

تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات منطقة الرياض
بالتطبيق على محافظات المجمعة، الغاط والزلفي
أ.م.د. طارق جاه الرسول حسن عبد المجيد
كلية العلوم والدراسات الإنسانية بالغاط / قسم إدارة الأعمال
جامعة المجمعة

المستخلص:

تناول البحث تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات منطقة الرياض بالتطبيق على محافظات المجمعة، الغاط والزلفي، ويشمل البحث جميع العاملين عدا فئة العمال والحرس، وتعتبر البلديات في منطقة الرياض من أهم الدوائر الحكومية، لما لها من أهمية قصوى على مستوي المنطقة والمواطنين على حد سواء، وتتمثل مشكلة البحث في محاولة معرفة أثر تطوير الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء، كما اهتم بشكل مباشر بالعاملين وبكيفية مساعدتهم في تعزيز خدمة العملاء من خلال إطلاق قدراتهم ومواهبهم الكامنة، وإعطائهم اهتمام خاص بمبادراتهم الفردية من أجل تجنب الركود الإداري ومواجهة التحديات الكبرى التي تواجه بلديات منطقة الرياض في خدمة عملائها، ويهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على مفهوم تدريب وتطوير الموارد البشرية، والتعرف على فوائد التدريب، ومن ثم تناول مفهوم خدمة العملاء، وأسس الخدمة المتميزة للعملاء، وتسلط الضوء على واقع خدمة العملاء في بلديات منطقة الرياض، يتكون هيكل البحث من مقدمة وأربعة مباحث، يتناول المبحث الأول تدريب تطوير الموارد البشرية، أما المبحث الثاني يتحدث عن مفهوم خدمة العملاء بينما يناقش المبحث الثالث بلديات منطقة الرياض والمبحث الرابع يتناول الدراسة الميدانية، ومن أهم النتائج أثبتت الدراسة الميدانية أن هنالك علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة بين تطوير الموارد البشرية و تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي، وذلك بنسبة ٨٨.٧%. ومن أهم التوصيات ضرورة ربط الدورات التدريبية بالجانب التطبيقي في العمل من أجل تحقيق الأهداف المنشودة، لهذا فإن المنهج الوصفي التحليلي هو المنهج الملائم لهذه الدراسة، ولتحليل البيانات اعتمد الباحث على حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، ومنها مقاييس الإحصاء الوصفي كالتكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة البحث.

الكلمات المفتاحية: تطوير الموارد البشرية، خدمة العملاء، بلديات منطقة الرياض.

Human Resources Development and its effect on the developing costumer service culture in Riyadh municipalities

An application of governorates of Al- Mujamaah Ghat and Zulfi

Assist . Prof . Dr. Tariq Jah Al – Rasool Hassan Abdulmajeed

College of Science and Human Studies Al – Ghat

Department of Business administration University of Al - Mujamaah

ABSTRACT

The research has discussed the development of human resources and its impact on the development of customer service culture in the municipalities of Riyadh applied to the governorates of Majmaah, Ghat and Zulfi, the research includes all employees except the guards and workers' categories, the municipalities in the Riyadh area are considered to be the most important government departments, because of their great importance to the region and citizens alike, The research problem is trying to figure out the impact of the development of human resources in the development of customer service culture, also care directly about employees and how to help them to enhance customer service through the launch of their abilities and talents inherent ,and give them special attention to their individual initiatives in order to avoid administrative recession and confront the major challenges which are facing the municipalities of Riyadh region in serving its customers. This research aims to shed light on the concept of training and development of human resources, and recognize the benefits¹ of training, Then the research discussed the concept of customer service, and the principles of distinguished service to customers, and to shed light on the reality of the customer services in the municipalities of Riyadh region. The research consists of an introduction and four sections The first section deals with the training and development of human resources, the second section is talking about the concept of customer service, the third section discusses the municipalities of Riyadh region, and the fourth section deals with the field study, The most important results is the field study has shown that there is a correlation statistically significant at the level of significance between the development of human resources and the development of customer service culture in the public sector, they are estimated by 88.7% Among the most important recommendations is connecting training courses with practical side in the work in order to achieve the desired goals, That is why the descriptive analytical approach is the appropriate approach to this study . In data analysis the research will depend on the statistical programs of Social Sciences package SPSS, Including descriptive statistics standards duplicates and percentages to describe the characteristics of the research sample.

Key words: human resources development, customer service, the municipalities of Riyadh region.

المقدمة:

يعتبر العنصر البشري من أهم الموارد في كافة المنظمات وخاصة الحكومية لذلك يجب على القائمين بأمر المنظمات الاهتمام بهذا المورد الذي إذا نجحت في تأهيله وتطويره نجحت في تحقيق أهدافها بصرف النظر ما إذا كانت هذه الأهداف ربحية أو خدمية. فتطوير الموارد البشرية يعتبر من أهم الحوافز لها للقيام بواجباتها علي الوجه المطلوب منها حيث يأتي الاهتمام بتطويرها من خلال الدور الحيوي الذي تقوم به في تحقيق القدرات التنافسية للمنظمات بصورة عامه وخدمة العملاء بصورة خاصة، وتتبلور فكرة تطوير الموارد البشرية في التحول من النظرة التقليدية التي تري الموارد البشرية مجرد عنصر من عناصر الانتاج التي تؤدي دوراً مرسوماً ومحددًا، الي النظرة المتطورة التي تؤمن بالأهمية القصوى للموارد البشرية باعتبارها القلب النابض والركيزة الاساسية لتقدم القطاع الحكومي وتميزه في خدمة عملائه لذلك يتناول هذا البحث تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات منطقة الرياض بالتطبيق علي محافظات المجمعة، الغاط والزلفي، فالموظف الذي تلقي قدرًا كبيراً من الدورات التدريبية والتي تكون بالفعل قد زادت من مهاراته وقدراته يستطيع القيام بواجباته الوظيفية على الوجه الأكمل والتي يقع في أولها العميل ومدي اهتمامه به حتي يكسب رضاه وولائه للقطاع الحكومي.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة لمعرفة تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي، وقد اختار الباحث منطقة الرياض بالتطبيق على بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي، للدور الحيوي الذي تقوم به، وانطلاقاً من أهمية تطوير هذا القطاع وخاصة في مجال التدريب والتطوير للموارد البشرية، حيث أن طبيعة عملهم تتطلب منهم التطوير المستمر والإلمام بكل ما هو جديد من أجل تقديم أفضل الخدمات للمجتمع، عليه فيمكن صياغة مشكلة البحث في الأسئلة التالية:

- ✓ هل هناك علاقة ارتباطية بين تطوير الموارد البشرية وتنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي؟
- ✓ هل هناك أثر للعوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي؟

✓ هل تتوفر القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمع، الغاط والزلفي

بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي؟

أهمية الدراسة:

يعد موضوع تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي من المواضيع المهمة جدا ولا سيما في القطاع الحكومي وتنبع أهمية هذا الموضوع من:

- ❖ الاهتمام بتدريب وتطوير الموارد البشرية.
- ❖ يقدم اسلوبا مناسباً لكي نتعرف على مفهوم تدريب وتطوير وتنمية الموارد البشرية.
- ❖ تسليط الضوء على بلديات محافظات المجمع، الغاط والزلفي.
- ❖ كذلك تنبع أهمية هذه الدراسة باهتمامها بالعنصر البشري الذي هو ركيزة القطاع الحكومي من حيث توفر التدريب الملائم له لأداء واجباته بصورة ممتازة وخدمة عملائه.
- ❖ محدودية عدد الدراسات التي عالجت مشكلة تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي عموماً وبلديات محافظات المجمع، الغاط والزلفي بصورة خاصة. حيث ان معظمها طبقت في منظمات غير حكومية.
- ❖ وتنبع الأهمية العلمية لهذا البحث من إثراء المعرفة النظرية في مجال دراسة تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمع، الغاط والزلفي، وتكمن أهميته التطبيقية فيما يقدمه من نتائج وتوصيات يمكن أن تستفيد منها القيادات الإدارية في بلديات محافظات المجمع، الغاط والزلفي.
- ويتوقع الباحث أن يسهم هذا البحث في فتح آفاق جديدة في مزيد من الدراسات في مجاله، وأن يكون هذا البحث إضافة جديدة للمعرفة في مجال الفكر التنظيمي بصفة عامة وموضوعه بصفة خاصة، كما يمكن أن تعد إضافة جديدة للمكتبة العربية التي ما زالت تفتقر إلى هذا النوع من الدراسات.

أهداف الدراسة:

يرمى هذا البحث إلى تحقيق عدد من الأهداف أهمها ما يلي:

✓ يهدف إلى تقديم إطار نظري مناسب يوضح مفهوم تطوير الموارد البشرية.

✓ إلقاء الضوء على مفهوم خدمة العملاء وأسس خدمة العملاء.

- ✓ التعرف على أثر للعوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي.
- ✓ تقديم اقتراحات وتوصيات إلى المعنيين في بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي على ضوء النتائج التي ستصل إليها الدراسة فيما يتعلق بأثر تطوير الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي.

فروض الدراسة:

يسعى هذا البحث لاختبار الفروض التالية:

- ✓ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة بين تطوير الموارد البشرية وتنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي.
- ✓ تؤثر العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي.
- ✓ تتوفر القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

الحدود المكانية:

يغطي هذا البحث تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات منطقة الرياض بالتطبيق على محافظات المجمعة، الغاط والزلفي – المملكة العربية السعودية.

الحدود الزمنية:

يغطي هذا البحث تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات منطقة الرياض بالتطبيق على محافظات المجمعة، الغاط والزلفي للفترة من ١٤٣٦هـ إلى ١٤٣٧هـ.

الحدود البشرية:

يغطي هذا تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات منطقة الرياض بالتطبيق على محافظات المجمعة، الغاط والزلفي ويشمل عدد من الموظفين عدا فئة العمال والحرس.

الحدود الموضوعية:

تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات منطقة الرياض بالتطبيق على محافظات المجمعة، الغاط والزلفي.

مصطلحات الدراسة:

تدريب وتطوير الموارد البشرية:

يري (الصباغ، ٢٠١٠م) إن التدريب والتنمية هما: الجهد المنظم والمخطط له لتزويد الموارد البشرية في الجهاز الاداري بمعارف معينة، وتحسين وتطوير مهاراتها وقدراتها، وتغيير سلوكها واتجاهاتها بشكل ايجابي بناء.

مفهوم خدمة العملاء:

يري (منصور ٢٠٠٨م) أن خدمة العملاء هي العملية التي يتم من خلالها تلبية احتياجات وتوقعات العملاء من خلال تقديم خدمة ذات جودة عالية ينتج عنها رضا العملاء.

بلديات منطقة الرياض:

تقع منطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية، وتشكّل مدينة الرياض مقر إمارة منطقة الرياض الإدارية عاصمة المملكة العربية السعودية، وتعتبر ثاني أكبر مناطق المملكة الثلاث عشرة من حيث المساحة، وترتيبها الثاني من حيث عدد السكان بعد منطقة مكة المكرمة ونسبة ٢٤% من إجمالي سكان المملكة ويبلغ عدد البلديات التابعة لها ثمانية وأربعين بلدية منتشرة في المنطقة وتقدم خدماتها للمواطنين والمقيمين. (<http://www.brooonzyah.net>)

الإطار النظري

المبحث الأول : تدريب وتطوير الموارد البشرية:

تعريف إدارة الموارد البشرية وأهميتها :

تحتاج المنظمة إلى العديد من الموارد البشرية والمادية والمالية والتقنية والمعلوماتية وذلك لأجل تحقيق رسالتها والوصول إلى أهدافها. وتعد الموارد البشرية من أهم الموارد التي تحتاجها المنظمة فالموارد الأخرى لا تعمل بدون تدخل الموارد البشرية، وبسبب ظهور العولمة وإزالة الحواجز بين الدول وتطور وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، فقد ازدادت الحاجة إلى توفير موارد بشرية كفؤة ومؤهلة تضطلع بمسؤولياتها بالشكل المطلوب، وبالتالي ظهرت هناك حاجة إلى إدارة الموارد البشرية لتتولى استقطاب واختيار وتوظيف الموارد البشرية الكفؤة، والإشراف على تدريبها وتحفيزها ومتابعة أداؤها.

ويري جودة (٢٠١٠م) يمكن النظر إلى الموارد البشرية من جانبين:

- أ- الجانب المجتمعي الكلي، حيث يتضمن مفهوم الموارد البشرية كافة العاملين في القطاع العام والخاص بالإضافة إلى العاطلين عن العمل والقادرين عليه والراغبين فيه.
- ب- الجانب المنظمي الجزئي، حيث يتضمن المفهوم كافة العاملين فيما يتعلق بمهاراتهم وطاقاتهم ومؤهلاتهم وأدائهم، بالإضافة إلى المتوقع انضمامهم إلى المنظمة من خلال استقطاب وجذب المرشحين للعمل.

تباين وجهات نظر العلماء والممارسين في تحديد مفهوم إدارة الموارد البشرية، حيث يعود هذا التباين إلى الخلفية العلمية لهؤلاء العلماء والممارسين وإلى خبراتهم العملية في هذا المجال. يعرف موسي (٢٠٠٤م) إدارة الموارد البشرية بأنها عملية الاهتمام بكل ما يتعلق بالموارد البشرية التي تحتاجها أية منظمة لتحقيق أهدافها، وهذا يشمل اقتناء هذه الموارد، والإشراف على استخدامها، وصيانتها والحفاظ عليها، وتوجيهها لتحقيق أهداف المنظمة وتطوير.

مفهوم التدريب وأهميته:

إن عملية اختيار الأفراد وتعيينهم في الوظائف التي تتناسب مع مؤهلاتهم وخبراتهم وتتلاءم مع تطلعاتهم، ليست نهاية المطاف، بل ينبغي على إدارة الموارد البشرية متابعة أداء هؤلاء الموظفين وإعدادهم وتدريبهم وتطويرهم، وبذلك فإن التدريب يجد اهتماما كبيرا من إدارة المنظمة باعتباره وسيلة فعالة لزيادة قدرة الموظفين على العمل بكفاءة أعلى. ومن الجدير بالذكر ان عملية التدريب لا تقتصر على الموظفين الجدد الذين تم توظيفهم حديثا، لكنها تشمل بالإضافة إلى ذلك الموظفين

القدامى، كما ان عملية التدريب ليست مقتصرة على مستويات إدارية معينة، بل تشمل كافة المستويات الإدارية بما في ذلك مستوى الإدارة العليا. ولأن هناك تسارع كبير في التطورات التكنولوجية من ناحية الأجهزة والمعدات وكذلك من ناحية الأساليب في الإدارة والانتاج والعمليات والمبيعات وغيرها من ناحية أخرى، وبناء عليه تسعى المنظمة إلى تدريب وتطوير أداء من يتطلب عمله مواكبة هذه التطورات.

يرى كجوك (٢٠٠٩م) ان التدريب هو العملية المنظمة والمستمرة التي تهدف إلى تزويد وإكساب الفرد معارف وقدرات ومهارات جديدة، او تغيير وجهات النظر والأفكار، والأسس السابقة لدى الأفراد بما ينسجم مع التغيرات التي تحدث في بيئة العمل وخاصة في الجوانب التكنولوجية والتنظيمية. وبذلك التدريب يهدف إلى تعميق المعرفة المتخصصة لدى الفرد لإنجاز عمل أو عدة أعمال معينة أو أداء وظيفة ما.

ويري جودة (٢٠١٠م) أن مفهوم التدريب يتضمن مجموعة من العناصر الأساسية أهمها:
أ- التدريب هو جهود مخططة: إن التدريب ليس عملاً عشوائياً ارتجالياً لكنه يقوم على أساس خطط موضوعية وتفكير مسبق حتى يمكن المنظمة من مراجعة أولوياتها للتدريب.
ب- التدريب عملية مستمرة: ينبغي وضع خطة التدريب وتخصيص موازنة له، وخاصة في المدى القصير، فالتدريب مستمر، وذلك حتى تتمكن المنظمة من مواجهة التغيرات التي تأخذ موقعها سواء في وسائل العمل أو ظروف السوق والمنافسة أو في التكنولوجيا أو غير ذلك.
ج- التدريب ليس غاية في حد ذاته لكنه وسيلة لتحقيق غاية: والغاية هنا هي تحسين أداء الفرد من خلال زيادة معارفه وتنمية مهاراته، بالإضافة إلى تغيير اتجاهاته وسلوكياته.

التدريب والتطوير:

ويري رضوان (٢٠١٣م) أنه عبارة عن برامج مخططة يتم توجيهها إلى العاملين في المنظمة بهدف إكسابهم معلومات ومهارات وسلوكيات معينة.

الفرق بين التدريب والتنمية :

والجدول رقم (١) يوضح المقارنة بين التدريب والتنمية

وجه المقارنة	التدريب	التنمية
فئات المشاركين	العاملون من غير المدبرون	المدبرون
المدى الزماني	قصير الأمد	طويل الأمد
الأهداف	فنية	عامة

المصدر: رضوان، محمود عبد الفتاح (٢٠١٣م). الاستراتيجيات الأساسية في إدارة الموارد البشرية، المجموعة العربية للتدريب والنشر.

تدريب العاملين وفوائده:

يري الموسوي ، سنان (٢٠٠٨م) سواء كان التدريب على استخدام مكائن جديدة أو على الأساليب القيادية والإشراف أو من أجل زيادة ثقافة خدمة العملاء ومهارات التفاوض وعقد صفقات الشراء والبيع وسواء كان التدريب للمدير أو الموظف، للمحاسب أو للمهندس، داخل المنظمة أو خارجها، فلا بد ان يقترن بفوائد واضحة ومحددة بالنسبة لجميع العاملين في المنظمة، وسنحاول هنا حصر نوعين من الفوائد:

أ- فوائد التدريب للمنظمة:

- تحسين ربحية المنظمة.
- تحسين المعارف والمهارات الخاصة بالعمل في كل مستويات المنظمة.
- تحسين معنوية العاملين. ويساعد العاملين في التعرف على الأهداف التنظيمية .
- تحسين نوعية الإنتاج وزيادة كميته.
- تقليل التكاليف في المجالات الفنية والإدارية.
- تنمية مناخ مناسب والاتصالات بين العاملين في المنظمة.
- تخفيض الحوادث واصابات العمل.

ب- فوائد التدريب للأفراد:

- يساعد الأفراد على اتخاذ القرارات، ويزيد من مهاراتهم في حل مشاكل.
- يساعد الأفراد على الإنجاز والثقة بالنفس.
- يساعد العاملين على التغلب على حالات القلق والتوتر والصراع داخل المنظمة.
- يقدم للأفراد معلومات عن كيفية تحسين مهاراتهم القيادية والاتصالات والاتجاهات.

المبحث الثاني

خدمة العملاء

مفهوم خدمة العملاء:

يري الضمور (٢٠٠٥م) أن مفهوم الخدمة هي أي نشاط أو انجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف اخر، وتكون أساساً غير ملموسة ولا تنتج عنها أي ملكية ما وإن انتاجها وتقديمها قد يكون مرتبطاً بمنتج مادي ملموس أو لا يكون.

مفهوم التميز في خدمة العملاء:

تشير كلمة التميز إلى وجود فروق معينة ينفرد بها بعضنا عن الآخر أما مفهوم الخدمة المتميزة فيشير إلى تقديم الخدمة بشكل يفوق توقعات العميل.

أسس التميز في خدمة العملاء:

تحدد أسس خدمة العملاء في عناصر ثلاثة وهي:

الأساس الأول: نوع الخدمة ذاتها: إن نوع الخدمة المقدمة ومدى أهميتها بالنسبة لطالبي تلك الخدمة يعتبر أساساً يجب أن ينطلق منه القائمون على تطوير تلك الخدمة، فالخدمة التي تمثل أهمية كبيرة من جانب طالبها يجب أن يقابلها في نفس الوقت وبنفس الدرجة من الأهمية من جانب المسؤولين عن تقديمها خاصة إذا كانوا يرغبون في تحقيق التميز في أداء وتقديم الخدمات.

الأساس الثاني: طبيعة طالب الخدمة: تشكل المتغيرات الثقافية والاجتماعية ومستوى التعليم الخاص بطالبي الخدمة الملامح الرئيسية التي تحكم سلوك طالب الخدمة عند تعامله مع مقدمي الخدمة ومن ثم معايير حكمه على التميز في أداء تلك الخدمة.

الأساس الثالث: طبيعة مقدم الخدمة: يساهم المستوى الثقافي والتأهيل العلمي المناسب وكذلك التدريب في إعداد مقدمي الخدمات ليقوموا بتقديم الخدمة إلى طالبها بمستوى من التميز يساهم في إشباع حاجات طالبي الخدمة، ومن ثم تحقيق الرضا لهم، ولهذا يجب مراعاة الدقة في اختيار مقدمي الخدمة بحيث يتم اختيارهم وفق لضوابط تسمح بأن تتوافق مهاراتهم وقدراتهم مع متطلبات شغل مثل هذه الوظائف.

مهارات خدمة العملاء الممتازة:

يري الفقي (٢٠١٠م) أن هنالك عدد من المفاتيح والمهارات التي يجب أن يتصف بها مقدمو الخدمات حتى يستطيعوا تقديم خدمات ممتازة للعملاء أهمها ما يلي:

- ✓ الاعتقاد
- ✓ الاستمرارية
- ✓ السمات
- ✓ المرونة
- ✓ العناية بالناس

✓ تحمل المسؤولية

✓ فن الاتصال

✓ المهارة

استراتيجية الفاعلية القصوى في العناية بالعملاء:

يري الفقي (٢٠١٠م) أن استراتيجية الفاعلية القصوى في العناية بالعملاء تعتمد على الاتي:

❖ الخدمة الجيدة: تنفيذ مطالب العملاء وتحقيق توقعاتهم ومطالبهم، وهنا يمكن أن نصف الخدمة المقدمة للعملاء بأنها جيدة.

❖ الخدمة الممتازة: وهي أن تعطي العميل أكثر من توقعاته وهنا تكون الخدمة ممتازة.

❖ التسويق الابتكاري: أن تقدم مطالب جديده للعميل تتماشى مع تطلعاته المستقبلية.

بعض الأفكار لتحسين خدمة العملاء:

يري منصور (٢٠٠٨م) يناقش الاتجاهات والمواضع التي يمكن أن تعمل على تطويرها لتحسين خدمة العملاء المقدمة قد يظن البعض أن خدمة العملاء هي ابتسامة ثم بضعة كلمات تخرج بصورة آلية وهم بلا شك على خطأ. وهنالك قواعد وأسس مهمة لتقديم خدمة ممتازة للعملاء منها:

أ- لتقديم خدمة العملاء الفعالة هي " ضع العميل أولاً" وتلك القاعدة تشمل الارتقاء بمستوى الخدمات والمنتجات المقدمة لتقابل توقعات العميل كما تشمل محاولة فهم رغبات العملاء ومحاولة تقديمها على الوجه الأمثل. طبعاً وضع العملاء أولاً يتطلب بذل الكثير من الجهد حتى يمكنك أن توصل رسالتك إليهم.

ب- خدمة العملاء هي محاولة بناء علاقة طويلة الأمد ولا تنتهي بمجرد الانتهاء من تقديم الخدمة، وعليك أن تمد يد العون والمساعدة للعميل بعد أن تتم عملية تقديم الخدمة وأن تتأكد أن العميل راض بما ابتاعه منك وأنتك مازالت ترغب في إرضاءه حتى النهاية.

ج- اعرف إدارتك وأعرف نقاط الضعف لديك واعمل على إصلاحها وإذا تسببت إحداها في مشكلة ما لعملائك فتبين لهم أنك تعمل جاهدا لتلافي حدوث المشكلات مجددا وحاول تعويضهم.

د- تواصل مع العملاء من خلال الاستماع لهم. عليك أن تعرف ماذا يريدون منك وكيف يمكنك أن تحسن من خدمتك في المستقبل.

هـ- عند حدوث المشاكل لا تلقي باللوم على الموظفين أمام العملاء بل قم بتحليل الموقف والاعتذار وتعويض العملاء بصورة لائقة وهادئة لأن الموظف الغاضب قد يحاول في المرات القادمة حل المشكلة بطريقة وهذا قد يسبب المزيد من المشكلات وتخرج الأمور عن السيطرة .

المبحث الثالث : بلديات منطقة الرياض:

سوف نتناول في هذا الجزء ثلاثة بلديات وهي (<https://www.momra.gov.sa>):

١-بلدية محافظة الغاط:

بلدية الغاط مساحتها الاجمالية ٤٠٠٠ كيلو متر مربع، تعد الغاط القديمة النواة الأولى لنشأة المدينة حيث يرجع تاريخها لأكثر من ٦٠٠ سنة ويتميز موقعها الاستراتيجي على جانبي وادي الباطن الكبير الذي يخترق جبال طويق والتميز بوفرة المياه وخصوبة التربة، والمدينة بوقتنا الراهن نالت نصيبها من النهضة الشاملة التي تعيشها المملكة حيث تعد مدينة نموذجية تتوفر فيها كافة المصالح والدوائر الحكومية والكثير من المعالم والآثار التاريخية والجمالية وترتبط بطرق مسفلته وسريعة مع كافة المحافظات والمناطق. وتبعد عن العاصمة الرياض بـ ٢٤٠ كيلو، وتشتهر بالزراعة والتجارة والصناعة ويتبعها العديد من المراكز والقوى.

أهم النشاطات: تقوم البلدية بالعديد من الأنشطة منها (<https://www.momra.gov.sa>):

- أنشطة صحة البيئة كالنظافة ومكافحة الحشرات والبعوض ومنح التراخيص الصحية لمزاولة الأنشطة التجارية والغذائية ومراقبتها.
- الأنشطة الفنية كإعداد المخططات التنظيمية المختلفة ومنح التراخيص الانشائية عليها وتنفيذ المشاريع العلوية المتعددة كالإسفلت والارصفة والانارة والحدائق وشبكات المياه والاسواق التجارية والمسلك ودورات المياه العامة.
- الأنشطة الزراعية والتشجير والتجميل للشوارع والساحات والتقاطعات العامة.
- أنشطة توزيع الاراضي السكنية والحكومية ومعالجة قضاياها.
- أنشطة اخرى متعددة وفرعية في جوانب الصيانة والتحسين ومهام ذات علاقة وتنسيق مع الجهات الحكومية الأخرى.

٢- بلدية محافظة المجمعة:

محافظات منطقة الرياض تقع إلى الشمال الغربي من مدينة الرياض بمسافة ١٨٠ كم تقريباً، تقع بين خطي الطول ٤٥/٤٦ شرق وخطي العرض ٢٥/٢٦، تعتبر مدينة المجمعة من أكبر مدن المحافظة ومركزها الإداري والتجاري تأسست عام ٨٢٠ هـ توجد بالمجمعة جميع الدوائر الحكومية المركزية بالمحافظة ولها فروع في بعض مدنها وقراها وفي مدينة المجمعة يلتقي طريق الرياض القصيم المدينة المنورة السريع المتجه من الجنوب إلى الشمال الغربي مع طريق الكويت مكة المكرمة المتجه من الشرق إلى الغرب، ويتربع في المجمعة من الغرب جبل منيخ الذي ترتفع في قمته قلعة المرقب العريقة التي كانت تستخدم للمراقبة والدفاع عن البلد ويوجد بالمدينة مواقع أثرية متعددة مثل قلعة المرقب فوق جبل منيخ ومقصورة العولة وغار عليا وأبي زيد والنصلة والقريف وبعض البيوت الطينية القديمة وكذلك المقصورات أو البروج القديمة في بقايا سورها القديم مثل

مقصورة الحوشية ومقصورة باب البر ومدرسة الشيخ/أحمد الصانع والسوق القديم. تمتاز مدينة المجمعة بكثرة الرياض المحيطة بها والأودية القريبة منها، ومن أهم هذه الأماكن روضة حطايه شمال غرب المجمعة وروضة زبده وبناء والنخيل والعمار والقلب والخفية ومطربه وسدحاء والنظيم والمغير والمزيرة والحماة وروضة جوي والنقيات وهي كثنان رملية جميلة والكظيمه في شرقها وسد المجمعة وضاف وادي الشمقر.

أهم النشاطات: تقوم البلدية بالعديد من الأنشطة منها (<https://www.momra.gov.sa>):

١. عمل سفلة للطرق وإنارتها ورصفها وتشجيرها.

٢. إنشاء الأسواق التجارية والإشراف عليها .

٣. عمل التراخيص اللازمة للمشاريع والإشراف عليها.

٤. إنشاء الحدائق والمنتزهات والإشراف عليها.

٥. نظافة المدينة والشوارع والميادين.

٣-بلدية محافظة الزلفي:

الزلفي إحدى محافظات منطقة الرياض وهي محافظة فئة (أ) ومساحتها ١٧٠ كيلو متر مربع وتقع على بعد (٢٦٠) كم شمال غرب مدينة الرياض وأرضها عبارة عن سهل منخفض وممتد بين جبل طويق والنفود كما أنها امتدت حالياً لتشمل الأراضي الواقعة شرق جبل طويق. وتتميز بموقعها الاستراتيجي حيث تربط على الطريق الذي يربط ما بين شمال المملكة وشرقها وبلدان الخليج العربي والديار المقدسة وما بين الرياض والقصيم وحائل، وأرضها زراعية خصبه يتخللها العديد من الأودية المنحدرة من سلسلة جبل طويق ومياهها غزيرة وخاصة على الجوانب وعند مصباتها. ومن أهم المعالم الطبيعية – وادي سمنان – وادي مرخ – وادي النوم – عريعة وغيرها من الأودية والشعاب . [ومن أبرز المعالم الطبيعية بالمحافظة منتزه المطل الشرقي –منتزه المطل الغربي] وكذلك روضة السيلة – والكسر اللذان يعتبران من أهم المنتزهات البرية.

أهم النشاطات: تقوم البلدية بالعديد من الأنشطة منها (<https://www.momra.gov.sa>):

للبلدية جهد ونشاط واسع في تنظيم المحافظة في مجال الخدمات البلدية حيث تم إعداد المخطط الهيكلي للمحافظة بمساحة [١٧٠ كم٢] محتويًا على جميع المخططات السكنية سواء كانت حكومية أو أهلية وقد بلغ عدد المخططات الحكومية [٢٥] مخططاً محتوية على [١٦٤٨٨] قطعة تم توزيعها على المتقدمين، فيما بلغ عدد الرخص للمحلات التجارية ومزاولة المهن الحرفية والصناعية بشتى النشاطات [٢٩٦٦] رخصة، كما تم سفلة [٣٥٠] شارعاً مع الرصف والإنارة بطول [٦٠] كلم وسفلة [٤٠٠] شارع بطول [٢١٥] كلم. متضمنة عدد [١٩] شارع يبلغ طولها [١٠] كم تم نزع ملكيتها في المنطقة القديمة. ومن أبرز المعالم التي تم تنفيذها في المحافظة بالجهود الذاتية ومشاركة رجال الأعمال منتزه المطل الغربي بمساحة تزيد عن مليون

٢م تقع على قمم الكثبان الرملية غرب المدينة، ومنتزه المطل الشرقي ويقع على قمة جبل طويق شرق المدينة بمساحة تزيد عن [٣٠٠ م^٢]. فيما بلغ عدد المنتزهات والحدائق [٢٤] بمساحة [١,٧٠٠,٠٠٠ م^٢] وعدد الشوارع المشجرة ٧١ شارعاً بطول [٦٣,٥] كم. ط. إضافة لتمديد شبكات المياه في عموم احياء المحافظة.

الدراسات السابقة:

بالرجوع الى الدراسات السابقة المتصلة بموضوع الدراسة ظهر للباحث ندرة الدراسات ذات الصلة المباشرة بموضوع الدراسة الحالية، وإن الدراسات الميدانية العربية والمحلية التي تناولت موضوع تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء تعتبر قليلة نسبياً، وسيقوم الباحث باستعراض ستة من الدراسات العربية والمحلية، السابقة في هذا الصدد من الرسائل العلمية وهي:

(١) دراسة منير ونعيمة (٢٠١١م) والتي هدفت الى معرفة إدارة العلاقة مع الزبائن كأداة لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة العمل على رفع مستوى إدراك تمايز الزبائن لدى العاملين، من أجل جذب أكبر للزبائن الأكثر ربحية والحفاظ عليهم، استخدام المعايير المالية وغير المالية في تقييم أداء تسيير العلاقة مع الزبائن، العمل على توسيع استخدام نظام تسيير العلاقة مع الزبائن إلى الأنشطة التسويقية للاستفادة منه من طرف الأقسام الأخرى لدى منظمات الأعمال عند الحاجة.

(٢) هدفت دراسة الزايد (٢٠٠٦م) إلى معرفة أثر التدريب في رفع كفاءة أداء العاملين دراسة ميدانية على شركات الصناعات النسيجية والتعرف على قناعات القائمين على إدارة المنظمات بالنسبة لموضوع التدريب ومدى الأهمية التي يولونها إياها، التعرف على أوجه القصور أو الضعف في البرامج التدريبية القائمة وتأثيراتها السلبية على أداء العاملين، التعرف على مدى متابعة إدارة المنظمات للتغيرات البيئية وأخذها بعين الاعتبار عند الإعداد للبرامج التدريبية.

(٣) في حين أن دراسة السامرائي (٢٠١٠م) وقد هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على أثر استراتيجيات التدريب (المتدربون ورغبتهم في التدريب، المدربون، مناهج برامج التدريب، الخدمات الإدارية والإشرافية وأثرها في نجاح البرنامج التدريبي) على تطوير الموارد البشرية (تحقيق أهداف الدورة وترجمتها للاحتياجات التدريبية، الدافعية، الرغبة في التغيير) في وزارة الكهرباء في العراق. توصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$) بين استراتيجيات التدريب (المتدربون ورغبتهم في التدريب، المدربون، مناهج برامج التدريب، الخدمات الإدارية والإشرافية وأثرها في نجاح البرنامج التدريبي) وتطوير الموارد البشرية (تحقيق أهداف الدورة وترجمتها للاحتياجات التدريبية، الدافعية، الرغبة في التغيير) في وزارة الكهرباء في العراق. كما توصلت الدراسة إلى توصيات أهمها ضرورة تطوير نظام الحوافز المعمول به في وزارة الكهرباء في العراق.

(٤) بينما دراسة قصاب (٢٠٠٨م) رسالة ماجستير غير منشورة هدفت الى معرفة تطبيق سياسات إدارة الموارد البشرية في رفع كفاءة أداء العاملين في المصرف التجاري السوري وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين سياسات إدارة الموارد البشرية وكفاءة أداء العاملين، أن نظام الحوافز الموجودة في المصرف التجاري السوري يحقق الغاية المرجوة منه.

(٥) هدفت دراسة نور الدين (٢٠٠٧م) الى معرفة جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء في المؤسسة المينائية لسكيد، وأهم النتائج التي توصلت إليها إن عملية الإتصال بين المؤسسة المينائية لسكيد وعملائها ضعيفة وأن أغلبية عملاء المؤسسة وضعوا خدمة الشحن والتفريغ في المرتبة الأولى وذلك يدل على أن هذه الخدمة تحتاج الى يد عاملة كبيره ظهر فيها نوع من التهاون مما يكلف العملاء بعض الخسائر.

(٦) كما هدفت دراسة الخفاجي (٢٠١٣م) الى اختبار أثر المتغير الوسيط رضا الزبون في العلاقة بين جودة الخدمة وولاء الزبون، ويسعى الى بيان أثره في تعزيز ولاء الزبون. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها وجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية بين جودة الخدمة للزبائن ورضا الزبائن ويستنتج منه اهتمام ادارة مصرف بابل على تقديم الخدمات بالجودة التي يتوقع انها تلي طموح الزبائن.

التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة تباين موضوعاتها وأهدافها، وتم التوصل إلى أن جميع الباحثين اهتموا بموضوع تدريب وتطوير وتنمية الموارد البشرية و الخدمات المقدمة للعملاء، و استفاد الباحث من الدراسات السابقة في عدد من الجوانب من أهمها المنهجية المستخدمة في معرفة تطوير الموارد البشرية وخدمات العملاء، ما يميز هذه الدراسة أنها ركزت على تدريب وتطوير الموارد البشرية ومعرفة أثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي، كما أنها تطرقت إلى مفهوم التميز في خدمة العملاء وأسس، كذلك مما يميز هذه الدراسة أنها سلطت الضوء على بلديات منطقة الرياض، وهذا ما لم يتم في أي دراسة سابقة مما يجعل هذه الدراسة إضافة حقيقة لمكتبات الدراسات العليا بالجامعات بالملكة العربية السعودية والوطن العربي بصورة عامة، وهي تعتبر دراسة مكمله للدراسات التي سبقتها وليس تكراراً لها.

المبحث الرابع : إجراءات الدراسة الميدانية:

منهج الدراسة:

لما كانت هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات منطقة الرياض بالتطبيق على محافظات المجمعة، الغاط والزلفي فإن المنهج الوصفي التحليلي هو المنهج الملائمة لهذه الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث على أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة ويشتمل مجتمع الدراسة على عينة تم اختيارها بصورة عشوائية من الموظفين في بلديات محافظات المجمععة، الغاط والزلفي ما عدا فئة العمال والحرس. عينة الدراسة:

اعتمد الباحث عينة من مجتمع الدراسة وذلك بغرض الحصول على البيانات المطلوبة لغرض الدراسة وتم اختيارها من مجتمع البحث الموضح في الفقرة السابقة حيث قام الباحث بتوزيع (١٠٠) استمارة على المستهدفين، وتم استلام عدد (٩٧) استمارة وذلك بنسبة (٩٧%) حيث أعادوا الاستمارات بعد ملئها بكل المعلومات المطلوبة في محاور الاستبيان.

أداة الدراسة:

من أجل الحصول على المعلومات والبيانات الأولية لهذه الدراسة تم تصميم الاستبانة والتي تعكس تطوير الموارد البشرية وأثره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات منطقة الرياض بالتطبيق على محافظات المجمععة، الغاط والزلفي، والاستبانة هي من الوسائل المعروفة لجمع المعلومات الميدانية وتتميز بإمكانية جمع المعلومات من مفردات متعددة من عينة الدراسة ويتم تحليلها للوصول للنتائج المحددة، ولقد اتبع الباحث خلال عملية بناء أداة الدراسة الخطوات التالية:

❖ الرجوع إلى الأدبيات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة والاطلاع على ما كتب عن تطوير الموارد البشرية خدمة العملاء.

❖ قام الباحث بعرض أداة الدراسة على عدد من المختصين من أساتذة الجامعات، كما تم الاستفادة من خبرات وتجارب بعض المختصين كمحكمين حيث طلب منهم إبداء آراءهم وإصدار أحكامهم على الأداء من حيث مدى اتساق الفقرات مع فروض البحث وفي ضوء ملاحظاتهم تم ما يلي:

✓ حذف الفقرات التي اقترح حذفها.

✓ تعديل بعض الفقرات وإعادة صياغتها لتعطي المدلول المقصود منها.

وقد حاول الباحث في صياغة أسئلة الاستبانة ومراعاة الحيادية الممكنة بالابتعاد عن المعاني التي يصعب فهمها أو يلتبس معناها. وبناءً على ذلك تم تصميم استمارة الاستقصاء لتفي بالغرض المطلوب لمجتمع الدراسة والعينة المختارة وبعدها تم إعداد الاستبانة في صورتها النهائية واشتملت على قسمين:

القسم الأول: تضمن البيانات الأولية لأفراد العينة وهي العمر، المؤهل العلمي، الدرجة الوظيفية، الحالة الاجتماعية، سنوات الخبرة.

القسم الثاني: يحتوى على عدد (٩) عبارات طلب من أفراد عينة الدراسة أن يحددوا إجاباتهم عن ما تصفه كل عبارة وفق مقياس ليكرت الخماسي المتدرج والذي يتكون من خمس مستويات (أوافق بشدة، أوافق، لا رأي، لا أوافق، لا أوافق بشدة) ولقد تم توزيع هذه العبارات على فرضيات الدراسة، كما تم ترميز إجابات المبحوثين حتى يسهل إدخالها في جهاز الحاسوب للتحليل الإحصائي وذلك على النحو التالي حيث يشير الرقم ١ إلى العبارة أوافق بشدة والرقم ٢ يشير إلى العبارة أوافق كما الرقم ٣ يشير إلى لا رأي بينما يشير الرقم ٤ إلى لا أوافق أما الرقم ٥ فيشير إلى العبارة لا أوافق بشدة.

$$\text{الوسط الفرضي} = \text{مجموع الأوزان} / \text{عددتها} = ٥ / ١+٢+٣+٤+٥ = ٣$$

والهدف من الوسط الفرضي هو مقارنته بالوسط الحسابي الفعلي للعبارة حيث إذا زاد الوسط الفعلي عن الوسط الفرضي دل ذلك على عدم موافقة المبحوثين على العبارة أما إذا قل عن الوسط الفرضي دل ذلك على موافقة المبحوثين على العبارة.

صدق اداة الدراسة:

للتأكد من الصدق الظاهري للاستبيان وصلاحيته أسئلته من حيث الصياغة والوضوح قام الباحث بعرض الاستبيان على ثلاثة من المحكمين الأكاديميين والمتخصصين بمجال الدراسة، ومن مختلف المواقع الوظيفية والتخصصات العلمية، وبعد استعادة الاستبيان من المحكمين تم إجراء التعديلات، فيما أشار العدد الآخر من المحكمين أن الاستبيان بشكله الحالي مستوفياً لشروط الدراسة.

ثبات أداة الدراسة:

يقصد به أن يعطى المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة تحت ظروف مماثلة، كما يعرف الثبات أيضاً بأنه مدى الدقة والاتساق في القياسات التي يتم الحصول عليها مما يقيسه الاختبار، ولاختبار مدى توافر الثبات والاتساق الداخلي بين الإجابات على الأسئلة تم احتساب معامل المصدقية ألفا كرنباخ (Alpha-cronbach) وتعتبر القيمة المقبولة إحصائياً لمعامل ألفا كرنباخ ٦٠%، وقد تم إجراء اختبار المصدقية على إجابات المستجيبين للاستبانة حيث قدرت

قيمة معامل ألفا كرنباخ (٠.٨٧) وتعني هذه القيمة توافر درجة عالية جداً من الثبات الداخلي في الإجابات مما يمكننا من الاعتماد على هذه الإجابات في تحقيق أهداف الدراسة وتحليل نتائجها. أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحليل بيانات أسئلة الاستبانة استخدم الباحث برنامج SPSS والذي يعد من أقوى البرامج المستخدمة في عمليات التحليل الإحصائي، وهي اختصار لـ Statistical package for social science وهي تعني الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، ويختص هذا البرنامج في تحليل البيانات سواءً كان تحليلياً وصفيّاً أو تحليلياً استنباطياً أو ما يعرف باختبارات الفروض.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

تحليل بيانات الدراسة الميدانية:

أولاً: تحليل البيانات الشخصية:

وللخروج بنتائج موضوعية ودقيقة حرص الباحث على أن تكون العينة ممثلة لمجتمع الدراسة وذلك من حيث شمولها على الخصائص التالية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية)، وفيما يلي التوزيع التكراري لإجابات الوحدات المبحوثة والذي يعكس الخصائص الأولية لعينة الدراسة:

١. العمر: تم سؤال المبحوثين عن العمر والجدول رقم (٢) يوضح الإجابات:

الجدول رقم (٢): التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير العمر

العمر	العدد	النسبة %
٢٠ وأقل من ٣٠	١٠	١٠.٣
٣٠ وأقل من ٤٠	٥٧	٥٨.٨
٤٠ وأقل من ٥٠	٢٦	٢٦.٨
أكثر من ٥٠	٤	٤.١
المجموع	٩٧	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان، ٢٠١٦م.

يتضح من الجدول رقم (٢) أن غالبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم عن ٣٠-٤٠ حيث بلغت نسبتهم ٥٨.٨% بينما بلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين ٤٠-٥٠ سنة ٢٦.٨%. أما أفراد العينة والذين تزيد أعمارهم عن ٥٠ سنة فقد بلغت نسبتهم ٤.١% من إجمالي العينة.

٢. الحالة الاجتماعية: تم سؤال المبحوثين عن الحالة الاجتماعية والجدول رقم (٣) يوضح الإجابات:

الجدول رقم (٣): التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة %
متزوج	٨٤	٨٦.٦
عازب	١٣	١٣.٤
المجموع	٩٧	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦م.

يتضح من الجدول رقم (٣) أن غالبية أفراد العينة من المتزوجين حيث بلغت نسبتهم ٨٦.٦% من أفراد العينة المبحوثة بينما بلغت نسبة غير المتزوجين ١٣.٤% وهذه النسبة تدل على استقرار أفراد عينة الدراسة مما ينعكس ذلك على أدائهم.

٣. المؤهل العلمي: تم سؤال المبحوثين عن المؤهل العلمي والجدول رقم (٤) يوضح الإجابات:

الجدول رقم (٤): يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة %
ثانوي	٤٣	٤٤.٣
جامعي	٤٦	٤٧.٤
فوق الجامعي	٨	٨.٣
المجموع	٩٧	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦م.

يتضح من الجدول رقم (٤) أن غالبية أفراد العينة من حملة التعليم الجامعي وفوق الجامعي

حيث بلغت نسبتهم ٥٥.٧% من أفراد العينة بينما بلغت نسبة التعليم الثانوي ٤٤.٣% فقط وعليه يمكننا القول بأن عينة الدراسة من العينات المؤهلة علمياً وبالتالي يؤدي إلى الحصول على آراء موضوعية حول موضوع البحث.

٤. سنوات الخبرة: تم سؤال المبحوثين عن سنوات الخبرة الجدول رقم (٥) يوضح الإجابات:

الجدول رقم (٥): التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة %
أقل من ٥	٧	٧.٢
٥ وأقل من ١٠ سنة	٣٥	٣٦.١
١٠ وأقل من ١٥ سنة	٣٠	٣٠.٩
١٥ وأقل من ٢٠	٢١	٢١.٦
٢٠ سنة فأكثر	٤	٤.١
المجموع	٩٧	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦م.

يتضح من الجدول رقم (٥) أن غالبية أفراد العينة لهم سنوات خبرة تتراوح ما بين ١٠-٥ سنة حيث بلغت نسبتهم ٣٦.١% بينما بلغت نسبة الذين تتراوح خبرتهم ما بين ١٥-١٠ سنة ٣٠.٩% أما أفراد العينة والذين تقل خبرتهم عن ٥ سنوات فقد بلغت نسبتهم ٧.٢%.
٥. الدرجة الوظيفية: سئل المبحوثين عن الدرجة الوظيفية الجدول رقم (٦) يوضح الإجابات:

الجدول رقم (٦): التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق الدرجة الوظيفية

الدرجة الوظيفية	العدد	النسبة %
من ١٢ إلى ١٠	١٢	١٢.٤
من ٩ إلى ٥	٤٩	٥٠.٥
من ٤ إلى ١	٣٦	٣٧.١
المجموع	٩٧	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦م.

يتضح من الجدول رقم (٦) أن غالبية أفراد العينة تتراوح درجتهم الوظيفية ما بين ٩-٥ سنة

حيث بلغت نسبتهم ٥٠.٥ % بينما بلغت نسبة الذين تتراوح درجتهم الوظيفية من (١٠-١٢) ١٢.٤ % أما أفراد العينة والذين تتراوح درجتهم ما بين (١-٤) ٣٧.١ %.

ثانياً: تحليل البيانات الأساسية:

يهدف الباحث من تحليل البيانات الأساسية التمكن من معرفة مدى تمثيلهم لمجتمع الدراسة ومن ثم يقدم الباحث إحصاءاً وصفيّاً للبيانات الأساسية لأفراد عينة الدراسة، وقد قام الباحث بتلخيص البيانات في جداول والتي توضح قيم كل متغير لتوضيح أهم المميزات الأساسية للعينة وقد استخدم التوزيع التكراري لتوضيح عدد المشاهدين للقيمة الواحدة داخل المتغير في شكل أرقام ونسب مئوية. وفيما يلي التوزيع التكراري لإجابات الوحدات المبحوثة لجميع محاور الاستبانة:

الجدول رقم (٧): التوزيع التكراري للعبارة (إن موضوعات الدورات التدريبية لها علاقة

بطبيعة العمل الذي أقوم به في وظيفتي)

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	٢٨	٢٨.٩
أوافق	٥٨	٥٩.٨
لا رأي	٧	٧.٢
لا أوافق	٣	٣.١
لا أوافق بشدة	١	١
المجموع	٩٧	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان، ٢٠١٦ م.

يتضح من الجدول رقم (٧) ارتفاع تكرار الإجابات في فئة أوافق وأوافق بشدة وهذا يدل على أن معظم مفردات العينة يوافقون على إن موضوعات الدورات التدريبية لها علاقة بطبيعة العمل الذي أقوم به في وظيفتي، حيث بلغت نسبتهم ٨٨.٧ % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك ٤.١ % أما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم ٧.٢ %.

الجدول رقم (٨): التوزيع التكراري للعبارة (لقد أضافت لي الدورات التدريبية شيئاً جديداً من

المعارف العملية والمهارات السلوكية)

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	١٩	١٩.٦
أوافق	٤٦	٤٧.٤
لا رأي	٩	٩.٣

لا أوافق	١٦	١٦.٥
لا أوافق بشدة	٧	٧.٢
المجموع	٩٧	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦ م.

يتضح من الجدول رقم (٨) ارتفاع تكرار الإجابات في فئة أوافق وأوافق بشدة وهذا يدل على أن معظم مفردات العينة يوافقون على أنه لقد أضافت لي الدورات التدريبية شيئا جديدا من المعارف العملية والمهارات السلوكية، حيث بلغت نسبتهم ٦٧ % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك ٢٣.٧ % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم ٩.٣ %.

الجدول رقم (٩): التوزيع التكراري للعبارة (لقد أثرت الدورات التدريبية على زيادة تنمية

ثقافة خدمة العملاء والاهتمام بهم)

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	١٥	١٥.٥
أوافق	٤٧	٤٨.٥
لا رأي	١٠	١٠.٢
لا أوافق	١٨	١٨.٦
لا أوافق بشدة	٧	٧.٢
المجموع	٩٧	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦ م.

يتضح من الجدول رقم (٩) ارتفاع تكرار الإجابات في فئة أوافق وأوافق بشدة وهذا يدل على أن معظم مفردات العينة يوافقون على أنه لقد أثرت الدورات التدريبية على زيادة تنمية ثقافة خدمة العملاء والاهتمام بهم، حيث بلغت نسبتهم ٦٤ % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك ٢٥.٨ % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم ١٠.٢ %.

الجدول رقم (١٠): التوزيع التكراري للعبارة

(لقد حصلت من الدورة مهارات ومعلومات ساعدتني في عملية تطوير أساليب العمل في

وظيفتي وخدمة العملاء بما يكفل سرعة تقديم الخدمة بأقل جهد ممكن)

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	١٨	٢٢.٥
أوافق	٣٣	٤١.٣

لا رأى	٩	١١.٣
لا أوافق	١٧	٢١.٣
لا أوافق بشدة	٣	٣.٨
المجموع	٨٠	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦ م.

يتضح من الجدول (١٠) ارتفاع تكرار الإجابات في فئة أوافق وأوافق بشدة وهذا يدل على أن معظم مفردات العينة يوافقون على انه لقد حصلت من الدورة مهارات ومعلومات ساعدتني في عملية تطوير أساليب العمل في وظيفتي وخدمة العملاء بما يكفل سرعة تقديم الخدمة بأقل جهد ممكن، حيث بلغت نسبتهم ٦٣.٨% بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك ٢٥.١% أما الذين لم يبدوا إجابات محددة بلغت نسبتهم ١١.٣%

الجدول رقم (١١): التوزيع التكراري للعبارة

(كلما زاد تطوير وتدريب الموارد البشرية زادت تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي)

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	٧٥	٧٧.٣
أوافق	٢١	٢١.٧
لا رأى	١	١
المجموع	٩٧	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦ م.

يتضح من الجدول رقم (١١) ارتفاع تكرار الإجابات في فئة أوافق وأوافق بشدة وهذا يدل على أن معظم مفردات العينة يوافقون أنه كلما زاد تطوير وتدريب الموارد البشرية زادت تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي، حيث بلغت نسبتهم ٩٩% وبلغت نسبة غير الموافقين ١%.

الجدول رقم (١٢): التوزيع التكراري للعبارة

(نستطيع القول بأن تطوير وتدريب الموارد البشرية مهمة في تحقيق تنمية ثقافة خدمة العملاء

في القطاع الحكومي)

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	٧٢	٧٤.٢
أوافق	٢٠	٢٠.٦
لا رأى	٢	٢.١
لا أوافق	١	١

لا أوافق بشدة	٢	٢.١
المجموع	٩٧	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦ م.

يتضح من الجدول رقم (١٢) ارتفاع تكرار الإجابات في فئة أوافق وأوافق بشدة وهذا يدل على أن معظم مفردات العينة يوافقون على أنه نستطيع القول بأن تطوير وتدريب الموارد البشرية مهمة في تحقيق تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي، حيث بلغت نسبتهم ٩٤.٨ % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك ٣.١ % أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم ٢.١ %.

الجدول رقم (١٣): التوزيع التكراري للعبارة

(تؤثر العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة،

الدرجة الوظيفية) على نجاح دور الموارد البشرية وتطويرها في تنمية ثقافة خدمة العملاء)

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	٢٨	٢٨.٩
أوافق	٢٥	٢٥.٧
لا رأى	١٥	١٥.٥
لا أوافق	٢٢	٢٢.٧
لا أوافق بشدة	٧	٧.٢
المجموع	٩٧	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦ م.

يتضح من الجدول رقم (١٣) ارتفاع تكرار الإجابات في فئة أوافق وأوافق بشدة وهذا يدل على أن العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) تؤثر على نجاح دور الموارد البشرية وتطويرها في تنمية ثقافة خدمة العملاء، حيث بلغت نسبتهم ٥٤.٦ % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك ٢٩.٩ %، أما الذين لم يبدوا إجابات محددة بلغت نسبتهم ١٥.٥ %.

الجدول رقم (١٤): التوزيع التكراري للعبارة

(تتوفر القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمععة، الغاط والزلفي بأهمية

التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي)

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	٤٣	٤٤.٣
أوافق	٣٧	٣٨.١
لا رأى	١٠	١٠.٣
لا أوافق	٥	٥.٢

لا أوافق بشدة	٢	٢.١
المجموع	٩٧	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان، ٢٠١٦ م.

يتضح من الجدول (١٤) ارتفاع تكرار الإجابات في فئة أوافق وأوافق بشدة وهذا يدل على إن معظم مفردات العينة يوافقون على أنه تتوفر القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي، حيث بلغت نسبتهم ٨٢.٤ % بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على ذلك ٧.٣ % والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم ١٠.٣ %.

الجدول رقم (١٥): التوزيع التكراري للعبارة

(أجد تشجيع من رئيسي المباشر للمشاركة في الدورات التدريبية)

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	٤٢	٤٣.٣
أوافق	٢٨	٢٨.٩
لا رأي	١٦	١٦.٥
لا أوافق	٢	٢.١
لا أوافق بشدة	٨	٩.٣
المجموع	٩٧	١٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان، ٢٠١٦ م.

يتضح من الجدول رقم (١٥) ارتفاع تكرار الإجابات في فئة أوافق وأوافق بشدة وهذا يدل على إن معظم مفردات العينة يوافقون على انه يوجد تشجيع من رئيسي المباشر للمشاركة في الدورات التدريبية حيث بلغت نسبتهم ٧٢.٢ % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك ١١.٤ % أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم ١٦.٥ %.

اختبارفروض البحث:

سنقوم بمناقشة فروض الدراسة من خلال استخدام الأساليب الإحصائية واختبار فرضيات الدراسة قام الباحث بتحديد العبارات المرتبطة بالفرضيات ثم اختبارها باستخدام كل من:

(١) الوسيط: حيث يتم استخدام الوسيط لكل عبارة من عبارات الاستبيان حيث يتم إعطاء الدرجة (١) لإجابة أوافق بشدة والدرجة (٢) لإجابة أوافق والدرجة (٣) للإجابة لا رأي والدرجة (٤) كوزن للإجابة غير موافق والدرجة (٥) للإجابة غير موافق بشدة.

(٢) الانحراف المعياري: لقياس مدى تجانس إجابات الوحدات المبحوثة على عبارات الفرضية.

(٣) استخدام كأي تربيع: لمعرفة دلالة الفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات كل فرضية.

وفيما يلي مناقشة واختبار فرضيات البحث:

(١) الفرضية الأولى:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة بين تطوير الموارد البشرية

وتنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي:

وتم قياس هذه الفرضية بالعبارات التالية:

تطوير الموارد البشرية (المتغير المستقل) وتمثله العبارة: كلما زاد تطوير وتدريب الموارد البشرية

زادت تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي.

تنمية ثقافة خدمة العملاء (المتغير التابع) وتمثله العبارة: لقد حصلت من الدورة مهارات

ومعلومات ساعدتني في عملية تطوير أساليب العمل في وظيفتي وخدمة العملاء بما يكفل سرعة

تقديم الخدمة بأقل جهد ممكن.

ولإثبات هذه الفرضية سيتم أولاً تقدير الوسيط والانحراف المعياري للعبارات الفرضية لمعرفة

اتجاه عينة الدراسة وفيما يلي الجدول رقم (١٦) الذي يوضح تقدير قيم الوسيط والانحراف

المعياري لعبارات الفرضية الأولى:

الجدول رقم (١٦): الوسيط والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة

على عبارات الفرضية الأولى

عبارات الفرضية	الوسيط	التفسير	الانحراف المعياري
كلما زاد تطوير وتدريب الموارد البشرية زادت تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي	٢	متوسط	٠.٥٩
لقد حصلت من الدورة مهارات ومعلومات ساعدتني في عملية تطوير أساليب العمل في وظيفتي وخدمة العملاء بما يكفل سرعة تقديم الخدمة بأقل جهد ممكن	١	مرتفع	٠.٦٣

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦ م.

يتبين من الجدول رقم (١٦) ما يلي:

١. بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى (٢) بانحراف معياري (٠.٥٩) وتعني

هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن كلما زاد تطوير وتدريب الموارد البشرية زادت تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي.

٢. بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية (١) بانحراف معياري (٠.٦٣) وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أنه لقد حصلت من الدورة مهارات ومعلومات ساعدتني في عملية تطوير أساليب العمل في وظيفتي وخدمة العملاء بما يكفل سرعة تقديم الخدمة بأقل جهد ممكن.

ثانياً استخدام اختبار كاي تربيع:

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارات الفرضية الأولى وفيما يلي الجدول رقم (١٧) يلخص نتائج الاختبارات لهذه العبارات:

الجدول رقم (١٧): نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الأولى

العبارات	قيمة مربع كاي	مستوى المعنوية
توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة بين تطوير الموارد البشرية وتنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي	١٧.٩٣	٠.٠٠١

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦ م.

يتضح من الجدول رقم (١٧) ما يلي:

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة لعبارة الفرضية (١٧.٩٣) بمستوى معنوية (٠.٠٠١) وهذه القيمة أقل من قيمة مستوى دلالة المعنوية (٥%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن هنالك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة بين تطوير الموارد البشرية وتنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي. ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الأولى والتي نصت على أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة بين تطوير الموارد البشرية وتنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي تم التحقق من صحتها. وعليه يمكننا القول بأن تطوير الموارد البشرية يؤثر على تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي.

(٢) الفرضية الثانية: تؤثر العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة

خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمععة، الغاط والزلفي:

وتم قياس هذه الفرضية بالعبارات التالية :

العوامل الشخصية والوظيفية (المتغير المستقل) دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء (المتغير التابع) وتمثله العبارة: تؤثر العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمععة، الغاط والزلفي.

ولإثبات هذه الفرضية سيتم أولاً تقدير الوسيط والانحراف المعياري للعبارات الفرضية لمعرفة اتجاه عينة الدراسة وفيما يلي الجدول الذي يوضح تقدير قيم الوسيط والانحراف المعياري لعبارات الفرضية الثانية:

الجدول رقم (١٨): الوسيط والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة

على عبارات الفرضية الثانية

عبارات الفرضية	الوسيط	التفسير	الانحراف المعياري
تؤثر العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمععة، الغاط والزلفي	٢	أوافق	٠.٧٥٣

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦م.

يتبين من الجدول رقم (١٨) ما يلي:

بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى (٢) بانحراف معياري (٠.٧٥٣) وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) تؤثر على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمععة، الغاط والزلفي.

ثانياً استخدام اختبار كاي تربيع:

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارات الفرضية الثانية وفيما يلي الجدول رقم (١٩) يلخص نتائج الاختبارات لهذه العبارات:

الجدول رقم (١٩): نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الثانية

العبارات	قيمة مربع كاي	مستوى المعنوية
تؤثر العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي	٥٠.٧	٠.٠٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦ م.

يتضح من الجدول رقم (١٩) ما يلي:

بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة لعبارة الفرضية (٥٠.٧) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهذه القيمة أقل من قيمة مستوى دلالة المعنوية (٥%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) تؤثر على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي، كما بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق للعبارة الثانية (٥٢.٨) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهذه القيمة أقل من قيمة مستوى دلالة المعنوية (٥%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) تؤثر على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي. ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثانية والتي نصت على أنه تؤثر العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي تم التحقق من صحتها، وعليه يمكننا القول

بأن العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) تؤثر على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمععة، الغاط والزلفي.

(٣) الفرضية الثالثة : تتوفر القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمععة، الغاط والزلفي بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي: وتم قياس هذه الفرضية بالعبارات التالية: أهمية التدريب (المتغير المستقل) وتمثله العبارات:

- تتوفر القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمععة، الغاط والزلفي بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي. التدريب (المتغير التابع) وتمثله العبارة:

- يمكن القول بأنه أجد تشجيع من رئيسي المباشر للمشاركة في الدورات التدريبية. ولإثبات هذه الفرضية سيتم أولاً تقدير الوسيط والانحراف المعياري للعبارات الفرضية لمعرفة اتجاه عينة الدراسة وفيما يلي الجدول الذي يوضح تقدير قيم الوسيط والانحراف المعياري لعبارات الفرضية الثالثة:

الجدول رقم (٢٠): الوسيط والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة

على عبارات الفرضية الثالثة

عبارات الفرضية	الوسيط	التفسير	الانحراف المعياري
تتوفر القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمععة، الغاط والزلفي بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي.	٢	أوافق	١.٣
يمكن القول بأنه أجد تشجيع من رئيسي المباشر للمشاركة في الدورات التدريبية.	١	أوافق بشدة	٠.٥٦

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦ م.

يتبين من الجدول رقم (٢٠) ما يلي:

١. بلغت قيمة الوسيط لإجابات عينة الدراسة على العبارة الاولى (٢) بانحراف معياري (١.٣) وتعني هذه القيم أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أنه تتوفر القناعة لدى القائمين على

إدارة بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي.

٢. بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية (١) بانحراف معياري (٠.٥٦) وتعني هذه القيم أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على أنه يمكن القول بأنه أجد تشجيع من رئيسي المباشر للمشاركة في الدورات التدريبية.

ثانياً: استخدام اختبار كاي تربيع:

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارات الفرضية الثالثة وفيما يلي الجدول رقم (٢١) يلخص نتائج الاختبارات لهذه العبارات:

الجدول رقم (٢١): نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الثالثة

العبارات	قيمة مربع كاي	مستوى المعنوية
تتوفر القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي.	٤٣.٧	٠.٠٠٠
يمكن القول بأنه أجد تشجيع من رئيسي المباشر للمشاركة في الدورات التدريبية.	٩٠.٦	٠.٠٠٠

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الإستبيان، ٢٠١٦م.

يتضح من الجدول رقم (٢١) ما يلي:

١. بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة لعبارة الفرضية الأولى (٤٣.٧) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهذه القيمة أقل من قيمة مستوى دلالة المعنوية (٥%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على وجود أنه تتوفر القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي.
٢. بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة لعبارة الفرضية (٩٠.٦)

بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهذه القيمة أقل من قيمة مستوى دلالة المعنوية (٥%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أنه يوجد تشجيع من رئيسي المباشر للمشاركة في الدورات التدريبية.

ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثالثة والتي نصت على أنه تتوفر القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمع، الغاط والزلفي بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي تم التحقق من صحتها، وعليه يمكننا القول بأنه تتوفر القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمع، الغاط والزلفي بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي.

النتائج والتوصيات

نتائج الدراسة:

اتخذ الباحث محافظات المجمع، الغاط والزلفي لمعرفة أثر تطوير الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء، واختتمت الدراسة بالنتائج والتوصيات. أشارت نتائج الدراسة إلى قبول فروض البحث وكذلك توصل الباحث إلى عدد من النتائج والتي يمكن مناقشتها على النحو التالي:

١- إن نسبة كبيرة من أفراد العينة في ريعان شبابه حيث تتراوح أعمارهم ما بين ٣٠-٤٠ سنة حيث بلغت نسبتهم ٥٨.٨% وهذا إن دل إنما يدل على المستقبل الواعد لبلديات محافظات المجمع، الغاط والزلفي .

٢- كذلك أثبتت نتائج الدراسة الميدانية إن نسبة ٨٦.٦% من أفراد العينة متزوجين مما يدل على الاستقرار النفسي والوظيفي للعاملين.

٣- إن غالبية أفراد العينة من حملة المؤهل الجامعي وفوق الجامعي حيث بلغت نسبتهم ٩١.٧% مما ينعكس ذلك على أدائهم وبالتالي بلديات محافظات المجمع، الغاط والزلفي.

٤- أثبتت الدراسة الميدانية أن معظم مفردات العينة يوافقون على إن موضوعات الدورات التدريبية لها علاقة بطبيعة العمل الذي أقوم به في وظيفتي، حيث بلغت نسبتهم ٨٨.٧% بينما

بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك ٤.١% أما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم ٧.٢%. ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الأولى والتي نصت على أن هناك توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة بين تطوير الموارد البشرية وتنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي تم التحقق من صحتها. وعليه يمكننا القول بأن تطوير الموارد البشرية يؤثر على تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي.

٥- أثبتت الدراسة الميدانية أن معظم مفردات العينة يوافقون على أن العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) تؤثر على نجاح دور الموارد البشرية وتطويرها في تنمية ثقافة خدمة العملاء، حيث بلغت نسبتهم ٥٤.٦% بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك ٢٩.٩%، أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم ١٥.٥%. ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثانية والتي نصت على أنه تؤثر العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي تم التحقق من صحتها، وعليه يمكننا القول بأن العوامل الشخصية والوظيفية (العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الدرجة الوظيفية) تؤثر على نجاح دور الموارد البشرية في تنمية ثقافة خدمة العملاء في بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي.

٦- أشارت نتائج الدراسة الميدانية على إن معظم مفردات العينة يوافقون على أنه تتوفر القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي، حيث بلغت نسبتهم ٨٢.٤%. بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على ذلك ٧.٣% والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم ١٠.٣%. ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثالثة والتي نصت على أنه تتوفر القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمعة، الغاط والزلفي بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي تم التحقق من صحتها، وعليه يمكننا القول بأن تتوفر

القناعة لدى القائمين على إدارة بلديات محافظات المجمع، الغاط والزلفي بأهمية التدريب ودوره في تنمية ثقافة خدمة العملاء في القطاع الحكومي.

توصيات الدراسة:

استناداً على مناقشة النتائج السابقة يوصي الباحث بما يلي:

١- يجب التركيز على الدورات التدريبية النوعية والمتخصصة في خدمة العملاء، من أجل تنمية ثقافة خدمة العملاء عن الموظفين.

٢- ضرورة مواكبة أساليب تدريب وتطوير الموارد البشرية الحديثة لتمكين العاملين من خدمة العملاء بشكل أفضل.

٣- عمل برنامج وخطة تدريبية لكل موظف بما يتناسب مع مؤهلاته وقدراته.

٤- ضرورة ربط الدورات التدريبية بالجانب التطبيقي في العمل من أجل تحقيق الأهداف المنشودة من عملية التدريب.

٥- القيام بورش عمل داخلية خاصة بالبلدية.

٦- الاهتمام أكثر بوقت العملاء وتطلعاتهم ورغباتهم.

٧- العمل على رفع مستوى إدراك تمايز العملاء لدى العاملين، من أجل كسب رضا العملاء والحفاظ عليهم.

مراجع الدراسة:

١. كجوك، أبو العباس فضل المولي، (٢٠٠٩م). إدارة الموارد البشرية الأصول العلمية ونماذج التطبيق، الطبعة الأولى، الخرطوم، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة.
٢. الخفاجي، المدرس حاكم جبوري، (٢٠١٣م). أثر المتغير الوسيط رضا الزبون في العلاقة بين جودة الخدمة وولاء الزبون، دراسة حالة مصرف بابل الأهلي فرع النجف.
٣. الزايد، هائل عبد الوهاب (٢٠٠٩م). أثر التدريب في رفع كفاءة أداء العاملين دراسة ميدانية على شركات الصناعات النسيجية.
٤. السامرائي، احمد هاشم، (٢٠١٠م) أثر استراتيجيات التدريب لتطوير الموارد البشرية في القطاع الحكومي قطاع الكهرباء في العراق إنموذجا.
٥. الصباغ، زهير نعيم (٢٠١٠م). إدارة الموارد البشرية في القرن الحادي والعشرين منحنى نظمي، دار وائل للنشر والتوزيع.
٦. الفقي، ابراهيم، (٢٠١٠م). فن خدمة العملاء وكيفية المحافظة عليهم، الطبعة الاولى، مصر، القاهرة، مؤسسة بداية للإنتاج والنشر والتوزيع.
٧. المضمور، هاني حامد (٢٠٠٥م). تسويق الخدمات، عمان، دار وائل للنشر ط ٣.
٨. الموسوي، سنان، (٢٠٠٨م). إدارة الموارد البشرية وتأثيرات العولمة عليها. الكوفة، مجدلاوي للنشر والتوزيع.
٩. موسي، بكري الطيب، (٢٠٠٤م). إدارة الأفراد، الطبعة الخامسة. الخرطوم، جي تاون.
١٠. بوغنن، نورالدين، (٢٠٠٨م). معرفة جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء في المؤسسة المينائية لسكيدده
١١. جودة، محفوظ أحمد (٢٠١٠م). إدارة الموارد البشرية. دار وائل للنشر و التوزيع.
١٢. رضوان، محمود عبد الفتاح (٢٠١٣م). الاستراتيجيات الأساسية في إدارة الموارد البشرية، المجموعة العربية للتدريب والنشر.
١٣. قصاص، إيمان، (٢٠٠٨م). تطبيق سياسات إدارة الموارد البشرية في رفع كفاءة أداء العاملين، رسالة ماجستير غير منشورة، دراسة حالة الحوافز في المصرف التجاري السوري.
١٤. منصور، إياد شوكت (٢٠٠٨م). إدارة خدمة العملاء، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
١٥. نعيمة، واخرون (٢٠١٠م). إدارة العلاقة مع الزبائن كأداة لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال.
١٦. <http://www.abahe.co.uk>
١٧. <https://www.momra.gov.sa>
١٨. <http://www.brooonzyah.net>