

تقييم جودة الخدمات للشبابيك الآلية لبريد الجزائر بمدينة تامنغست باستخدام نموذج SERVPERF
Evaluation the service quality of the automatic windows the Algerian Post in Tamanrasset,
using the SERVPERF model

معطاء الله محمد^{1*}،

¹ استاذ محاضر أ ، جامعة تامنغست (الجزائر)، maatallah_mohammed@yahoo.fr

مخبر رهانات الاستثمار والتنمية المستدامة بالمناطق الحدودية

تاريخ النشر: 2024/02/11

تاريخ القبول: 2024/01/17

تاريخ الاستلام: 2023/09/30

الملخص:	Abstract :
هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات للشبابيك الآلية لبريد الجزائر بمدينة تامنغست باستخدام نموذج SERVPERF، ولتحقيق ذلك اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي كما تم الاستعانة بأداة الاستبيان الذي مس عينة مكونة من 137 فردا من هذه المدينة. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها عدم رضا المشتركين عن جودة الخدمات المقدمة من طرف الشبابيك الآلية بجميع أبعادها، ووجود علاقة طردية بين معرفة وتحكم الزبون في العمليات المالية وتقييمه لمستوى جودة الخدمات. كلمات مفتاحية: جودة الخدمة، بريد الجزائر، شبك آلي، نموذج SERVPERF ، تامنغست.. تصنيفات JEL : L15, G21, L94, C52, R00	This article aims to evaluate the service quality of the automatic windows the Algerian Post in Tamanrasset using the SERVPERF model. To achieve this, the study relied on the descriptive and analytical approach, and the questionnaire tool was used, which touched a sample of 137 individuals from this city. The study concluded with a set of results, the most important of which are subscribers' dissatisfaction with the quality of services provided by automated windows in all its dimensions, and the existence of a direct relationship between the customer's knowledge and control of financial operations and his evaluation of the level of quality of services. Keywords: Service quality, Algeria Post, automatic windows, SERVPERF model, Tamanrasset. JEL Classification Codes : L15, G21, L94, C52, R00.

* المؤلف المرسل.

مقدمة

يرتبط مفهوم الشمول المالي ارتباطا وثيقا بمدى انتشار وتوسع الخدمات المالية لعامة أفراد المجتمع، وكذا سهولة الوصول إلى هذه الخدمات والقدرة على استعمال التقنيات التكنولوجية الحديثة والتحكم فيها، ولهذا تقوم المؤسسات المالية على توسيع شبكة مشتركيها عبر تبسيط خدماته المالية والحرص على التحسين من جودتها.

وفي الجزائر تعتبر مؤسسة بريد الجزائر مؤسسة مالية عمومية خدمية تضم أكبر عدد من المشتركين وتنتشر على نطاق جغرافي واسع، وهي تعمل على توفير شبائيك آلية تضمن للمشاركين باستعمال بطاقات إلكترونية الاستفادة المباشرة من خدمات مالية على غرار سحب النقود وكشف الحسابات وتحويل الاموال...ألخ وهذا من أجل نشر وتسهيل العمليات المالية لكافة المشتركين.

الإشكالية:

من هذا المنطلق فقد جاءت هذه الدراسة بهدف تقييم جودة الخدمات المالية المقدمة من طرف هذه الشبائيك الآلية لبريد الجزائر في مدينة تامنغست التي تعد من بين المناطق الجنوبية الحدودية المطلة على دولة النيجر، ولعل اختيار الدراسة لهذه المدينة لم يكن من باب الصدفة وإنما لاعتبارات متعددة أهمها الموقع الجغرافي لهذه المنطقة وتقييم مدى مساهمة السلطات الوطنية والمحلية في النهوض بمستويات التنمية وتحسين الخدمات العمومية بها حفاظا على استقرار المواطنين وتوفير بيئة ملائمة للعيش والاستقرار، وقد جاءت الإشكالية الرئيسية للبحث كما يلي:

ما هو تقييم زبائن بريد الجزائر لجودة الخدمات المقدمة من طرف الشبائيك الآلية لبريد الجزائر في مدينة تامنغست؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات تتمثل فيما يلي:

- ما مدى معرفة وتحكم زبائن بريد الجزائر بمدينة تامنغست في العمليات المالية المقدمة من طرف الشبائيك الآلية؟

- ما هو مستوى تقييم زبائن بريد الجزائر لمعايير الجودة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) لخدمات الشبائيك الآلية بمدينة تامنغست؟

- هل توجد علاقة بين معرفة وتحكم الزبون في العمليات المالية للشبائيك الآلية ومستوى جودة الخدمة لهذه الشبائيك؟

- هل توجد فروق بين إجابات المستجوبين حول محوري الدراسة تبعا للمواصفات الشخصية؟
فرضيات الدراسة:

بناء على ما تم رصده من ملاحظات قبلية للدراسة فقد تم وضع الفرضيات التالية :

- لزبائن بريد الجزائر بمدينة تامنغست معرفة وتحكم تام بكل العمليات المالية المقدمة من طرف الشبائيك الآلية.

- يبدي زبائن بريد الجزائر بمدينة تامنغست رضاهم عن خدمات الشبابيك الآلية لبريد الجزائر.
- توجد علاقة بين معرفة وتحكم الزبون في العمليات المالية للشبابيك الآلية ومستوى جودة الخدمة لهذه الشبابيك.

- توجد فروق بين إجابات المستجوبين حول محوري الدراسة تبعا للمواصفات الشخصية.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة أساسا إلى تحقيق ما يلي:

- 1- تقييم جودة الخدمات المالية لبريد الجزائر في المناطق الحدودية الجنوبية وفي ولاية تامنغست خاصة ؛
- 2- تحديد مستوى معرفة وتحكم زبائن بريد الجزائر في العمليات المالية للشبابيك الآلية؛
- 3- تقديم توصيات ومقترحات لتحسين جودة خدمة الشبابيك الآلية لبريد الجزائر.

أهمية الدراسة

يكتسي هذا البحث أهمية بالغة لكونه يعالج جانبا من موضوع التطورات الحاصلة في المجال المالي على الصعيدين الوطني والعالمي وهو التطور في الخدمات المصرفية الالكترونية، علاوة على ذلك، فإن مؤسسة الدراسة تعد أكبر مؤسسة مالية في الجزائر من حيث عدد المشتركين في الجزائر، لذا كان من الضروري القيام بأبحاث علمية تساهم في تطويرها والرقى بها إلى مصاف المؤسسات المالية العالمية في مستوى تقديم الخدمات .

منهجية الدراسة:

من أجل معالجة إشكالية البحث واختبار صحة الفرضيات تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يشتمل على جمع المعلومات والبيانات ودراستها وتحليلها نظرا لأنه يتلائم مع طبيعة الموضوع، كما تم دعم الدراسة بتحليل استبيان مكون من مجموعة من الأسئلة الموجهة لزبائن بريد الجزائر بمدينة تامنغست بالاستعانة على برنامج الحزم الإحصائي للعلوم الاجتماعية (spss) وبرنامج Excel.

الدراسات السابقة:

دراسة الباحثين : عطالله ياسين، بوهالي محمد سنة 2021، بعنوان " تقييم جودة خدمة بريد الجزائر باستخدام نموذج SERVPERF دراسة عينة من زبائن بريد الجزائر بولاية الأغواط " وكان الهدف منها تقييم جودة خدمة بريد الجزائر بولاية الأغواط باستخدام نموذج SERVPERF

وبالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي واستخدام أداة الاستبيان توصل الباحثان إلى أن جودة خدمة بريد الجزائر فيما يتعلق ببعد الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، والتعاطف كانت دون مستوى تطلعات الزبائن، أما بعد الأمان فكان في مستوى تطلعات الزبائن، بينما جودة خدمة بريد الجزائر حسب نموذج SERVPERF بولاية الأغواط كانت دون مستوى تطلعات الزبائن

دراسة الباحثين: سعدون رفيق و بومدين يوسف سنة 2019، بعنوان "تحسين أداء الشبابيك الآلية لبريد الجزائر عن طريق رضا الزبون بتطبيق نموذج كانو-دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر لولاية المسيلة " وكان الهدف من هذه الدراسة هو قياس رضا الزبائن على خدمات الشبابيك الآلية لبريد الجزائر بولاية المسيلة وتحليل العوامل التي تجذبهم أو المواصفات التي يريدون رؤيتها في هذه الخدمات من خلال نموذج رضا الزبائن

لكانو، واعتمادا على المنهج الوصفي واستخدام أداة الاستبيان الذي شمل 130 زبونا توصلت الدراسة إلى تصنيف حزمة الخدمات الموجودة بالشبائيك الآلية إلى ثلاثة عوامل هي: عوامل الأداء ممثلة في العمل بدون توقف وخدمة تقديم كشوفات واضحة، أما عوامل الجاذبية فحازت على ثلاثة خدمات هي: تواجد الشباك الآلي في الأماكن الأهلة بالسكان وإمكانية وصول رسالة نصية وتقديم خدمات أخرى، أما العوامل المحايدة فتضمنت خدمتي تقديم الشباك الآلي لمبالغ غير محدودة والقيام بالمقاصة الآلية.

دراسة الباحثة حاجي كريمة سنة 2020 بعنوان " واقع تسويق خدمات البريد وتأثيره على الصورة المدركة لمؤسسة بريد الجزائر لدى زبائنها - دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر ببلدية اقلي- ولاية بشار" وكان الهدف من دراسة الباحثة هو تحديد مدى تأثير تسويق خدمات بريد الجزائر على صورتها السوقية المدركة من طرف الزبائن بهذه الولاية طارحة الإشكالية الرئيسية التالية: إلى أي مدى يؤثر تسويق خدمات البريد على تشكيل الصورة المدركة لمؤسسة بريد الجزائر لدى زبائنها ببلدية اقلي ولاية بشار.

وقد أفضت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود أثر معنوي إيجابي لتسويق خدمات بريد الجزائر على الصورة المدركة للمؤسسة لدى زبائنها.

أما عن الفجوة العلمية بين هذه الدراسة والدراسات السابقة فهو الإطار الزمني والمكاني ضف إلى ذلك طريقة التحليل وإدخال متغير تحكم ومعرفة الزبون للعمليات المالية على مستوى الشبائيك الآلية لبريد الجزائر باعتباره عنصرا يمكن ان يؤثر على جودة الخدمات.

المحور الأول: الإطار النظري للدراسة:

لقد أشارت العديد من البحوث والدراسات إلى موضوع جودة الخدمات وطرق قياسها، وفيما يلي نوجز أهم المصطلحات والأدبيات النظرية الخاصة بهذا الموضوع:

الفرع الأول: الخدمة

عرف كوتلر الخدمة بأنها " أي عمل أو أداء غير ملموس يقدمه طرف إلى طرف آخر من دون أن ينتج عن ذلك ملكية شيء ما، فتقديم الخدمة قد يكون أو لا يكون مرتبط بمنتج مادي (عطالله و بوهالي، 2021، 356) .

ومهما تكن الخدمة فإنها تتميز بمجموعة من الخصائص أهمها (نور الله وليد، 2014، 358)

-عدم المادية : تتميز الخدمات بأنها أفكار ومفاهيم في حين أن المنتجات هي أشياء، وعليه فالخدمات هي بشكل رئيسي شيء غير ملموس يتميز بنقص في التكوين المادي لجوهر الخدمة وهو ما يسبب صعوبة للمنتج أو المستهلك في كثير من الأحيان، في حين يستطيع المستهلك تفحص السلعة المادية وحتى الاطلاع على بعض خصائصها عبر الحواس الخمسة، وإنما ينتفي هذا الأمر تماما في حالة الخدمات وذلك ما يؤدي بطبيعة الحال إلى أن يعتمد المستهلك على سمعة الشركة المقدمة للخدمة عند إقباله لاستهلاك الخدمات.

-عدم التجانس: يختلف أداء الخدمة في غالب الأحيان من مزود لآخر ومن مستهلك لآخر بخلاف التصنيع الذي يقوم على فحص وتمحيص دقيق للمنتج قبل تسليمه، حيث يصعب إنتاج نفس الخدمة بطريقة مماثلة تماما.

- التلازم المستمر: تتكون الخدمة من خلال سير عملية إجراء الخدمة أو من خلال تسليمها وغالباً ما تتكون بشكلها النهائي عندما يتم التواصل بين مزود الخدمة ومستهلك الخدمة.

- قابلية الفناء: الخدمة لا يمكن أن تخزن لأجل استهلاكها في وقت آخر وبشكل عام لا يمكن (تخزين، حفظ، إعادة بيعها، إعادتها إلى منتجها).

الفرع الثاني: جودة الخدمة

يختلف مفهوم جودة الخدمة عن جودة السلع الملموسة وذلك لاختلاف الأذواق والسلوكيات والثقافات، إذ نجد أن هناك تعاريف مختلفة لجودة الخدمة نبرز بعضها منها وهي:

- يعرف باديرو جودة الخدمة على أنها مستوى متعادل لصفات تتميز بها الخدمة مبنية على قدرة المؤسسة الخدمية واحتياجات العملاء.

- تعرف الجودة على أنها تلك الجودة التي تقوم على البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديمها، حيث يتكون البعد الإجرائي من نظم وإجراءات محددة لتقديمها أما البعد الشخصي فهو كيفية تفاعل وتعامل العاملين مع الزبائن (الشبلي والدراركة، 18، 2002).

ويظهر جليا من خلال هذين التعريفين أن للبعد الشخصي أثر مهم في جودة الخدمة لذا فإن الحكم عليها يبقى نسبيا في كل الأحوال والظروف.

الفرع الثالث: تقييم جودة الخدمة

إن ما يجعل تقييم جودة الخدمة أمرا صعبا هي الاختلافات بين المؤسسات الخدمية أي أنه لا يوجد هناك مجموعة واحدة من العوامل التي يمكن اعتبارها كمعايير محددة لتقييم جودة الخدمة، وينظر عادة إلى تقييم جودة الخدمة من وجهتي نظر إحداهما داخلية تعبر عن موقف الإدارة ومدى التزامها بالمواصفات التي صممت الخدمة على أساسها، أما وجهة النظر الخارجية فتركز على جودة الخدمة المدركة من طرف المستهلك. وسوف نذكر الأسباب التي تجعل تقييم جودة الخدمة من الأحسن أن يكون من وجهة نظر المستهلك وهي كما يلي (نايف، 22، 2005)

1- قد لا يكون لدى المؤسسة معرفة بالمعايير والمؤشرات التي يحددها المستهلكون لاختيار الخدمة ونوايا الشراء لديهم أو حتى الأهمية النسبية التي يولونها لكل معيار في تقييم جودة الخدمة المقدمة.

2- قد تخطئ إدارة المؤسسة في معرفة الأساليب التي يدرك من خلالها المستهلك الأداء الفعلي للخدمة.

3- قد لا تعرف المؤسسة الخدمية بحقيقة أن الحاجات المستهلكين وتوقعاتهم تتطور استجابة للتطور في الخدمة المقدمة من المؤسسة نفسها، أو من طرف مؤسسات منافسة وهو ما يجعلها تعتقد أن ما تقدمه يعتبر مناسباً للمستهلك.

4- لا تستطيع المؤسسة نظرا لنقص إمكانياتهم تحديد حاجات المستهلكين ومعرفة توقعاتهم أو تقييم مستوى الرضا لديهم، وبالتالي عدم القدرة على تحديد مستوى الجودة في خدماتها.

لكل الأسباب السابقة الذكر، تعتبر المعايير الوحيدة التي يعتمد عليها في تقييم جودة الخدمة هي تلك التي يحددها المستهلك بنفسه، حيث تم تحديد مجموعة من المعايير يلجأ إليها المستهلك للحكم على جودة الخدمة المقدمة إليه.

ويتم قياس جودة الخدمة بالاعتماد على نماذج وأدوات مختلفة ومن أشهر نماذج تقييم جودة الخدمة هما : نموذج الفجوات ونموذج SERVPERF (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1988) -نموذج الفجوات:

طور كل من (Parasuramn et Zeitha) نموذجا يدعى بتحليل الفجوة حيث يعتمد على تحليل وتحديد مصادر مشاكل الفجوة، ويمكن الحكم على درجة جودة الخدمة من خلال مقارنة المتوقع بالمدرک لتحديد الفجوات (Mesghouni، مخالف، و تباني، 2019، 19)، والجدول الموالي يبين هذه الفجوات الأربعة التي يتم الاعتماد عليها لتحديد جودة الخدمة

الجدول 01: تحديد مشكلات جودة الخدمة من خلال نموذج الفجوات

الفجوة الأولى: اختلاف بين ما يرغب العملاء وما تعتقده الإدارة أنها رغبتهم	ما يرغب العملاء الحصول على خدمات فورية من موظفي المؤسسة مثل فتح المزيد من الفروع	ما تعتقده الإدارة أنها رغبتهم العملاء: تقديم خدمات بغض النظر عن عامل الزمن، التركيز على الفروع القائمة في المدن.
الفجوة الثانية: الاختلاف بين ما تعتقده الإدارة أنها رغبتهم العملاء وبين ما تقوم به المنظمة بأدائه من الناحية الفعلية	اعتقاد الإدارة: ضرورة إيلاء كل عميل اهتماما فرديا خاصا، وجود موظفين يرغبون دائما في خدمة العملاء	ما يقوم به التنظيم فعليا: يضع المدير عراقيل أمام العملاء الراغبين في مقابلته، الموظفون يتدمرون من طلبات واستفسارات العملاء
الفجوة الثالثة: الاختلاف بين المواصفات المحددة للجودة ومستوى الأداء الفعلي لها	المواصفات المحددة: ضرورة إنجاز المعاملات بأسرع وقت ممكن وبدقة متناهية	مستوى الأداء الفعلي للمواصفات: موظفي الشباك غير متواجدين بالكامل عند بدء الدوام، والمتواجدون منهم بطيئون في إنجاز المعاملات ويرتكبون أخطاء كبيرة
الفجوة الرابعة: الاختلاف بين الخدمة المؤداة وما يتم الترويج له بخصوص الخدمة	المروج عن الخدمة: المؤسسة الأسرع في إنجاز المعاملات	الخدمة الفعلية: تستغرق عملية التحميل التسليم وقتا أطول بالقياس مع الوقت الذي تستغرقه معاملات التحويل الخارجي لدى المؤسسات الخدمية المنافسة
الفجوة الخامسة: هي نتائج واحد أو أكثر من الفجوات الأربعة السابقة وتمثل الفرق بين الخدمة المدركة والفعلية للخدمة	المعلن: الإدارة تضع المصلحة العليا للعملاء نصب أعينها، يحصل موظفو المؤسسة على الدعم الكافي من إدارتهم للقيام بوظائفهم على الوجه الأكمل، إدارة المؤسسة تولد لدى عملائها الشعور بإمكانية الاعتماد عليها، يتوفر لدى المؤسسة أجهزة تقنية حديثة	المتحقق فعلا: العملاء يشكون من عدم اهتمام إدارة المؤسسة بهم، الموظفون يتدمرون من الإدارة ويهددون بالتوقف عن العمل، لا يثق العملاء بإدارة المؤسسة بسبب حصول بعض التلاعبات المالية في حساباتهم، وجود الحد الأدنى من المرافق والتسهيلات

المصدر: سفيان مسالمة، الأساليب التسويقية لقياس جودة الخدمات التأمينية باستعمال النماذج السلوكية من وجهة نظر العميل، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 17، جامعة سطيف، الجزائر، 2017. ص ص 128-129.

-نموذج الإتجاه: (نموذج SERVPERF)

نموذج SERVPERF هو أداة تستخدم لقياس جودة الخدمة ورضا الزبائن في مختلف الصناعات، يركز على أداء الخدمة فيما يتعلق بتوقعات الزبائن، وقد تم استخدام هذا النموذج لتقييم جودة الخدمة ورضا الزبائن في بيئات متنوعة بما في ذلك مستشفيات القطاع العام وشركات التأمين على الحياة. خدمات الرعاية الصحية والجامعات (Fawad Khan, Qamar Afaq Qureshi, 2023) ويعتمد عادةً أبعادًا متعددة لجودة الخدمة مثل الملموسة والاعتمادية والاستجابة والتعاطف والأمان ، وقد تبين أنها فعالة في قياس رضا الزبائن وجودة الخدمة في سياقات مختلفة (Akdere, Top, Tekingündüz, 2020).

وقد ظهر هذا النموذج سنة 1992 نتيجة للدراسات التي قام بها كل من Cronin و Tayler وتعرف الجودة في إطار هذا النموذج مفهوم اتجاها يرتبط بإدراك المستهلك للأداء الفعلي للخدمة المقدمة، حيث يقوم على أساس رفض فكرة نموذج الفجوة في تقييم جودة الخدمة والتركيز على جانب الإدراكات الخاصة بالمستهلك فقط، ذلك أن جودة الخدمة يتم التعبير عنها كنوع من الاتجاهات، وهي دالة لإدراكات المستهلكين السابقة وخبراتهم وتجارب تعاملهم مع المؤسسة ومستوى الرضا على الأداء الحالي للخدمة. (سعد الباهي، 61، 2016) ويرتكز هذا النموذج المسمى بنموذج SERVPERF على خمسة أبعاد وهي (محمد و أسماء 2017:32-33)

- 1- الملموسية: وتشمل التسهيلات المادية والمعدات ومظهر الموظفين ومواد الاتصال.
 - 2- الاعتمادية وهذا البعد من أبعاد الخمسة الأكثر ثباتا ويكون الأكثر أهمية في تحديد إدراكات جودة الخدمة عن الزبائن وتعرف الاعتمادية بأنها القدرة على تقديم وعود الخدمة بشكل موثوق ودقيق.
 - 3- الاستجابة: ويتضمن هذا البعد أربعة متغيرات تقيس اهتمام المؤسسة بإعلام زبائنهم بوقت تأدية الخدمة وحرص موظفيها على تقديم الخدمات الفورية لهم والرغبة الدائمة لموظفيها في معاونتهم، وعدم انشغال الموظفين عن الاستجابة الفورية لطلباتهم.
 - 4- الأمان (الثقة): حيث تعد الثقة بشكل عام عنصرا أساسيا ومهما للعلاقات التبادلية الناجحة فهي تمثل الرغبة والاستعداد واعتماد الطرف الآخر في تبادل تجاري معين يضع فيه الزبون ثقته الكاملة.
 - 5- التعاطف: وتعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للزبون.
- وللإشارة فإن هذا النموذج هو الذي تعتمده الدراسة لقياس جودة الخدمة المقدمة من طرف الشبابيك الآلية لبريد الجزائر بمدينة تامنغست.

المحور الثاني: الدراسة الميدانية**الفرع الأول: تقديم بريد الجزائر**

يعتبر بريد الجزائر مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي واقتصادي موضوعة تحت وصاية وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، محدّدة بقرار وزاري رقم 002 المؤرخ في 21 يناير 2010، ومؤطرة من قبل لجنتين (02) تنفيذية وتجارية وكذا مكلفة بالتسويق، وحسب معطيات الموقع الالكتروني لبريد الجزائر فإن هذا الأخير يتمحور نشاطه حول المهن البريدية الكلاسيكية، وهذا على ثلاث أصعدة مركزي، جهوي، ومحلي، وتضمن هذه المؤسسة تقديم الخدمات المالية المتمثلة في إيداع وسحب الأموال وإصدار

الحوالات والتحويلات الإلكترونية والتحويل السريع للأموال، وموازة مع تكثيف شبكتها، رقمتها، وعصرنتها، قامت مؤسسة «بريد الجزائر» باقتناء منصّة نقدية جديدة مطابقة للمعايير ومؤمنة، تندرج ضمنها مجموعة من الخدمات الإلكترونية، منها خدمة الدّفع الإلكتروني بغية تعميم استخدام وسائل الدّفع الإلكتروني متعدّد القنوات، من خلال الاستعمال المتلازم لمختلف الآلات الأوتوماتيكية (الشّباك الآلي البنكي "GAB"، وأجهزة الدّفع الإلكتروني "TPE")، والدّفع عبر الانترنت وكذا الدّفع باستعمال تطبيقات الهاتف النّقال، حيث تتم إحصاء 5.7 مليون بطاقة دفع إلكتروني و1375 شباك آلي بنكي سنة 2019 على المستوى الوطني.

وفي مدينة تامنغست التي يبلغ تعداد سكانها 121228 حسب إحصائيات 2021 لمديرية السكن، فإنه يتواجد بها 14 موزع آلي من نوع الشباك الآلي البنكي (GAB) موزعة على المدينة (01 بالمطار- 01 بالمحطة البرية لنقل المسافرين- 01 بالجامعة- 02 تابعة للبريد المركزي- 05 تابعة لمركز البريد بسرسوف- 01 مركز البريد بوسط المدينة- 01 مركز البريد قطع الواد- 01 مركز البريد بحي أنكوف- 01 بحي صورو)،

الفرع الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

اعتمدت الدراسة الميدانية على الاستبيان كأداة رئيسية للتحليل وقد تم بناءه وفقا لنموذج SERVPERF لتقييم جودة الخدمة، كما تم الاستعانة بالملاحظة والمقابلة لدعم وتفسير النتائج المتوصل إليها من خلال الاستبيان. وتمثل مجتمع الدراسة في كافة المشتركين لبريد الجزائر بمدينة تامنغست، وهو مجتمع يصعب حصره نظرا لحركية السكان (دخول-خروج) بهذه المدينة، وبالتالي فقد تم أخذ عينة عشوائية من 137 فردا بهذه المدينة وزعت عليهم استمارة الاستبيان الكترونيا، تبين أن كلها صالحة للمعالجة الإحصائية، كما تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاثة محاور على النحو التالي:

– المحور الأول: يشمل المميزات الشخصية والوظيفية خصائص العينة متمثلة في (الجنس، العمر، الوضع المهني).

– المحور الثاني: يتكون من ثلاثة عبارات تهدف إلى إبراز معرفة وتحكم المستجوب في العمليات المالية المقدمة من طرف الشبابيك الآلية لبريد الجزائر.

– المحور الثالث: يتضمن الأبعاد الخمسة لتقييم جودة الخدمة في نموذج SERVPERF مقسمة كما يلي:

1- بعد الملموسية: يتكون من 3 عبارات.

2- بعد الاعتمادية: يتكون من 3 عبارات.

3- بعد الاستجابة: يتكون من 4 عبارات.

4- بعد الأمان: يتكون من 3 عبارات.

5- بعد التعاطف: يتكون من 3 عبارات.

– المحور الرابع: وهو سؤال مفتوح لوضع مقترحات لتحسين جودة خدمة الشبابيك الآلية لبريد الجزائر.

كما اخذت الدراسة مقياس ليكارت الخماسي كمعيار لتوزيع إجابات المستجوبين وهو موضح في الجدول التالي:

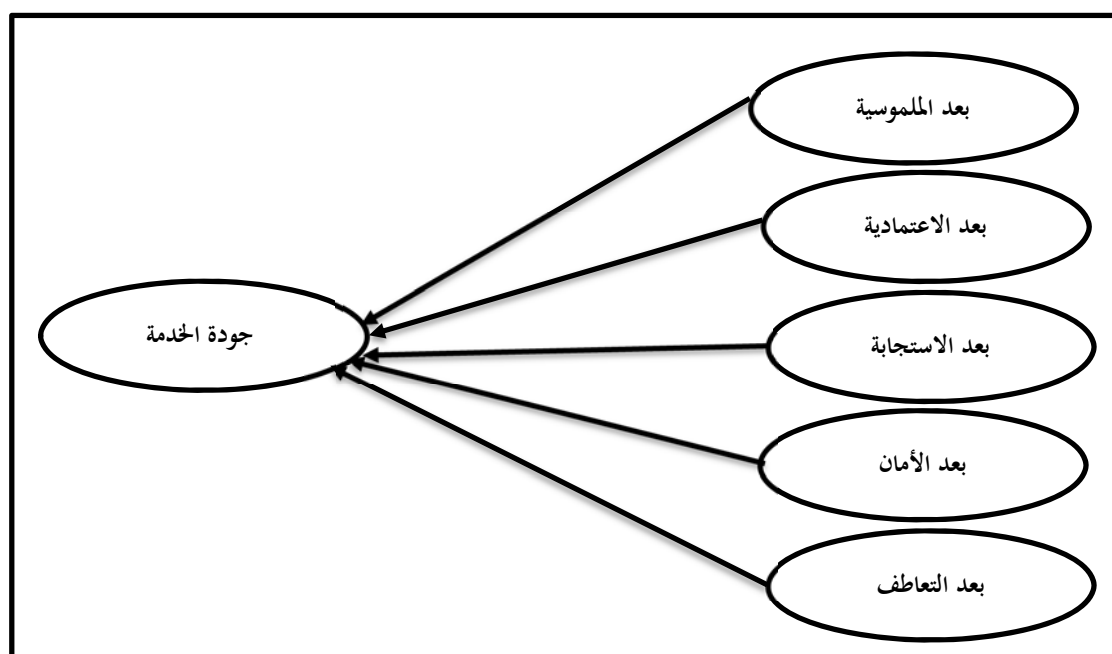
الجدول 02: توزيع درجات مقياس ليكارت الخماسي

الاستجابة	غير موافق بشدة	موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5	
مجال المتوسط المرجح	1.79-1	2.59-1.80	3.39-2.6	4.19-3.4	5-4.20	
مستوى الموافق (اتجاه الإجابة)	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	

المصدر: مقياس ليكارت الخماسي.

وبناء على ما تقدم يكون نموذج الدراسة موضحا في الشكل التالي:

الشكل 01: نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحث بناء على نموذج SERVPERF

- ثبات أداة الدراسة : نقصد بثبات أداة الاستبيان أنه في حالة إعادة توزيع الاستبيان مرة أخرى على أفراد العينة فإنها تعطي نفس النتائج المستخلصة في المرة الأولى وهذا تحت نفس الظروف والشروط، وغالبا ما يتم استخدام معامل الثبات Alpha Cronbachs لقياس ثبات الاستبيان، وقد تبين من نتائج قياسه أنه بلغ 0.90 وهي قيمة أكبر جدا من 0.7 وهو ما يبين ثبات أداة الدراسة.

الفرع الثالث دراسة وتحليل النتائج

- تحليل خصائص عينة الدراسة:

يلخص الجدول الموالي النتائج المتعلقة بتوصيف عينة الدراسة:

الجدول 03: الخصائص الوصفية لعينة الدراسة

المتغير	النوع	النسبة	التكرار
الجنس	ذكر	40,15	55
	انثى	59,85	82
السن	اقل من 30 سنة	63,50	87
	من 30 إلى 40 سنة	26,28	36
	من 41 سنة إلى 50 سنة	8,76	12
	من 51 سنة فأكثر	1,46	2
	بطلال	10,22	14
الوظيفة	موظف في القطاع العمومي	43,07	59
	موظف في القطاع الخاص	7,30	10
	متقاعد لدى مؤسسة عمومية	3,65	5
	اعمال حرة	2,92	4
	طالب	32,12	44
	متقاعد	0,73	1

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS 24

توضح معطيات الجدول في الأعلى أن نسبة الإناث بلغت 59,85 % متفوقة على نسبة الذكور التي بلغت 40,15 % بـ 55 فردا، وفيما يخص سن المستجوبين فقد سجلت الفئة الأصغر سنا التي تضم الأفراد الذين تقل أعمارهم عن 30 سنة نسبة 63,50 % تليها الفئات الثلاثة بترتيب تنازلي متوال، ففئة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30 إلى 40 سنة بعدد 36 فردا ونسبة 26 % وفئة ما بين 41 سنة إلى 50 سنة بنسبة 8 % والأخيرة وهي الفئة الكبيرة في السن بمستجوبين اثنين فقط، أما عن تقسيم العينة حسب الوظيفة فإن أغلبية عينة الدراسة شملت الموظفين في القطاع العام بنسبة تفوق 40 %، تليها فئة الطلبة بتكرار 44 فردا ونسبة 32,12 %، في حين لم تسجل الفئات الأخرى نسبا معتبرة في عينة الدراسة فمجموعها لا يتجاوز نسبة 15 % من العينة.

- تحليل محاور الدراسة واختبار الفرضيات:

- تحليل واختبار الفرضية الأولى: تنص الفرضية الأولى على أن لزبائن بريد الجزائر بمدينة تامنغست معرفة وتحكم تام بكل العمليات المالية المقدمة من طرف الشبابيك الآلية ولمناقشة هذه الفرضية فقد طرح على المستجوبين ثلاثة أسئلة جاءت نتائج إجاباتها كالتالي:

الجدول 04: نتائج عبارات محور المعرفة والتحكم في العمليات المالية.

العبارة	التكرار والنسبة	الخيارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الاجابة
		موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق			
لديك معرفة تامة بكل العمليات المالية التي توفرها آلات الشباك الآلي لبريد الجزائر	التكرار	12	16	14	74	21	3.55	1.14	موافق
	النسبة	8.8	11.7	10.2	54.0	15.3			
تستعمل غالبا آلات الشباك الآلي لبريد الجزائر للقيام بالعمليات المالية الخاصة بك	التكرار	9	10	6	76	36	3.87	1.08	موافق
	النسبة	6.6	7.3	4.4	55.5	26.3			
لا تعاني أي صعوبة في القيام بالعمليات المالية عبر آلات الشباك الشباك الآلي لبريد الجزائر	التكرار	12	27	8	60	30	3.5	1.27	موافق
	النسبة	8.8	19.7	5.8	43.8	21.9			
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام									
							3.6	0.9	موافق

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS 24

يظهر جليا من نتائج الجدول أن هناك شبه إجماع من طرف المستجوبين على معرفتهم وتحكمهم في جميع العمليات المالية الخاصة بالشبابيك الآلية لبريد الجزائر بمدينة تامنغست، بدليل ان المتوسط الحسابي للمحور بلغ 3.6 وبانحراف معياري ضئيل قدره 0.9 وهو ما يعكس مستوى الموافقة للإجابة على مقياس ليكارت الخماسي، وهذه الملاحظة تنطبق على جميع أسئلة المحور، إذ نجد أن فئة قليلة تقر بعدم المعرفة التامة بكل العمليات المالية (28 مستجوبا) أو تعاني صعوبات في القيام بمثل هذه العمليات (39 مستجوبا)، وبالتالي فإن الفرضية الأولى محققة.

- تحليل واختبار الفرضية الثانية: تنص الفرضية على أنه يبدي زبائن بريد الجزائر بمدينة تامنغست رضاهم عن خدمات الشبابيك الآلية لبريد الجزائر

ولمناقشة هذه الفرضية فقد تم تجزئتها إلى خمسة أبعاد تبعا لنموذج الدراسة لتقييم جودة الخدمة لكونه النموذج المختار في الدراسة، وهذه الأبعاد متمثلة في (الملموسية - الاعتمادية - الاستجابة - الأمان - التعاطف)

-البعد الأول : الملموسية : وتتضح آراء المستجوبين بخصوص هذا البعد في الجدول الموالي:

الجدول 05: نتائج عبارات بعد الملموسية لجودة الخدمة

الاتجاه الاجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الخيارات					التكرار والنسبة	العبرة
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
محايد	1.16	3.33	15	66	18	26	12	التكرار	تتواجد آلات الشبكات الآلي لبريد الجزائر في أماكن مناسبة
			10.9	48.2	13.1	19	8.8	النسبة	
محايد	1.10	3.28	17	51	29	34	6	التكرار	تتميز آلات الشبكات الآلي لبريد الجزائر بالعصرية والتطور
			12.4	37.2	21.2	24.8	4.4	النسبة	
غير موافق	1.20	2.45	6	30	18	50	33	التكرار	تتوفر آلات الشبكات الآلي لبريد الجزائر بأعداد كافية
			4.4	21.9	13.1	36.5	24.1	النسبة	
محايد	0.9	3.02	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام						

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS 24

من خلال نتائج الجدول يتبين أن هناك اختلافا في آراء المبحوثين حول رضاهم عن جودة الخدمات المقدمة من طرف الشبكات الآلية لبريد الجزائر المتعلقة ببعد الملموسية، فقد بلغ المتوسط الحسابي للبعد قيمة 3.02 وهو يترجم مستوى محايد في مقياس ليكرت الخماسي، لكن بالنظر إلى قيم التكرارات والنسب الخاصة بكل سؤال يتضح أن هناك نقصا جليا في عدد الآلات، فمجموع المستجوبين الذين أقرؤا بذلك في العبارة الثالثة هو 83 فردا أي أكثر من 60% من جميع أفراد العينة، بينما تشتت إجابات المستجوبين في العبارتين الأولى والثانية بين الموافقة والرفض والحيادية مما لا يسمح بإعطاء حكم موحد على هاتين العبارتين.

من جهة أخرى، فإنه بعد إجراء اختبار الفرق بين المتوسط الفرضي (3) ومتوسط العينة فقد تبين أن قيمة الاختبار (ت) تساوي 0.34 بمستوى دلالة 0.73، وهو يدل على عدم وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين هذين المتوسطين، وخلاصة ذلك أنه لا وجود لإجماع في آراء المستجوبين حول هذا البعد من جودة الخدمة.

-البعد الثاني: الاعتمادية وتتضح آراء المستجوبين بخصوص هذا البعد في الجدول الموالي:

الجدول 06: نتائج عبارات بعد الاعتمادية لجودة الخدمة

الاتجاه الاجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الخيارات					التكرار والنسبة	العبرة
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
غير موافق	1.21	2.07	9	13	12	48	55	التكرار	توفر مؤسسة بريد الجزائر أعوانا لشرح العمليات المالية عبر آلات الشبكاك الآلي للزبائن
			6.6	9.5	8.8	35	40.1	النسبة	
محايد	1.21	3.19	16	52	29	23	17	التكرار	تقوم آلات الشبكاك الآلي لبريد الجزائر بتقديم الخدمات المالية بطريقة صحيحة لأول مرة
			11.7	38	21.2	16.8	12.4	النسبة	
محايد	1.21	3.24	20	51	19	37	10	التكرار	توفر آلات الشبكاك الآلي لبريد الجزائر جميع العمليات المالية التي تحتاجها
			14.6	37.2	13.9	27	7.3	النسبة	
محايد	0.86	2.83	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام						

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS 24

استنادا إلى القيم الإحصائية الواضحة في الجدول، يتبين أن تقييم جودة الخدمة في بعد الاعتمادية لم يختلف عن سابقه كثيرا وهو بعد الملموسية، فقد بلغت قيمة متوسط البعد 2.83 بانحراف قدره 0.86 وهو في اتجاه محايد حسب مقياس ليكات، غير أنه من الواضح في تفصيل إجابات العبارات أن أغلبية أفراد العينة يتفقون على أن مؤسسة بريد الجزائر لا تضع أي أعوان لشرح العمليات المالية عبر آلات الشباك الآلي للزبائن، أما فيما يتعلق بالعبارتين الثانية والثالثة في البعد فيبدو جليا من خلال قيم التكرارات والنسب أن أكثر من نصف المستجوبين يوافقون على أن آلات الشباك الآلي تقدم الخدمات المالية بطريقة صحيحة لأول مرة (68 فردا) بينما يرتفع هذا الرقم بالنسبة للعبارة الثالثة التي تنص على توفر جميع العمليات المالية التي يحتاجها الزبائن بتكرار بلغ 71 فردا وهو مجموع (موافق وموافق بشدة)، ووفقا لذلك، فقد أجرينا اختبار الفروق لمعرفة اتجاه آراء المستجوبين، وقد تأكد أن قيمة اختبار الفرق بين المتوسط الفرضي (3) ومتوسط العينة تساوي 2.16 بمستوى دلالة 0.03، وهو ما يدل على وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين هذين المتوسطين لصالح اتجاه عدم الموافقة لأن المتوسط الحسابي لهذا البعد هو 2.83، وهو ما يترجم في الأخير عدم رضا المستجوبين عن جودة الخدمة في بعد الاعتمادية.

-البعد الثالث: الإستجابة وتتضح آراء المستجوبين بخصوص هذا البعد في الجدول الموالي:

الجدول 07: نتائج عبارات بعد الإستجابة لجودة الخدمة

العبارات	التكرار والنسبة	الخيارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الاجابة
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
تستفيد من الخدمة المالية لآلات الشباك الآلي لبريد الجزائر بشكل سريع ودقيق	التكرار	10	21	22	58	26	3.5	1.17	موافق
	النسبة	7.3	15.3	16.1	42.3	19			
تعمل آلات الشباك الآلي لبريد الجزائر بشكل مستمر (24/24)	التكرار	30	36	16	41	14	2.8	1.34	محايد
	النسبة	21.9	26.3	11.7	29.9	10.2			
توفر آلات الشباك الآلي لبريد الجزائر المبالغ التي تحتاجها بشكل دائم	التكرار	39	42	23	25	8	2.42	1.24	غير موافق
	النسبة	28.5	30.7	16.8	18.2	5.8			
يحرص أعوان بريد الجزائر على إصلاح الأعطال التقنية لآلات الشباك الآلي بشكل سريع	التكرار	34	46	24	23	10	2.48	1.23	غير موافق
	النسبة	24.8	33.6	17.5	16.8	7.3			
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام									
							2.80	0.95	محايد

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS 24

يلاحظ من القراءة الأولية لمعطيات الجدول أن هناك تباينا في إجابات أفراد العينة على عبارات بعد الاستجابة، فالعبارة الأولى - تستفيد من الخدمة المالية لآلات الشباك الآلي لبريد الجزائر بشكل سريع ودقيق- حظيت بالموافقة، على عكس العبارتين الثالثة والرابعة فقد تبين أنهما لا تحظيان بموافقة المستجوبين بدليل أن

قيمتي المتوسط الحسابي لهما لم تصلا إلى 2.6، فيما لوحظ التشتت الأعلى لإجابات العبارة الثانية وهي (تعمل آلات الشبكات الآلي لبريد الجزائر بشكل مستمر (24/24)) فقد بلغت قيمة الانحراف المعياري لها 1.34. وعلى نفس المنوال ووفقا لنتائج الجدول، فقد أجرينا اختبار المتوسط الفرضي لمعرفة اتجاه آراء المستجوبين، إذ تبين أن قيمة اختبار الفرق بين المتوسط الفرضي (3) ومتوسط العينة تساوي 2.41 بمستوى دلالة 0.01، وهو ما يدل على وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين هذين المتوسطين لصالح اتجاه عدم الموافقة لأن المتوسط الحسابي لهذا البعد هو 2.80، وبناء على ذلك، فإنه لا يوجد رضا تام للمستجوبين عن جودة الخدمة في بعد الاستجابة، إلا أن هذا لا يعني بالضرورة المطلقة عدم حصول الرضى في جانب من جوانب هذا البعد من جودة الخدمة.

-البعد الرابع: الأمان وتوضح آراء المستجوبين بخصوص هذا البعد في الجدول الموالي:

الجدول 08: نتائج عبارات بعد الأمان لجودة الخدمة

العبارة	التكرار والنسبة	الخيارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الاجابة
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
تشعر بالأمان الشخصي عند قيامك بأي عملية مالية من آلات الشبكات الآلي لبريد الجزائر	التكرار	13	20	20	65	19	3.41	1.12	موافق
	النسبة	9.5	14.6	14.6	47.4	13.9			
يحافظ موظفو بريد الجزائر على سرية وخصوصية بيانات الزبائن	التكرار	6	12	27	68	24	3.67	1.00	موافق
	النسبة	4.4	8.8	19.7	49.6	17.5			
تميز البطاقة الالكترونية (البطاقة الذهبية) لبريد الجزائر بالسرية والأمان	التكرار	7	10	15	79	26	3.78	1.00	موافق
	النسبة	5.1	7.3	10.9	57.7	19			
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام									
							3.62	0.92	موافق

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS 24

من خلال معطيات الجدول يتضح لنا تحقق جودة الخدمة بالنسبة لبعد الأمان، فقد تجاوز المتوسط الحسابي لهذا المحو البعد 3.40 وهو ما يترجم مستوى الموافقة لأفراد العينة، علاوة على ذلك فقد جاءت المتوسطات الحسابية للعبارات الثلاثة في مستوى الموافقة دون استثناء، وهذا لا يعني بالضرورة مطلقا عدم وجود الخلاف في إجابات المستجوبين حول إجابات هذا البعد، فقد بلغت كتلة عدم الموافقة في العبارة الأولى (غير موافق وغير موافق بشدة) 33 فردا، غير أن هذا الاختلاف لا يضر باتجاه الإجابات نحو الموافقة.

-البعد الخامس: التعاطف وتوضح آراء المستجوبين بخصوص هذا البعد في الجدول الموالي:

الجدول 09: نتائج عبارات بعد التعاطف لجودة الخدمة

العبارة	التكرار والنسبة	الخيارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الاجابة
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
يحرص موظفو بريد الجزائر على التعاطف مع الزبائن لدى وقوعهم في مشكلات خاصة تتعلق بآلات الشباك الآلي	التكرار	29	41	30	31	6	2.59	1.17	غير موافق
	النسبة	21.2	29.9	21.9	22.6	4.4			
يتعامل موظفو بريد الجزائر باحترام مع جميع الزبائن دون تمييز	التكرار	31	42	33	26	5	2.5	1.14	غير موافق
	النسبة	22.6	30.7	24.1	19	3.6			
يتفهم موظفو بريد الجزائر احتياجات الزبائن الخاصة بالشبابيك الآلية ويسعون لتحقيقها	التكرار	24	35	40	33	5	2.7	1.12	محايد
	النسبة	17.5	25.5	29.2	24.1	3.6			
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام									
							2.6	0.99	محايد

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS 24

من خلال استقراء نتائج الجدول يتبين أن بعد التعاطف في جودة الخدمة لم يتحقق لدى أفراد العينة، ففي العبارتين الأولى والثانية جاءت قيم المتوسطات الحسابية أقل من 2.6 مما يدل على عدم الموافقة، أما بالنسبة للعبارة الثالثة في هذا البعد فقد سجلت حيادا من طرف أفراد العينة بنسبة قاربت الـ 30 و 40 فردا، لكن قيم التكرارات أفادت أنها لصالح عدم الموافقة، ومنه نستنتج أن جودة الخدمة في بعد التعاطف لم يتحقق لدى أفراد عينة الدراسة.

وخلاصة القول بعد مناقشة أبعاد الفرضية الثانية نستنتج أنه ليس هناك رضا تام عن جودة الخدمة المقدمة من طرف الشبابيك الآلية لبريد الجزائر بمدينة تامنغست، فقد حظي بعد الأمان بالموافقة التامة وبعد الملموسية بشبه الموافقة، وبالعكس للأبعاد الثلاثة الباقية (الاعتمادية والتعاطف والاستجابة) لجودة الخدمة فإنها لم ترق لمستوى تطلعات المستجوبين.

وإذا أمعنا النظر في قيمة المتوسط الحسابي (3.01) والانحراف المعياري (0.75) لكل عبارات محور تقييم جودة الخدمة، فهي تعزز الخلاصة السابقة الذكر، إذ تأتي قيمة المتوسط الحسابي في مستوى محايد للدلالة على عدم توحيد الآراء حول جميع أبعاد جودة الخدمة للشبابيك الآلية. تحليل واختبار الفرضية الثالثة: تنص الفرضية الثالثة على وجود علاقة بين معرفة وتحكم الزبون في العمليات المالية للشبابيك الآلية ومستوى جودة الخدمة لهذه الشبابيك.

ولاختبار هذه الفرضية قمنا بحساب معامل الارتباط بين هذين المحورين، وقد بلغت قيمته 0.45 بمستوى دلالة 0.00 وهو أقل من 0.05، وبالتالي فإن قيمة معامل الارتباط له دلالة إحصائية، وتأسيسا على ذلك يمكن القول أنه توجد علاقة طردية بين معرفة وتحكم الزبون في العمليات المالية للشبابيك الآلية وتقييم الزبون لجودة الخدمة المقدمة من طرف هذه الشبابيك.

- تحليل واختبار الفرضية الرابعة: تنص الفرضية الرابعة على وجود فروق في إجابات المستجوبين عن محوري الدراسة تعزى إلى متغيرات الجنس والسن والوضع الوظيفي.

ولمناقشة واختبار هذه الفرضية فقد تم تجزئتها إلى ثلاثة فرضيات جزئية :

-الفرضية الجزئية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المستجوبين تخص محوري الدراسة (تحكم ومعرفة الزبون في العمليات المالية - تقييم مستوى جودة الخدمة) تعزى إلى متغير الجنس عند مستوى دلالة أكبر أو يساوي 0.05.

وقد اتضح بعد الاختبار أن متغير الجنس يتبع التوزيع الطبيعي، إذ أن عدد الذكور هو 55 أما عدد الإناث فهو 82 وكلا المجموعتين يتجاوز عناصرها 30، وبالتالي فإن توزيع البيانات يتبع التوزيع الطبيعي حسب نظرية النهاية المركزية، لذا كان من الضروري إجراء الاختبار المعلمي في هذه الحالة.

كما سمح اختبار ليفن للتجانس بالتأكد بأنه لا يوجد فرق في التباين بين المجموعات، وبناء عليه كان الاختبار الموافق للفرضية هو اختبار ستيودنت الذي جاءت قيمه موضحة في الجدول الموالي:

الجدول 10: نتائج اختبار ستودنت للفروق

المحور	النوع	العدد	متوسط النوع	قيمة الاختبار ليفن	مستوى الدلالة	قيمة الاختبار ت	مستوى الدلالة
معرفة وتحكم الزبون في العمليات المالية	ذكر	55	3.79	0.03	0.85	1.58	0.11
	أنثى	82	3.54				
تقييم مستوى جودة الخدمة	ذكر	55	2.93	0.95	0.33	1.03	0.30
	أنثى	82	3.07				

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS 24

تأسيساً على ما تم التوصل إليه من نتائج موضحة في الجدول أعلاه، نجد أن مستوى الدلالة لقيم الاختبار (ت) أعلى من 0.05 وبالتالي فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المستجوبين تخص محوري الدراسة تعزى إلى متغير الجنس.

-الفرضية الجزئية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المستجوبين تخص محوري الدراسة (تحكم ومعرفة الزبون في العمليات المالية - تقييم مستوى جودة الخدمة) تعزى إلى متغير السن عند مستوى دلالة أكبر أو يساوي 0.05.

وحيث اتضح بعد الاختبار أن متغير السن لا يتبع التوزيع الطبيعي لجميع الفئات العمرية، فإنه كان من اللازم إجراء الاختبار اللامعلمي في هذه الحالة المتمثل في اختبار كروسكال -واليس، الذي جاءت قيمه موضحة في الجدول الموالي:

الجدول 11: نتائج اختبار كروسكال-واليس للفروق بين المتوسطات تبعا للسن

المحور	درجة الحرية	قيمة الاختبار كاي تربيع	مستوى الدلالة
معرفة وتحكم الزبون في العمليات المالية	3	2.78	0.42
تقييم مستوى جودة الخدمة	3	2.32	0.50

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS 24

أظهرت النتائج الموضحة في الجدول أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين قيم المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة حول محوري الدراسة تعزى لمتغير السن، حيث جاءت مستويات الدلالة للمحورين أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائية، وبذلك فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة تخص محوري الدراسة تعزى لمتغير السن.

الفرضية الجزئية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المستجوبين تخص محوري الدراسة (تحكم ومعرفة الزبون في العمليات المالية - تقييم مستوى جودة الخدمة) تعزى إلى متغير المستوى الوظيفي عند مستوى دلالة أكبر أو يساوي 0.05.

وقد تبين بعد الاختبار أن متغير المستوى الوظيفي كذلك لا يتبع التوزيع الطبيعي لجميع المستويات الوظيفية، وعليه فقد تم إجراء الاختبار اللامعلمي المتمثل في اختبار كروسكال-واليس، الذي جاءت قيمه موضحة في الجدول التالي:

الجدول 12: نتائج اختبار كروسكال-واليس للفروق بين المتوسطات تبعا للمستوى الوظيفي

المحور	درجة الحرية	قيمة الاختبار كاي تربيع	مستوى الدلالة
معرفة وتحكم الزبون في العمليات المالية	6	7.79	0.25
تقييم مستوى جودة الخدمة	6	2.05	0.91

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS 24

نلاحظ من خلال النتائج المبينة في الجدول أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين قيم المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة حول محوري الدراسة تعزى لمتغير المستوى الوظيفي، إذ بلغت مستويات الدلالة للمحورين قيما أكبر من 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائية، وبذلك فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة تخص محوري الدراسة تعزى لمتغير المستوى الوظيفي.

وبناء على ما سبق من تحليل للفرضية الرابعة فإنه لا توجد أي فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة تخص محوري الدراسة تعزى للمتغيرات الوصفية (الجنس - السن - المستوى الوظيفي).

خاتمة

لقد أصبح لزاما على المؤسسات المالية في عصرنا الحالي تبني التقنيات الحديثة واستخدام التكنولوجيات المتطورة لتقديم خدمات مالية بشكل عصري سريع ودقيق وهو ما تسعى إليه مؤسسة بريد الجزائر في كل ربوع الوطن، وقد قمنا من خلال هذا البحث بمحاولة إجراء دراسة تقييمية لجودة الخدمات للشبابيك الآلية لبريد الجزائر بمدينة تامنغست باستخدام نموذج SERVPERF لجودة الخدمة، وبعد استعراض أدبيات الدراسة وعرض الإطار المفاهيمي لمصطلحات البحث قمنا في الجانب التطبيقي بالاستعانة بأداة الاستبيان الذي شمل 137 مستجوبا بمدينة تامنغست، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- معرفة وتحكم غالبية المواطنين في العمليات المالية المقدمة من طرف الشبابيك الآلية لبريد الجزائر بمدينة تامنغست.
- عدم رضا المشتركين عن جودة الخدمات المقدمة بجميع أبعادها.
- تأثر مستوى جودة الخدمات بمستوى معرفة وتحكم الزبون في العمليات المالية.
- عدم وجود فروق بين إجابات أفراد العينة تخص محوري الدراسة تعزى للمتغيرات الوصفية (الجنس - السن - المستوى الوظيفي).

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه الدراسة الأولى للباحثين : عطالله ياسين، بوهالي محمد ، بعنوان " تقييم جودة خدمة بريد الجزائر باستخدام نموذج SERVPERF دراسة عينة من زبائن بريد الجزائر بولاية الأغواط " وخاصة فيما يتعلق ببعد الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التي كانت دون مستوى تطلعات كل الزبائن، أما بعد الأمان فكان في مستوى تطلعات الزبائن. أما بالنسبة للدراسة الثانية للباحثين: سعدون رفيق و بومدين يوسف فقد جاءت نتائج هذه الدراسة مختلفة عنها، إذ أقر معظم المستجوبين في السؤال المفتوح على عدم كفاية أعداد الشبابيك الآلية وضرورة توسيع نطاق تواجد ها في ولاية تامنغست.

وعلى أساس ما تم التوصل إليه من نتائج ميدانية فضلا عن المقترحات التي تقدم بها المبحوثون، ومن أجل تحسين جودة الخدمات المقدمة من طرف الشبابيك الآلية لبريد الجزائر فإن الدراسة تقدم المقترحات التالية:

1. زيادة عدد الشبابيك الآلية بمدينة تامنغست خصوصا في الأحياء التي تفتقد إلى مركز للبريد لبعدها عن وسط المدينة.
2. ربط الشبابيك الآلية بجميع المؤسسات المالية كالبنوك والصناديق والخزينة العمومية.
3. المراقبة الدورية للشبابيك الآلية والسهر على اصلاحها حال تعطلها بشكل سريع، خصوصا عند اقتراب الأعياد والمناسبات وهذا قصد تخفيف الضغط على مكاتب بريد الجزائر واستفادة المواطن من اجراء عملياته المالية بشكل مرن وفي اقل وقت.
4. ضرورة توفير السيولة المالية في الشبابيك الآلية بشكل مستمر.
5. ضرورة رفع القيمة الأعلى لسحب وتحويل الأموال بما يتماشى مع الواقع الاقتصادي.
6. تعميم الشبابيك الآلية في المرافق العامة والخاصة مثل المستشفيات ومحطات النقل والأسواق المنظمة .

7. تخصيص أعوان مكلفين بشرح العمليات المالية للشبابيك الآلية ونشر ثقافة التعامل بالبطاقة الإلكترونية في كل المرافق لتسهيل التعاملات المالية.

قائمة المراجع:

- الشبلي والدراركة، طارق ومأمون سليمان. 2002. *الجودة في المنظمات الحديثة*. م 1. دار الصفاء للنشر والتوزيع. الاردن.
- الله، نور، و مصطفى وليد. 2014. "فجوة جودة الخدمة في مصارف القطاع الخاص في محافظة اللاذقية، سورية". *مجلة الباحث* 14(14):357-71.
- سعد الباهي، صلاح الدين مفتاح. 2016. "أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن: دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان - الأردن". *ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن*.
- عطالله، ياسين، و محمد بوهالي. 2021. "تقييم جودة خدمة بريد الجزائر باستخدام نموذج SERVPERF دراسة عينة من زبائن بريد الجزائر بولاية الأغواط". *مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية* 5(1):353-70.
- محمد، خثير، و مرايمي أسماء. 2017. "العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة". *الريادة لاقتصاديات الأعمال* 3(1):31-47.
- نايف، قاسم. 2005. *إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو 9001، 2000*. ط 1. الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- Mesghouni, Mouna , امينة مخالفي، و رزيقة تباري. 2019. "ارتباط رضا الزبائن بمستوى جودة الخدمة وفق نموذج الاداء الفعلي Servperf دراسة استطلاعية لزبائن وكالات السياحة والاسفار ورقلة". *مجلة الابتكار والتسويق* 6(1):11-36.
- Akdere, Mesut, Mehmet Top, و Sabahattin Tekingündüz. 2020. "Examining Patient Perceptions of Service Quality in Turkish Hospitals: The SERVPERF Model". *Total Quality Management & Business Excellence* 31(3-4):342-52. doi: 10.1080/14783363.2018.1427501.
- Fawad Khan و Qamar Afaq Qureshi. 2023. "MEASURING PATIENTS SATISFACTION THROUGH SERVPERF-MODEL IN PUBLIC SECTOR HOSPITALS". *Health Sciences Journal* 1(1):64-69. doi: 10.59365/hsj.1(1).2022.35.
- Parasuraman, A., V. Zeithaml, و L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality." *Journal of Retailing*.