف أهم مؤشرات جودة الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة وتبيان أسباب عزوف المواطن الجزائري عن خدمات مؤسسة موبيليس؛ حيث تم اعداد وتوزيع استبيان يضمن مختلف المؤشرات المتعلقة بالدراسة وتحليلها احصائيا وذلك بتطبيق طريقة تحليل المركبات الأساسية، الأمر الذي مكننا من إثبات اختبار فرضياته المقترحة في الدراسة والخروج بجملة من النتائج نذكرها في ما يلي:

عند تطبيق طريقة تحليل المركبات الأساسية تم استخراج واختزال جدول البيانات الخام إلى محورين يشرحان ما قيمته 66,82%من جملة المعلومات التي تفسر تأثير متغيرات الدراسة على جودة الخدمة المدركة من طرف زبائن مؤسسة موبيليس، والتي مثلتها القيم الذاتية التي كانت أكبر من الواحد الصحيح، حيث تتوزع هذه النسب على تلك العوامل كما يلي :

- العامل الأول Y1 يفسر ما قيمته 49,61% من إجمالي التباين، وتقابله القيمة الذاتية 3,473 وقد تشبع بأربع متغيرات هي سرعة التدفق والتحميل والإرسال تغطية الشبكة بنسبة 53.4%،حيث نجد أن العامل المشترك بين هذه العوامل هو السرعة،
- العامل الثاني Y2 يفسر ما قيمته 17.21% من إجمالي التباين، وتقابله القيمة الذاتية 1,205 وهو مفسر بثلاث متغيرات وهي نوعية الخدمة المقدمة من خلال العروض المفعلة وخدمة الزبائن حيث نجد أن العامل المشترك بين هذه العوامل نوعية الخدمة.

المراجع

Bibliographie

Chang-Tzuoh Wu, & others. (2015). ,Developing a Kano-Based evaluation model for innovation design. *Mathematical problems in engineering*, pp. 1-9. doi:https://doi.org/10.1155/2015/153694

Huang, J. (2017). Application of Kano Model in requirements analysis of y company ‘s consulting project. *American Journal of industrial and business management*(7), pp. 910-918. Récupéré sur https://www.researchgate.net/publication/318369271_Application_of_Kano_Model_in_Requirements_Analysis_of_Y_Company's_Consulting_Project

بوداود حميدة. (جوان, 2017). تأثير محددات الجودة المدركة للخدمات على ولاء الزبائن. *معارف مجلة علمية*(22)، الصفحات 216-236. تم الاسترداد من https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/270/12/22/53679

بوعمرة فتحي. (26 نوفمبر, 2016). الجودة المدركة لخدمة ورضا الزبون. *مجلة الإبداع، 6*(6)، الصفحات 116-128. تم الاسترداد من https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/269/6/6/21018

خالد بن حسن الشغيبي، و محمد سرحان خالد المخلافي. (29 مارس, 2016). تقويم جودة الخدمات التعليمية في كلية التربية بجامعة الدمام باستخدام مقياس SERVQUAL. *مجلة المنهل*، الصفحات 1-16. تم الاسترداد من https://platform.almanhal.com/Reader/2/114697

محمد خيثر، و أسماء مرايمي. (2017). العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة. *مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، 3*(4)، الصفحات 31-47. تم الاسترداد من https://www.univ-chlef.dz/ALRIYADA/wp-content/uploads/04.2017/02.pdf

نادية بن سالم ، و حمزة مزيان . (30 ماي, 2020). أهمية تحقيق رضا الزبون لبناء ولائه- دراسة ميدانية لعينة من زبائن موبيليس. *مجلة البشائر الاقتصادية، 6*(1)، الصفحات 626-642. تم الاسترداد من https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/196/6/1/115465