

أخلاقيات العمل في جودة الخدمة : العلاقة و الاثر دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي كلية الطب في جامعة القادسية

م.م. خولة راضي عذاب / قسم العلوم المالية والمصرفية / كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة القادسية

المستخلص

تهتم الدراسة الحالية باستكشاف طبيعة العلاقة بين أخلاقيات العمل و جودة الخدمة ، اتخذت الدراسة من موظفي كلية الطب في جامعة القادسية عينة لها ،حيث تم توزيع استمارة استبيان بواقع (٥٠) استبانة صالحه للتحليل أي نسبة استجابة تبلغ ١٠٠% وبعد اعتماد الأدوات الإحصائية الملائمة وبعد تحليل النتائج ، أتضح وجود علاقة ارتباط وأثر بين أخلاقيات العمل وجودة الخدمة . خرجت الدراسة بجملة من التوصيات من بينها تشجيع عملية تبني فلسفات أخلاقيات العمل و جودة الخدمة وذلك بتركيز كافة أنشطتها على تقديم خدمات متكاملة لغرض إشباع حاجات ورغبات الزبائن .

Impact of Work ethics in the Quality of Services

A prospective study of the view of sample of staff of medicine college at AL-Qadisiyah university

Assis. Teacher lecturer Khawla Radi Adhab

Dept . of Banking and Financial sciences college of A administration and economics AL- Qadisiyah university

Abstract

The current study interested in exploring the relationship between work ethics and quality of service the study has been taken the staff of medicine college in AL-Qadisiyah university as sample where the questionnaire valid for analysis response rate (100%) After the a adoption of appropriate statistical tools and after analyzing the result slit turns out there is a correlation and impact between work ethic and quality of service the study came out asset recommendations including encouraging the a adoption of the philosophies work ethic and quality of services and that focus all its activities on providing integrated services for the purpose of satisfying the needs and desires of customers.

منهجية الدراسة

- مشكلة الدراسة

- يمكن إيجاز مشكلة الدراسة بالتساؤلات الآتية :-
- 1- ما هي أبعاد أخلاقيات العمل وهل تتوفر هذه الأبعاد في المنظمة المبحوثة ؟
 - 2- ما هي أبعاد جودة الخدمة وهل تتوفر هذه الأبعاد في المنظمة المبحوثة ؟
 - 3- هل توجد علاقة بين أخلاقيات العمل و جودة الخدمة المقدمة في المنظمة المبحوثة ؟

- أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة بما يلي :-

- 1- تسهم هذه الدراسة في عرض بعض الأدبيات التي تشكل الإطار النظري لموضوع أخلاقيات العمل ، فضلاً عن التي تتعلق بموضوع جودة الخدمة من خلال استعراض أبعادها .
- 2- لقد تناولت هذه الدراسة متغيرين أساسيين هما أخلاقيات العمل و جودة الخدمة ان لهذين المتغيرين الأثر الكبير في تقديم أفضل الخدمات في المجتمع .

- أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف الآتية :-

- 1- بناء تصور نظري عن أخلاقيات العمل و أبعاده المختلفة فضلاً عن جودة الخدمة و أبعادها بالاعتماد على المراجع العلمية وأبحاث لعدد من الباحثين والدراسيين في هذا الميدان .
- 2- التعرف على أبعاد أخلاقيات العمل و أبعاد جودة الخدمة و مدى توفرها في المنظمة المبحوثة كذلك تحليل العلاقة التي تربط المتغيرين .
- 3- قياس علاقة الأثر بين أبعاد أخلاقيات العمل و أبعاد جودة الخدمة .

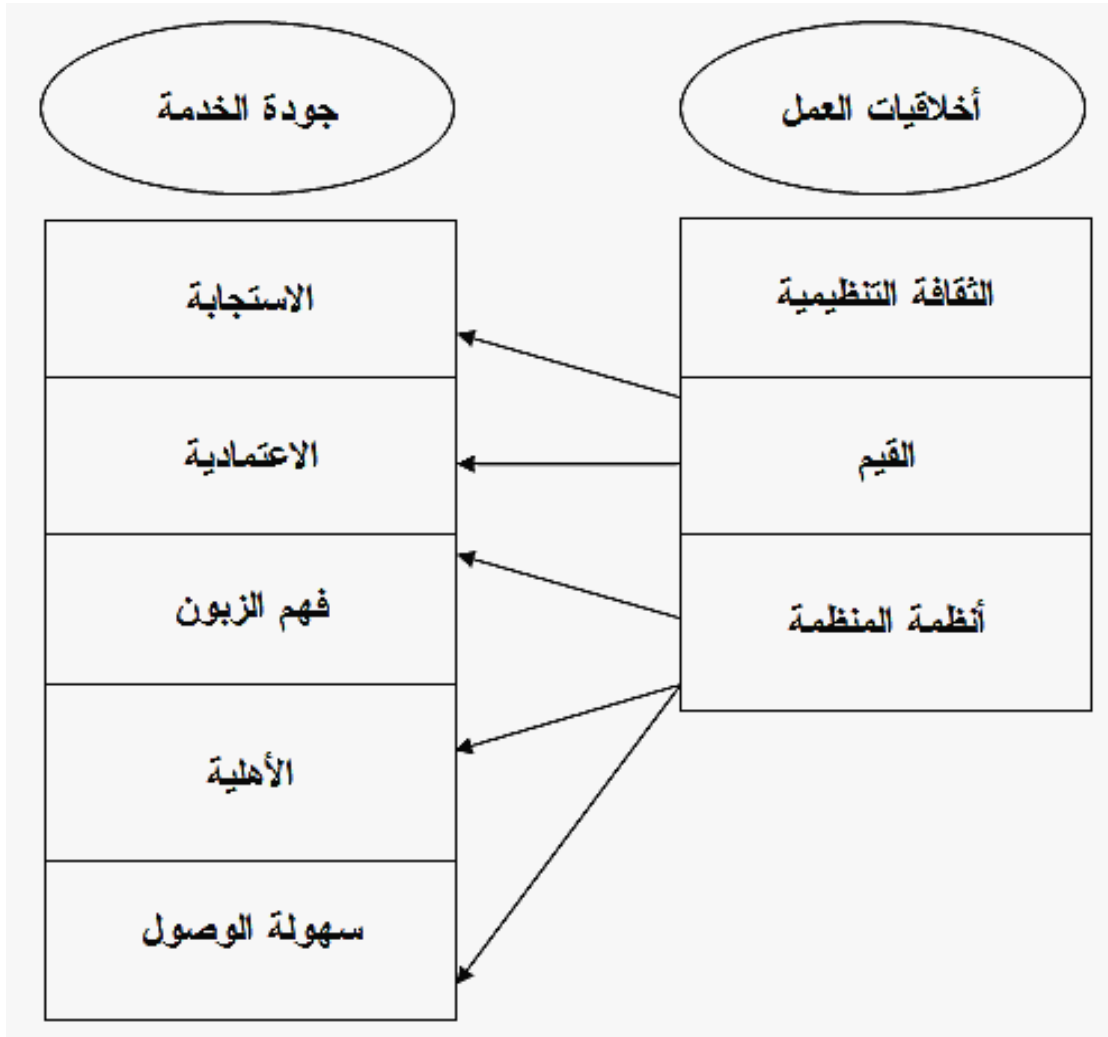
- فرضيات الدراسة

انسجماً مع منهج الدراسة وفي محاولة لحل مشكلة الدراسة تم صياغة الفرضيات الآتية :-

- 1- الفرضية الرئيسية الأولى
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أبعاد أخلاقيات العمل و أبعاد جودة الخدمة ، وتنبثق منها الفرضيات الآتية :-
 - أ- توجد علاقة الارتباط بين أبعاد أخلاقيات العمل و الاستجابة .
 - ب- توجد علاقة الارتباط بين أبعاد أخلاقيات العمل و الاعتمادية.
 - ت- توجد علاقة الارتباط بين أبعاد أخلاقيات العمل وفهم الزبون .
 - ث- توجد علاقة الارتباط بين أبعاد أخلاقيات العمل والأهلية .
 - ج- توجد علاقة الارتباط بين أبعاد أخلاقيات العمل وسهولة الوصول .
- 2- الفرضية الرئيسية الثانية

يوجد تأثير معنوي لأبعاد أخلاقيات العمل في جودة الخدمة ، وتنبثق منها الفرضيات الآتية :-

- أ- يوجد أثر لأبعاد أخلاقيات العمل في الاستجابة .
- ب- يوجد أثر لأبعاد أخلاقيات العمل في الاعتمادية.
- ت- يوجد أثر لأبعاد أخلاقيات العمل في وفهم الزبون .
- ث- يوجد أثر لأبعاد أخلاقيات العمل في الأهلية .
- ج- يوجد أثر لأبعاد أخلاقيات العمل في سهولة الوصول .



شكل (١) يوضح مخطط الدراسة

عينة البحث:

تم اختيار عينة عشوائية لبحث متمثلة بـ (٥٠) فرداً من العاملين بكلية الطب في جامعة القادسية، إذ بلغت نسبة الذكور في عينة الدراسة ٣٨% والإناث ٦٢%، إما فقرة الفئات العمرية فتشير إلى أن أعلى نسبة من المبحوثين كانت من الفئة العمرية (٣٣-٤٢ سنة) وبلغت ٤٤% بينما كانت أقل نسبة من الفئة العمرية (٥٣ سنة فأكثر) وبلغت ٠٤%، أما نسب الفئات العمرية الأخرى (٢٢-٣٢ سنة) و (٤٣-٥٢ سنة) فقد بلغت ٣٦% و ١٦% على التوالي. وبينت فقرة المؤهل العلمي أن أعلى النسب كانت من فئة (البكالوريوس) إذ بلغت نسبتها ٥٠%، تليها فئة (الدبلوم) بنسبة ٢٦% والفئات الأخرى بواقع ١٦% و ٨% لحملة شهادة الدبلوم العالي والإعدادية. وفيما يتعلق بمدى الخدمة فقد كانت نسبة فئة الذين لديهم خدمة (٥-١٠ سنوات) و (١١-١٥ سنة) أعلى النسب إذ بلغت ٣٦% لكليهما، في حين بلغت نسب الفئات الأخرى ٢% لفئة (١٦-٢٠ سنة) و ٠٤% لفئة (٢١-٢٥ سنة) و ٠٢% لفئتي (٢٦-٣٠ سنة) و (٣٠ فأكثر) كما موضح في الجدول (١).

الجدول (١) يصف عينة البحث

| الجنس | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------|--|--------|-------|-----------|--|------------|--|---------|-------|---------|--|--------|--|--------|--|--------|--|-------|--|--|--|
| الإناث | | | | | | الذكور | | | | | | | | | | | | | | | |
| % | | | العدد | | | % | | | العدد | | | | | | | | | | | | |
| %٦٢ | | | ٣١ | | | %٣٨ | | | ١٩ | | | | | | | | | | | | |
| الفئات العمرية | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ٥٣- فأكثر | | | | ٤٣- ٥٢ | | | | ٣٣- ٤٢ | | | | ٢٢- ٣٢ | | | | | | | | | |
| النسبة | | العدد | | النسبة | | العدد | | النسبة | | العدد | | النسبة | | العدد | | | | | | | |
| %٠٤ | | ٢ | | %١٦ | | ٨ | | %٤٤ | | ٢٢ | | %٣٦ | | ١٨ | | | | | | | |
| المؤهل العلمي | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| اعدادية | | دبلوم | | بكالوريوس | | دبلوم عالي | | ماجستير | | دكتوراه | | | | | | | | | | | |
| النسبة | | العدد | | النسبة | | العدد | | النسبة | | العدد | | النسبة | | العدد | | | | | | | |
| %١٦ | | ٨ | | %٢٦ | | ١٣ | | %٥ | | ٢٥ | | %٠٨ | | ٤ | | | | | | | |
| - | | - | | - | | - | | - | | - | | - | | - | | | | | | | |
| عدد سنوات الخدمة | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ٣٠ فأكثر | | ٢٦- ٣٠ | | | | ٢١- ٢٥ | | | | ١٦- ٢٠ | | | | ١١- ١٥ | | | | ٥- ١٠ | | | |
| النسبة | | العدد | | النسبة | | العدد | | النسبة | | العدد | | النسبة | | العدد | | النسبة | | العدد | | | |
| %٠٢ | | ١ | | %٠٢ | | ١ | | %٠٤ | | ٢ | | %٢ | | ١٠ | | %٣٦ | | ١٨ | | | |
| %٣٦ | | ١٨ | | %٣٦ | | ١٨ | | %٣٦ | | ١٨ | | %٣٦ | | ١٨ | | %٣٦ | | ١٨ | | | |

اختبار صدق وثبات أداة القياس : Test Validity and Reliability

أخضعت الاستبانة قبل تطبيقها لاختبارات شروط البحث العلمي، وعلى النحو الآتي:

١- الموضوعية:
لكي تتوافر الموضوعية العلمية في البحث راعت الباحثة عدم التدخل والتأثير في إجابات أفراد عينة البحث احتراماً لأرائهم وان كانت متباينة. وكذلك فان الباحثة قد أعطت وقتاً كافياً ومتساوياً لجميع أفراد عينة البحث للإجابة على الاستبانة امتدت نحو أسبوعين لضمان دقة الإجابة.

٢- صدق المقياس :
يقصد بالصدق قدرة الاستبانة على قياس ما صممت من أجله، ولجأت الباحثة إلى نوعين من الصدق وهي :

أ- الصدق الظاهري (Test of the virtual Truth Of The Tool of measurement) : هو قياس علاقة كل فقرة من فقرات الاستبانة بالهدف الذي وضعت من اجل تحقيقه.

ب- صدق تميز العبارات: يقصد بالتميز هنا أن تكون العبارة قادرة على التفريق بين الأفراد في البعد الذي يقيسه المقياس. وتتناول هذه العملية الكشف على القوى التمييزية لعبارات المقياس، وتم ترتيب الدرجات التي حصل عليها المجيبون من الأعلى إلى الأدنى وتم اختيار (٢٧%) من الاستمارات الحاصلة على الدرجات العليا وبالمقابل تم اختيار (٢٧%) من الاستمارات الحاصلة على الدرجات الدنيا. وبعد استخراج نتائج اختبار (t) لعينتين مستقلتين لغرض مقارنة متوسط الدرجات العليا مع متوسط الدرجات الدنيا لكل عبارة من عبارات المقياس وبيان إمكانية وجود

فروقات جوهرية ذات دلالة إحصائية بين فئة الدرجات العليا وفئة الدرجات الدنيا، تبين أن جميع العبارات جاءت صادقة مميزة إذ ارتقت إلى مستوى الدلالة الإحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠١) فما فوق كما يوضحها الجدول (٢).

الجدول (٢) قيم (t) للقوة التمييزية لعبارات المقياس بأسلوب العينتين المستقلتين

| المتغير | الوسط الحسابي | | الانحراف المعياري | | قيمة (t) المحسوبة | مستوى الدلالة |
|-------------------|---------------|-------|-------------------|-------|-------------------|---------------|
| | عليا | دنيا | عليا | دنيا | | |
| الثقافة التنظيمية | ٤,٠٧٩ | ٢,٥٤٠ | ٠,٥٩١ | ٠,٢٧٢ | ١٨,٧٨ | مميزة |
| القيم | ٤,١٥٩ | ٢,٥٧١ | ٠,٦١٥ | ٠,٣٦٨ | ١٧,٥٨ | مميزة |
| أنظمة المنظمة | ٤,٠٧٩ | ٢,٦٩٨ | ٠,٤٦٣ | ٠,٢٧٢ | ٢٠,٤١ | مميزة |
| الاستجابة | ٤,٣٠٢ | ٢,٧٩٤ | ٠,٤٤٦ | ٠,٤٦٣ | ١٨,٦٣ | مميزة |
| الاعتمادية | ٤,٨٤١ | ٣,٣٦٥ | ٠,٦٧٩ | ٠,٣٦٨ | ١٥,١٦ | مميزة |
| فهم الزبون | ٤,١٤٣ | ٢,٣٩٧ | ٠,٦٦١ | ٠,٣٥٣ | ١٨,٥٠ | مميزة |
| الأهلية | ٤,٤٢٩ | ٣,٣٣٣ | ٠,٦٧٢ | ٠,٤٩٩ | ١٠,٣٩ | مميزة |
| سهولة الوصول | ٤,٦١٩ | ٣,٤٢٩ | ٠,٥٨٨ | ٠,٤٩٠ | ١٢,٣٥ | مميزة |

القيمة التائية الجدولية تحت مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٢٤) = ١,٩٣
القيمة التائية الجدولية تحت مستوى دلالة (٠,٠١) ودرجة حرية (١٢٤) = ٢,٦٢٢

٣- الثبات: (Test The Reliability Of The Measuring Tool)

يقصد بالثبات الاستقرار في النتائج عبر الزمن فاختبار الثبات يعطي النتائج نفسها إذا طبق على نفس المجموعة من الأشخاص وعلى هذا الأساس اعتمدت طريقة (Test - Re test) على عينة مكونة من (٥٠) فرداً من العاملين في كلية الطب/ جامعة القادسية، جرى اختيارهم بصورة عشوائية وكانت المدة الزمنية بين إجراء الاختبار الأول وإعادة الاختبار (أسبوعين)، وكان ثبات الاستبانة (٠,٧٩٦) وهو ثبات مقبول ويؤشر أن الاستبانة أصبحت جاهزة للتطبيق والجدول (٣) يبين معامل الثبات على مستوى كل متغيرات البحث الرئيسة والفرعية.

الجدول (٣) معامل الثبات لمتغيرات البحث الرئيسة والفرعية

| معامل الثبات | المتغير الرئيسي والفرعي | ت |
|--------------|-------------------------|---|
| ** ٠,٩٠٢ | أخلاقيات العمل | ١ |
| ** ٠,٨٣٢ | ❖ الثقافة التنظيمية | |
| ** ٠,٨٧٣ | ❖ القيم | |
| ** ٠,٩٠١ | ❖ أنظمة المنظمة | |
| ** ٠,٨١٤ | جودة الخدمة | ٢ |
| ** ٠,٩٤١ | ❖ الاستجابة | |
| ** ٠,٧٦١ | ❖ الاعتمادية | |
| ** ٠,٧٣١ | ❖ فهم الزبون | |
| ** ٠,٧١١ | ❖ الأهلية | |
| ** ٠,٧٠١ | ❖ سهولة الوصول | |

ملاحظة: نتائج معامل الثبات مقبولة عند مستوى معنوية (٩٩%) و(٩٥%) تحت درجة حرية (٩.٢٢).

ويتضح من نتائج الجدول (٣) إن الفقرات المعتمدة في قياس المتغيرين الرئيسيين أخلاقيات العمل وجودة الخدمة قد حققت معاملات ثبات مقبولة من الناحية الإحصائية وهي تفوق القيمة القياسية.

- أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان بوصفها الأداة لحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بالجانب الميداني للبحث. وقد تم إعداد هذه الاستمارة بعد استطلاع المصادر العلمية ذات العلاقة بموضوع البحث حيث تم الاعتماد في إعداد العبارات المتعلقة بأخلاقيات العمل على دراسة (المعاضيدي ، ٢٠٠٥) و (أبو حشيش ، ٢٠١١) . أما العبارات المتعلقة بجودة الخدمة فقد تم الاعتماد على بعض الكتاب والباحثين ومنهم (Lovelock & Wright ,2002) ، (Evans ,2008) ، (حسين ، ٢٠١١) .

- الوسائل الإحصائية

تم استخدام البرنامج الحاسوبي SPSS.Ver.17 تحت النوافذ والبرامج الجاهزة فيه والمتعلقة بـ (النسب المئوية والأوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وقيمة t المحسوبة) لكل متغير من متغيرات الدراسة.

- الجانب النظري

- مفهوم الأخلاق

في اللغة جمع مفرد لها خُلِقَ وهو مصدر مشتق من مادة (خ، ل، ق) التي تدل على التقدير ومنه الخُلُقُ الذي هو الطبع والسجية ، فالخُلُقُ و الخُلُقُ مصدرهما واحد ، ولكن خصائص الخُلُقُ بالصورة و الخُلُقُ بالطبع .

أما لفظ الأخلاقيات فهو مصطلح شائع إلا انه غير فصيح لغة ، لأن العرب لم ينطقوا به أصلاً وفيه خطأان :-

أولهما :- النسبة إلى الجمع ، والعرب لا ينسبون إلا إلى المفرد ، فان كان اللفظ جمعا أفردوه ونسبوا إلى مفرده .

ثانيهما :- زيادة الألف والتاء إلى هذا المنسوب ، وهذا جمع لم يؤثر عن العرب مثله

(http://www.Sharei.net) . حيث يوجد عدة تعاريف للأخلاق ومنها أن الأخلاق عبارة عن مجموعة من القواعد و المبادئ التي تحدد فيما إذا كان السلوك صحيح أو خاطئ (Robbins & Decenzo, 2004: 405) . ويشير إليها (Kriell) بأنها النظام والإطار والقواعد التي ينبغي ان يستند عليه أفراد المجتمع ، لكون قيم الأفراد تقع تحت مظلة الاعتبارات و القيم الأخلاقية (Kriell,2006:11) . بينما يرى كل من (Mcshance & Glinow) بأنها مجموعة من المبادئ و القيم التي تحدد فيما اذا كانت الإجراءات المتخذة صحيحة او خاطئة و كذلك بالنسبة الى النتائج جيدة أو سيئة (Mcshance & Glinow, 2007:33) . كما عرفها (السالم) بأنها مجموعة من القواعد والمبادئ التي تحدد ما هو صحيح أو خطأ في إطار السلوك الإنساني ضمن بيئة معينة وفي المنظمة هناك دائماً القواعد والمبادئ الأخلاقية التي يتم تداولها بين العاملين بشكل رسمي و غير رسمي (السالم ، ٢٠٠٩ : ٧١) . وبناءً على ما تقدم يمكن القول بأن الأخلاق عبارة عن مجموعة من القواعد و المبادئ و التصرفات التي تحدد سلوك الأفراد في المجتمع بشكل عام وذلك من خلال احترام العادات والتقاليد والثقافة السائدة داخل المجتمع والتي تحدد تصرفات الأفراد لعمل كل ما هو صحيح .

- أخلاقيات العمل

هنالك العديد من التعاريف المتعلقة بأخلاقيات العمل حيث ينظر إليها (Bartlett) باعتبارها فرع أكاديمي يعمل على دراسة التعقيدات و الاضطرابات التي تطرأ في مجالات الحياة و المجالات الإدارية بالاعتماد على الاطراً النظرية والمفاهيمية المتوفرة (Bartlett, 2003:224) . حيث عرفها (Hoivik) بأنها كل ما يتعلق بالثقافة والنزاهة و التقاليد و حرية الفرد في التصرف

المنظمي داخل المجتمع و البيئة (Hoivik, 2007:458) . وأشار إليها (الصيرفي) بأنه مفهوم صادر عن مفاهيم التضامن في المجتمع الذي من خلاله تسعى المنظمات بواسطة إمكانياتها المادية و البشرية أن تقدم لأبناء المجتمع الذي يعيش فيه ، الكثير من الحلول للمشكلات التي تعاني منها (الصيرفي ، ٢٠٠٧ : ١٥٥) . وعرفها أيضاً (Tsalikis & Seaton) بأنها توجيه المدراء في عملية اتخاذ القرارات فكلمها كان نشاط المدير أكثر تأثيراً على الأفراد كلما ازدادت أهمية أخلاقيات ذلك المدير (Tsalikis & Seaton, 2008 : 920) . ويقول (John) بأن أخلاقيات العمل تتعلق بكل مظاهر السلوك البشري و اتخاذ القرارات ، وان الأخلاق تتحدد من خلال المجتمع و خصائصه (القوانين ، الأعراف ، القيم ، الديانات) أو من الخصائص الفطرية للإنسان (John , 2009 : 13) . أما (Ugur) ينظر إليها بكونها مجموعة من القيم و المعتقدات و النوايا و الأهداف التي يحملها الأفراد بداخلهم و هم يعملون في المنظمة و كيفية التصرف مع الأشخاص الموجودين في مجال العمل وذلك من خلال الربط بين المعتقدات الدينية و النشاطات الاقتصادية (Ugur , 2009 : 15) . و يرى (أبو شيخة) بأنها مجموعة من المعايير أو مستويات السلوك تجمع مجتمع ما على أنها مقبولة ، وبالتالي فإن أي تصرف من فرد أو جماعة خارج نطاق هذه المعايير يعتبر تصرف غير أخلاقي (أبو شيخة ، ٢٠١٠ : ٥٤٤) . و حددها (Reid et al.,) . بأنها تمثل ثلاثة ظواهر تخطيطية هي :-

- ١- المعتقدات الذاتية .
 - ٢- القواعد .
 - ٣- التأثير على الآخرين (Reid et al., 2011 : 5) .
- في حين لخصها (Wan Husin) أخلاقيات العمل بما يلي :-
- ١- ضرورة التزام رب العمل بالقيام بكل مسؤولياته باحترام .
 - ٢- ضرورة تصنيف الأعمال قانونية و غير قانونية .
 - ٣- العمل على نشر الأخلاق العالمية بين أفراد المجتمع بغض النظر عن الدين ، لون البشرة ، العرق .
 - ٤- التركيز على مبادئ الإسلام التي تشير إلى التصرفات الحسنة للأفراد و ذلك من خلال الخصائص الفطرية للفرد .
 - ٥- يجب إن تنجز الأعمال بشكل صحيح و تجنب أعمال الشر كالغش و الرشوة و العمل على قمع و معالجة النزاعات التي تحدث داخل المنظمة (Wan Husin , 2010 : 52) .
- مداخل أخلاقيات العمل**
- تتناول العديد من الباحثين مداخل أخلاقيات العمل حيث حددها (Mejia et al .,) و (نجم) بما يأتي :-

- ١- مدخل النفع العام Utilitarian Approach
طبقاً لهذا المدخل فإن مفهوم الأخلاق يتمثل بالسلوك الأخلاقي و الذي يحقق المنفعة القصوى لأكبر عدد ممكن من الأفراد .
- ٢- المدخل الشخصي (الفردي) Individualism Approach
إن الأفراد يقيمون القرارات الأخلاقية لأنفسهم طالما أنها لا تؤذي الآخرين ، ومن خلال النظر إلى الفردية المستندة إلى المبادئ الرأسمالية التي أشار إليها آدم سميث في كتابه (ثروة الأمم) بكونها أسواق مجانية و الجميع يخضعون لعوامل الحكومة .
- ٣- مدخل الحقوق Rights Approach
يؤكد هذا المدخل على إن للإنسان حقوقاً أساسية يجب احترامها و حمايتها . ولهم الحق بالعيش في بيئة آمنة و صحية .
- ٤- مدخل العدالة Justice Approach

طبقاً لهذا المدخل فإن الأفراد يجب ان يعاملوا على أساس أنهم بشر وبكل أنصاف وذلك بالاعتماد على العدالة التوزيعية و العدالة الإجرائية (Mejia et al ., 2005 : 104-105) .

٥- مدخل السمات الأخلاقية Ethical trait Approach

وهذا المدخل يقوم على أساس إن المدير الجيد (وكذلك العامل أو الموظف الجيد) من الناحية الأخلاقية يمتلك خصائصه وسمات أخلاقية عالية تميزه عن غيره من المديرين وبالتالي فإن جذور الموقف الأخلاقي في هذا النوع من المديرين يكمن بشخصيتهم المتميزة أو سماتهم الموجهة نحو الأخلاق .

٦- مدخل الالتزام بالمبدأ الرسمي Obligation to a formal principle Approach

وهذا المدخل يحاول إن يبحث عن المبدأ الرسمي الذي يساعد على تحقيق الاعتدال و التوازن بين طرفي المصلحة في كل قرار أو تصرف للمدير . فأساس هذا المدخل هو أن هناك حدين من المصالح . الحد الأول ويتمثل بالأنانية Egoism أي تحقيق أقصى المصالح الشخصية و الحد الثاني هو الإيثار أو الغيرية أي حب الغير Altruism أي تحقيق أقصى المنافع الاجتماعية وفق مبدأ أقصى سعادة لأكبر عدد (نجم ، ٢٠٠٦ : ٥٧-٦٢) .

- أبعاد أخلاقيات العمل

هنالك العديد من الأبعاد و المتمثلة بالثقافة التنظيمية و القيم وأنظمة المنظمة

١- الثقافة التنظيمية Organizational Culture

يوجد العديد من التعاريف المتعلقة بالثقافة التنظيمية حيث عرفها (Ivancevich et al.) بأنها عبارة عن اللغة و الرموز و المعتقدات و الطقوس والأساطير (Ivancevich et al., 2008: 36) حيث عرفها (Abu-Jarad et al.) بأنها مجموعة من المزايا تميز المنظمة عن باقي المنظمات الأخرى ولهذه المزايا صفة الاستمرارية النسبية ولها تأثير كبير على سلوك الأفراد (Abu-Jarad et al., 2010: 35) . أما (أبو حشيش) فيقول إن طبيعة السلوك الإنساني السائد في المنظمة والذي يعتمده أفرادها في التعامل بينهم ، وتشمل الأفكار و المعتقدات و المبادئ و الاتجاهات و القيم و الأعراف الاجتماعية التي تعتمد على نقل المعرفة و المعلومات (أبو حشيش ، ٢٠١١ : ١١٥) .

٢- القيم Values

تناول العديد من الباحثين مفهوم القيم لما له من تأثير على سلوك الفرد والمنظمة حيث تشير إلى تبلور دور القيم في توجيه و تحديد السلوك الإنساني من خلال العديد من الدراسات والأبحاث العلمية التي أكدت على دورها في هذا المضمار (حمود ، ٢٠٠٢ : ٨٥) . ويمكن تعريف القيم على أنها ميل عام لتفضيل حالات وشؤون معينة عن أخرى ويعني جانب التفضيل في هذا التعريف ، إن القيم تتعلق بالمشاعر و العواطف التي تقيم على أساسها ما نعتبره جيداً أو سيئاً (حسن ، ٢٠٠٤ : ١٥١) .

وأشار (العميان) الى القيم بأنها المعاني التي يعطيها الفرد أهمية كبرى أو تقدير كبيراً في حياته وسلوكه من المغامرة و العدل والشجاعة وغيرها من الصفات (العميان ، ٢٠١٠ : ١٠٨) . وتقسم القيم إلى فئتين هما :-

١- قيم قليلة التأثير على سلوك الفرد .

٢- قيم عظيمة التأثير على سلوك الفرد (عوض ، ٢٠٠٨ : ٧٤) .

٣- أنظمة المنظمة

تستطيع المنظمة إيجاد بيئة عمل أخلاقية من خلال بعض الأنظمة الداخلية والتي غالباً ما تمثل بالسياسات و التطبيقات الموضحة في المدونات الأخلاقية أو مدونات السلوك ، كذلك تتضح من خلال إيجاد الآلية المناسبة لاختيار الأفراد الأخلاقيين الذين يحملون قيماً عالية وتنظيم برامج التدريب الأخلاقية (المعاضيدي ، ٢٠٠٥ ، ٣٢) .

Service Quality Concept

مفهوم جودة الخدمة

يرجع مفهوم الجودة (Quality) إلى الكلمة اللاتينية (Qualits) والتي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة الصلابة. وقد كانت قديماً تعني الدقة والإتقان ، أما حديثاً فقد تغير مفهومها بعد تطور علم الإدارة وظهور الإنتاج الكبير والثورة الصناعية ، والشركات الكبرى وازدياد حدة المنافسة ، حيث أصبح لمفهوم الجودة أبعاد جديدة متشعبة . حيث عرفها (Evans) بأنها مجموعة من الخصائص والصفات للمنتج والتي لها القدرة على إشباع حاجات محددة (Evans , 1997 : 45) . ويضيف كل من (Gothsch & Davis) على أنها القيام بعمل الأشياء بطريقة صحيحة لأول مرة و دائماً الكفاح من أجل التطور وإرضاء الزبون (Gothsch & Davis, 2006 : 4) . أما (Besterfied) فقد عرفها بأنها مجموعة من الخصائص المتعلقة بالمنتج أو الخدمة التي تقوي القدرة على إشباع حاجات معينة للزبون ، وقد أوضحها من خلال العلاقة الرياضية الآتية :-

الجودة = الأداء / التوقعات (Besterfied , 2009 : 2) .

أذن يمكن القول بأن الجودة تعني إمكانية المنظمة على توفير السلع والخدمات عالية الجودة للزبائن وبما يلئم حاجاتهم ويضمن بقاء المنظمة في المنافسة . وفيما يتعلق بموضوع الخدمة فهناك العديد من المفاهيم المتعددة و المتنوعة حيث تعرف بأنها سلسلة من النشاطات والمنافع غير ملموسة Intangible التي تقدمها المنظمة الى الزبائن كبديل للمال أو شيء آخر ذو قيمة (Kerin et al., 2007 : 213) . وعرفها (Finch) بأنه نشاط من سلسلة من النشاطات ذات طبيعة غير ملموسة والتي لا يمكن قياسها إلا من خلال قدرتها على تلبية توقعات ورغبات الزبائن وإشراكهم في هذه العملية (Finch , 2008 : 23) . في حين أشار إليها (العيان) بأنها نشاط من سلسلة الأنشطة ذات طبيعة غير ملموسة في العادة ولكن ليس ضرورياً إن تحدث عن طريق التفاعل بين المستهلك وموظفي الخدمة أو الموارد المالية أو السلع أو الأنظمة والتي تقدمها كحل لمشاكل العميل (عيان ، ٢٠٠٩ : ٢٩٨ - ٢٩٩) . يمكننا القول بأن الخدمة عبارة عن سلسلة من النشاطات الغير ملموسة التي تعمل على توفير المنافع الضرورية للمستهلكين وذلك بالاعتماد على الجهد البشري في تقديمها أو تكون قابلة للتبادل وقد تكون مرتبطة بمنتج مادي أو لا يكون .

أما جودة الخدمة فهناك الكثير من التعاريف التي تناولها الباحثين والكتاب حيث عرفها (سعيد) على أنها قياس لمدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد ، فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين (سعيد ، ٢٠٠١ : ٢٥) . أما (نور الدين) فيقول أن جودة الخدمة تتعلق بذلك التفاعل بين العميل و مقدم الخدمة حيث يرى العميل جودة الخدمة من خلال مقارنته بين ما يتوقعه والأداء الفعلي للخدمة (نور الدين ، ٢٠٠٧ : ٦٥) . وهناك من عرفها بأنها مجموعة من الخصائص والمواصفات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة التي لها القدرة على إشباع حاجات ورغبات الزبون (Kotler & Keller , 169 : 2009) . ويشير (الطائي والعلاق) إلى أن جودة الخدمات هي :-

- ١- معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي مع توقعات العملاء لهذه الخدمة .
- ٢- الفرق بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها .
- ٣- أن المستفيدين يحكمون على جودة الخدمة من خلال مقارنة الخدمة التي يتلقونها فعلاً (Actual service) مع الخدمة التي يتوقعون الحصول عليها (Expected service) .
- ٤- إذا كانت الجودة مدركة (التي تم الحصول عليها فعلاً) تفوق التوقعات ، فإن المستفيدين سيكونون راضيين عن الخدمة و سعداء بها . أما إذا كان أداء الخدمة أقل من التوقعات ، فإن المستفيدين سيكونون غير راضيين عن الخدمة (الطائي و العلاق ، ٢٠٠٩ : ٢٤٣) .

Service Characteristics

خصائص الخدمة

لقد اجمع اغلب الباحثين في هذا المجال على أن للخدمات خصائص تختلف عن خصائص المنتجات وهي كالآتي :- (Srinivasan , 2010 : 2-3) .

- ١- اللا ملموسية (الخدمة غير ملموسة) Intangibility
إن الخدمة لا يمكن رؤيتها أو لمسها قبل شرائها و هذا ما يميزها عن السلع المادية .
 - ٢- التلازمية Inseparability
وتعني الترابط الوثيق بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها ومن الصعب الفصل بين عملية إنتاج واستهلاك الخدمة .
 - ٣- التباين Heterogeneity
تشير إلى صعوبة في تطبيق معايير الجودة لتأدية الخدمات وخاصة التي تكون مرتبطة بشكل وثيق بالتلازم حيث يصعب على مقدم الخدمة إن يقدم خدمات متماثلة في كل مرة.
 - ٤- فناء الخدمة Perish ability
ان الخدمات ذات الطبيعة الفنائية لا يمكن حفظها على شكل مخزون فالخدمات تستمد قيمتها من الوقت الذي تؤدي فيه فقط .
- أبعاد جودة الخدمة
- هناك مجموعة من الأبعاد التي تتميز بها جودة الخدمة ، ولكن هذه الأبعاد اختلفت باختلاف رأي الكتاب والباحثين في هذا المجال والجدول (٤) يوضح هذه الأبعاد كما أوردها بعض الباحثين .

جدول (٤) يوضح أبعاد جودة الخدمة

| ت | الباحثين | Heizer & Render, 2001 | Hsiao, 2004 | Mullins et al., 2008 | Eva ns, 2008 | Setvenson, 2009 | Srinivas an, 2010 | حسين ، ٢٠١٠ |
|---|-------------------------------|-----------------------|-------------|----------------------|--------------|-----------------|-------------------|-------------|
| ١ | الثقة Reliability | * | * | * | | * | * | |
| ٢ | الاستجابة Responsiveness | * | * | * | * | * | * | * |
| ٣ | القدرة Competence | * | | | | | | |
| ٤ | سهولة الوصول Accessibility | * | | | | * | | * |
| ٥ | الكيافة Courtesy | * | | | * | | | |
| ٦ | الاتصال Communication | * | | | | | | |
| ٧ | الاعتمادية Reliability | * | | | | | | * |
| ٨ | الأمان Security | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|--|----|
| * | * | | | | | * | فهم الزبون Understanding Customer | ٩ |
| | * | * | | * | * | * | الملموسية Tangibles | ١٠ |
| | | | | | | | المصداقية Credibility | ١١ |
| | * | | | * | * | | التعاطف Empathy | ١٢ |
| * | * | * | | * | * | | التأكيد Assurance | ١٣ |
| | * | * | | | | | الملائمة Convenience | ١٤ |
| * | * | * | * | | | | الوقت Time | ١٥ |
| | * | * | * | | | | الثبات Consistency | ١٦ |
| * | * | | | | | | الأهلية Competence | ١٧ |
| * | * | | | | | | المرونة Flexibility | ١٨ |
| * | * | | | | | | التسليم Delivery | ١٩ |
| | | | * | | | | الحد الزمني Timelines | ٢٠ |
| | | | * | | | | الكمال Completeness | ٢١ |
| | | | * | | | | الدقة Accuracy | ٢٢ |

المصدر :- إعداد الباحثة بالاعتماد على المصادر العلمية.

أهم الأبعاد التي يتم استخدامها في الدراسة الحالية هي :-

- ١- الاستجابة Responsiveness
و يقصد بالاستجابة الرغبة لمساعدة الزبائن و تزويدهم بالخدمة و يركز هذا البعد على الوقت تقديم الخدمة وامتلاك المهارات و المعرفة لأداء الخدمة (Heizer & Render , 2001: 171).
- ٢- الاعتمادية Reliability
تعد الاعتمادية من العوامل الجوهرية في صناعة الخدمات فالمنظمات بحاجة لان تكون مدركة لتوقعات الزبائن حول الاعتمادية وان أهمية الاعتمادية في الخدمات المقدمة هي أكثر من معرفة

التوقعات وتلبيتها ، بل أن إخفاق المنظمة بتقديم خدماته باعتمادية عالية تعني تدني مجال القبول لدى الزبائن ، ومن ثم ارتفاع مستويات الخدمة المقدمة (عبيد ، ٢٠٠٣ : ٢٨) .

٣- فهم الزبون Understanding The Customer
ويعني الاهتمام الشخصي بالزبون وسهولة التعرف عليه و على حاجاته و مواعمة الخدمة في ضوء تلك المعرفة (المحياوي ، ٢٠٠٦ : ٩٥) .

٤- الأهلية Competence
تعني مستوى الجدارة الذي يتمتع به القائمون على تقديم الخدمة من حيث المهارات والقدرات التحليلية و الاستنتاجية و المعارف التي تمكنهم من أداء مهامهم بشكل أمثل (الطائي وآخرون ، ٢٠٠٣ : ١٠٣) .

٥- سهولة الوصول Accessibility
و تعني ملائمة موقع مكان الخدمة وسهولة الوصول إلى المكاتب والأفراد والمسولين عن الخدمة ، وسهولة الحصول على الخدمة عن بعد (إدريس ، ٢٠٠١ : ٤٩) .

- الإطار العملي للبحث

أولاً: تحليل واقع متغيرات البحث في المنظمة المبحوث:

تسلط هذه الفقرة الضوء على طبيعة الأبعاد الرئيسية للبحث المتمثلة بأخلاقيات العمل وجودة الخدمة، التي أسهمت في بناء أنموذج البحث وفرضياته ولتحقيق ذلك تمت معالجتها ابتداءً بالتحليل الأولي للبيانات المتعلقة بأبعاد البحث ومتغيراته، وقد تم استخدام البرنامج الحاسوبي SPSS.Ver.17 تحت النوافذ والبرامج الجاهزة فيه والمتعلقة بـ (النسب المئوية والأوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وقيمة t المحسوبة) لكل متغير من متغيرات الدراسة. واعتماداً على ذلك يمكن تقسيم هذه الفقرة على النحو الآتي:-

١- وصف وتشخيص أبعاد أخلاقيات العمل:

بهدف تحديد مستوى متغيرات أخلاقيات العمل وتحليل نتائجها في المنظمة المبحوثة تم تبويب البيانات الخاصة بإجابات أفراد العينة لكل فقرة من فقرات الاستبانة المعتمدة ومن ثم معالجتها إحصائياً. إذ تشير معطيات الجدول (٥) إلى إجابات أفراد العينة حول أبعاد المتغير المستقل على وفق الاهتمام بها وممارستها باستخدام قيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف، وقيمة (t) لعناصر هذا المتغير وجاء بوسط حسابي إجمالي (٣,٠٦) أعلى من الوسط الحسابي الفرضي (٣)، وانحراف معياري بلغت قيمته (٠,٧٨) ومعامل اختلاف (٢١%) وبلغت قيمة (t) المحسوبة (٢٩,٥٤) أكبر من قيمة (t) الجدولية (٣,٠٤٨)، فضلاً عن الأوساط الحسابية الفرعية، مما يدل على أن إجابات العينة حول هذا المؤشر ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥). فضلاً عن اهتمام إدارة المنظمة المبحوثة بممارسة أبعاد أخلاقيات العمل من أجل تقديم الخدمة بجودة عالية. أما فيما يتعلق بالمتغيرات الفرعية تشير بيانات الجدول (٥) إلى اتفاق المبحوثين على وجود أبعاد أخلاقيات العمل (الثقافة التنظيمية، والقيم، أنظمة المنظمة) داخل المنظمة المبحوثة، وجاء ذلك بوسط حسابي عام لكل فقرة (3.23) (٣) (٣,٢٢) وهو أعلى من الوسط الفرضي على مساحة ميزان الاختبار البالغ (3) المعول عليه لتفحص مستويات إجابات أفراد العينة المبحوثة، مما يؤشر انسجام إجابات عينة البحث تجاه فقرة

الجدول (٥)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وقيم (t) المحسوبة لأبعاد أخلاقيات العمل

| قيمة t المحسوبة | معدل الاختلاف % | انحراف معياري | الوسط الحسابي | الفقرات | |
|-----------------|-----------------|---------------|---------------|---|-------------------|
| 37.92 | 0.14 | 0.632 | 3.448 | يعرف الأفراد في هذه المنظمة كيف ان عملهم مكمل لأعمال إقرانهم في المنظمة. | الثقافة التنظيمية |
| 34.84 | 0.20 | 0.677 | 3.379 | تنتقل الأفكار والمعلومات الخاصة بأنشطة المنظمة بين الأفراد بحرية كاملة. | |
| 24.35 | 0.12 | 0.315 | 4.138 | تشعر المنظمة الأفراد بأهمية مبادراتهم بغض النظر عن النتائج المترتبة عليها. | |
| 34.84 | 0.31 | 0.677 | 3.379 | تميل المنظمة إلى إجراء تغييرات مستمرة في عملها من أجل الابتكار والإبداع. | |
| 22.20 | 0.12 | 0.529 | 3.828 | تهتم بتشجيع قبول الأفكار الجديدة من أجل إجراء التحسينات المستمرة في أنشطتها وإعمالها. | |
| 30.8 | 0.222 | 0.766 | 3.234 | المعدل | |
| 30.01 | 0.15 | 0.693 | 3.862 | تقيس المنظمة الفرد من خلال ما يقدمه من عمل متقن ومخلص. | القيم |
| 31.14 | 0.17 | 0.704 | 3.069 | يتيح العمل للفرد استخدام قابلياته الشخصية. | |
| 29.72 | 0.18 | 0.731 | 3.034 | يعمل الفرد بشرف ونزاهة وينعكس نتاج عمله ايجابيا على المجتمع | |
| 26.87 | 0.11 | 0.402 | 4.000 | توفر المنظمة وقت الراحة للأفراد باعتباره احد قيم المنظمة | |
| 30 | 0.10 | 0.343 | 4.138 | تهيئ المنظمة مستلزمات العمل ليكون أمرا ممتعا ومشوقا. | |
| 28.8 | 0.185 | 0.741 | 3.000 | المعدل | |
| 26.74 | 0.30 | 0.833 | 4.138 | تمتلك المنظمة مدونات أخلاقية معمول بها بشكل رسمي وواضح. | أنظمة المنظمة |
| 24.30 | 0.24 | 0.848 | 3.828 | تلجأ المنظمة إلى إصدار بعض المنشورات لتكون بديلا عن التعليمات والإرشادات المدونة مسبقا. | |
| 29.28 | 0.22 | 0.774 | 3.207 | يلتزم الفرد بالمدونات الأخلاقية مهمة لعمل المنظمة. | |
| 37.86 | 0.14 | 0.628 | 4.414 | تؤمن المنظمة بأن وجود المدونات الخاصة بأخلاقيات العمل هي ظاهرة حضارية. | |
| 34.84 | 0.23 | 0.677 | 3.379 | تعتبر المدونات الأخلاقية مهمة لعمل المنظمة. | |
| 32.5 | 0.17 | 0.720 | 3.224 | المعدل | |
| 29.54 | 0.21 | 0.783 | 3.069 | المعدل العام لمتغيرات أخلاقيات العمل | |

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على استبانة الدراسة ونتائج الحاسوب.

٢- وصف وتشخيص أبعاد جودة الخدمة:

تشير المعطيات الواردة في الجدول (٦) إلى إجابات أفراد العينة في الميدان المبحوث على المستوى العام حول أبعاد جودة الخدمة ومدى الاهتمام بها على وقيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف وقيم (t) لمتغيرات وعناصر هذا المتغير. إذ تظهر بوسط حسابي

(٤,٢٠٣) وانحراف معياري (٠,٧٥٢) ومعامل اختلاف (١٩١%) وكانت قيمة (t) المحسوبة العامة (٣١,٠٦) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥) وإن الفرق بين الوسط الحسابي والوسط الفرضي (٣) ذو دلالة معنوية عالية، مما يعني أن إدارة المنظمة المبحوثة لديها اهتمام كبير بجودة الخدمة لكي تتفق مع التوجهات المعاصرة وتبني مجموعة متكاملة من الاستراتيجيات الحديثة. ولعل أبرز الأبعاد التي أسهمت في إغناء هذا المتغير:

الأول: الاستجابة، والثاني: الاعتمادية، والثالث: سهولة الوصول، إذ بلغ الوسط الحسابي لهما (٤,٤٧٦، ٤,٤٣٤، ٤,١١٠) على التوالي. وبلغت قيم الانحراف المعياري (٠,٧٠٧، ٠,٦٣٢، ٠,٧٧٦) وقيم معامل الاختلاف (١٥٤%) للأول والثاني و(٢٠٦%) للبعد الثالث، وكانت قيمة (t) المحسوبة (٣٨,٥، ٣٤,٠٨، ٢٤,٨١) على التوالي أكبر من قيمة (t) الجدولية (٢,٠٤٨)، ثم بقية الأبعاد فهم الزبون والأهلية وقد أسهما في إيجابية متباينة لغرض تحقيق التكيف للطلب والقدرة على الاستجابة له. إذ بلغ الوسط الحسابي لهما (٣,٩٠٣، ٤,٠٨٩) على التوالي وانحراف معياري (٠,٧٧٦، ٠,٨٦٨) ومعامل الاختلاف (٢٠,٤%، ٢٣,٨%) على التوالي وإن قيمة (t) المحسوبة لهما (٢٨,٨٨، ٢٤,٨١) أكبر من الجدولية مما يعني إجابات أفراد العينة ذات دلالة معنوية عالية وبمستوى معنوية (٠,٠٥). هذا يعني أن الأبعاد نالت اهتماماً من لدن قيادة ومنتسبي المنظمة المبحوثة وإن كان متباين بوصفها أبعاداً متداخلة ومتكاملة ومتفاعلة مع بعضها لغرض تعزيز جودة الخدمة المقدمة وهذا ما تصبو إليه إدارة وعاملي كلية الطب بجامعة القادسية.

الجدول (٦)

الأوساط الحسابية والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف وقيمة (t) لأبعاد جودة الخدمة.

| أبعاد الميزة التنافسية | الوسط الحسابي | انحراف معياري | معدل الاختلاف % | قيمة t المحسوبة |
|------------------------|---|---------------|-----------------|-----------------|
| الاستجابة | يتمتع العاملون بالمنظمة بولاء عالي لها. | 4.482 | 0.575 | 42.0 |
| | يقدم العاملون الخدمات بشكل فوري للزبائن دون تأخير. | 4.552 | 0.686 | 35.7 |
| | يدافع العاملون عن سمعة المنظمة. | 4.621 | 0.562 | 44.3 |
| | عمال المنظمة على استعداد دائم عند تكليفهم بأعمال إضافية. | 4.310 | 0.712 | 32.5 |
| | ييدي العاملون في المنظمة الاستعداد الدائم للإجابة عن جميع أسئلة واستفسارات الزبائن. | 4.414 | 0.627 | 37.9 |
| المعدل | 4.476 | 0.632 | 0.154 | 38.5 |
| الاعتمادية | تراعي إدارة المنظمة الوقت بدقة عند تنفيذ طلبات الزبائن. | 3.310 | 0.712 | 32.6 |
| | حقوق الزبائن محفوظة بموجب قانون داخل الشركة. | 4.483 | 0.634 | 38.1 |
| | مستندات المنظمة وتقاريرها خالية من الأخطاء على الدوام. | 4.414 | 0.780 | 30.5 |
| | شركتنا لها سمعة جيدة بين الشركات المنافسة لها. | 4.552 | 0.632 | 38.8 |
| | يسعى العاملون داخل المنظمة الى المحافظة على تقديم الخدمة بنمط متشابه في اغلب الأحيان. | 4.414 | 0.780 | 0.17 |
| المعدل | 4.434 | 0.707 | 0.154 | 34.08 |

| | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|--|--------------|
| 29.7 | 0.18 | 0.731 | 4.035 | يستطيع العاملون داخل المنظمة إجراء التغييرات على الخدمات المطلوبة بسهولة. | فهم الزبون |
| 21.33 | 0.26 | 0.966 | 3.828 | تسعى إدارة المنظمة إلى تخفيض تكاليف الخدمة بما يتناسب وإمكانيات الزبائن المالية | |
| 32.41 | 0.16 | 0.728 | 4.379 | يستطيع العاملون داخل المنظمة على تلبية حاجات ورغبات الزبائن المتنوعة. | |
| 32.81 | 0.23 | 0.702 | 4.276 | تعمل إدارة المنظمة على وفق مبدأ الزبون دائماً على حق. | |
| 28.13 | 0.19 | 0.753 | 3.931 | يوجد نظام معلومات في المنظمة يأخذ في الاعتبار متطلبات الزبون من الخدمات التي تقدمها المنظمة. | |
| 28.88 | 0.204 | 0.776 | 4.089 | المعدل | |
| 32.59 | 0.23 | 0.712 | 4.310 | يؤدي العاملون داخل المنظمة الخدمة من دون وقوع أخطاء. | الأهلية |
| 25.68 | 0.20 | 0.817 | 3.897 | تزود الخدمة وما يتعلق بها بشكل ملائم في الوقت المحدد. | |
| 22.18 | 0.26 | 0.912 | 3.759 | يستخدم العاملون التكنولوجيا بشكل سريع وبمهارة عالية. | |
| 25.49 | 0.21 | 0.845 | 4.000 | تعتمد إدارة المنظمة برنامجاً تدريبياً لتطوير كفاءة العاملين. | |
| 24.81 | 0.238 | 0.868 | 3.903 | المعدل | |
| 35.16 | 0.23 | 0.660 | 4.310 | تقع المنظمة في مكان يسهل على الزبائن الوصول إليه في اقصر وقت. | سهولة الوصول |
| 25.95 | 0.21 | 0.823 | 3.965 | يستطيع الزبون الحصول على بعض الخدمات من خلال استخدام. | |
| 35.16 | 0.15 | 0.660 | 4.310 | يستخدم الزبائن وسائل إلكترونية للحصول على بعض الخدمات التي تقدمها المنظمة. | |
| 19.13 | 0.28 | 1.039 | 3.690 | يستطيع الزبون الحصول على الخدمات التي تقدمها المنظمة في أوقات إضافية بعد الدوام الرسمي | |
| 32.81 | 0.16 | 0.702 | 4.276 | تستخدم المنظمة بعض وسائل الاتصال الحديثة كالانترنت لتبادل المعلومات مع الزبائن. | |
| 24.81 | 0.206 | 0.776 | 4.110 | المعدل | |
| 31.06 | 0.191 | 0.752 | 4.203 | المعدل الإجمالي لأبعاد جودة الخدمة | |

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على استبانة الدراسة ونتائج الحاسوب.

ثانياً: تحليل واختبار فرضيات البحث.

تواصلت مع نتائج الفقرة السابقة التي تمخضت عن وصف واقع ومتغيرات وأبعاد البحث تناولت هذه الفقرة تحليل علاقات الارتباط والأثر بين متغيرات البحث وأبعاده بالاعتماد على مجموعة من أدوات التحليل الإحصائي الاستدلالي وعلى النحو الآتي:

١- تحليل واختبار علاقات الارتباط بين متغيرات البحث.

تنطوي هذه الفقرة على قياس علاقات الارتباط بين متغيرات نموذج البحث، التي تضمنتها الفرضية الرئيسية الأولى، وما ينبثق عنها من فرضيات فرعية، وقد استخدمنا لهذا الغرض معامل الارتباط البسيط (بيرسون)، ولغرض إعطاء قرار دقيق بشأن ثبوت صحة الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على أنه [توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات العمل وجودة

الخدمة]، يتوجب على الباحث اختبار الفرضيات الفرعية الثلاث المنبثقة عنها، وعلى الوجه الآتي:

- أ- الفرضية الفرعية الأولى : ترتبط الثقافة التنظيمية معنويا بأبعاد جودة الخدمة منفردا و/او مجتمعا.
 ب- الفرضية الفرعية الثانية : ترتبط القيم معنويا بأبعاد جودة الخدمة منفردا و/او مجتمعا.
 ت- الفرضية الفرعية الثالثة : ترتبط أنظمة المنظمة معنويا بأبعاد جودة الخدمة منفردا و/او مجتمعا.

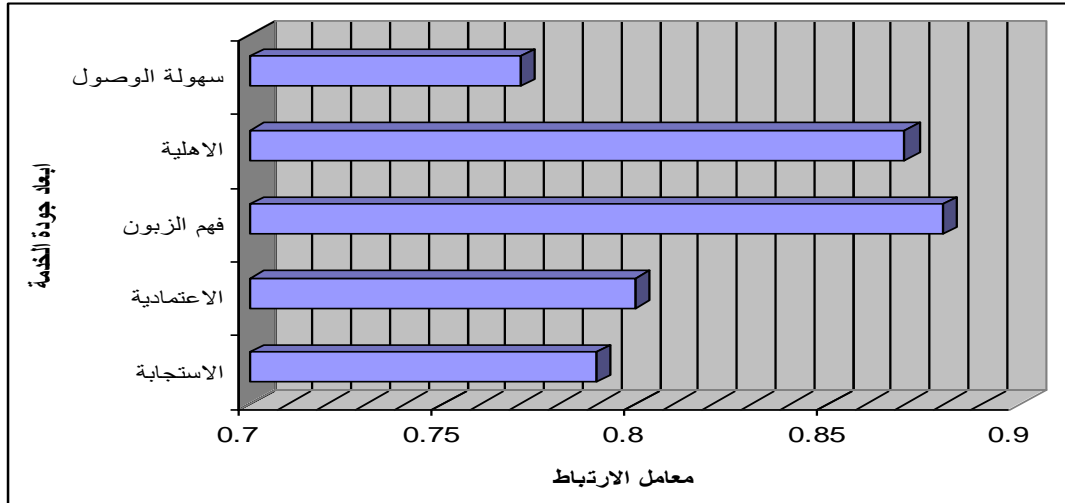
ومن معطيات الجدول (٧) ظهرت عدد ارتباطات بين المتغيرات المبحوثة المتمثلة بالمتغير الرئيس (المعتمد) وهو جودة الخدمة، والمتغير الرئيس المستقل (أخلاقيات العمل) بمتغيراته الفرعية (الثقافة التنظيمية، القيم، وأنظمة المنظمة) وكالاتي :-
 أ_ بلغ معامل الارتباط بين الثقافة التنظيمية وأجمالي أبعاد جودة الخدمة (0.79) وهذا يشير الى أن الارتباط عالي ومعنوي ودال على قوة العلاقة بين الثقافة التنظيمية وأبعاد جودة الخدمة حسب تصنيف (Hinkle and Others, 1979) (النجار، ٢٠١٠: ١٨٣)، في حين بلغ معامل ارتباط الثقافة التنظيمية بالاستجابة (0.777) أي أن الارتباط معنوي وموجب وهذا يدل على ان هنالك علاقة بين البعدين، أما الثقافة التنظيمية بالاعتمادية فقد سجلت معامل ارتباط مقداره (0.٨٠) وهذا أيضا مؤشر جيد يدل على أن الارتباط معنوي بين البعدين، وحققت علاقة الثقافة التنظيمية ببعدهم الزبون معامل ارتباط مقداره (0.88) عند مستوى دلالة (0.01) أي أن الارتباط معنوي وإيجابي، وجاءت علاقة الثقافة التنظيمية ببعدهم الأهلية بمعامل ارتباط مقداره (0.87)، اما علاقته ببعدهم سهولة الوصول جاءت بمقدار معامل الارتباط (0.77) كما مبين في الشكل (٢) وهذا يمثل اقل معامل ارتباط لكنه دال معنويا مؤكدا على وجود العلاقة بين البعدين . وبصورة عامة وبناءً على نتيجة التحليل هذه، تم قبول الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسة الأولى التي تشير الى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الثقافة التنظيمية وأبعاد جودة الخدمة في الميدان المبحوث.

الجدول (٧) علاقات الارتباط بين أبعاد أخلاقيات العمل وأبعاد جودة الخدمة

| P | إجمالي أبعاد أخلاقيات العمل | قيمة r | | | المتغير المستقل المتغير التابع |
|------------|-----------------------------|---------------|---------|-------------------|-----------------------------------|
| | | أنظمة المنظمة | القيم | الثقافة التنظيمية | |
| 0.000 | 0.753** | 0.808** | 0.716** | 0.7٩2** | الاستجابة |
| 0.000 | 0.722** | 0.777** | 0.772** | 0.٨٠9** | الاعتمادية |
| 0.000 | 0.701** | 0.802** | 0.790** | 0.٨88** | فهم الزبون |
| 0.000 | 0.826** | 0.816** | 0.850** | 0.٨71** | الأهلية |
| 0.000 | 0.767** | 0.783** | 0.755** | 0.٧77** | سهولة الوصول |
| دال معنويا | 0.722** | 0.753** | 0.802** | 0.790** | إجمالي أبعاد جودة الخدمة |

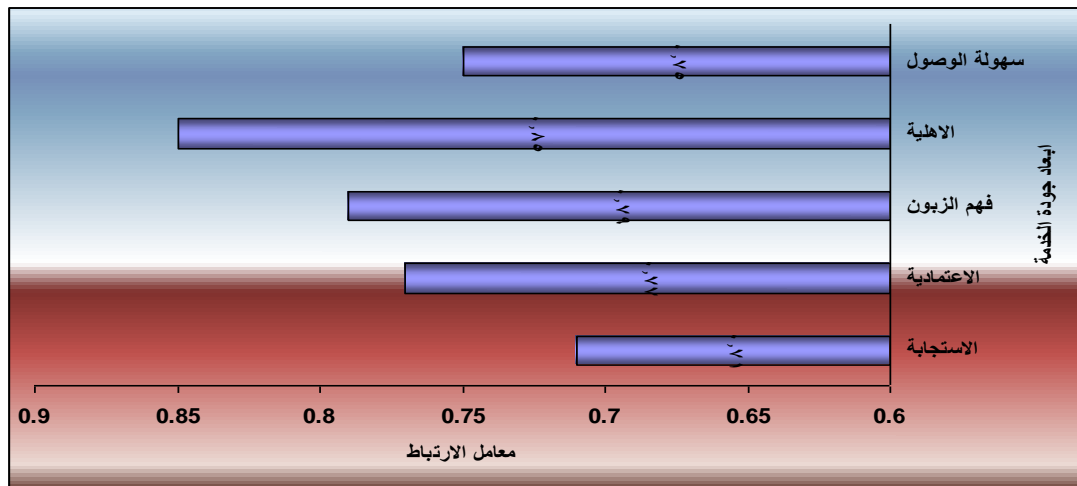
n =50

** تدل على وجود علاقة ارتباط بدلالة معنوية (0.01)



الشكل (٢) معاملات الارتباط بين الثقافة التنظيمية وأبعاد جودة الخدمة.

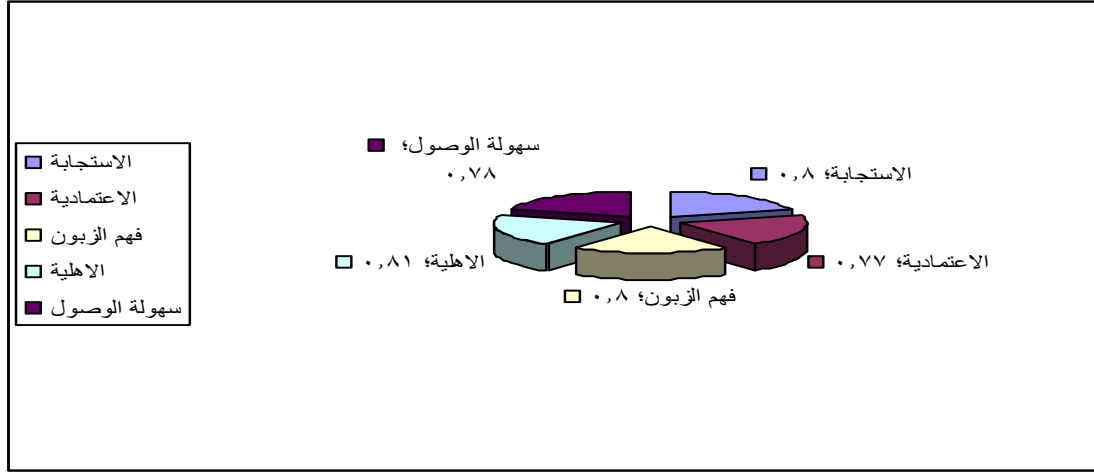
ب- أظهرت نتائج مصفوفة الارتباط المبينة في الجدول (٧) وجود علاقات ارتباط موجبة بين القيم وأبعاد جودة الخدمة عند مستوى معنوي 0.01 بصورة منفردة وحسب تسلسل معاملات الارتباط في الجدول المذكور (0.71, 0.77, 0.790, 0.85, 0.75) وتمثل علاقات ايجابية بمستوى معنوي (0.01) وبمعامل ارتباط عام للمتغير الفرعي المستقل المذكور اعلاه وأبعاد المتغير التابع بقيمة (0.80) أي مجتمعة وهو ارتباط عالي مؤكدا على قبول الفرضية الفرعية الثانية بشكل كلي، والتي تشير الى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين متغير القيم وأبعاد جودة الخدمة منفردة او مجتمعة في الميدان المبحوث، وفق الشكل (٣).



الشكل (٣) معاملات الارتباط بين القيم وأبعاد جودة الخدمة.

ت - يمكن تفسير نتائج الجدول اعلاه بان العلاقة كانت ايجابية وذات معنوية عند مستوى 0.01 بين المتغير المستقل الفرعي (أنظمة المنظمة) وأبعاد جودة الخدمة حسب اقوى علاقة (0.77, 0.81, 0.80, 0.78)، وهذا ما جسده الشكل (٤) ، اذ كانت العلاقة بين أنظمة المنظمة الأهلية أقوى علاقة بمعامل ارتباط (0.81)، اما معامل الارتباط الإجمالي الموجب بلغ (0.75) بين أنظمة المنظمة وأبعاد جودة الخدمة مجتمعة دالا معنويا عند مستوى (0.01)، وبصورة عامة وبناءً على نتيجة التحليل هذه، تم قبول الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسة الأولى التي

تشير الى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أنظمة المنظمة وأبعاد جودة الخدمة منفردة او مجتمعة في الميدان المبحوث.



الشكل (٤) معاملات الارتباط بين أنظمة المنظمة وأبعاد جودة الخدمة.

٢- تحليل واختبار علاقات الأثر بين متغيرات البحث. استند البحث في محاولته لتخمين التأثيرات المحتملة لأبعاد أخلاقيات العمل في أبعاد جودة الخدمة على نتائج اختبارات نموذج الانحدار البسيط (Simple linear regression) وأثمرت نتائج الانحدار الخطي البسيط كما موضح في الجدول (٨) تأثير المتغير المستقل (أخلاقيات العمل) في المتغير التابع (جودة الخدمة) فقد بلغت قيمة (F) المحسوبة (١١,٩٩) و هي أعلى من قيمتها الجدولية تحت مستوى دلالة (٠,٠٥) و درجة حرية (١,٢٥) و البالغة (٤,٢٤) و هذا يعني وجود تأثير موجب و دال لأخلاقيات العمل في جودة الخدمة ، كذلك تبين إن قيمة معامل التحديد البالغة (٤,٣٢%) هي جيدة جدا و التي تعني إن تغير وحدة واحدة في أخلاقيات العمل سوف ينتج عنه تذبذب بمقدار (٤,٣٢%) في جودة الخدمة. و هذا يدل على حدة تأثير أخلاقيات العمل على جودة الخدمة في المنظمة المبحوثة ما يعزز قبول الفرضية الرئيسية الثانية و التي مفادها (تؤثر نتائج أخلاقيات العمل تأثيراً إيجابياً معنوياً على مستوى جودة الخدمة للمنظمة المبحوثة).

الجدول (٨)

نتائج الانحدار الخطي البسيط لتأثير أخلاقيات العمل في جودة الخدمة N= 50

| المتغير المستقل | المتغير التابع | قيمة معامل بيتا | قيمة معامل التحديد R ² | قيمة F المحسوبة | مستوى الدلالة (٠,٠٥) |
|-----------------|----------------|-----------------|-----------------------------------|-----------------|----------------------|
| أخلاقيات العمل | جودة الخدمة | ١,٠٣ | %٣٢,٤ | ١١,٩٩ | وجود تأثير |

قيمة F الجدولية تحت مستوى دلالة ٠,٠٥ و درجة حرية (١,٢٥) = ٤,٢٤

ولغرض تحديد مدى تأثير المتغيرات المستقلة (Independent variables) في المتغيرات التابعة (Dependent variables) حسب قوة واتجاه العلاقة بينهما، كان من الضروري إظهار

التحليل الإحصائي لنموذج الانحدار البسيط لبقية المتغيرات الفرعية وحسب الجدول (٩)، وإن ما ورد فيه يشير إلى تحقق تأثيرات دالة معنوياً بنسبة (١٠٠%)، أي قبول الفرضية الرئيسية الثانية والفرضيات الفرعية المنبثقة منها لمحاور أخلاقيات العمل (منفردة و مجتمعة) في عناصر أو أبعاد جودة الخدمة، إلا أن هناك تبايناً في قوة هذه التأثيرات إذ جاء محور أنظمة المنظمة في المرتبة الأولى من حيث قوة التأثير ثم تلاه محور الثقافة التنظيمية بالمرتبة الثانية وجاء محور القيم بالمرتبة الثالثة حسب قيمة (f) المحسوبة.

الجدول (٩)

نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لعلاقات تأثير أخلاقيات العمل في جودة الخدمة

| المؤشرات الإحصائية | | | | | | | أبعاد أخلاقيات العمل |
|-------------------------------|---------------|--------------|----------------------------|--------|-----------------------------|------------|----------------------|
| الدالة | قيمة α | قيمة β | معامل التحديد المصحح R^2 | قيمة P | F الجدولية | F المحسوبة | |
| دالة إحصائية بمستوى معنوية ١% | 1.418 | 0.557 | 0.516 | 0.000 | (α=0.01) Df=1.90 6.85 | ٣7.88 | الثقافة التنظيمية |
| دالة إحصائية بمستوى معنوية ١% | 1.346 | 0.502 | 0.465 | 0.000 | | 21.016 | القيم |
| دالة إحصائية بمستوى معنوية ١% | 1.598 | 0.584 | 0.609 | 0.000 | | 43.003 | أنظمة المنظمة |

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على استبانة الدراسة ونتائج الحاسوب.

- الاستنتاجات والتوصيات

-الاستنتاجات Conclusions

- ١- تبين أن أبعاد أخلاقيات العمل في المنظمة المبحوثة جيدة وأشارت نتائج ترتيبها كالاتي :- (أنظمة المنظمة ، الثقافة التنظيمية ، القيم) .
- ٢- أتضح أن أبعاد جودة الخدمة كانت جيدة في المنظمة المبحوثة وأشارت نتائج ترتيبها كالاتي (الاستجابة ، الاعتمادية ، فهم الزبون ،سهولة الوصول ، الأهلية) .
- ٣- تم إثبات صحة الفرضيات الرئيسية والفرعية المتعلقة بالدراسة وذلك من خلال وجود علاقة ارتباط وأثر بين المتغيرات الدراسة.
- ٤- يتفق أكثر الكتاب والباحثين أن الحكم على جودة الخدمة المقدمة للزبون تتم باستخدام أبعاد الجودة الخمسة المتمثلة بـ (الاستجابة ،الاعتمادية ، فهم الزبون ، الأهلية ، سهولة الوصول) وذلك لأن هذه الأبعاد يبني عليها الزبون توقعاته وادراكاته ويستطيع من خلالها الحكم على جودة الخدمة المقدمة له .
- ٥- أن الزبون أفضل من يقيم جودة الخدمة لأنه يحدد المعايير التي يعتمدها هذا التقييم، وبالتالي فإن الزبون هو الذي يحكم على جودة الخدمة .

- التوصيات RecommendationS

١. بناءً على ما تقدم من استنتاجات تقدم الباحثة عدداً من التوصيات هي:-
تشجيع عملية تبني فلسفات أخلاقيات العمل و جودة الخدمة وذلك بتركيز كافة أنشطتها على تقديم خدمات متكاملة لغرض إشباع حاجات ورغبات الزبائن .
- ٢- ضرورة عمل القيادات الإدارية في المنظمة المبحوثة على معرفة ونشر المفاهيم الحديثة المتعلقة بأخلاقيات العمل وجودة الخدمة بين العاملين لأنها تساهم في عملية النهوض وتشجيع الإبداع .
- ٣- ضرورة إكساب العاملين مهارات عالية في استخدام التقنيات الحديثة الحاسوب في عمليات تقديم الخدمة .
- ٤- نظرا لتقنية شبكات الانترنت والاكسترنيت من دور في تقديم الخدمات للزبائن ، يفضل قيام المنظمة عينة الدراسة باستخدام هاتين الشبكتين لزيادة كفاءتها في تقديم خدمات متنوعة للزبائن .
- ٥- الاستفادة من آراء ومقترحات العاملين والعمل على تبني هذه الآراء والمقترحات وبما يضمن تحسين جودة الخدمة المقدمة.

المصادر والمراجع :

أولا :- المراجع العربية:

الكتب:

- ١- إدريس ، ثابت عبد الرحمن ، (٢٠٠١) ، " المدخل الحديث في الإدارة العامة " ، القاهرة ، الدار الجامعية للطبع والنشر و التوزيع .
- ٢- حسن ، رواية ، (٢٠٠٤) ، " السلوك التنظيمي المعاصر " الدار الجامعية ، الإسكندرية - مصر .
- ٣- حمود ، خضير كاظم ، (٢٠٠٢) ، " السلوك التنظيمي " ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن .
- ٤- السالم ، مؤيد سعيد ، (٢٠٠٩) ، " إدارة الموارد البشرية ، مدخل استراتيجي تكاملي " ، الطبعة الأولى ، إثراء للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن .
- ٥- الطائي ، حميد ، والعلاق ، بشير ، (٢٠٠٩) ، "تسويق الخدمات ، مدخل استراتيجي ، وظيفي ، تطبيقي " ، دار اليازوري ، عمان - الأردن .
- ٦- الطائي ، حميد عبد النبي ، والموسوي ، سنان كاظم ، والعلي ، رضا صاحب ، (٢٠٠٣) ، " إدارة الجودة الشاملة TQM و الايزو ISO " ، الطبعة الأولى ، دار الوراق للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن .
- ٧- عليان ، ربحي مصطفى (٢٠٠٩) ، "أسس التسويق المعاصر " ، الطبعة الأولى ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن .
- ٨- العميان ، محمود سلمان ، (٢٠١٠) ، " السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال " ، الطبعة الخامسة ، دار وائل للنشر ، عمان - الأردن .
- ٩- عوض ، عامر ، (٢٠٠٨) ، " السلوك التنظيمي الإداري " ، الطبعة الأولى ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن .
- ١٠- النجار ، نبيل جمعة صالح ، (٢٠١٠) ، " الإحصاء في التربية والعلوم الإنسانية مع تطبيقات برمجية SPSS " ، دار حامد للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن .
- ١١- نجم ، عبود نجم ، (٢٠٠٦) ، " أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال " ، الطبعة الأولى ، الوراق للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن .

الدوريات والدراسات:

- ١- أبو حشيش ، بسام ، (٢٠١١) ، "الثقافة التنظيمية وعلاقتها في جامعة الأقصى بغزة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس فيها" ، جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) ، م ٢٥ ، ع ١ .

الاطاريح والرسائل الجامعية:

- ١- حسين ، انتصار عزيز ، (٢٠١٠) ، " أثر التحليل الاستراتيجي في جودة الخدمة " ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال (غير منشورة) ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة المستنصرية .
- ٢- سعيد ، هديل كاظم ، (٢٠٠١) ، " إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي " ، رسالة ماجستير في علوم الإدارة العامة (غير منشورة) ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد .

- ٣- عبيد ، عبد السلام إبراهيم، (٢٠٠٣) ، " فلسفة إدارة الجودة الشاملة TQM وأثرها في الأداء الاستراتيجي ، منظور استراتيجي لتحليل عوامل النجاح الحرجة CSF " ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال (غير منشورة) ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد .
- ٤- المعاضيدي، (٢٠٠٥) محمد عصام احمد ، " أثر أخلاقيات العمل في تعزيز إدارة المعرفة" ، ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال (غير منشورة) ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة الموصل .
- ٥- نور الدين ، بو عنان، (٢٠٠٧) ، " جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء" ، رسالة ماجستير في علوم التيسير (غير منشورة) ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير والعلوم التجارية ، جامعة محمد بو ضياف المسيلة .

المصادر الأجنبية

A: Books:

- 1- Bester field , Dale H.,(2009) ; "**Quality Control** " ; 8th ed., Pearson Prentice Hall.
- 2- Evans , James , R. (1997) ; "**Production Operation Management** " , Quality , Performance and Value; West ,Publishing CO .U.S.A.
- 3- Evans , James , R. (2008) ; "**Management Organization and Strategy** " ; 5th ed., Thomson South –Western.
- 4- Finch , Byron , "**Operations Now , Supply ,Chain Profitility and Performance** " ; 3rd ed., McGraw-Hill Irwin .
- 5- Goesths , David L.& Davis , Stanley B.(2006) ; "**Quality Management introduction to total Quality Management for production , Processing Services** " 5th ed., Pearson Prentice Hall.
- 6- Heizer , J. & Render, B., (2001); "**Operation management** " , 6th ed., Prentice –Hall.
- 7- Ivanceich , J.M , & Konopaske , R. & Matteson , M.T. (2008) ; "**Organization Behavior &Management** " ; 8th ed ; McGraw-Hill Irwin .
- 8- John , W.R.; (2009) ; "**Medical Ethics Manual** " 2nd ed., Word Health Communication Associates; UK.
- 9- Kerin ,Roger A. & Hartley ,Steven W.& Rudelius , William (2007) ; "**Marketing the Core** " ; 2nd ed., McGraw-Hill Irwin .
- 10- Kotler , P. & Keller , Kevin Lan (2009) ; "**Marketing management** " ;13thed ., deli, prentice – Hall .
- 11- Mcshance ,Steven L .& Glinow , Mary Ann Von (2007); "**Organizational Behavior** " ; McGraw-Hill Irwin .
- 12- Mejia ,Luis R. Gomez & Balkin , David .B.& Caedy ,Robert L. (2005) ; "**Management**"; McGraw-Hill Irwin .
- 13- Mullisn ,Joh .W & Walker, Orville . C & Boyd , Harper .w. (2008) ; "**Marketing management , A strategic Decision making Approach** " ; 6th ed., McGraw-Hill Irwin .

14- Robbins , S.P.& Decenzo ,D.A(2004) " **Management** "; Pearson Prentice Hall , New Jersey.

15- Setvnsen , William .J (2009); " **Operation management**" 10th ed., McGraw-Hill Irwin .

16- Srinivasan , R. (2010) ;" **Services Marketing , the Indian context** "; 2nd ed., PHI Learning .

B: Journals and Periodicals:

1- Abu- Jarad Ismael & Yusof , Nor Aini & Nikbin, Davoud (2010); " **A Review Paper on Organizational Culture and Organizational Performance** "; international journal of Business and Social Sciences, Vol.29 , No .1

2- Bartlett, Dean (2003); "A **Critique and Interaction of Ethics Decision –Making Models** "; British Journal of Management , Vol. 14.

3- Hoivik , Heidivon Weltzen (2007);" **Estmeets West , Tacit messages about business Ethics in Stories Told by Chinese Managers**" ; journal of Business Ethics, Vol.74 , DOI 10- 10071 /S/ 005-007-9508-Z.

4- Reid , Anna & Taylor , Paul & Petocz, Peter (2011); " **Business as usual : Business Student is Conceptions of Ethics**" ; international journal for the Scholarship of Teaching and Learning , Vol.5 , No .1.

5- Tsalikis ,John & Seaton , Bruce (2008); " **Consumer Perception of Business Ethical Behavior in former Eastern Block Countries** " ; Journal of Business Ethics, Vol.82 , DOI .10. - 10071 /S/ 055-007-9602-2.

6- Wan Husin , Wan Norhasniah (2012) ; " **Work Ethics from the Islamic perspective in Malaysia European** "; Journal of Social Sciences , , Vol.1, No .3.

C: The Internet:

1 – أبو زيد ، محمد شرعي، " أخلاقيات المهنة " . [http // www.Sharei .net](http://www.Sharei.net) .

D- These

1- Kriel , Pieter . J (2006) " **The Relationship of Morality , Ethics and Justice to Quality of Worklife** " , Dissertation for doctoral , Business Administration Reggis university U.S.A .

2- Taylor ,Sarah Burton (2004) " **The Management of firm specific resources as a source of competitive advantage**" , Thesis for DBA , Cranfield university school of management .

3- Ugur ,Selcuk (2009) ;" **The Influence of Religion over work ethic values : The case of Islam and Turkish , SME Owener-**

managers ", Dissertation for doctoral of philosophy , Brunel Business School , Brunel university.

أنموذج الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة القادسية

كلية الإدارة والاقتصاد

قسم الدراسات المالية والمصرفية

م / استمارة الاستبانة

أخي الموظف الكريم

أختي الموظفة الكريمة

السلام عليكم

نضع بين أيديكم الكريمتين استمارة الاستبانة التي تعد جزءاً من متطلبات إعداد البحث الموسومة (اثر أخلاقيات العمل في جودة الخدمة دراسة استطلاعية لأراء عينة من موظفين كلية الطب) ، كما تعتبر هذه الاستمارة مقياساً يعتمد لأغراض البحث العلمي ، لذا فإن تفضلكم بالإجابة المناسبة سيساهم في الحصول على نتائج دقيقة بما يعزز تحقيق أهداف هذا البحث ، علماً بأن الإجابة تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط ولا داعي لذكر الاسم .

نشكركم سلفاً لتعاونكم معاً

الباحثة

| ثانياً : أبعاد أخلاقيات العمل الثقافة التنظيمية | | | | | |
|--|--|-----------|------|-------|--------------|
| ت | العبرة | اتفق بشدة | اتفق | محايد | لا اتفق بشدة |
| ١ | يعرف الأفراد في هذه المنظمة كيف إن عملهم مكمل لأعمال إقرانهم في المنظمة . | | | | |
| ٢ | تنتقل الأفكار والمعلومات الخاصة بأنشطة المنظمة بين الأفراد بحرية كاملة . | | | | |
| ٣ | تشعر المنظمة الأفراد بأهمية مبادراتهم بغض النظر عن النتائج المترتبة عليها . | | | | |
| ٤ | تميل المنظمة إلى إجراء تغييرات مستمرة في عملها من أجل الابتكار و الإبداع . | | | | |
| ٥ | تهتم بتشجيع قبول الأفكار الجديدة من اجل إجراء التحسينات المستمرة في أنشطتها وأعمالها . | | | | |
| ٢- القيم | | | | | |
| ٦ | تقيس المنظمة الفرد من خلال ما يقدمه من عمل متقن ومخلص ونزيه. | | | | |
| ٧ | يتيح العمل للفرد استخدام قابلياته الشخصية . | | | | |
| ٨ | يعمل الفرد بشرف و نزاهة وينعكس نتاج عمله ايجابياً على المجتمع. | | | | |
| ٩ | توفر المنظمة وقت الراحة للأفراد باعتباره احد قيم المنظمة . | | | | |

| | | | | | | |
|--|------------|-------|------|--------------|----|---|
| | | | | | ١٠ | تهيئ المنظمة مستلزمات العمل ليكون امراً ممتعاً و مشوقاً . |
| ٣- أنظمة المنظمة | | | | | | |
| | | | | | ١١ | تمتلك المنظمة مدونات أخلاقية معمول بها بشكل رسمي و واضح . |
| | | | | | ١٢ | تلجأ المنظمة إلى إصدار بعض المنشورات لتكون بديلاً عن التعليمات و الإرشادات المدونة مسبقاً . |
| | | | | | ١٣ | يلتزم الفرد بالمدونات الأخلاقية مهمة لعمل المنظمة . |
| | | | | | ١٤ | تؤمن المنظمة بان وجود المدونات الخاصة بأخلاقيات العمل هي ظاهرة حضارية . |
| | | | | | ١٥ | تعتبر المدونات الأخلاقية مهمة لعمل المنظمة . |
| ثالثاً:- أبعاد جودة الخدمة ١- الاستجابة | | | | | | |
| لا اتفق بشدة | لا اتفق | محايد | اتفق | اتفق بشدة | ت | العبرة |
| | | | | | ١٦ | يتمتع العاملون بالمنظمة بولاء عالي لها . |
| | | | | | ١٧ | يقدم العاملون الخدمات بشكل فوري للزبائن و بدون تأخير . |
| | | | | | ١٨ | يدافع العاملون عن سمعة المنظمة . |
| | | | | | ١٩ | عمال المنظمة على استعداد دائم عند تكليفهم بأعمال إضافية. |
| | | | | | ٢٠ | يبدي العاملون في المنظمة الاستعداد الدائم للإجابة عن جميع أسئلة و استفسارات الزبائن . |
| ٢- الاعتمادية | | | | | | |
| | | | | | ٢١ | تراعي إدارة المنظمة الوقت بدقة عند تنفيذ طلبات الزبائن . |
| | | | | | ٢٢ | حقوق الزبائن محفوظة بموجب قانون داخل المنظمة. |
| | | | | | ٢٣ | مستندات المنظمة و تقاريرها خالية من الأخطاء على الدوام . |
| | | | | | ٢٤ | شركتنا لها سمعة جيدة بين الشركات المنافسة لها. |
| | | | | | ٢٥ | يسعى العاملون داخل المنظمة إلى المحافظة على تقديم الخدمة بنمط متشابه في أغلب الأحيان . |
| ٣- فهم الزبون | | | | | | |
| | | | | | ٢٦ | يستطيع العاملون داخل المنظمة إجراء التغييرات على الخدمات المطلوبة بسهولة . |
| | | | | | ٢٧ | تسعى إدارة المنظمة إلى تخفيض تكاليف الخدمة بما يتناسب و إمكانيات الزبائن المالية . |
| | | | | | ٢٨ | يستطيع العاملون داخل المنظمة على تلبية حاجات و رغبات الزبائن المتنوعة . |
| | | | | | ٢٩ | تعمل إدارة المنظمة على وفق مبدأ الزبون |

| | | | | | | |
|------------------|--|--|--|--|---|----|
| | | | | | دائما" على حق . | |
| | | | | | يوجد نظام معلومات في المنظمة يأخذ في الاعتبار متطلبات الزبون من الخدمات التي تقدمها المنظمة . | ٣٠ |
| ٤ - الأهلية | | | | | | |
| | | | | | يؤدي العاملون داخل المنظمة الخدمة من دون وقوع أخطاء | ٣١ |
| | | | | | تزود الخدمة و ما يتعلق بها بشكل ملائم في الوقت المحدد. | ٣٢ |
| | | | | | يستخدم العاملون التكنولوجيا بشكل سريع و بمهارة عالية | ٣٣ |
| | | | | | تعتمد إدارة المنظمة برنامجا" تدريبيا" لتطوير كفاءة العاملين . | ٣٤ |
| ٥ - سهولة الوصول | | | | | | |
| | | | | | تقع المنظمة في مكان يسهل على الزبائن الوصول إليه في أقصر وقت . | ٣٥ |
| | | | | | يستطيع الزبون الحصول على بعض الخدمات من خلال استخدام وسائل الاتصال الاعتيادية . | ٣٦ |
| | | | | | يستخدم الزبائن وسائل الكترونية للحصول على بعض الخدمات التي تقدمها المنظمة . | ٣٧ |
| | | | | | يستطيع الزبون الحصول على الخدمات التي تقدمها المنظمة في أوقات إضافية بعد الدوام الرسمي . | ٣٨ |
| | | | | | تستخدم المنظمة بعض وسائل الاتصال الحديثة كالانترنت لتبادل المعلومات مع الزبائن . | ٣٩ |