



الجمهورية العربية السورية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة المنارة
كلية إدارة الأعمال

دور جودة الخدمة في العلاقة بين التوجه بالزبائن والرضا دراسة ميدانية على طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية

مشروع أعد لنيل درجة الإجازة في إدارة الأعمال تخصص تسويق وتجارة إلكترونية

إعداد

الطالبة جنى شاويش

إشراف

الدكتورة دانيا زين العابدين

2021-2022

Syrian Arab Republic
Manara University
Ministry of Higher Education and Scientific Research
Faculty of Business Administration



The Role of Service Quality in the Relationship Between Customer Orientation and Satisfaction

A field study on private university students in Lattakia

Student preparation

Jana Shawish

The supervision of

Dr. Dania Zainalabdin

2021–2022

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
ب	فهرس المحتويات
د	فهرس الجداول
هـ	فهرس الأشكال
و	ملخص
ز	Abstract
1	الفصل الأول: الإطار المنهجي للبحث
3	مقدمة
4	الدراسات السابقة
11	مشكلة البحث
12	أهداف البحث
12	فرضيات البحث
13	نموذج البحث
13	أهمية البحث
14	منهجية البحث
14	مجتمع البحث وعينته
14	حدود البحث
15	خلاصة الفصل
16	الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث
18	المبحث الأول: جودة الخدمة
18	تمهيد
18	1-1- مفهوم الخدمة
19	2-1- مفهوم الجودة
19	3-1- مفهوم خدمة التعليم العالي
20	4-1- مفهوم جودة خدمات التعليم العالي
20	5-1- أهمية الجودة في خدمات التعليم العالي
21	6-1- أهداف جودة خدمات التعليم العالي
21	7-1- أبعاد جودة خدمات التعليم العالي
25	المبحث الثاني: رضا العميل (الطالب)
25	تمهيد
25	1-2- مفهوم الرضا
25	2-2- أهمية رضا العميل
26	3-2- خصائص رضا العميل
26	4-2- مراحل رضا العميل
27	5-2- محددات الرضا
28	6-2- أساليب قياس رضا العملاء ورضا الطلبة بجودة الخدمات
29	المبحث الثالث: التوجه بالزبون (الطالب)
29	تمهيد
29	1-3- مفهوم التوجه بالزبون
30	2-3- أهمية وفوائد التوجه بالزبون

30	3-3 خصائص التوجه بالزبون
30	4-3 متطلبات التوجه بالزبون
32	5-3 التوجه بالطلبة في مؤسسات التعليم
34	خلاصة الفصل
35	الفصل الثالث: الدراسة الميدانية
37	تمهيد
37	1-3 مجتمع البحث وعينته
37	2-3 أداة البحث
38	3-3 الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات
53	4-3 النتائج
53	5-3 التوصيات
55	خلاصة الفصل
56	المراجع
56	أولاً: المراجع العربية
58	ثانياً: المراجع الأجنبية
60	الملاحق (الاستبيان)

فهرس الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
10	أوجه التشابه و الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة العربية	1
10	أوجه التشابه و الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة الأجنبية	2
40	معاملات الارتباط بين عبارات التوجه بالطلبة والدرجة الكلية للمحور	3
41	معاملات الارتباط بين عبارات الملموسية والدرجة الكلية للمحور	4
41	معاملات الارتباط بين عبارات الاعتمادية والدرجة الكلية للمحور	5
42	معاملات الارتباط بين عبارات الأمان والدرجة الكلية للمحور	6
42	معاملات الارتباط بين عبارات الاستجابة والدرجة الكلية للمحور	7
43	معاملات الارتباط بين عبارات التعاطف والدرجة الكلية للمحور	8
43	معاملات الارتباط بين عبارات الرضا والدرجة الكلية للمحور	9
44	معامل الثبات ألفا كرونباخ	10
44	الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة الاحتمال (.sig) لإجابات أفراد عينة الدراسة على الفقرات الخاصة بمتغير التوجه بالطلاب	11
45	الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة الاحتمال (.sig) لإجابات أفراد عينة الدراسة على الفقرات الخاصة بمتغير جودة الخدمة	12
47	الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة الاحتمال (.sig) لإجابات أفراد عينة الدراسة على الفقرات الخاصة بمتغير رضا الطلاب	13
48	تحليل الانحدار البسيط لأثر التوجه بالطلاب على رضا الطلاب	14
49	تحليل الانحدار البسيط لأثر التوجه بالطلاب على جودة الخدمة	15
50	تحليل الانحدار البسيط لأثر جودة الخدمة على رضا الطلاب	16
52	تحليل الانحدار الخطي المتعدد المتدرج بطريقة Stepwise لأثر التوجه بالطلاب على رضا الطلاب بوجود جودة الخدمات المقدمة كمتغير وسيط	17

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	اسم الشكل	رقم الجدول
13	نموذج البحث	1
39	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	2
39	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجامعة	3

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور جودة الخدمة في العلاقة بين التوجه بالطلاب ورضا الطلاب من وجهة نظر الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية.

ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم بناء وتوزيع استبانة على عينة الدراسة المكونة من 100 مفردة من طلاب الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية شملت طلاب (جامعة المنارة، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، جامعة الشام الخاصة)، وفي ضوء ذلك جرى جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وتوصلت الدراسة إلى وجود مستوى تطبيق جيد لكل من جودة الخدمة بأبعادها (الملموسية، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة، التعاطف)، والتوجه بالطلاب، إضافةً إلى رضا طلاب هذه الجامعات عما تقدمه من خدمات. وتوصلت نتائج الدراسة أيضاً إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على كل من جودة الخدمات ورضا الطلاب، إضافةً إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة على رضا الطلاب، كما يساهم الدور الوسيط لجودة الخدمة في زيادة تأثير التوجه بالطلاب على رضاهم في الجامعات الخاصة بمحافظة اللاذقية.

وانتهت الدراسة بمجموعة من التوصيات والمقترحات أهمها المحافظة على المستوى الجيد لرضا الطلاب في الجامعات الخاصة بمحافظة اللاذقية والعمل على تعزيزه، واستمرار تبني منهج التوجه بالطلاب، إضافةً إلى تعزيز مستويات جودة الخدمات التي تقدمها هذه الجامعات لطلابها.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة - التوجه بالطلاب - رضا الطلاب.

Abstract

This study aims to identify the role of service quality in the relationship between student orientation and student satisfaction from the point of view of private universities in Lattakia Governorate.

To achieve the objectives of the study, a questionnaire was built and distributed to the study sample consisting of 100 students from private universities in Lattakia Governorate, which included students (Al-Manara University, Arab Academy for Science, Technology and Maritime Transport, Al-Sham Private University), and in light of this, data were collected and analyzed, and hypotheses were tested using The statistical package for the social sciences (SPSS), and the study found a good level of application for the service quality in its dimensions (tangibility, reliability, safety, response, empathy), and student orientation, in addition to the students' satisfaction with the services they provide. The results of the study also found that there are A statistically significant effect of student orientation on both the service quality and student satisfaction, in addition to the existence of a statistically significant effect of service quality on student satisfaction, and the mediating role of service quality contributes to increasing the impact of student orientation on their satisfaction in private universities in Lattakia Governorate.

The study ended with a set of recommendations and proposals, the most important of which is maintaining the good level of student satisfaction in private universities in Lattakia Governorate and working to strengthen it, and continuing to adopt the student orientation approach, in addition to enhancing the levels of quality of services provided by these universities to their students.

Keywords: service quality - student orientation - student satisfaction.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للبحث

الفصل الأول

الإطار المنهجي للبحث

- مقدمة
- الدراسات السابقة.
- مشكلة البحث.
- أهداف البحث.
- فرضيات البحث.
- موديل البحث.
- أهمية البحث.
- منهجية البحث.
- حدود البحث.

مقدمة:

شهدت العقود الأخيرة تطوراً مهماً في مجال الخدمات التي أصبحت تشكل أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول، مما ولد منافسة شديدة بين مقدميها، وفي ظل هذه الظروف أصبح هناك وعي لدى الباحثين والمهتمين بالأنشطة الخدمية بأهمية الجودة في تقديم الخدمات وتأثيرها على رضا العميل من أجل تحقيق ميزة تنافسية وزيادة الربحية للمؤسسات الخدمية.

ومن المعروف أن المؤسسات التعليمية لها الدور الأساسي في عملية التنمية المستدامة والتي تعتمد بالدرجة الأولى على القوى البشرية المتوفرة في المجتمع، والجامعات هي إحدى المؤسسات المسؤولة عن إعداد هذه القاعدة البشرية التي سوف تقود وتستغل العناصر الأخرى المتوفرة سواء في المجالات العلمية أو الاجتماعية أو الاقتصادية.. ولكي يتسنى للجامعة تحقيق أهدافها باستمرار لمواكبة التطورات والتحديات المستجدة، ولما كانت عملية التنمية لا تتحقق بدون عملية قياس كان لا بد من قياس جودة العملية التعليمية المقدمة للطلاب للوقوف على نقاط القوة والضعف التي تعترض العملية التعليمية حتى يتسنى للمسؤولين إمكانية التطوير بناءً على أسس واضحة وأكيدة، وبالتالي أصبحت إدارة الجودة وتحقيق رضا العميل هاجساً للمؤسسات الخدمية بشكل عام والتعليمية بشكل خاص، إذ أصبح رضا العميل محور اهتماماتها للتعرف على حاجاته وتوقعاته خاصة وأن ثورة تكنولوجيا الاتصالات والمعلوماتية مكنت العميل من إمكانية المفاضلة بين الخدمات حسب رغباته واختياراته، وهذا ما أثار الرغبة لدى العديد من المؤسسات بتبني التوجه بالزبائن مدخلاً لتحقيق رضاهم على المدى البعيد.

واستناداً لما سبق يسعى هذا البحث إلى التعرف على دور جودة الخدمة المقدمة في الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية على العلاقة بين التوجه بالزبائن ورضا العملاء.

الدراسات السابقة:

1- استعراض الدراسة السابقة:

اطّلت الباحثة في دراستها جودة الخدمة ودورها في العلاقة بين التوجه بالزبائن ورضا العملاء على مجموعة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع البحث، والتي ساعدت على تحديد مشكلة البحث وبناء وتطوير الفرضيات.

الدراسات العربية:

دراسة (قليل وواضح ، 2020) بعنوان:

" دور جودة الخدمة الإلكترونية في تحقيق رضا الزبون - دراسة ميدانية ببريد الجزائر-المسيلة"

- **المشكلة:** هدفت هذه الدراسة إلى تقديم إطار نظري يحدد ويعرف مختلف المفاهيم المتعلقة بالجودة في قطاع الخدمات، باعتبارها مدخل إداري حديث، إضافةً إلى التعرف على دور جودة الخدمة الإلكترونية، بأبعادها المتمثلة في (سهولة الاستخدام، تصميم الموقع، سرعة الاستجابة، السرية والأمان، المعلومات، والتعاطف) في تحقيق رضا الزبون.
- **المنهجية:** لتحقيق هدف الدراسة فقد اعتمدت الدراسة على الأسلوب الوصفي لملاءمته لطبيعة الموضوع، فتم تصميم استبيان كأداة لجمع البيانات وتوزيعه على عينة الدراسة والمتمثلة في زبائن بريد المسيلة، والبالغ عددهم 23 استبيان، وقد تم استخدام بعض الأساليب الإحصائية في برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS V 23" لعرض وتحليل نتائج الدراسة، ثم اختبار الفرضيات الموضوعية.
- **النتائج:** توصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمة الإلكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام، تصميم الموقع، سرعة الاستجابة، السرية والأمان، المعلومات، والتعاطف) وتحقيق رضا الزبون لبريد المسيلة.

دراسة (الربيعي وآخرون، 2018) بعنوان:

"أثر جودة الخدمة التعليمية وجودة الأشراف على رضا طلبة الدراسات العليا في الجامعات الأردنية الخاصة"

- **المشكلة:** هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين جودة الخدمة التعليمية المدركة وجودة الأشراف و رضا طلبة الدراسات العليا في الجامعات الخاصة الأردنية.
- **المنهجية:** لتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي لجمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضيات من خلال استبانة استخدمت كأداة رئيسة لجمع المعلومات تم توزيعها على عينة

من طلبة الدراسات العليا في كل من جامعة الشرق الأوسط وجامعة عمان العربية وجامعة جدارا. وتم اعتماد التحليل الإحصائي بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي SPSS و استخدام عدد من الأدوات و الأساليب الإحصائية منها تحليل الانحدار إضافة إلى تحليل المسار Path Analysis باستخدام برنامج 7 OMOS.

- **النتائج:** توصلت الدراسة إلى انخفاض واضح في مستوى جودة الخدمة التعليمية المدركة من قبل طلبة الدراسات العليا في كل من الجامعات الأردنية الخاصة موضوع الدراسة، حيث شمل هذا الضعف كافة أبعاد جودة الخدمة الخمسة: الملموسية، الموثوقية، التعاطف، الاعتمادية والاستجابة. كما أشارت الدراسة إلى وجود ضعف في مستوى جودة الاشراف على الرسائل. الأمر الذي انعكس بشكل واضح في انخفاض مستوى رضا الطلبة المتحقق في هذه الجامعات. وقد بينت الدراسة وجود أثر لكل من جودة الخدمة التعليمية وجودة الإشراف على رضا الطلبة وكذلك وجود أثر لجودة الخدمة التعليمية على جودة الإشراف. و قد أكدت الدراسة الدور الفاعل لجودة الإشراف كوسيط في تعزيز أثر جودة الخدمة التعليمية على الرضا. كما بينت الدراسة أبعاد جودة الخدمة الأكثر تأثيراً في جودة الإشراف وتحقيق رضا الطلبة وهي الاعتمادية و الاستجابة.

دراسة (أبو فزع، 2015) بعنوان:

"اختبار العلاقة بين جودة الخدمة، رضا الزبون وقيمة الزبون: دراسة مقارنة بين المصارف الإسلامية والمصارف التجارية في الأردن"

- **المشكلة:** هدفت الدراسة إلى اختبار جودة الخدمة، قيمة الزبون على رضا الزبون في كل من المصارف الإسلامية والتجارية في الأردن، و القدرة على مواجهة تحديات المنافسة في بينها.

- **المنهجية:** لتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، والأسلوب التطبيقي لجمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضيات من خلال استبانة استخدمت كأداة رئيسة لجمع المعلومات في مجال متغيرات الدراسة والتي تكونت من 25 فقرة تم توزيعها على عينة الدراسة التي شملت 250 شخص من الزبائن والمتعاملين مع كلا المصرفين قسمت بالتساوي لكل نوع منهما. وتم استخدام العديد من الوسائل والأساليب الإحصائية منها تحليل المسار لاختبار الأثر المباشر و غير المباشر لمتغيرات الدراسة.

- **النتائج:** توصلت الدراسة إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمة المصرفية (الاعتمادية؛ الاستجابة؛ الموثوقية والتعاطف) في المصارف الإسلامية بالمقارنة مع المصارف التجارية (الملموسية؛ الاعتمادية؛ الموثوقية والتعاطف)، كما بينت الدراسة في تحقيق رضا الزبون وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمة المصرفية (الاعتمادية؛ الاستجابة؛ الموثوقية والتعاطف) في المصارف الإسلامية بالمقارنة مع المصارف التجارية (الملموسية؛ الاعتمادية؛ الاستجابة؛ الموثوقية

والتعاطف)، وقد أكدت الدراسة وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لقيمة الزبون في تحقيق رضا الزبون في المصارف الإسلامية والتجارية عند مستوى دلالة 0.05، كما بينت الدراسة وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمة المصرفية على تحقيق رضا الزبون في المصارف الإسلامية والتجارية في الأردن بوجود قيمة الزبون كمتغير وسيط عند مستوى دلالة 0.05.

دراسة (البوقري والسقاف، 2015) بعنوان:

"جودة الخدمة وأثرها على رضا الطالبات في مؤسسات التعليم العالي: دراسة تطبيقية لكليات مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية"

- **المشكلة:** هدف البحث إلى دراسة أثر جودة الخدمة على رضا الطالبات في مؤسسات التعليم العالي المملكة العربية السعودية.
- **المنهجية:** لتحقيق أهداف البحث تم تصميم استبانة لجمع المعلومات الأولية من عينة ميسرة من الطالبات في الكليات الحكومية والأهلية في مدينة جدة، بلغ عدد مفردات عينة الدراسة ٢١٧ مفردة، وتمت معالجة البيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية SPSS .
- **النتائج:** توصلت الدراسة إلى أن الحياة السكنية للخدمات الجامعية، والخبرة الأكاديمية، والموارد والخدمات الطلابية، الإرشاد الأكاديمي عناصر مهمة جداً، بينما عنصر فرص تنمية الشخصية فهو مهم. وأشارت النتائج أيضاً أن درجة الرضا عن تلك العناصر هي متوسطة. أما فيما يتعلق بالعلاقة بين المستوى الدراسي ومستوى الرضا أظهرت النتائج وجود علاقة بين المستوى الدراسي وبين درجات الرضا لمعظم العناصر.

دراسة (قدورة، 2011) بعنوان:

"دور جودة الخدمة في تعزيز أثر التوجه بالزبائن على الرضا في بيئة الجامعات الأردنية الخاصة"

- **المشكلة:** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين توجه الجامعة بالطلبة وجودة الخدمة التعليمية ورضا طلبة الدراسات العليا في الجامعات الخاصة الأردنية.
- **المنهجية:** لتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي من خلال استبانة استخدمت كأداة رئيسة لجمع المعلومات تم توزيعها على عينة من طلبة الدراسات العليا في عدد من الجامعات الخاصة الأردنية. وتم اعتماد التحليل الإحصائي بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي SPSS واستخدام عدد من الأدوات والأساليب الإحصائية منها تحليل الانحدار البسيط والمتعدد إضافة إلى تحليل المسار Path Analysis باستخدام برنامج OMOS 7.
- **النتائج:** توصلت الدراسة إلى أن وجود اتجاه متوسط للجامعات نحو الطلبة، وارتفاع نسبي بسيط في جود الخدمة التعليمية (جودة التعليم – جودة الإشراف) التي انعكست بدورها على عدم تحقيق رضا عال للطلبة. كما بينت النتائج التأثير المعنوي لتوجه الجامعة بالطلبة على كل من جودة التعليم

والإشراف ورضا الطلبة، إضافةً إلى تأكيد الدراسة التأثير المعنوي لجودة الخدمة التعليمية المدركة لكل من بعدها جودة التعليم والإشراف على رضا الطلبة. وقد أيدت الدراسة الدور الفاعل لجودة الخدمة التعليمية المدركة كوسيط في تعزيز أثر توجه الجامعة بالطلبة على الرضا.

الدراسات الأجنبية:

دراسة (Hawa, 2015) بعنوان:

"The Effect of Customer Orientation on Customer Satisfaction and Examining the Mediating Effect of Service Quality: A Case Study at Pharmacy One"

"تأثير توجيه العملاء على رضا العملاء وفحص التأثير الوسيط لجودة الخدمة: دراسة حالة في فارمسي ون"

- **المشكلة:** هدفت هذه الدراسة إلى التحقيق في تأثير توجيه العملاء على رضا العملاء وفحص التأثير الوسيط لجودة الخدمة في العلاقة بين توجيه العملاء ورضا العملاء في فارمسي ون في الأردن.
- **المنهجية:** لتحقيق أهداف هذه الدراسة تم تصميم استبيان مكون من 47 فقرة لجمع معلومات من عينة الدراسة المؤلفة من زبائن صيدلية واحدة من 41 فرعاً في عمان الذين سيزورون فرع الصيدلية الواحدة خلال فترة الدراسة والمكونة من (248) مستجيب تكون مجتمع الدراسة، تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وبرنامج Amos لتحليل البيانات واختبار الفرضيات.
- **النتائج:** توصلت الدراسة إلى أن هناك تأثير إحصائي كبير لتوجيه العملاء على رضا العملاء بالإضافة إلى تأثير إحصائي كبير لجودة الخدمة (الملموسة والموثوقة والاستجابة والتأكيد والتعاطف) على رضا العملاء، كما أشارت إلى وجود تأثير وسيط إحصائي مهم لجودة الخدمة على العلاقة بين توجيه العميل ورضا العملاء في فارمسي ون.

دراسة (Windati et al, 2019) بعنوان:

"Impact of Customer Orientation and Quality of Service on Trust and Customer Loyalty"

"تأثير توجيه العملاء وجودة الخدمة على الثقة وولاء العملاء"

- **المشكلة:** هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين توجه العميل وجودة الخدمة وثقة العملاء وولائهم.
- **المنهجية:** لتحقيق أهداف هذه الدراسة استخدم الباحثون البحث السببي الذي أوضح العلاقة السببية بين متغيرات البحث. حيث تم توزيع الاستبيان على المستجيبين من العملاء في اليمبانج بطريقة أخذ

عينات هادفة. تم إجراء تحليل البيانات عن طريق اختبار صحة البناء وموثوقيته. كما استخدم تحليل المسار باستخدام الإصدار 22.00 من SPSS كأداة لتحليل البيانات.

- **النتائج:** توصلت نتائج الدراسة إلى أن توجه العميل يرتبط ارتباطاً وثيقاً وإيجابياً بالثقة. كما ترتبط جودة الخدمة بالثقة بشكل كبير وإيجابي. وترتبط الثقة بشكل كبير وإيجابي بالولاء.

دراسة (Kang, 2020) بعنوان:

"A Study on the Mediating Effect of Customer Orientation between Service Quality and Customers' Perceived Service Satisfaction"

"دراسة عن التأثير الوسيط لتوجيه العملاء بين جودة خدمة ورضا العملاء المتصور"

- **المشكلة:** هدفت هذه الدراسة إلى تأكيد تأثير جودة الخدمة لخدمة توصيل الطعام عبر منصة O2O على الرضا عن الخدمة ، وما إذا كان توجيه العملاء يتوسط العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الخدمة.
- **المنهجية:** استطلعت هذه الدراسة المستهلكين الصينيين باستخدام منصة O2O لتوصيل الطعام من خلال تقنية الاستبيان. تم استخدام Smart PLS 3.0 للتحقق من فرضية هذه الدراسة. تتميز PLS بميزة تقليل أخطاء القياس وتعظيم تأثير كل عامل
- **النتائج:** توصلت نتائج الدراسة إلى التأكيد على أن شركات توصيل الطعام O2O تحتاج إلى زيادة جودة الخدمة (جودة المعلومات وجودة المنتج والجودة الاجتماعية وجودة النظام) من أجل الحصول على رضا العملاء. بالإضافة إلى ذلك، تم العثور على توجه العملاء المتصور للتوسط بشكل كامل في العلاقة بين جودة الخدمة المتصورة (جودة المعلومات وجودة المنتج) ورضا الخدمة المتصور.

دراسة (Nguyen et al, 2021):

"The Effect of Employees' Job Satisfaction on Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study in Vietnam"

"تأثير الرضا الوظيفي للموظفين على رضا العملاء وولائهم: دراسة تجريبية في فيتنام"

- **المشكلة:** هدفت هذه الدراسة إلى فحص الروابط بين السعادة الوظيفية للأطباء ، والتوجه نحو العملاء ، ورضا العملاء ، وولاء العملاء في المستشفيات الدولية في فيتنام.
- **المنهجية:** لتحقيق أهداف الدراسة فقد تم جمع البيانات من 204 أطباء و 408 مرضى. من خلال تطبيق نمذجة المعادلة الهيكلية.
- **النتائج:** وجدت الدراسة أن الرضا الوظيفي للأطباء كان له تأثير كبير على توجه العملاء ورضاهم في المستشفيات الدولية. يمكن تحسين رضا العملاء من خلال توجيه جيد للعملاء. يعمل الرضا

الوظيفي للأطباء والتوجيه الفعال للعملاء على تحسين رضا العملاء وولائهم تجاه المستشفيات الدولية في فيتنام ، وذلك بفضل تأثير نشر العواطف. على وجه الخصوص ، إذا كان الأطباء راضين عن وظائفهم ، فإن ذلك يعزز رضا العملاء عند استخدام الخدمات الطبية في المستشفيات الدولية. أثبتت الدراسة الدور الأساسي للاستراتيجية الموجهة نحو العملاء والرضا الوظيفي للأطباء في رضا العملاء وولائهم تجاه المستشفيات الدولية.

دراسة (Pan & Ha, 2021) بعنوان:

"Service Quality and Satisfaction in the Context of Varying Levels of Restaurant Image and Customer Orientation during the COVID-19 Pandemic"

"جودة الخدمة والرضا في سياق المستويات المتفاوتة لصورة المطعم وتوجيه العملاء أثناء جائحة COVID-19"

- **المشكلة:** هدفت هذه الدراسة إلى البحث في كيفية تأثير صورة المطعم وتوجيه العملاء على الأهمية النسبية لكل من جودة الخدمة والنتائج في إرضاء العملاء ، مع التركيز على المطاعم أثناء جائحة COVID-19.
- **المنهجية:** لتحقيق أهداف الدراسة فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال المتغير المعدل والنهج القائم على المتوسط الحيادي الكلي ($M = 3$).
- **النتائج:** أظهرت نتائج الدراسة أن جودة خدمة العملية تؤثر على رضا زبائن المطعم، كما تظهر النتائج أن التأثير السلبي للعلاقة بين جودة الخدمة (أو النتيجة) وصورة المطعم على رضا زبائن المطعم غير مهم عندما يكون اتجاه العملاء منخفضاً. من ناحية أخرى، فإن نفس العلاقة لها تأثير إيجابي أقوى على رضا زبائن المطعم عندما يكون التوجه نحو العملاء مرتفعاً. هذه النتائج لها آثار على جهود المطاعم لتطوير وتحسين جودة الخدمة، وتعزيز توجه العملاء، ومساعدتهم على تحديد نهج استراتيجي أكثر فعالية أثناء وبعد جائحة COVID-19.

2- أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

يوضح الجدول رقم (1) أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة العربية.

الجدول (1) - أوجه التشابه و الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة العربية

الباحث	العنوان	السنة	التشابه	الاختلاف
قليل وواضح	دور جودة الخدمة الإلكترونية في تحقيق رضا الزبون - دراسة ميدانية ببريد الجزائر-المسيلة	2020	- المتغير التابع - منهجية الدراسة	- مجتمع البحث وعينته - بيئة تطبيق البحث - المتغير المستقل والمتغير الوسيط
الربيعي وآخرون	أثر جودة الخدمة التعليمية وجودة الأشراف على رضا طلبة الدراسات العليا في الجامعات الأردنية الخاصة	2018	- المتغير التابع - منهجية الدراسة - بيئة تطبيق البحث	- مجتمع البحث وعينته - المتغيرات المستقلة - المتمثلة بجودة الخدمة والإشراف
أبو فزع	اختبار العلاقة بين جودة الخدمة، رضا الزبون وقيمة الزبون: دراسة مقارنة بين المصارف الإسلامية والمصارف التجارية في الأردن	2015	- المتغير التابع - منهجية الدراسة	- مجتمع البحث وعينته - بيئة تطبيق البحث - المتغير المستقل والوسيط
البوقري والسقاف	جودة الخدمة وأثرها على رضا الطالبات في مؤسسات التعليم العالي: دراسة تطبيقية لكليات مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية	2015	- المتغير التابع - منهجية الدراسة - بيئة تطبيق البحث	- مجتمع البحث وعينته - المتغير المستقل وعدم وجود متغير وسيط
قدورة	دور جودة الخدمة في تعزيز أثر التوجه بالزبان على الرضا في بيئة الجامعات الأردنية الخاصة	2011	- المتغير المستقل - المتغير التابع - المتغير الوسيط - منهجية الدراسة - بيئة تطبيق البحث	- مجتمع البحث وعينته

يوضح الجدول رقم (2) أوجه التشابه و الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة الأجنبية.

الجدول (2) - أوجه التشابه و الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة الأجنبية

الباحث	العنوان	السنة	التشابه	الاختلاف
Pan & Ha	جودة الخدمة والرضا في سياق المستويات المتفاوتة لصورة المطعم وتوجيه العملاء أثناء جائحة COVID-19	2021	- المتغير المستقل - المتغير التابع	- المتغير التابع من خلال دراسة جودة الخدمة إضافة إلى الرضا - المتغير الوسيط - منهجية الدراسة - بيئة تطبيق البحث
Nguyen) et al	تأثير الرضا الوظيفي للموظفين على رضا العملاء وولائهم: دراسة تجريبية في فيتنام	2021	- المتغير المستقل - المتغير التابع	- دراسة السعادة الوظيفية كمتغير مستقل إضافي - دراسة ولاء العملاء كمتغير تابع إضافي - عدم وجود متغير وسيط. - منهجية الدراسة - بيئة تطبيق البحث
Kang	دراسة عن التأثير الوسيط لتوجيه العملاء بين جودة خدمة ورضا	2020	- المتغير التابع	- المتغير المستقل حيث تم دراسة جودة الخدمة - المتغير الوسيط حيث تم

دراسة توجيه العملاء - منهجية الدراسة - بيئة تطبيق البحث			العملاء المتصور	
- تم دراسة توجيه العملاء كمتغير مستقل ثان. - المتغيرات التابعة حيث تناولت الدراسة الثقة وولاء العملاء - بيئة تطبيق البحث	- المتغير المستقل - منهجية الدراسة	2019	تأثير توجيه العملاء وجودة الخدمة على الثقة وولاء العملاء	Windati et al
- مجتمع البحث وعينته - بيئة تطبيق البحث	- المتغير المستقل - المتغير التابع - المتغير الوسيط - منهجية الدراسة	2015	تأثير توجيه العملاء على رضا العملاء وفحص التأثير الوسيط لجودة الخدمة: دراسة حالة في فارمسي ون	Hawa

مشكلة البحث:

تجبر الطبيعة التنافسية العالية للسوق اليوم المنظمات على أن تكون أكثر حساسية لاحتياجات العملاء من أجل الاحتفاظ بعملائها واكتساب عملاء جدد. نتيجة لذلك، كان رضا العملاء هو الشغل الشاغل لجميع المنظمات بما في ذلك الجامعات الخاصة منها. ومن أجل إرضاء الطلاب والحفاظ على ولائهم يجب أن تركز هذه الجامعات على استشعار توجه الطلاب ورغباتهم وتعمل على توقع احتياجاتهم والتنبؤ بها وذلك لبناء علاقة قوية معهم والوصول إلى مستوى عالي من رضاهم والحصول على ولائهم.

ومن خلال الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة على عدد من طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية التي تم فيها توجيه مجموعة من الأسئلة للتعرف على مدى رضا العملاء عن جودة الخدمات المقدمة في الجامعات ومدى توجه هذه الجامعات بأراء وتوقعات الطلاب، حيث تبين للباحثة وجود تباين بين آراء الطلاب تجاه مستوى هذه الخدمات، ومن هنا تكمن مشكلة البحث في طرح التساؤل الرئيس الآتي:

ما هو دور جودة الخدمات المقدمة في الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية في العلاقة بين التوجه بالزبائن ورضا الطلاب؟

ويتفرع هذا التساؤل إلى عدة أسئلة فرعية:

1. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية؟
2. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على جودة الخدمات المقدمة في الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية؟
3. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية؟

4. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية بوجود جودة الخدمات المقدمة كمتغير وسيط؟

أهداف البحث:

تهدف الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. دراسة تأثير التوجه بالطلاب على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية، ودور جودة الخدمة في هذه العلاقة.
2. دراسة تأثير التوجه بالطلاب على جودة الخدمات المقدمة في الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.
3. دراسة تأثير جودة الخدمات على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.
4. التوصل إلى نتائج وتوصيات تساهم في زيادة مستوى رضا الطلاب في الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.

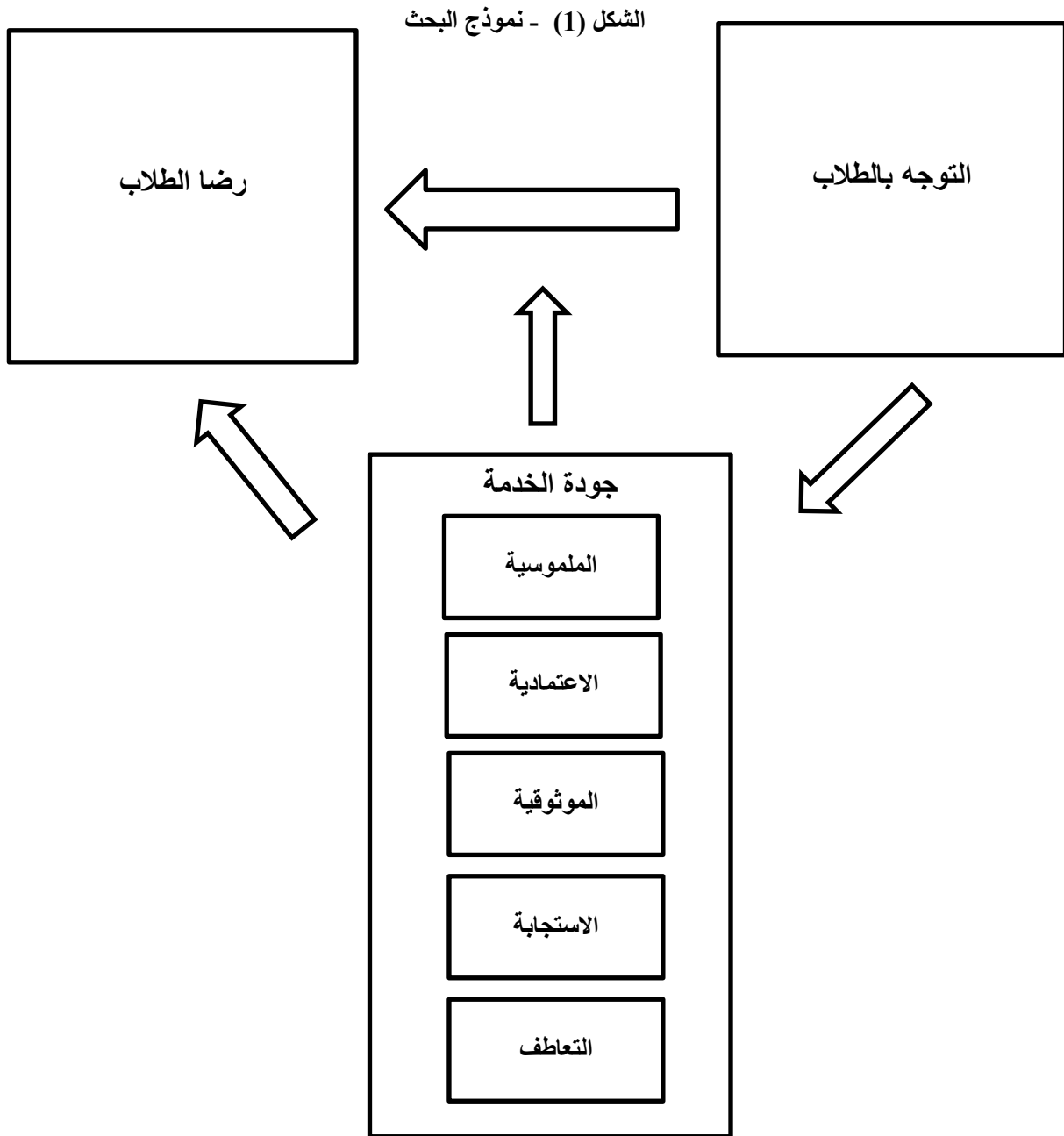
فرضيات البحث:

كمحاولة مبدئية للإجابة على تساؤلات البحث قامت الباحثة بصياغة الفرضيات التالية، والتي سيتم اختبارها لاحقاً.

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على جودة الخدمات المقدمة في الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية بوجود جودة الخدمات المقدمة كمتغير وسيط.

نموذج البحث:

يبين الشكل رقم (1) نموذج البحث والعلاقة بين المتغيرات.



أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في ناحيتين نظرية وعملية:

الأهمية من الناحية النظرية: يستمد البحث أهميته من أهمية موضوع التوجه بالزبائن (الطلبة) في قطاع الجامعات في تحقيق مستويات عالية من الرضا، والدور الذي تأخذه جودة الخدمة في تعزيز هذا التوجه وتحقيق الرضا، وهذا ما يتطلب من الجامعات التعرف على احتياجات طلبتها وتحركات منافسيها في قطاع أعمالها.

الأهمية من الناحية العملية: تكمن أهمية البحث العلمية في تقديم معلومات هامة للجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية عن جودة الخدمات المقدمة لديها ورضا طلبتها والعوامل التي من شأنها العمل على تطوير أداؤها على المدى البعيد من خلال التعرف على احتياجات ورغبات طلبتها.

منهجية البحث:

- اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي ينطلق من ظاهرة موجودة في المجتمع، حيث يقوم على وصف الظاهرة وتحليلها وبيان العلاقة بين مكوناتها، وتم استخدام من أجل ذلك استبانة من إعداد الباحثة صُممت خصيصاً لهذا الغرض باستخدام مقياس لايكرت الخماسي، حيث تم توزيعها على عينة من طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية وتحليلها باستخدام برنامج SPSS.
- تم الاعتماد في القسم النظري من البحث على الكتب والمراجع العربية والأجنبية، والدوريات العلمية المحكمة، ومواقع الانترنت المختصة بموضوع البحث. كذلك تم نشر استبانة تحتوي على أسئلة غطت كافة متغيرات البحث.

مجتمع البحث وعينته:

تكون مجتمع البحث من جميع طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية، وتم اختيار عينة ميسرة من طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية مؤلفة من (100) طالب وزعت الاستبانة عليهم، وتم استرداد (90) استبانة صالحة للتحليل بنسبة (90%) وهي نسبة جيدة لتحليل البيانات واختبار الفرضيات.

حدود البحث:

- الحدود المكانية: تم إجراء البحث ضمن الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية.
- الحدود الزمانية: فترة توزيع الاستبانة في شهر كانون الثاني 2022.

خلاصة الفصل

تناولت الباحثة من خلال هذا الفصل الإطار المنهجي للبحث والذي تم التطرق فيه إلى تحديد الإطار العام للدراسة، من خلال التعرف على الدراسات السابقة بقصد الاستفادة منها ومقارنتها مع الدراسة الحالية. كما تم تحديد مشكلة البحث وتساؤلاته وأهميته النظرية والعملية، وتحديد أهداف البحث و فرضياته ومنهجية البحث.

الفصل الثاني

الإطار النظري للبحث

الفصل الثاني

الإطار النظري للبحث

- المبحث الأول: جودة الخدمة
- المبحث الثاني: رضا الطلاب
- المبحث الثالث: التوجه بالزبون (الطالب)

المبحث الأول

جودة الخدمة

يلعب التعليم دوراً أساسياً في تنمية الأفراد من خلال اكتساب المعارف والخبرات الجديدة، إذ يعتبر مفتاح الارتقاء والتطور من خلال المهام التي يؤديها في خدمة الفرد والمجتمع على اختلاف أنواعه، حيث تعتبر خدمات التعليم بصفة عامة وخدمات التعليم العالي بصفة خاصة من أهم الخدمات التي تتأثر بموضوع الجودة، ف ضمان جودة التعليم يضمن الحصول على مخرجات تعليمية يمكن أن تسهم بفاعلية في توفير متطلبات التنمية الشاملة من العناصر البشرية المؤهلة للعمل في هذا العصر، وقد ظهر اهتمام المؤسسات التعليمية بتطبيق مفهوم

الجودة في التعليم العالي لزيادة وعي المجتمع باحتياجاته التي تتزايد تحت ضغط التغير المستمر للمعرفة ومتطلبات سوق العمل والمهنة، وأيضاً الحصول على نوعية أفضل من التعليم وتخريج طلبة قادرين على ممارسة دورهم بصورة أفضل في خدمة المجتمع. ستتناول الباحثة في هذا المبحث مفهومي الخدمة والجودة بشكل عام قبل البحث في مفهوم جودة الخدمة وأهميتها واهدافها وأبعادها.

1-1 مفهوم الخدمة:

إن الاهتمام المتزايد بالخدمات أدى إلى إعطائها مفاهيم متعددة ومتنوعة، لذلك نجد الباحثين والمختصين لم يتفقوا على تعريف واحد مشترك للخدمة ومن بين التعاريف الأكثر تداولاً نذكر:

تعرف الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمات بأنها: " منتجات غير ملموسة يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستهلك و لا يتم نقلها أو تخزينها" (حافظ، 2009).

كما عرفها Kotler بأنها: " أي نشاط أو أداء يمكن لطرف أن يقدمه لطرف آخر يكون غير ملموس ولا ينتج عنه تملك لأي شيء" (عاطف، 2011).

وعرفت الخدمات أيضاً بأنها: " منتجات غير ملموسة تهدف أساساً إلى إشباع حاجات ورغبات المستهلك وتحقق له منفعة" (مساعد، 2015).

وعُرفت أيضاً بأنها: " عبارة عن إجراء أو منفعة يقدمه طرف لآخر على الرغم من أن العملية قد تكون مرتبطة بمنتج مادي، إلا أن الفائدة قد تكون مؤقتة وغالباً ما تكون غير ملموسة في طبيعتها" (Levelock, 2008).

من خلال التعاريف السابقة ترى الباحثة أن الخدمة عبارة عن منفعة يقدمها طرف لآخر دون أن ينتج عنها ملكية وهي في الأصل غير ملموسة و تقديمها قد يكون مرتبط بمنتج مادي أو لا يكون.

1-2- مفهوم الجودة:

إن أصل كلمة جودة هي طبيعة (Qualitas) التي تعود إلى الكلمة اللاتينية (Quality) التي تعني درجة الصلابة أو الدقة والإتقان للأعمال التي يؤديها الأفراد أثناء قيامهم بتصنيع الآثار التاريخية والدينية من قلاع وتمائيل وقصور بهدف التباهي والمفاخرة باستخدامها للحماية وغير ذلك من الأغراض.

وعرف روبرت دينهارد الجودة بأنها: " خلق ثقافة متميزة في مستوى الأداء بحيث يكافح المديرون والموظفون بشكل مستمر ومتواصل من أجل تحقيق توقعات ورغبات العملاء متصاحب مع التأكيد على أداء الأعمال بصورة صحيحة من الوهلة الأولى بأقصى درجة من الفاعلية و بأقل وقت ممكن" (الكرخي، 2015).

وعرف Juran الجودة بأنها " مدى ملاءمة المنتج للاستعمال، فالمعيار الأساسي للحكم على جودة المنتج في رأيهم هو هل المنتج ملائم للاستعمال أو غير ملائم بغض النظر على وضع وحالة المنتج" (جودة، 2004).
فيما عرفت المنظمة الدولية للمقاييس وفقاً للمواصفة ISO 900 إصدار 2000 الجودة على أنها عبارة عن "قابلية مجموعة من الخصائص الجوهرية لمنتج نظام، سيرورة إرضاء متطلبات الزبائن و باقي الأطراف المعنية" (Seddiki, 2003).

وعرفتها (Ladislavsojka 2014) بأنها "مجموعة المواصفات والخصائص الموجودة في المنتج التي تلبى الاحتياجات المتوقعة والمرغوبة فيها من طرف الزبون ما يؤدي إلى تحقيق رضاه".
من التعاريف السابقة تعرف الباحثة الجودة على أنها " نظام شامل و متكامل يمكن بواسطته تجميع عمل جميع الوحدات المختلفة في المنظمة التي تعمل في مجالات تطوير منتجاتها أو خدماتها من أجل تلبية حاجات ورغبات زبائنهم و كسب رضاهم.

1-3- مفهوم خدمة التعليم العالي:

عُرفت خدمة التعليم العالي على أنها "نشاط أو منفعة يمكن أن تقدمها الجامعة لطرف آخر وهذه الخدمات تكون غير ملموسة ولا ينتج عنها ملكية أي شيء كما أن إنتاجها قد يرتبط أولاً بالمنتجات المادية" (شناف وبلخيري، 2016).

وعُرفت أيضاً خدمة التعليم العالي على "أنها مجموعة المنافع التي تقدمها الجامعة والتي تؤدي إلى إشباع حاجات ورغبات المستفيد عند حصوله على الخدمة تتمثل في اكتساب المعرفة وإحداث تغيير فيها وبالتالي فإنها تساعد الجامعة على تحقيق أهدافها" (الحكيم، 2009).

كما عرفت بأنها "كافة الأنشطة التي تقدمها الجامعة لطرف ما مقابل ثمن معين وهذه الخدمات الجامعية غالباً ما تكون غير ملحوظة أو ملموسة ولا تنتج عنها أي صورة من صور الملكية لطريقة تقديم الخدمة" (نايل، 2015).

4-1- مفهوم جودة خدمات التعليم العالي:

الجودة في التعليم تعني "جملة الجهود المبذولة من قبل العاملين في مجال التعليم لرفع وتحسين وحدة المنتج التعليمي وبما يتناسب مع رغبات المستفيد ومع قدرات وسمات وخصائص وحدة المنتج التعليمي" (مجيد والزيادات، 2008).

وقد عرف Ciquimoto جودة الخدمة التعليمية من خلال تسليط الضوء على تلبية حاجات الزبائن بحيث يرى أن جوهر جودة الخدمة التعليمية هي تلبية حاجات الزبائن مع العلم أنه ليس من السهل في التعليم تحديد الزبائن، فهم يشملون الطلبة والمنظمات والمجتمع ككل، كما يتوافق التعريف السابق مع تعريف آخر لجودة الخدمة التعليمية بالجامعة وهو تلبية توقعات الطلبة أو تقديم ما يفوق و يتجاوز هذه التوقعات بمعنى توقع الحاجات المستقبلية للطلبة" (رزق الله، 2010).

ويعرف فارة (2006) جودة خدمة التعليم العالي على أنها : " مجموعة الخصائص والصفات الإجمالية التي ينبغي أن تتوفر في الخدمة التعليمية بحيث تكون هذه الخدمة قادرة على تأهيل الطالب وتزويده بالمعرفة والمهارات و الخبرات أثناء سنوات الدراسة العليا، وإعداده في صورة خريج جامعي متميز قادر على تحقيق أهدافه وأهداف المشتغلين وأهداف المجتمع التنموية".

وأشار الطائي وآخرون (2008) إلى أن جودة التعليم العالي " تعني مقدرة مجموع خصائص ومميزات المنتج التعليمي على تلبية متطلبات الطالب وسوق العمل والمجتمع وكافة الجهات الداخلية والخارجية المنتفعة".

من خلال التعاريف السابقة ترى الباحثة أن جودة الخدمة التعليمية تمثل معيار تطابق الأداء الفعلي للجامعة وتوقعات المستفيدين من الخدمة التعليمية بشكل مستمر مما يضمن رضاهم الدائم و هذا انطلاقاً من مجموعة من السمات والخصائص التي تميز هذه الخدمة.

5-1- أهمية الجودة في خدمات التعليم العالي:

تحتل الجودة أهمية استراتيجية سواء على مستوى المؤسسة التعليمية أو على مستوى المجتمع وتبرز هذه الأهمية في (العبادي، 2007):

- دراسة متطلبات المجتمع واحتياجات أفراده والوفاء بتلك الاحتياجات.
- أداء الاعمال بشكل صحيح، وفي وقت بأقل جهد وأقل تكلفة.
- إشباع حاجات المتعلمين وزيادة الإحساس بالرضا لدى جميع العاملين بالمنظمة التعليمية.
- تحسين سمعة المنظمة التعليمية في نظر المعلمين والطلبة وأفراد المجتمع المحلي وتنمية روح
- التنافس والمبادأة بين المنظمات التعليمية المختلفة.
- تحقيق جودة المتعلم سواء في الجوانب المعرفية أو المهارية أو الأخلاقية.

- تحقيق مكاسب مادية وخبرات نوعية للعاملين في المنظمة التعليمية والأفراد المجتمع المحلي والاستفادة من هذه المكاسب والخبرات وتوظيفها في الطريق الصحيح لتحقيق التنمية المجتمعية الشاملة.

6-1- أهداف جودة خدمات التعليم العالي:

جاء في عدد من الدراسات أن لجودة خدمات التعليم العالي أهداف عدة نذكر منها (رقاد، 2014):

- التأكيد على أن الجودة وإتقان العمل وحسن الأداء مطلب وظيفي عصري، وواجب وطني تتطلبه مقتضيات المرحلة الراهنة.

- تنمية روح العمل الجماعي والتعاوني للاستفادة من كافة العاملين في المؤسسة.

- ترسيخ مفهوم الجودة تحت شعارات لا بديل عن الصحيح والوقاية خير من العلاج والتعليم مدى الحياة.

- تحقيق نقلة نوعية في عملية التعليم تقوم على أساس التوثيق للبرامج والإجراءات وتفعيل الأنظمة واللوائح والتوجهات والارتقاء بمستوى الطلبة

- الاهتمام بمستوى أداء الإداريين والأساتذة في مؤسسات التعليم العالي من خلال المتابعة الفاعلة وتنفيذ

- برامج التدريب المستمرة مع التركيز على جودة جميع أنشطة مكونات النظام التعليمي.

- اتخاذ كافة الإجراءات والتدابير التي تعزز وترفع من مستوى الجودة وتقلل من وقوع الأخطاء في التدريس.

- الوقوف على المشكلات التعليمية في الواقع العلمي ودراستها وتحليلها بالأساليب والطرق العلمية واقتراح الحلول المناسبة ومتابعة تنفيذها.

- فتح قنوات الاتصال والتواصل ما بين مؤسسات التعليم العالي والجهات الرسمية والمجتمعية لزيادة الثقة بينهما والتعاون مع المنظمات التي تُعنى بالنظام التعليمي لتحديث برامجها وتطويرها.

- ضبط وتطوير النظام الإداري نتيجة لوضوح الأدوار وتحديد المسؤوليات بدقة.

7-1- أبعاد جودة خدمات التعليم العالي:

تباينت آراء الباحثين في عدد الأبعاد الأساسية للجودة، وفيما يلي حصر للأبعاد الأكثر تداولاً من قبل الباحثين والأكثر صلة بالعملية التعليمية وبحاجات الطالب (زيدان، 2010):

1. **الاعتمادية:** ينبغي أن تقدم مؤسسة التعليم العالي خدماتها التعليمية بصورة تعكس درجة عالية من

الاعتمادية على هذه الخدمات التي ينبغي أن تتوفر بصورة صحيحة بدرجة عالية من الثبات لأن تحقيق اعتمادية الخدمات التعليمية ينعكس على فاعليتها بصورة خاصة وعلى الأداء الجامعي بصورة عامة.

2. **الكفاية:** هذا البعد يشير إلى أن الطالب يتجه إلى المؤسسة التعليمية التي توفر له خدماتها بكفاية وجدارة،

والتي تتميز عن المؤسسات التعليمية الأخرى في طرح وتقديم خدماتها التعليمية، إن الجامعة كمؤسسة

تعليمية تستطيع أن تحقق هذا البعد وتعززه من خلال توفير المهارات والخبرات الأكاديمية والإدارية التي تجعل الجامعة قادرة على توفير وتقديم خدماتها التعليمية المختلفة بمستوى مرتفع من الجودة، حيث ينبغي التركيز على كفاية وجدارة الهيئة التدريسية بصورة أساسية إذ ينبغي أن تحرص الإدارة على توفير الكادر التدريسي الذي يمتلك تأهيلاً عالياً يتيح إعداد الكوادر البشرية إعداداً جيداً ويمتلك المعرفة الكافية التي تساعد الكادر التدريسي مهارات البحث العلمي بحيث يساهم في رفع وتطوير المعرفة النظرية والتطبيقية في مجال اختصاصه وأن يمتلك الكادر التدريسي القيم الأخلاقية التي تتلاءم وتتسجم مع أهداف المؤسسة التعليمية ورسالتها المجتمعية.

3. المجاملة: ينبغي أن يسود في المؤسسة التعليمية جو من الاحترام المتبادل والتعامل الحسن الذي يستند على الأسس الأخلاقية والتنظيمية والمهنية التي تحفظ للكادر التدريسي والإداري مكانته واحترامه وهيبته وتحفظ للطالب كرامته ودون أن يسيئ الطالب استغلال حالة المجاملة والتعامل الإنساني الراقي، إن تحقيق هذا البعد من أبعاد الجودة يتطلب توفير درجة عالية من الولاء يهذب ويصقل السلوكيات وبما ينعكس على سمعة الجامعة ومكانتها وميزتها التنافسية في سوق الخدمات التعليمية.

4. الاستجابة: إن هذا البعد يرتكز على تحقيق الاستجابة العالية والسريعة للتغيرات في بيئة المؤسسات التعليمية، وامتلاك المرونة الكافية للاستجابة لهذه التغيرات ومن أهم التغيرات التي تطرأ على البيئة في احتياجات سوق العمل والتغير في منظومة التطور الاقتصادي والاجتماعي على ألا تقتصر الاستجابة العالية والسريعة على عناصر البيئة الخارجية بل ينبغي التركيز على الاستجابة الداخلية، حيث ينبغي توفر الكادر الأكاديمي الإداري الكفؤ وتوفير المستلزمات والتسهيلات المالية والمادية التي تكفل استمرار العملية التعليمية دون توقف ووضع الخطط المتوازنة والرصينة التي تكفل للطالب استمراره بالعملية التعليمية طيلة سنوات دون نقص في عدد المقررات المطروحة ودون خلل في عملية إرشاد الطالب وتقديمه الدراسي في دراسة المقررات بصورة طبيعية، وهنا تقع مسؤولية مشتركة على المرشدين الأكاديميين وعلى الطلبة ودائرة القبول والتسجيل وإدارة الجامعة .

5. فهم الزبائن: لتحقيق هذا البعد ضمن أبعاد جودة التعليم الجامعي فإنه ينبغي التركيز على فهم الطالب الجامعي و إدراك حاجاته التعليمية وعدم النظر إلى هذه الحاجات ودراستها من منظور الطالب فحسب، بل من منظور حاجات سوق العمل أيضاً، وهنا يبرز دور الجامعة في التأثير في الطالب والمجتمع وإظهار إبراز الحاجات الحقيقية التي تخدم الطالب والمجتمع وتلبي الطموحات المستقبلية، ويمكن فهم هذه الحاجات من خلال دراسات دورية للطلبة وسوق العمل يجري فيها استخدام وسائل وأدوات البحث العلمي المناسبة مثل الاستبيان والمقابلات الشخصية وغيرها، ويندرج ضمن هذا البعد الاستماع إلى شكاوي الطلاب ومشاكلهم طيلة سنوات الدراسة والعمل على إيجاد الحلول الناجعة لها.

6. **الأمان** : يقصد بهذا البعد توفير الخدمة التعليمية في جو آمن يخلو من المخاطر قدر الإمكان إذ أن الطالب يميل قدر الإمكان إلى تفضيل المؤسسة التعليمية التي توفر له درجة أفضل من الأمان، وحتى تحقق المؤسسة التعليمية درجة أمان عالية فإنه ينبغي أن تخصص لهذه المهمة طاقماً متخصصاً لهذا الغرض ويجري في العادة تشكيل قوة أمن خاصة بالجامعة تشكلها إدارة الجامعة تتولى جوانب الأمان المختلفة .

7. **المصداقية**: إن مصداقية المؤسسة التعليمية (الجامعة) هو بعد مهم جداً في تحقيق جودة التعليم الجامعي، ويقصد بمصداقية المؤسسة التعليمية مدى قدرتها على الوفاء بالتزاماتها وتعهداتها للطلاب قبل وأثناء التحاقه بها، وتبرز أيضاً مصداقية الجامعة في مدى تلبية وتحقيق ما وعدت به في إعلاناتها وفي وعودها للطلبة أثناء زيارتهم لها والوعود المقطوعة في نشراتها.

8. **إمكانية وسهولة الحصول على الخدمة**: من خلال اختيار موقع مناسب للجامعة أو المؤسسة التعليمية بحيث يمكن وصول قطاع الطلبة المستهدف إليها بيسر وسهولة وتحاول أن تراعي مجموعة من العوامل في اختيار الموقع، وأن توفر خطوط الحافلات الى مناطق مختلفة وتوفير الإسكان الداخلي للطلبة، وتلجأ بعض الجامعات إلى عدم تركيز كل كلياتها في مكان واحد، وتعمل على توزيعها في عدة أماكن بهدف عدم الضغط على منطقة جغرافية واحدة.

9. **الاتصالات**: إن تحقيق الاتصال بين طرفي عملية التبادل (الطالب والجامعة) هو من الأبعاد التي تصب في تحقيق جودة التعليم الجامعي فالإتصال يتيح للأستاذ الجامعي مناقشة وتحليل وفهم وإدراك كل ما يتعلق بالطالب وحاجاته ومشكلاته ومقترحاته ويتيح للطلاب إيصال أفكاره وآرائه إلى الجامعة وتوفير التغذية العكسية التي تساهم في تحسين وتطوير العملية التعليمية والبرامج والمناهج، كما ينبغي أن يمتلك الطالب والأساتذة مهارات الاتصال الناجح ومهارات الإصغاء الفاعل.

10. **التجسيد المادي للخدمة**: إن خدمات التعليم الجامعي كغيرها من الخدمات تتسم بعدم الملموسية وحتى تحقق هذه الخدمات أهدافها فإنها تحتاج إلى مجموعة من المظاهر المادية التي تقسم إلى نوعين النوع الأول: هو المظاهر المادية التي تتعلق بخدمات التعليم الجامعي بصورة مباشرة مثل القاعات المدرجات والمختبرات العلمية ومختبرات الحاسوب والأدوات والوسائل المرئية والمسموعة والمكتبة وغيرها، والنوع الثاني: المظاهر المادية التي تتعلق بخدمات التعليم الجامعي بصورة غير مباشرة مثل المقاصف والاستراحات والنوادي الصحية والرياضية والحداثق ومواقف السيارات وغيرها.

وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة لقياس جودة التعليم على مقياس المعدل SERVQUAL، الذي يتكون من خمسة أبعاد يضم كل منها بدوره عدداً من العناصر أو المتغيرات، وفيما يلي بيان بالأبعاد الخمسة والمتغيرات التي يحتوي عليها كل بعد من هذه الأبعاد الخمسة للمقياس (Bigne et al, 2003):

1. **الجوانب الملموسة Tangibility:** وتمثل الجوانب الملموسة والمتعلقة بالخدمة مثل مباني الجامعة والتقنيات الحديثة المستخدمة فيها والتسهيلات الداخلية للأبنية والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة ومظهر المدرسين والموظفين .. الخ، وتتضمن أربعة متغيرات تقيس توافر حداثة الشكل في مرافق وتجهيزات المنظمة أو الجامعة، والرؤية الجذابة للتسهيلات المادية، والمظهر الأنيق للموظفين والمدرسين، وترابط هذه المتغيرات.
2. **الاعتمادية Reliability:** وتعتبر عن قدرة الجامعة من وجهة نظر الطلبة على تقديم الخدمة في الوقت الذي يطلبها الزبون وبدقة ترضي طموحه، كذلك تعبر عن مدى وفاء الجامعة بالتزاماتها تجاه العميل. ويحتوي هذا البعد على خمسة متغيرات تقيس وفاء الجامعة بالتزاماتها التي وعدت المستفيدين واهتماماتها بحل مشاكلهم وحرصها على تحري الصحة والدقة في أداء الخدمة، والتزامها بتقديم خدماتها في الوقت الذي وعدت بتقديم الخدمة فيه للمستفيدين، وأخيراً احتفاظها بسجلات دقيقة عن محتوياتها وخدماتها.
3. **الاستجابة Responsiveness:** وهي القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات العملاء والاستجابة لشكاويهم والعمل على حلها بسرعة وكفاءة بما يقنع العملاء بأنهم محل تقدير واحترام من قبل الجامعة التي يتعاملون معها، إضافةً لذلك فإن الاستجابة تعبر عن المبادرة في تقديم الخدمة من قبل الموظفين بصدور ربح. ويتضمن هذا البعد أربعة متغيرات تقيس اهتمام الجامعات بإعلام زائريها بوقت تأدية الخدمة وحرصها على ذلك، وحرص موظفيها على تقديم خدمات فورية للمستفيدين، والرغبة الدائمة لموظفيها في معاونة الزائرين، وعدم انشغال موظفيها عن الاستجابة الفورية لطلبات المستفيدين لموظفيها المتلقاة بمعاونتهم.
4. **الموثوقية Assurance:** وهي الاطمئنان من قبل الزبون بأن الخدمة المقدمة له تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك شاملاً الاطمئنان النفسي والمادي. ويحتوي هذا البعد على أربعة متغيرات أساسية تقيس حرص موظف الجامعة على غرس الثقة في نفوس مستخدميها وشعور زائريها بالأمان في تعاملهم مع موظفيها، وتعاملهم باستمرار بلباقة مع المستفيدين، وإمامهم بالمعرفة، وحصولهم على التدريب اللازم ليتمكنوا من أداء أعمالهم والإجابة على أسئلة المستفيدين.
5. **التعاطف Empathy:** وهو إبداء روح الصداقة والحرص على العميل وإشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجاته. ويتضمن هذا البعد خمسة متغيرات تتعلق باهتمام موظفي الجامعة بالمستفيدين اهتماماً شخصياً، وتفهمهم لحاجات المستفيدين بالتحديد، وملاءمة ساعات العمل هذه لتناسب كل الزائرين، وتوافر أماكن (مواقف) ملائمة للسيارات، وأخيراً وجود برامج تعليمية ممتازة (محاضرات، ندوات، .. الخ) بهذه الجامعات.

المبحث الثاني

رضا العميل (الطالب)

لقد أصبح موضوع رضا العميل (الطالب) يشكل اليوم تحدياً كبيراً لدى المؤسسات بشكل عام والمؤسسات التعليمية بشكل خاص، لأن الرضا يعبر عن جودة الخدمة المقدمة للعميل من طرف هذه المؤسسة، وبالتالي فهي تسعى دوماً لزيادة درجة الرضا لدى عملائها.

من خلال هذا المبحث سنتطرق الباحثة إلى مختلف المفاهيم المتعلقة بالرضا وأهميته، والخصائص التي يتميز بها، ومراحلها، بالإضافة إلى أهم محدداته، وأساليب قياس رضا العملاء ورضا الطلبة بجودة الخدمات.

2-1- مفهوم الرضا:

لقد تعددت التعاريف التي تم تقديمها عن الرضا من طرف العديد من الباحثين الذين اهتموا بهذا المجال، نذكر منها ما يلي:

يُعرف الرضا بأنه: "عبارة عن خبرة ما قبل الاستهلاك والتي يقارن فيها الزبون بين المنتج كما كان يتصوره مع الجودة المتوقعة" (الضمور، 2008).

ويمكن التعبير عن الرضا بأنه: "مستوى من إحساس الفرد الناتج عن المقارنة بين أداء المنتج كما يدركه الزبون و بين توقعات هذا الزبون" (جودة، 2004).

ويُعرف kotler الرضا بأنه: "إحساس إيجابي أو سلبي يشعر به الزبون اتجاه تجربة شراء أو استهلاك مواد معينة، ناتجة عن مقارنة بين توقعاته و أداء المنتج" (زقاي ووزاني، 2017).

كما يرى Ladwin (2003) أن الرضا هو "الحالة النفسية الناتجة عن عمليات تقييم مختلفة".

ويقول الصحن (2002) أن الرضا هو "دالة الفرق بين الأداء والتوقعات".

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الرضا هو رد فعل الزبون والتقييم الذي يتبع عملية شراء المنتج، وبالتالي هناك ثلاث مستويات يمكن أن تتحقق وهي:

- الأداء أصغر من التوقعات: الزبون غير راضي.

- الأداء مساوي للتوقعات: الزبون راضي.

- الأداء أكبر من التوقعات: الزبون راضي وسعيد للغاية.

2-2- أهمية رضا العميل:

تكمن أهمية رضا الزبون بالنسبة للمؤسسة في (الضمور، 2008):

- يعد الرضا رابطاً قوياً بين الزبون والمنتج، فالزبون الراضي يكون مصدراً في جلب زبائن جدد لاستهلاك المنتج.

- الزبون الراضي يصبح بمرور الوقت وسيلة ترويجية للمنتج، حيث يتحدث هؤلاء الزبائن بالكلمة الطيبة لزبائن آخرين ومرتبين ويساهم في تكوين قناعة ورضا لديهم.

- إكساب المؤسسة المزيد من الزبائن الجدد للمنتج فيعزز الانطباع والصورة الجيدة لدى الآخرين.
- الزبون الراضي سوف يتغاضى عن الأخطاء البسيطة، بل إنه يساعد المؤسسة في حل المشكلات والأخطاء، ويقوم بإعلامها عن أي مشكلة أو خطأ محتمل الوقوع.

3-2- خصائص رضا العميل:

للرضا ثلاث خصائص أساسية تتمثل في (الباهي، 2016):

1-3-2 الرضا ذاتي

يتعلق هنا رضا الزبون بطبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للزبون من جهة إدراكه الذاتي للخدمة المقدمة له فعلياً من جهة أخرى، وإن نظرة الزبون هي الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الاعتبار عند الحديث عن تقييم الرضا، وعلى المؤسسة أن تقدم خدمات وفق ما يتوقعه ويحتاجه الزبون، ولا تلتزم فقط بالموصفات والمعايير المحددة، ومن هنا على المؤسسة أن تتبنى وجهة النظر الخارجية التي تعتمد على (الجودة، الرضا)، ولا تتبنى وجهة النظر الداخلية التي تركز على (الجودة، المطابقة).

2-3-2 الرضا نسبي

وهنا لا يتعلق الرضا بحالة مطلقة وإنما بتقدير نسبي، حيث يقوم كل زبون بالمقارنة من خلال نظرته لمعايير السوق، وفي هذه الخاصية يتغير الرضا حسب مستويات التوقع، والتي بدورها تتفاوت من زبون لآخر. ومن هنا يمكننا تفهم الدور المهم لتقسيم أو تجزئة السوق وتحديد التوقعات المتجانسة للزبائن من أجل تقديم خدمات أكثر توافقاً مع هذه التوقعات.

3-3-2 الرضا تطوري

وهنا يتغير رضا الزبون من خلال تطور مستوى التوقع من جهة، ومستوى الأداء المدرك من جهة أخرى، فتوقعات الزبائن تتطور نتيجة المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة وظهور خدمات جديدة فضلاً عن زيادة المنافسة، وبالتالي فإن قياس رضا الزبون أصبح يتبع نظام يتوافق مع هذه التطورات والتغيرات الحاصلة.

4-2 مراحل رضا العميل:

إن رضا العميل يمكن أن يتحقق من خلال مجموعة من المراحل متضمنة عدداً من العمليات وهي:

1-4-2 فهم حاجات العميل:

يعد فهم حاجات العميل الخطوة الأولية والأساسية في صياغة نظام لقياس رضا العميل، والذي يتطلب من المسوقين مراقبة السمات التي يهتم بها العميل والبقاء دائماً في حالة اليقظة نحو العناصر التي يمكن أن تؤثر في رضاه.

2-4-2 التغذية العكسية للعميل:

وتعد الخطوة الثانية لقياس رضا العميل والمتمثلة بوسائل المسوقين لمتابعة آراء الزبون في الأداء الحالي للمنظمة، ومعرفة مدى تلبيتها لتوقعات عميلها والتي تُجمع بطريقتي "الاستجابة والمسبقة"، الطريقة الأولى هي الأكثر شيوعاً واستخداماً في أغلب المنظمات وتضم الأدوات التالية (شيت، 2014):

- نظام الشكاوي و المقترحات.
- مسوحات رضا العميل.
- التسويق الخفي.
- تحليل خسارة العميل.

وهناك من يستخدم الطريقة الثانية "المسبقة" وهي طريقة لتقويم رضا العميل من خلال زيارة أو اتصال أو إرسال استبيانات لهم، وليس المهم إجراء المقابلات فقط بل متابعة فقدان العملاء لأن تزايد ذلك المعدل يشير إلى فشل المنظمة بأداء عملائها.

5-2- محددات الرضا:

هناك عدة محددات تتحكم في رضا العميل سنحاول فيما يلي التطرق إليها (شعبان، 2016):

2-5-1- التوقعات:

وهي تطلعات أو أفكار العميل بشأن احتمالية ارتباط أداء المنتج بخصائص ومزايا معينة متوقع الحصول عليها منه، حيث يُكون العميل عند شرائه للمنتج توقعاً عن كيفية أدائه قبل أن يشتريه فإذا كان الأداء الناتج أقل من توقعاته كانت النتائج غير مرضية، و إذا كان الأداء كما توقعه كانت استجابته حيادية أما إذا فاق الأداء توقعاته فإننا نرى عندئذ مستويات واضحة من الرضا.

2-5-2- الأداء المدرك:

يُعبّر الأداء المدرك عن مستوى الأداء الذي يحصل عليه عبر العميل فعلاً نتيجة استعماله واستهلاكه للمنتج، ويرى Permant و Churchill أن الأهمية الأساسية للأداء المدرك تكمن في كونه يعتبر مرجعياً لتحديد مدى تحقق التوقعات التي كونها العميل بخصوص المنتج الذي كان محل اختيار من بين مجموع البدائل ويعتبر الإدراك من بين المعايير المعتمدة في نظرية مقاييس المقارنة لقياس الرضا.

2-5-3- التحقق وعم التحقق:

يحدث التحقق عندما يتساوى الأداء الفعلي مع المتوقع أما عدم التحقق فيمكن تعريفه على أنه انحراف أداء المنتج عن المتوقع، ودرجة الانحراف إما موجبة فيسمى عدم تحقق إيجابي وينتج عنه حدوث الرضا، أو أن تكون سالبة فيسمى عدم تحقق سلبي وينتج عنه حدوث عدم الرضا.

2-6-6- أساليب قياس رضا العملاء ورضا الطلبة بجودة الخدمات:

من أجل قياس رضا العملاء تستعمل المؤسسة عدة أدوات منها (الطائي وقداة، 2009):

2-6-6-1 نظام الشكاوى والمقترحات:

وهو النظام الذي تلجأ إليه أغلب المؤسسات وذلك من أجل تسهيل تقديم الشكاوى والاقتراحات، وقد يكون ذلك طريق وضع استمارات في جهة الاستقبال في المنظمة أو عن طريق تخصيص خط هاتفي أو بريد أو موقع الكتروني وكل ذلك من أجل تلقي كل ما يتقدم به العملاء من الشكاوى والاقتراحات التي تمس وتكشف عن نقاط الضعف في خدمات أو أنشطة المنظمة.

2-6-6-2 المسح الميداني لرضا العميل:

وتكون دورية وميدانية حيث تقوم المنظمة باستقصاء الزبائن عن طريق الاستبيان لقياس مستوى الرضا لديهم، وتستخدم فيه مجموعة من العبارات وباعتماد مقاييس محددة.

2-6-6-3 التسويق الوهمي:

حيث تستخدم المنظمة أشخاص ليتقمصوا دور عملاء من أجل الوصول لمنتجات المنافسين ومعرفة نقاط قواهم وضعفهم، وقد يقوم المدراء ورجال التسويق بهذا الدور بأنفسهم أو من خلال الاتصال بالمنافسين عن طريق الهاتف أو البريد الالكتروني وزيادة مواقع البيع.

2-6-6-4 تحليل العملاء المتوقعين عن التعامل مع المنظمة:

ويتم من خلاله الاتصال بالزبائن الذين تحولوا للتعامل مع المنافسين لاكتشاف السبب في ذلك من جهة ومراقبة معدل العملاء الذين تفقدتهم من جهة أخرى.

2-6-6-5 المقابلات الشخصية والاتصال بالعملاء الحاليين:

ويقوم بذلك المدراء أو موظفين في المنظمة مكلفين بهذه المهمة وذلك بقصد معرفة واستطلاع التغيرات في رغبات وتطلعات عملائها ومعرفة وقياس مستوى رضاهم.

أما بالنسبة لرضا الطلبة ففي ظل التغيرات الحديثة أصبح من الضروري على المؤسسات التعليمية ألا تكتفي بتحقيق رضا الطلبة فقط، بل عليها أن تقيسه بشكل مستمر، حيث عرف (شفيق، 2006) رضا الطلبة بأنه تقدير الطلبة لمدى تلبية الجامعة لحاجاتهم الأكاديمية من خلال:

- تحديد متطلبات وتوقعات الطلاب والعمل على تلبيتها.
- ترجمة احتياجات الطلاب إلى معايير جودة المخرجات.
- استخدام مجموعة متنوعة من استراتيجيات الاستماع والتعلم للتعرف على احتياجات الطلاب.
- تقديم مستوى معين من البيانات المتعلقة برضا الطالب.
- تفهم العوامل التي تحرك المؤسسة التعليمية تجاه المنافسين والاستناد إلى المعلومات في تحسين الأداء التنافسي.
- الاعتماد على التغذية الراجعة لحل المشكلات من أجل استعادة ثقة الطالب.

المبحث الثالث

التوجه بالزبون (الطالب)

نعيش الآن في ظل سوق تنافسية مفتوحة يُعد فيها الزبون سيد السوق بلا منازع، وبذلك يتوجب على المنظمات أن تتحرك باتجاه الزبون بدلاً من تركيزها على تصنيع المنتجات أو الخدمات، فالمنظمة التي لا تفكر بالزبون لن يفكر بها الزبون. وإذا لم تخدم الزبائن بشكل مباشر فسوف يفضلون منظمة أخرى تقوم بخدمتهم، وإذا لم تعتنِ بالزبائن فإنه هناك الكثير من المنظمات التي سوف تعتني بهم.

ستتطرق الباحثة في هذا المبحث إلى دراسة التوجه بالزبون حيث ستبحث في مفهومه، وأهميته وفوائده، وأهم خصائصه، ومتطلباته، ثم ستبحث بشكل خاص في التوجه بالطلبة في مؤسسات التعليم العالي.

3-1- مفهوم التوجه بالزبون:

تعددت التعريفات التي وضعها الباحثون لمفهوم التوجه بالزبون، فقد عرفها جودة (2009) بأنها "عملية استراتيجية مخططة للاهتمام بالزبون وحاجاته ورغباته وتوقعاته"، ويرى مطر وآخرون (2011) بأنها "عملية السعي نحو الزبون لدرجة تدخل الزبون في تحديد أهداف المنظمة، وعلى أفراد المنظمة العمل الدؤوب ضمن سلسلة متكاملة للحصول على رضاه وتلبية حاجاته"، فيما يبين (2007) Jung & Hong مفهوم التوجه بالزبون من وجهة نظر سلسلة التوريد بأنه "الدرجة التي تركز فيها سلسلة التوريد على الزبون ومعرفة حاجاته ورغباته وتضعه في الأولوية الأولى لمواجهة احتياجاتهم مع الخدمات أو السلع عالية الجودة وذلك من خلال تعاون مفردات سلسلة التوريد لتحقيق ذلك. كما يرى الربيعي (2011) بأنه يعني " قدرة المنظمة على تفهم ومعرفة حاجات الزبائن المستهدفين ورغباتهم، وكذلك خصائصهم والعوامل التي تؤثر في قراراتهم وسلوكياتهم الشرائية والخدمية".

تستنتج الباحثة من التعريفات السابقة بأن المنظمة المتوجهة بالزبون تبدأ بمرحلة فهم من هم زبائن المنظمة الذي تتعامل معه وكيف يفكرون، ثم العمل على معرفة حاجاتهم ورغباتهم وذلك بالتعاون مع مختلف الأطراف التي تشارك في تقديم الخدمة أو المنتج، وأن تستخدم هذه المعلومات لوضع خططها الاستراتيجية وأن يكون محورها الزبون.

3-2- أهمية وفوائد التوجه بالزبون:

تأتي أهمية التوجه بالزبون من خلال إعطاء المنظمة ميزة تنافسية تجعلها قادرة على البقاء في السوق وذلك من خلال مدها بالمعلومات اللازمة لوضع الاستراتيجيات المناسبة لتلبية احتياجات ذلك الزبون.

كما تتجلى أهمية التوجه بالزبون من خلال تواجدها في قلب البرامج التسويقية والإنتاجية التي تبين ما يطلبه الزبون، وبالتالي تساعد في تحسين، وتطوير منتجاتها، وخدماتها مما يؤدي إلى إدراك الزبائن لهذا التحسين، وبالتالي الحصول على زبائن جدد، وزيادة ولاء الزبائن الحاليين (Hellebrand et al, 2011).

3-3- خصائص التوجه بالزبون:

حدد Cross et al (2007) سبعة خصائص للتوجه بالزبون هي:

- مساعدة الزبائن على اتخاذ قرارات شراء مرضية لهم.
- مساعدة الزبائن على تقييم احتياجاتهم.
- تقديم منتجات وخدمات من شأنها تلبية تلك الاحتياجات.
- وصف المنتج والخدمة بدقة.
- تكييف عروض التسويق لتناسب مع مصالح الزبائن.
- تجنب التكتيكات الخادعة والتلاعب بالزبون.
- تجنب استخدام الضغط العالي على الزبون.

3-4- متطلبات التوجه بالزبون:

يعد الزبون المحور الأساسي للنشاط التسويقي، ونجاح القرارات التسويقية يتوقف على مدى فهم ومعرفة حاجات ورغبات الزبائن المستهدفين وكذا خصائصهم والعوامل المؤثرة في قراراتهم الشرائية، ويتطلب المعرفة الجيدة لحركية الطلب الحالي والمستقبلي كون احتياجات الزبون تتغير بسرعة، وحتى تحقق المنظمة النجاح لمنتجاتها أو خدماتها يجب أن تعتمد على النوعية والجاذبية واضعة الزبون في المقام الأول، وهذا ما يتطلب ما يلي (Vinka, 2000):

- تحديد حاجات ورغبات الزبون من منظور منظوره وليس من منظور المنظمة، كونها تدل على حاجات ورغبات معبر عنها، أما تحديدها بناءً على تصورات المنظمة كثيراً ما كان سبب في فشل المنتجات الجديدة، كما حدث لشركة (كوكا كولا) عندما طرحت منتجها الجديد (نيوكوك)، الذي لم يكن نتيجة لدراسة احتياجات الزبون وإنما نتيجة لاعتقاد المسؤولين في الشركة أن المنتج سيحقق النجاح.

- القيام بالبحوث التسويقية ودراسة سلوك الزبون بصفة مستمرة، وتحديد حاجاته بدقة.
- خدمة الزبون ليس مهمة قسم التسويق أو المكتب الأمامي، بل يتطلب التعاون والتنسيق بين جميع وظائف وأقسام المنظمة.

أما كوتلر (2011) فقد لخص دراسة الزبون في مجموعة من الأسئلة تعرف بالإطار السباعي والذي يبدأ كل منها بالحرف اللاتيني "O" تتمثل بما يلي:

- ✓ من هم العملاء؟ occupants
- ✓ ماذا يريدون؟ objects
- ✓ ما هي الأهداف التي يريدون تحقيقها؟ objectives
- ✓ من يشارك في القرار الشرائي؟ organization
- ✓ كيف يتخذ المشتركون القرار الشرائي؟ operation
- ✓ متى يكونون مستعدين للشراء؟ occasion
- ✓ أين يفضلون الشراء؟ outlets

وتعتمد المنظمة على باحثيها ورجال البيع لديها لتزويدها بإجابات عن هذه الأسئلة، هذه الإجابات تمكنها من فهم سلوك الزبون والدوافع الكامنة وراء هذا السلوك لتكون أرضية لبناء استراتيجية يقودها هذا الزبون.

و يمكن تلخيص هذه الاستراتيجية بالخطوات التالية (كوتلر، 2011):

1. فهم الزبون: يعد أول خطوة لخلق منتج ناجح يمنح القيمة للزبون، فالبدائية تكون اكتشاف حاجات الزبون وخبراته السابقة، اكتشاف المعاملات التي قام بها، اكتشاف المؤثرين في قراره الشرائي، لهذا الأمر نجد مديرو متاجر(وال مارت) يقومون بزيارات إلى المحلات مرتين في الأسبوع ويحتكون بالعملاء، كذلك الأمر لشركة (بروكتل & جامل)، حيث يكلف أعوان بزيارات إلى المنازل لمعرفة رأي النساء في منتجاتهم والحصول على اقتراحات للمواصفات التي يريدونها.
2. تصميم استراتيجية يقودها الزبون: بعد أن تفهم الإدارة التسويقية العميل والسوق تتجه إلى تصميم استراتيجية ملائمة حسب معطيات العملاء، ولتصميم استراتيجية ملائمة فإنه يتوجب على المدير الإجابة على السؤالين التاليين:

- من هم الزبائن الذين سنخدمهم؟، وهذا يتطلب:
 - تجزئة السوق إلى شرائح.
 - اختيار الشريحة الملائمة.

- خلق القيمة لتحقيق التوقع الجيد في ذهن الزبون، فشركة (Tide) تقدم في كل مرة منتجات تنظيف ذات فعالية قوية، وهذا ما ولد لدى الزبون اعتقاد أن المنتج منظف قوي.

• كيف سنخدمهم؟

- للإجابة على هذا السؤال تقوم المنظمة بالاعتماد على المزج التسويقي المناسب.

3. تطبيق برنامج التسويق بقيادة الزبون: وقد لخصه كوتلر في خمسة مفاهيم:

• مفهوم الإنتاج: الزبون يفضل المنتج المتاح الذي لا يكلفه كثيراً ويسهل الوصول إليه.

• مفهوم المنتج: الزبون يفضل المنتج الذي له أكثر سمات الجودة.

• مفهوم البيع: الزبون يفضل المنتج الذي يبذل عليه جهود ترويجية.

• مفهوم التسويق: الزبون يفضل المنتج الذي يمنح قيمة للزبون.

• مفهوم التسويق الاجتماعي: العميل يفضل المنتج الذي يضمن سلامته وسلامة مجتمعه.

4. بناء العلاقة مع العميل: والغرض منها هو الحفاظ على العميل لأطول فترة ممكنة، ويتحقق هذا

بحصول العميل على قيمة عالية وهذا بزيادة المنافع أو تخفيض التكاليف أو كلاهما معاً.

5. استخلاص القيمة من العميل: المراحل الأربعة الأولى كان الغرض منها خلق قيمة عالية للعميل أما

المرحلة الأخيرة فهي استخلاص قيمة للمنظمة، ويكون هذا في صورة مبيعات حالية، مبيعات

مستقبلية، توسيع الحصة السوقية أو الأرباح.

3-5- التوجه بالطلبة في مؤسسات التعليم:

تسعى الجامعات في جميع أنحاء العالم تحت وطأة الضغوط المتزايدة للاستجابة لمتغيرات بيئة السوق سريعة التغير، كمعدلات النمو غير المسبوقة والقدرة التنافسية للاقتصاد العالمي، بالإضافة للتغيرات الناجمة عن ذلك على الصعيدين الاجتماعي والسياسي مما يخلق ضغوطاً على مؤسسات التعليم العالي لتبني المبادرات الموجهة نحو السوق ومنها التوجه بالطلبة (Mitra, 2009).

وقد عرف (Bristow & Schneider 2002) التوجه بالطلبة بأن تتخذ الجامعة القرارات والإجراءات على أساس احتياجات الطلبة وكذلك غايات وأهداف المؤسسة التعليمية.

ويؤكد (Ewers & Austen 2008) أن توجه المؤسسة التعليمية بالطلبة ومنها الجامعات يعد مسألة محورية في تحقيق الأهداف على المدى البعيد، وأن هناك أسباباً رئيسة وراء ذلك منها:

- رضا الطلبة.

- التغييرات البيئية المستمرة.

- التغير في توجهات الطلبة واحتياجاتهم.

وقد بحثت الدراسات في مفهوم أو تعبير الطالب كزبون في الجامعة، حيث يشير (2007) Lomas إلى أن الطلبة يعتبرون الأساس في بقاء المؤسسات التعليمية، كما أنهم الزبائن الأساسيون ومركز الثقل فيها.

وتشير معايير (2005) Baldrige للتميز في الأداء التعليمي إلى أن الطلبة هم الزبائن الرئيسيون للتعليم العالي، كما يمكن اعتبار أولياء أمور الطلبة زبائن أو أصحاب المصلحة في الجامعات، وأنه تبعاً لذلك ينبغي أن تدل السلوكيات والإجراءات على وجود مستوى أعلى من التوجه السوقي نحو هؤلاء الزبائن لتحسين أداء الجامعات.

أما النعساني (2003) فيرى أن "زبون التعليم العالي هو الطالب كملقٍ للمعرفة والخدمة، والمجتمع ككل كمستفيد من العمليات التربوية التي تقدمها المؤسسة التعليمية".

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل الإطار النظري للبحث حيث قمنا بعرض ثلاث مباحث منها المبحث الخاص بجودة الخدمات حيث تعرفنا على مفهومي الخدمة والجودة بشكل عام ثم بحثنا في مفهوم جودة الخدمة التعليمية وأهميتها وأهدافها وأبعادها، أما في المبحث الثاني فقد تناولنا الرضا حيث استعرضنا مختلف المفاهيم المتعلقة بالرضا وأهميته، والخصائص التي يتميز بها، ومراحله، بالإضافة إلى أهم محدداته، وأساليب قياس رضا العملاء ورضا الطلبة بجودة الخدمات، وأخيراً تم في المبحث الثالثم دراسة التوجه بالزبون حيث تم البحث في مفهومه، وأهميته وفوائده، وأهم خصائصه، ومتطلباته، ثم البحث بشكل خاص في التوجه بالطلبة في مؤسسات التعليم العالي.

الفصل الثالث

الدراسة الميدانية

الفصل الثالث

الدراسة الميدانية

- مجتمع البحث وعينته
- أداة البحث
- الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات
- النتائج
- التوصيات

تمهيد

إن كل بحث علمي لا يقتصر فقط على الجانب النظري من بيانات ومعلومات، بل يجب أن يتم إثبات صحة تساؤلاته من خلال دراسة شاملة وواقعية، حيث تطرقت الباحثة في هذا الفصل إلى الإجراءات المنهجية للدراسة، والذي يعتبر الجزء المتمم للجانب النظري، فالدراسة العلمية بصفة عامة تعتمد على جانبين: الجانب الأول نظري والثاني ميداني (عملي)، ويتمكن الباحث من خلال الجانب الثاني من تأكيد أو نفي ما وصفه من فروض والإجابة على إشكالية بحثه.

3-1- مجتمع البحث وعينته:

يتكون مجتمع البحث من جميع طلاب الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية، وتم اختيار عينة ميسرة من 100 مفردة من هؤلاء المستهلكين، وقد قامت الباحثة بتوزيع الاستبانة المعدة عليهم وتم استرداد (90) استبيان صالحة للتحليل بنسبة (90%) من مجموع الاستبانات الموزعة وهي نسبة جيدة لتحليل البيانات واختبار الفرضيات.

3-2- أداة البحث:

بناء على طبيعة البيانات المراد جمعها، وعلى المنهج المتبع في الدراسة، وجد الباحث أن الأداة الأكثر ملاءمة لتحقيق أهداف البحث هي الاستبانة، حيث تم تصميم الاستبانة المناسبة لقياس المتغيرات المدروسة وذلك بالرجوع إلى الأدب النظري والدراسات السابقة مع إدخال بعض التعديلات عليها وفق توجيهات الدكتورة المشرفة وبما يتناسب مع الحالة العملية المدروسة، ليتم إخراج الاستبانة بصيغتها النهائية وبحيث تحتوي على 4 أقسام:

القسم الأول-المتغيرات الديمغرافية: العبارات من 1-2.

القسم الثاني- المتغير المستقل (التوجه بالطلبة): العبارات من 3-6.

القسم الثالث- المتغير الوسيط (جودة الخدمة بأبعاده الخمسة): العبارات من 7-26.

القسم الرابع- المتغير التابع (رضا الطلاب): العبارات من 25-28.

وقد صُممت الاستبانة باستخدام مقياس لا يكرت الخماسي.

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
5 درجات	4 درجات	3 درجات	2 درجة	1 درجة

3-3- الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

للإجابة على تساؤلات البحث واختبار صحة الفرضيات، تم الاعتماد على برنامج Spss₂₆ (Statistical Package For Social Science) الإحصائي الإصدار 26.0 للقيام بعملية التحليل واختبار الفرضيات وتحقيق الأهداف الموضوعية في إطار هذا البحث، كما تم استخدام مستوى الدلالة (5%)، والذي يعد مستوى مقبول في العلوم الاجتماعية بصفة عامة، ويقابله مستوى ثقة يساوي (95%) لتفسير نتائج الدراسة، من خلال الاعتماد على المقاييس التالية:

- **معامل الارتباط:** لتأكيد الصدق البنوي وصدق الاتساق الداخلي.
- **معامل الثبات:** ألفا كرونباخ لقياس ثبات الدراسة.
- **مقاييس الإحصاء الوصفي:** وذلك لوصف مجتمع البحث وإظهار خصائصه بالاعتماد على:
 - ✓ **التكرارات:** لمعرفة تكرار اختيار كل بديل من بدائل أسئلة الاستبيان.
 - ✓ **النسب المئوية:** لمعرفة نسبة اختيار كل بديل من بدائل أسئلة الاستبيان.
 - ✓ **المتوسط الحسابي:** للحصول على متوسط لإجابات أفراد عينة الدراسة على أسئلة الاستبيان أي احتساب القيمة التي يعطيها أفراد مجتمع الدراسة لكل عبارة أو مجموعة من العبارات.
 - ✓ **الانحراف المعياري:** الذي يمكن من معرفة مدى التشتت المطلق بين متوسطاتها الحسابية.
- **اختبار t للعينة الواحدة:** لمعرفة مدى موافقة أفراد عينة الدراسة على متغيرات البحث ومستوى تطبيق كل منها.
- **تحليل الانحدار الخطي البسيط:** لاختبار الفرضيات 1-2-3.
- **تحليل الانحدار الخطي المتعدد المتدرج Stepwise:** لاختبار الفرضية 4.

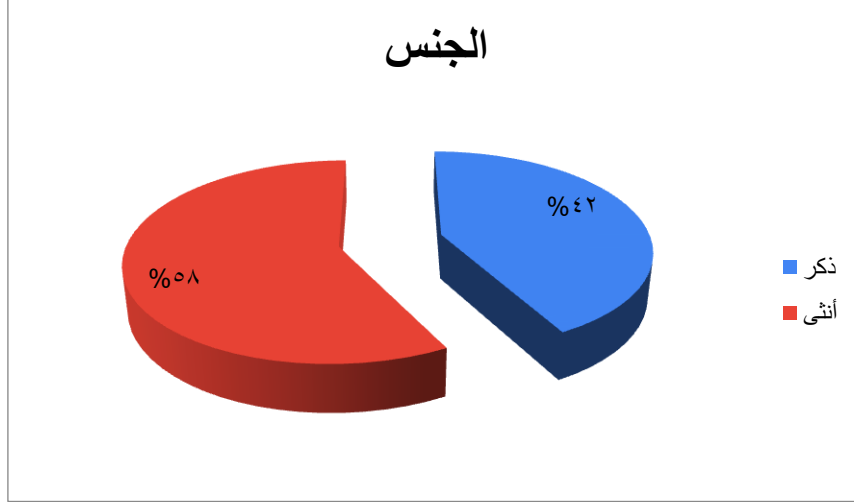
3-3-1- مواصفات العينة:

تكونت عينة البحث من 90 مفردة من طلاب الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية، ونبين فيما يلي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب خصائصهم الديموغرافية والمتمثلة في الجنس، اسم الجامعة:

• الجنس:

يبين الشكل التالي توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

الشكل (2) – توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس



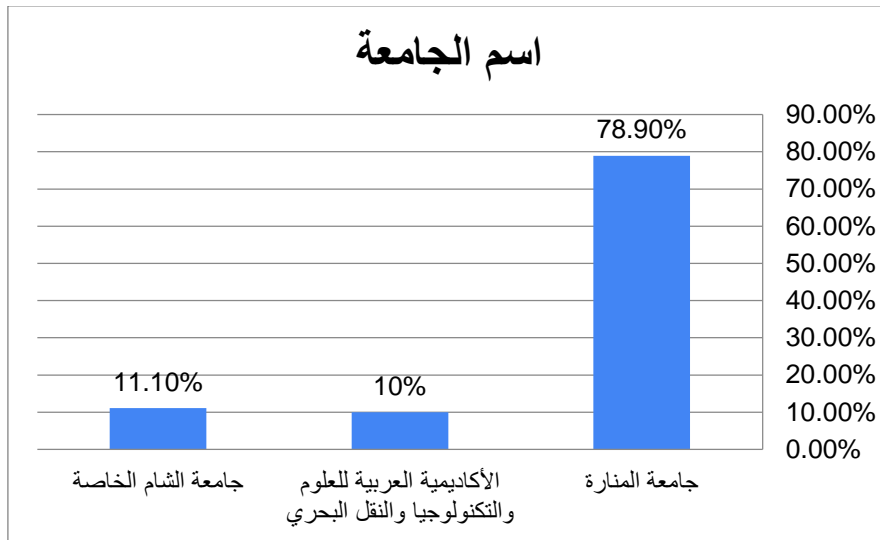
المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الشكل السابق أن عدد الإناث في العينة يبلغ 52 طالبة بنسبة 58% من مجموع المبحوثين، فيما يبلغ عدد الطلاب الذكور 38 طالب بنسبة 42%.

• الجامعة:

يبين الشكل التالي توزيع أفراد العينة حسب متغير الجامعة:

الشكل (3) – توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجامعة



المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الشكل السابق أن أغلب الطلاب الذين أجابوا على أسئلة الاستبانة هم من جامعة المنارة الخاصة حيث يبلغ عددهم 71 طالب بنسبة 78.9%، يليهم طلاب جامعة الشام الخاصة حيث أجاب على أسئلة الاستبانة 10 طلاب بنسبة 11.1% من مجموع المبحوثين، واخيراً طلاب الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري وعددهم 9 طلاب بنسبة 10%.

3-3-2- اختبار الصدق:

• صدق المحتوى (الصدق ظاهري):

تم عرض الاستبيان على عدد من المحكمين ذوي الاختصاص والخبرة في مجال الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة المنارة، وبعد إجراء التعديلات التي أوصى بها المحكمون تم تعديل وصياغة بعض العبارات.

• صدق التوافق:

قامت الباحثة بحساب معاملات ارتباط بيرسون بين كل عبارة والدرجة الكلية لعبارات المحور التابعة له كما توضح الجداول الآتية:

الجدول رقم (3) - معاملات الارتباط بين عبارات التوجه بالطلبة والدرجة الكلية للمحور

العبارة	معامل الارتباط	احتمال الدلالة
تولي الجامعة اهتمامها ورعايتها للطلاب	0.804**	0.000
يتم أخذ احتياجات الطالب بعين الاعتبار	0.745**	0.000
يتم إعطاء الطالب قيمة جيدة مقابل ما يدفعه	0.713**	0.000
يتم إعطاء الطالب أهمية كأهمية أعضاء هيئة التدريس و العاملين	0.785**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق أن جميع العبارات ترتبط مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (5%) مما يدل على أن جميع عبارات قياس الاستجابة تعبر عن هذا المتغير بصدق ولا داعي لحذف أي عبارة.

الجدول رقم (4)- معاملات الارتباط بين عبارات الملموسية والدرجة الكلية للمحور

احتمال الدلالة	معامل الارتباط	العبارة
0.000	0.654**	يتمتع كافة الموظفين في الجامعة من البيئة التعليمية والاداريين والعاملين بمظهر أنيق
0.000	0.743**	توفر الجامعة قاعات دراسية ذات تصميم مناسب للمحاضرات
0.000	0.557**	تتمتع مرافق الجامعة بالنظافة و الجاذبية
0.000	0.614**	توفر الجامعة مواقف مناسبة للسيارات

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق أن جميع العبارات ترتبط مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (5%) مما يدل على أن جميع عبارات قياس الاستجابة تعبر عن هذا المتغير بصدق ولا داعي لحذف أي عبارة.

الجدول رقم (5)- معاملات الارتباط بين عبارات الاعتمادية والدرجة الكلية للمحور

احتمال الدلالة	معامل الارتباط	العبارة
0.000	0.656**	يتميز الأساتذة بالكفاءة و الفاعلية
0.000	0.762**	يبتكر الأساتذة الأساليب الحديثة في التدريس
0.000	0.733**	تتوافق الجامعة مع متطلبات المجتمع
0.000	0.700**	يوجد معرفة لدى موظفي الجامعة بالقواعد والاجراءات

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق أن جميع العبارات ترتبط مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (5%) مما يدل على أن جميع عبارات قياس الاستجابة تعبر عن هذا المتغير بصدق ولا داعي لحذف أي عبارة.

الجدول رقم (6) - معاملات الارتباط بين عبارات الأمان والدرجة الكلية للمحور

العبارة	معامل الارتباط	احتمال الدلالة
توفر الجامعة امكانيات تسجيل خالية من الأخطاء	0.710**	0.000
تحتفظ الجامعة بسجلاتها بطريقة مرتبة و دقيقة	0.782**	0.000
يتميز اساتذة الجامعة بالموثوقية من حيث الحضور في وقت المحاضرة و عدم الغاء محاضراتهم	0.478**	0.000
يتميز الموظفون بصدق تعاملهم واهتمامهم بمصلحة الطلبة وحل مشاكلهم	0.621**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق أن جميع العبارات ترتبط مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (5%) مما يدل على أن جميع عبارات قياس الاستجابة تعبر عن هذا المتغير بصدق ولا داعي لحذف أي عبارة.

الجدول رقم (7) - معاملات الارتباط بين عبارات الاستجابة والدرجة الكلية للمحور

العبارة	معامل الارتباط	احتمال الدلالة
توفر الجامعة موظفين وأساتذة أكفاء لمساعدة الطلبة	0.784**	0.000
يتميز أساتذة الجامعة في قدرتهم على حل المشاكل التي يواجهونها مع الطلبة	0.825**	0.000
توفر الجامعة قنوات ليتمكن الطالب من خلالها التعبير عن شكوى أو مشكلة قد تواجهه	0.720**	0.000
تتميز الجامعة بتعاملها مع الاستفسارات بكفاءة وسرعة	0.688**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق أن جميع العبارات ترتبط مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (5%) مما يدل على أن جميع عبارات قياس الاستجابة تعبر عن هذا المتغير بصدق ولا داعي لحذف أي عبارة.

الجدول رقم (8)- معاملات الارتباط بين عبارات التعاطف والدرجة الكلية للمحور

العبارة	معامل الارتباط	احتمال الدلالة
يتميز موظفو وأساتذة الجامعة بمعاملتهم الودية	0.793**	0.000
تعطي الهيئة التعليمية في الجامعة الدعم والاهتمام لحاجات الطلاب	0.773**	0.000
مواعيد المحاضرات ملائمة لجميع الطلاب	0.723**	0.000
تتسم الجامعة بالعدالة وعدم التحيز في علاج مشكلات الطلاب	0.750**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق أن جميع العبارات ترتبط مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (5%) مما يدل على أن جميع عبارات قياس الاستجابة تعبر عن هذا المتغير بصدق ولا داعي لحذف أي عبارة.

الجدول رقم (9)- معاملات الارتباط بين عبارات الرضا والدرجة الكلية للمحور

العبارة	معامل الارتباط	احتمال الدلالة
أشعر بالارتياح لاتخاذ قرار التسجيل بهذه الجامعة	0.920**	0.000
لو كان لدي قرار للتسجيل مرة أخرى لسجلت في هذه الجامعة	0.898**	0.000
اتخذت القرار الصحيح عند التحاق بهذه الجامعة	0.907**	0.000
أوصي الآخرين بالتسجيل بهذه الجامعة	0.926**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق أن جميع العبارات ترتبط مع الدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (5%) مما يدل على أن جميع عبارات قياس الاستجابة تعبر عن هذا المتغير بصدق ولا داعي لحذف أي عبارة.

3-3-3- اختبار ثبات المقياس:

يقصد بثبات أداة القياس ان يعطي تطبيقها على نفس العينة وفي نفس الظروف النتائج نفسها ، وقد تم اختبار درجة الثبات الداخلي لمقاييس الاستبانة باستخدام اختبار الثبات (ألفا كرونباخ)، وتم فحص عبارات كل

مقياس على حدة والمقياس كاملاً، حيث يبين الجدول رقم () قيم معاملات ألفا كرونباخ لكل متغير من متغيرات الدراسة:

الجدول رقم (10)- معامل الثبات ألفا كرونباخ

المقياس	معامل الثبات (ألفا كرونباخ)
التوجه بالطلاب	0.801
جودة الخدمة	0.910
رضا الطلاب	0.956
كامل المقياس	0.946

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يتبين من الجدول السابق أن قيم ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة تتراوح بين 0.801-0.956 ولكامل المقياس 0.946 وجميع هذا القيم مرتفعة وأكبر من الحد الأدنى المقبول 0.6 وتدل على جودة عبارات الاستبانة، وبالتالي يمكن القول أن اعتمادية المقياس محققة.

3-3-4- التحليل الوصفي لمتغيرات البحث:

استخدمت الباحثة تحليل One-Sample T-Test لمعرفة إذا ما كان المتوسط الحسابي لدرجة الاستجابة على كل فقرة من فقرات محاور الدراسة قد وصلت إلى درجة الموافقة المتوسطة (المحايد) وهي (3) أم تختلف عنها جوهرياً.

ونبين فيما يلي نتائج التحليل وفقاً لكل متغير من متغيرات الدراسة على حدا:

• التوجه بالطلاب:

يبين الجدول التالي قيمة الوسط الحسابي والانحراف المعياري ونتائج تحليل One-Sample T-Test للفقرات الخاصة بالمتغير الأول (التوجه بالطلاب):

الجدول (11) – الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة الاحتمال (sig.) لإجابات أفراد عينة الدراسة على الفقرات

الخاصة بمتغير التوجه بالطلاب

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة الاحتمالية (sig)	النتيجة
3. تولي الجامعة اهتمامها ورعايتها للطلاب	3.80	0.938	0.000	يوجد فرق معنوي
4. يتم أخذ احتياجات الطالب بعين الاعتبار	3.42	0.971	0.000	يوجد فرق معنوي
5. يتم إعطاء الطالب قيمة جيدة مقابل ما يدفعه	3.74	0.966	0.000	يوجد فرق معنوي
6. يتم إعطاء الطالب أهمية كأهمية أعضاء هيئة التدريس والعاملين	3.26	1.068	0.020	يوجد فرق معنوي

يوجد فرق معنوي	0.000	0.943	3.68	النتيجة الإجمالية للتوجه بالطلاب
----------------	-------	-------	------	----------------------------------

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يظهر من الجدول رقم () أن المتوسط العام لإجابات عينة البحث حول متغير التوجه بالطلاب يبلغ (3.68) وبانحراف معياري يبلغ (0.943) ومع وجود فرق معنوي بناء على نتائج تحليل T للعينة الواحدة حيث $sig < 0.05$ ، مما يدل على موافقة أفراد العينة على وجود توجه بالطلاب لدى الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية.

وتبين نتائج تحليل T للعينة الواحدة من الجدول السابق أيضاً أن جميع العبارات التي تم فيها قياس متغير التوجه بالطلاب اتجهت إجابات أفراد العينة فيها إلى الموافقة.

• جودة الخدمة:

يبين الجدول التالي قيمة الوسط الحسابي والانحراف المعياري ونتائج تحليل One-Sample T-Test للفقرات الخاصة بالمتغير الثاني (جودة الخدمة):

الجدول (12) – الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة الاحتمال (sig.) لإجابات أفراد عينة الدراسة على الفقرات الخاصة بمتغير جودة الخدمة

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة الاحتمالية (sig)	النتيجة
الملموسية				
7. يتمتع كافة الموظفين في الجامعة من البيئة التعليمية والإداريين والعاملين بمظهر أنيق	4.22	0.649	0.000	يوجد فرق معنوي
8. توفر الجامعة قاعات دراسية ذات تصميم مناسب للمحاضرات	4.26	0.804	0.000	يوجد فرق معنوي
9. تتمتع مرافق الجامعة بالنظافة والجاذبية	4.40	0.699	0.000	يوجد فرق معنوي
10. توفر الجامعة مواقف مناسبة للسيارات	2.86	1.201	0.295	لا يوجد فرق معنوي
النتيجة الإجمالية للملموسية	4.14	0.742	0.000	يوجد فرق معنوي
الاعتمادية				
11. يتميز الأساتذة بالكفاءة والفاعلية	4.05	0.739	0.000	يوجد فرق معنوي
12. يبتكر الأساتذة الأساليب الحديثة في التدريس	3.87	0.871	0.000	يوجد فرق معنوي
13. تتوافق الجامعة مع متطلبات المجتمع	3.85	0.893	0.000	يوجد فرق معنوي
14. يوجد معرفة لدى موظفي الجامعة بالقواعد والإجراءات	4.13	0.796	0.000	يوجد فرق معنوي
النتيجة الإجمالية للاعتمادية	4.17	0.743	0.000	يوجد فرق معنوي

الأمان				
لا يوجد فرق معنوي	0.281	1.068	3.12	15. توفر الجامعة امكانيات تسجيل خالية من الأخطاء
يوجد فرق معنوي	0.000	0.868	3.82	16. تحتفظ الجامعة بسجلاتها بطريقة مرتبة و دقيقة
يوجد فرق معنوي	0.000	0.781	4.13	17. يتميز اساتذة الجامعة بالموثوقية من حيث الحضور في وقت المحاضرة و عدم الغاء محاضراتهم
يوجد فرق معنوي	0.000	0.985	3.51	18. يتميز الموظفون بصدق تعاملهم واهتمامهم بمصلحة الطلبة وحل مشاكلهم
يوجد فرق معنوي	0.000	0.782	3.83	النتيجة الإجمالية للأمان
الاستجابة				
يوجد فرق معنوي	0.000	0.802	3.91	19. توفر الجامعة موظفين وأساتذة أكفاء لمساعدة الطلبة
يوجد فرق معنوي	0.000	0.914	3.71	20. يتميز أساتذة الجامعة في قدرتهم على حل المشاكل التي يواجهونها مع الطلبة
لا يوجد فرق معنوي	0.703	1.100	2.95	21. توفر الجامعة قنوات ليتمكن الطالب من خلالها التعبير عن شكوى أو مشكلة قد تواجهه
يوجد فرق معنوي	0.000	1.861	3.33	22. تتميز الجامعة بتعاملها مع الاستفسارات بكفاءة وسرعة
يوجد فرق معنوي	0.000	0.929	3.63	النتيجة الإجمالية للاستجابة
التعاطف				
يوجد فرق معنوي	0.000	1.065	3.74	23. يتميز موظفو وأساتذة الجامعة بمعاملتهم الودية
يوجد فرق معنوي	0.000	1.006	3.56	24. تعطي الهيئة التعليمية في الجامعة الدعم والاهتمام لحاجات الطلاب
لا يوجد فرق معنوي	0.235	1.147	3.14	25. مواعيد المحاضرات ملائمة لجميع الطلاب
يوجد فرق معنوي	0.000	1.027	3.57	26. تتسم الجامعة بالعدالة وعدم التحيز في علاج مشكلات الطلاب
يوجد فرق معنوي	0.000	1.000	3.62	النتيجة الإجمالية للتعاطف

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يظهر من الجدول رقم (12) أن المتوسط العام لإجابات عينة البحث حول أبعاد جودة الخدمة والانحراف المعياري لكل منها تبلغ: (الملموسية- الوسط الحسابي: 4.14 - الانحراف المعياري: 0.782)، (الاعتمادية- الوسط الحسابي: 4.17 - الانحراف المعياري: 0.743)، (الأمان- الوسط الحسابي: 3.83 - الانحراف المعياري: 0.782)، (الاستجابة- الوسط الحسابي: 3.63 - الانحراف المعياري: 0.929)، (التعاطف- الوسط الحسابي: 3.62 - الانحراف المعياري: 1.000) ومع وجود فرق معنوي بناء على نتائج تحليل T للعينة الواحدة لكل المتغيرات حيث $sig < 0.05$ ، مما يدل على موافقة أفراد العينة على جودة الخدمة التي تقدمها الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية وتطبيقها بمستوى جيد.

وتبين نتائج تحليل T للعينة الواحدة من الجدول السابق أيضاً أن جميع العبارات التي تم فيها قياس متغير جودة الخدمة اتجهت إجابات أفراد العينة فيها إلى الموافقة ماعدا العبارات /10-15-21-25/ وهذا يعني من وجهة نظر عينة الدراسة أن:

- الجامعة لا توفر مواقف مناسبة للسيارات.
- توجد أخطاء في إجراءات التسجيل.
- لا توفر الجامعة قنوات ليتمكن الطالب من خلالها التعبير عن شكوى أو مشكلة قد تواجهه.
- مواعيد المحاضرات غير ملائمة لجميع الطلاب.

• رضا الطلاب:

يبين الجدول التالي قيمة الوسط الحسابي والانحراف المعياري ونتائج تحليل One-Sample T-Test للفقرات الخاصة بالمتغير الثالث (رضا الطلاب):

الجدول (13) – الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة الاحتمال (sig.) لإجابات أفراد عينة الدراسة على الفقرات الخاصة بمتغير رضا الطلاب

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة الاحتمالية (sig)	النتيجة
27. أشعر بالارتياح لاتخاذ قرار التسجيل بهذه الجامعة	3.92	0.950	0.000	يوجد فرق معنوي
28. لو كان لدي قرار للتسجيل مرة أخرى لسجلت في هذه الجامعة	3.70	1.095	0.000	يوجد فرق معنوي
29. اتخذت القرار الصحيح عند التحاق بهذه الجامعة	3.78	1.022	0.000	يوجد فرق معنوي
30. أوصي الآخرين بالتسجيل بهذه الجامعة	3.88	1.010	0.020	يوجد فرق معنوي
النتيجة الإجمالية لرضا الطلاب	3.91	1.045	0.000	يوجد فرق معنوي

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يظهر من الجدول رقم () أن المتوسط العام لإجابات عينة البحث حول متغير رضا الطلاب يبلغ (3.91) وبانحراف معياري يبلغ (1.045) ومع وجود فرق معنوي بناء على نتائج تحليل T للعينة الواحدة حيث $sig < 0.05$ ، مما يدل على موافقة أفراد العينة على وجود مستوى جيد لرضا الطلاب عما تقدمه الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية.

وتبين نتائج تحليل T للعينة الواحدة من الجدول السابق أيضاً أن جميع العبارات التي تم فيها قياس متغير رضا الطلاب اتجهت إجابات أفراد العينة فيها إلى الموافقة.

3-3-5- اختبار الفرضيات:

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على جودة الخدمات المقدمة في الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية بوجود جودة الخدمات المقدمة كمتغير وسيط.

لتحديد وتوضيح التأثيرات بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع في الفرضيات (1-2-3) لجأت الباحثة إلى تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي يستخدم للتنبؤ بقيمة المتغير التابع بدلالة المتغير المستقل وذلك بعد إيجاد معادلة الانحدار الخطية وهي من الشكل:

$$(Y= B0 + B1X)$$

• الفرضية الأولى:

- H1-** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.
- H0-** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.

يبين الجدول التالي تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر التوجه بالطلاب على رضا الطلاب:

الجدول (14) – تحليل الانحدار البسيط لأثر التوجه بالطلاب على رضا الطلاب

النسبة المئوية للقوة التفسيرية للنموذج	Adjusted R ²	R	معادلة الانحدار في حال وجود أثر	قيمة p-value لاختبار ANOVA	قيمة p-value لمعلمة الميل B1	المتغير التابع	المتغير المستقل
46.9%	0.469	0.689	Y = 1.096+ 0.763X	0.000	0.000	رضا الطلاب	التوجه بالطلاب

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم (14):

أن قيمة p-value لمعلمة الميل B1 في علاقة المتغير المستقل بالمتغير التابع هي أصغر من 0.05 لذلك يمكن قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم، وبالتالي يؤثر المتغير المستقل (التوجه بالطلاب) على المتغير التابع (رضا الطلاب) بشكل كاف، كما أن قيمة p-value لاختبار ANOVA أصغر من 0.05 مما يعني أن الانحدار معنوي وبالتالي نستطيع استخدام نموذج الانحدار المتمثل بمتغير (التوجه بالطلاب) لشرح تغيرات المتغير التابع.

وبالتالي تكون معادلة الانحدار الخطي البسيط كما يلي:

$$Y = 1.096 + 0.763X$$

أي أن زيادة X (التوجه بالطلاب) بمقدار 1 ستواكبها زيادة Y (رضا الطلاب) بمقدار 0.763.

كما أن معامل ارتباط بيرسون للانحدار البسيط في هذا المتغير موجب وأقل من 1 حيث تبلغ قيمته (0.689) مما يدل على وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة إلى مرتفعة بين المتغير المستقل المذكور ورضا الطلاب، ويشرح التوجه بالطلاب وفقاً لمعامل التحديد المعدل - كما هو واضح من الجدول - 46.9% من التغيرات في رضا الطلاب.

• الفرضية الثانية:

H1- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على جودة الخدمات المقدمة في الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.

H0- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على جودة الخدمات المقدمة في الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.

يبين الجدول التالي تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر التوجه بالطلاب على جودة الخدمة:

الجدول (15) - تحليل الانحدار البسيط لأثر التوجه بالطلاب على جودة الخدمة

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة p-value لمعلمة الميل B1	قيمة p-value لاختبار ANOVA	معادلة الانحدار في حال وجود أثر	R	Adjusted R ²	النسبة المئوية للقوة التفسيرية للنموذج
التوجه بالطلاب	جودة الخدمة	0.000	0.000	$Y = 1.980 + 0.524X$	0.678	0.453	45.3%

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم (15):

أن قيمة p-value لمعلمة الميل B1 في علاقة المتغير المستقل بالمتغير التابع هي أصغر من 0.05 لذلك يمكن قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم، وبالتالي يؤثر المتغير المستقل (التوجه بالطلاب) على المتغير التابع (جودة الخدمة) بشكل كاف، كما أن قيمة p-value لاختبار ANOVA أصغر من 0.05 مما يعني أن الانحدار معنوي وبالتالي نستطيع استخدام نموذج الانحدار المتمثل بمتغير (التوجه بالطلاب) لشرح تغيرات المتغير التابع.

وبالتالي تكون معادلة الانحدار الخطي البسيط كما يلي:

$$Y = 1.980 + 0.524X$$

أي أن زيادة X (التوجه بالطلاب) بمقدار 1 ستواكبها زيادة Y (جودة الخدمة) بمقدار 0.524.

كما أن معامل ارتباط بيرسون للانحدار البسيط في هذا المتغير موجب وأقل من 1 حيث تبلغ قيمته (0.678) مما يدل على وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة إلى مرتفعة بين المتغير المستقل المذكور وجودة الخدمة، ويشرح التوجه بالطلاب وفقاً لمعامل التحديد المعدل - كما هو واضح من الجدول - 45.3% من التغيرات في جودة الخدمة.

• الفرضية الثالثة:

H1- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.
H0- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية.

يبين الجدول التالي تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر جودة الخدمة على رضا الطلاب:

الجدول (16) - تحليل الانحدار البسيط لأثر جودة الخدمة على رضا الطلاب

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة p-value لمعلمة الميل B1	قيمة p-value لاختبار ANOVA	معادلة الانحدار في حال وجود أثر	R	Adjusted R ²	النسبة المئوية للقوة التفسيرية للنموذج
جودة الخدمة	رضا الطلاب	0.000	0.000	$Y = 1.875 + 0.882X$	0.697	0.480	48%

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم (16):

أن قيمة p-value لمعلمة الميل B1 في علاقة المتغير المستقل بالمتغير التابع هي أصغر من 0.05 لذلك يمكن قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم، وبالتالي يؤثر المتغير المستقل (جودة الخدمة) على المتغير التابع (رضا الطلاب) بشكل كاف، كما أن قيمة p-value لاختبار ANOVA أصغر من 0.05 مما يعني أن الانحدار معنوي وبالتالي نستطيع استخدام نموذج الانحدار المتمثل بمتغير (جودة الخدمة) لشرح تغيرات المتغير التابع.

وبالتالي تكون معادلة الانحدار الخطي البسيط كما يلي:

$$Y = 1.875 + 0.882X$$

أي أن زيادة X (جودة الخدمة) بمقدار 1 ستواكبها زيادة Y (رضا الطلاب) بمقدار 0.882.

كما أن معامل ارتباط بيرسون للانحدار البسيط في هذا المتغير موجب وأقل من 1 حيث تبلغ قيمته (0.697) مما يدل على وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة إلى مرتفعة بين المتغير المستقل المذكور ورضا الطلاب، وتشرح جودة الخدمة وفقاً لمعامل التحديد المعدل - كما هو واضح من الجدول - 48% من التغيرات في رضا الطلاب.

لاختبار الفرضية الرابعة ومعرفة تأثير التوجه بالطلاب على الرضا بوجود جودة الخدمة كمتغير وسيط لجأت الباحثة إلى تحليل الانحدار الخطي المتعدد المتدرج بطريقة Stepwise كما يلي:

• الفرضية الرابعة:

H_1 - يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية بوجود جودة الخدمات المقدمة كمتغير وسيط.

H_0 - لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على رضا طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية بوجود جودة الخدمات المقدمة كمتغير وسيط.

يبين الجدول التالي تحليل الانحدار الخطي المتعدد المتدرج بطريقة Stepwise لأثر التوجه بالطلاب على رضا الطلاب بوجود جودة الخدمات المقدمة كمتغير وسيط :

الجدول (17) – تحليل الانحدار الخطي المتعدد المتدرج بطريقة Stepwise لأثر التوجه بالطلاب على رضا الطلاب بوجود جودة الخدمات المقدمة كمتغير وسيط

النسبة المئوية للقوة التفسيرية للنموذج	Adjusted R ²	R	معادلة الانحدار الخطي المتعدد	قيمة p-value لاختبار ANOVA	قيمة p-value لمعلمة الميل B1
56.3%	0.563	0.757	Y = 0.113+ 0.443X1+0.611X2	0.000	0.000

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم (17):

أن قيمة p-value لمعلمة الميل B1 في علاقة المتغير المستقل بالمتغير التابع بوجود المتغير الوسيط هي أصغر من 0.05 لذلك يمكن قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم، وبالتالي يؤثر المتغير المستقل (التوجه بالطلاب) على المتغير التابع (رضا الطلاب) بشكل كاف بوجود (جودة الخدمة كمتغير وسيط)، كما أن قيمة p-value لاختبار ANOVA أصغر من 0.05 مما يعني أن الانحدار معنوي وبالتالي نستطيع استخدام نموذج الانحدار المتمثل بمتغير (التوجه بالطلاب) لشرح تغيرات المتغير التابع بوجود جودة الخدمة كمتغير وسيط.

وبالتالي تكون معادلة الانحدار الخطي المتعدد كما يلي:

$$Y = 0.113 + 0.443X_1 + 0.611X_2$$

كما أن معامل ارتباط بيرسون للانحدار المتعدد موجب وأقل من 1 حيث تبلغ قيمته (0.757) مما يدل على زيادة العلاقة الارتباطية بين التوجه بالطلاب ورضاهم بوجود جودة الخدمة، كما يزداد نسبة تفسير التوجه بالطلاب لرضاهم بوجود جودة الخدمة وفقاً لمعامل التحديد المعدل والذي يبلغ 56.3%.

4-3- النتائج:

خُصت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات بناء على النتائج التي تم الحصول عليها بعد تحليل البيانات واختبار الفرضيات وكانت على النحو التالي:

- يوافق أفراد العينة على وجود مستوى جيد للتوجه بالطلاب لدى الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية.
- يوافق أفراد العينة على جودة الخدمة التي تقدمها الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية وتطبيقها بمستوى جيد من خلال أبعادها الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة، التعاطف).
- يوافق أفراد العينة على تطبيق أبعاد جودة الخدمة وهي بالترتيب: الاعتمادية، يليها الملموسية، ثم الأمان، ثم الاستجابة وأخيراً التعاطف.
- يوافق أفراد العينة على وجود مستوى جيد لرضا الطلاب عما تقدمه الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية.
- يساهم التوجه بالطلاب في تحقيق رضا طلاب الجامعة الخاصة في محافظة اللاذقية والذي يفسر ما نسبته 46.9% من التغيرات في رضا الطلاب.
- يساهم التوجه بالطلاب في تحقيق جودة الخدمات المقدمة في الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية، والذي يشرح 45.3% من التغيرات في جودة الخدمة.
- تعزز جودة الخدمات رضا الطلاب في الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية بحيث تشرح 48% من التغيرات في رضا الطلاب.
- يساهم الدور الوسيط لجودة الخدمة في زيادة علاقة التأثير بين التوجه بالطلاب ورضاهم في الجامعات الخاصة بمحافظة اللاذقية والتي تفسر ما نسبته 56.3% من تغيرات الرضا.

5-3- التوصيات:

استناداً إلى نتائج هذا البحث، يمكننا طرح مجموعة من التوصيات التي من شأنها تحسين رضا طلاب الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية، ومنها ما يلي:

- المحافظة على المستوى الجيد لرضا الطلاب في الجامعات الخاصة بمحافظة اللاذقية والعمل على تعزيزه لأنه يعد تقييماً شاملاً للخدمة التعليمية وتوجهات الجامعة من وجهة نظر الطلاب.
- استمرار تبني الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية منهج التوجه بالطلاب ولذلك لتأشير الدراسة الأثر الكبير لتوجه هذه الجامعات بالطلاب على كل من جودة الخدمات التي تقدمها ورضا طلابها.
- العمل على تعزيز مستويات جودة الخدمات التي تقدمها الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية من خلال الاهتمام بكافة أبعادها الملموسية، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة، التعاطف، مع الانتباه إلى ضرورة العمل على ما يلي:

- توفير مواقف مناسبة للسيارات في الجامعة.
- العمل على تقليل وتلافي الأخطاء التي يتم ارتكابها أثناء عمليات التسجيل.
- إيجاد قنوات اتصال بين الطلاب وإدارة الجامعة لإيصال شكاويهم ومشاكلهم ومعالجتها بأسرع وقت ممكن.
- وضع جداول مناسبة لمواعيد المحاضرات في الجامعة وأخذ رأي الطلاب في ذلك.
- إن أهمية اهتمام الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية بجودة الخدمات تكمن في أن الجودة تؤثر في تحقيق رضا الطلاب، كما أن لها دور وسيط في تعزيز تأثير التوجه بالطلاب على رضاهم.
- التقييم المستمر لمستوى جودة لخدمات التي تقدمها الجامعات الخاصة بمحافظة اللاذقية بكافة أبعادها لضمان المحافظة على رضا الطلاب وتعزيزه.
- عمل لقاءات دورية بين الأساتذة والإداريين والعاملين في الجامعة للاطلاع على كل ما هو جديد في مجال جودة الخدمات التي تقدمها هذه الجامعات لترسيخه في مفاهيم البيئة التعليمية.
- الاهتمام بالأساليب والتوجهات التسويقية الحديثة في التعامل مع الطلاب والاستماع إلى صوتهم والتركيز عليهم وتفعيل دور الهيئات الطلابية، لك لأن الطلاب هم محور كل العمليات ويكون ذلك عن طريق المقابلات الشخصية والاستبانات ونظام الاقتراحات والشكاوى.

خلاصة الفصل:

قامت الباحثة في هذا الفصل بتحليل البيانات واختبار الفرضيات وذلك بعد استعراض مجتمع وعينة البحث وكيفية بناء أداة الدراسة وتوزيعها وتحليلها، وتوصلت نتائج الدراسة في البداية إلى جودة بناء أسئلة الاستبانة وارتباط عباراتها بالمحور الذي تعبر عنه، كما بينت نتائج اختبار الفرضيات وجود مستوى تطبيق جيد لكل من جودة الخدمة بأبعادها (الملموسية، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة، التعاطف)، والتوجه بالطلاب، إضافةً إلى رضا طلاب هذه الجامعات عما تقدمه من خدمات. وتوصلت نتائج الدراسة أيضاً إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للتوجه بالطلاب على كل من جودة الخدمات ورضا الطلاب، إضافةً إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة على رضا الطلاب، كما يساهم الدور الوسيط لجودة الخدمة في زيادة تأثير التوجه بالطلاب على رضاهم في الجامعات الخاصة بمحافظة اللاذقية.

وانتهت الدراسة بمجموعة من التوصيات والمقترحات أهمها المحافظة على المستوى الجيد لرضا الطلاب في الجامعات الخاصة بمحافظة اللاذقية والعمل على تعزيزه، واستمرار تبني منهج التوجه بالطلاب، إضافةً إلى تعزيز مستويات جودة الخدمات التي تقدمها هذه الجامعات لطلابها.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- أبو فزع، عاصم رشاد محمد. (2015) "اختبار العلاقة بين جودة الخدمة، رضا الزبون وقيمة الزبون: دراسة مقارنة بين المصارف الإسلامية والمصارف التجارية في الأردن"، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- الباهي، صلاح الدين مفتاح سعد. (2016) " أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن"، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- البوقري نعيمة بكر، السقاف سمر محمد عمر. (2015) " جودة الخدمة وأثرها على رضا الطالبات في مؤسسات التعليم العالي: دراسة تطبيقية لكليات مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية"، المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة، العدد الثالث عشر، جامعة الأزهر.
- جودة، محفوظ أحمد. (2004) "إدارة الجودة الشاملة"، دار وائل للنشر، ط2، عمان، الأردن.
- جودة، محفوظ أحمد. (2009) "إدارة الجودة الشاملة – مفاهيم وتطبيقات حديثة"، دار وائل للنشر، ط4، عمان، الأردن.
- حافظ، محمد عبده. (2009) "تسويق الخدمات"، المكتب العربي للمعارف، ط1، القاهرة.
- الحكيم، ليث علي. (2009) "تحسين جودة خدمة التعليم الجامعي باستخدام نموذج QFD : دراسة تطبيقية في كلية الإدارة والاقتصاد"، مجلة العراق، العدد 12، العراق.
- الربيعي ليث، النعمي محمد، قدورة روان. (2018) " أثر جودة الخدمة التعليمية وجودة الإشراف على رضا طلبة الدراسات العليا في الجامعات الأردنية الخاصة"، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- الربيعي، ليث. (2011) "أثر التوجه السوقي والتزام العاملين على أداء شركة الخطوط الجوية الملكية الأردنية"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة بغداد، العدد 17 (63).
- رزق الله، حنان. (2010) " أثر التمكين على تحسين جودة الخدمة التعليمية بالجامعة"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر.
- رقاد، صليحة. (2014) " تطبيق نظام ضمان الجودة في المؤسسات التعليمية العالي الجزائرية: آفاقه و معوقاته: دراسة ميدانية بمؤسسات التعليم العالي للشرق الجزائري"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر.
- زقاي حميد، وزاني محمد. (2017) "مستوى جودة الخدمات التعليمية وأثرها على رضا الطلبة: دراسة تطبيقية على طلبة جامعة سعيدة"، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، العدد 30، الجزائر.
- زيدان، سلمان. (2010) "إدارة الجودة الشاملة"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن.
- شعبان، بعيطيش. (2016) "أثر التسويق بالعلاقات في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية – أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه"، قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بو مضياف بالمسيلة.

- شناف خديجة، بلخيري مراد. (2016) " معايير ضمان جودة التعليم العالي"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 4، الوادي، الجزائر.
- شفيق، منى. (2006) "التسويق بالعلاقات"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر.
- شيت، نضال بدر. (2014) "السياسات السعرية وأثرها في رضا الزبون"، مجلة الرافيين، كلية التجارة والاقتصاد، جامعة البصرة، العراق ، المجلد 06، العدد 12.
- الصحن، محمد فريد. (2002) "إدارة التسويق"، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر.
- الضمور، هاني حامد. (2008) "تسويق الخدمات"، دار وائل للنشر والتوزيع، ط4، عمان، الأردن.
- الطائي عبد الله، قداة عيسى. (2009) "إدارة الجودة الشاملة"، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن.
- الطائي، يوسف حجيم وآخرون. (2008) " إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي"، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.
- عاطف، زاهر. (2011) "تسويق الخدمات"، دار الياة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- العبادي، هاشم فوزي. (2007) "إدارة التعليم الجامعي"، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- فارة، يوسف أحمد. (2006) " واقع تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في الجامعات الفلسطينية"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد الثاني. الأردن.
- قدورة، روان. (2011) " دور جودة الخدمة في تعزيز أثر التوجه بالزبائن على الرضا في بيئة الجامعات الأردنية الخاصة"، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- قليل حياة، واضح سلمى. (2020) " دور جودة الخدمة الإلكترونية في تحقيق رضا الزبون - دراسة ميدانية ببيرد الجزائر-المسيلة"، جامعة محمد بو ضياف - المسيلة، الجزائر.
- الكرخي، مجيد. (2015) " إدارة الجودة الشاملة المفاهيم النظرية وأبعادها التطبيقية في مجال الخدمات"، دار المنهاج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- كوتلر، فيليب. (2011) "كوتلر يتحدث عن التسويق"، ترجمة فيصل عبد الله بابكر، مكتبة جريز، بيروت، لبنان.
- مجيد سوسن شاكر، الزيادات محمد عواد. (2008) "الجودة في التعليم"، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
- مساعد، زكي خليل. (2015) "تسويق الخدمات وتطبيقاته"، دار المنهاج للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
- مطر حسين، وآخرون. (2011) "الجودة والتميز في منظمات الأعمال - العناية بالزبائن"، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الجزء الثاني، ط1، عمان، الأردن.
- نايل، سحر حسيني. (2015) " دراسة تقويمية لتسويق الخدمات الجامعية في ضوء إدارة الجودة الشاملة بالجامعات المصرية"، مجلة الدراسات العربية في التربية وعلم النفس، العدد 61، السعودية.
- النعساني، عبد المحسن. (2003) "نموذج مقترح لتطبيق فلسفة إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم"، الملتقى العربي لتطوير أداء كليات الإدارة والتجارة في الجامعات العربية، حلب، سورية.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Baldrige National Quality Program (2005)." Baldrige Education Criteria for Performance Excellence ", National Institute of Standards and Technology, Gaithersburg, MD, Vol.23, No.9, P.1118-1157.
- Bigne, E., Moliner, M.A., Sanchez, J. (2003) "Perceived quality and satisfaction in multiservice organisations: the case of Spanish public services", Journal of Services Marketing, Vol. 17 No.4, pp.420-42.
- Bristow, Dennis N. and Kenneth C. Schneider, (2002)," the collegiate student orientation scale (CSOS): Application of the marketing concept to higher education," Journal of Marketing for Higher Education, Vol.12, No.2, P.15-34.
- Ewers, Barbara & Austen, Gaynor, (2008), "A framework for Australian University Library Management", Working Paper, P.1-17.
- Hawa, Hind Nather Said. (2015) " The Effect of Customer Orientation on Customer Satisfaction and Examining the Mediating Effect of Service Quality: A Case Study at Pharmacy One", Faculty of Business –Middle East University, Amman, Jordan.
- Hillebrand B, Kemp Ron, Nijssen E, (2011) "Customer Orientation and Future Market Focus in ND", Journal of service Management, Vol 22,1, P 69.
- Jung J, Hong P, (2007) "Customer orientation and Performance outcomes in Supply Chain Management", Journal of Enterprise Information Management, Vol 20, No 5, p 578-579.
- KANG Min-Jung, Zhuolun WU², Hee-Joong HWANG³. (2020) " A Study on the Mediating Effect of Customer Orientation between Service Quality and Customers' Perceived Service Satisfaction", Journal of Distribution Science 19-2.
- Ladislav Sojka, (2014) "Specification of Quality of work life characteristics in the Slovak Economic Environment", Sociologia 46, vol 46, No 3. P288.
- Ladwin, Richard, (2003) "Le comportement de consommateur et de l'acheter" , édition économique , 2ème édition.
- Lomas, Laurie, (2007), "Are Students customers? Perception of academic staff," Quality in Higher Education, Vol.13, No. 1: 31-44.

- Mitra, Subrata Kumar, (2009), "Why Universities Are Adopting Market Oriented Management Practices?", Asian Social Science Journal, Vol.5, No.3, March: P 137–142.
- Nguyen Quoc Nghi , HUYNH Van Ba, MAI Van Nam, HOANG Thi Hong Loc . (2021) " The Effect of Employees' Job Satisfaction on Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study in Vietnam", Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 8 No 12.
- Pan Huifeng and Ha Hong–Youl. (2021) " Service Quality and Satisfaction in the Context of Varying Levels of Restaurant Image and Customer Orientation during the COVID–19 Pandemic", Sustainability Journal, MDPI, Basel, Switzerland.
- Seddiki, Abdalalh, (2003) "Management de la Qualité", Alger: office des publications Universitaires, P23.
- Vinka, Filiponvie et autre, (2000) "Customer oriented marketing concept and strategic entreprise development inBalkan economies", series economis and organisation vol1, n8, p9–16.
- Windarti Gst Ayu Oka, Esya Alhadi, Elvia Zahara,Titi Andriani. (2019) " Impact of Customer Orientation and Quality of Service on Trust and Customer Loyalty", Atlantis Press Journal, volume 431.

(استبيان)

زملائي طلاب الجامعات الخاصة في محافظة اللاذقية:

أرجو المساعدة في ملء الاستبيان التالي الذي يندرج في إطار دراسة ميدانية لاستكمال متطلبات الحصول على الإجازة في إدارة الأعمال بعنوان (دور جودة الخدمة في العلاقة بين التوجه بالطلبة والرضا - دراسة ميدانية على طلاب الجامعات الخاصة في مدينة اللاذقية)

علماً أن الإجابات ستحاط بالسرية التامة وسيتم استخدامها لأغراض البحث العلمي فقط.. مع فائق الشكر والتقدير

المشرف : د. دانيا زين العابدين

الباحثة: جنى شاويش

أولاً: المعلومات الديمغرافية:

1	الجنس	ذكر	أنثى
2	اسم الجامعة	جامعة المنارة	جامعة الشام الخاصة
		الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري	

ثانياً: متغيرات الدراسة

الرقم	العبرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
توجه الجامعة بالطلاب						
3	تولي الجامعة اهتمامها ورعايتها للطلاب					
4	يتم أخذ احتياجات الطالب بعين الاعتبار					
5	يتم إعطاء الطالب قيمة جيدة مقابل ما يدفعه					
6	يتم إعطاء الطالب أهمية كأهمية أعضاء هيئة التدريس و العاملين					
جودة الخدمة						
1- الملموسية						
7	يتمتع كافة الموظفين في الجامعة من البيئة التعليمية والإداريين والعاملين بمظهر أنيق					
8	توفر الجامعة قاعات دراسية ذات تصميم					

					مناسب للمحاضرات	
					تتمتع مرافق الجامعة بالنظافة و الجاذبية	9
					توفر الجامعة مواقف مناسبة للسيارات	10
2- الاعتمادية						
					يتميز الأساتذة بالكفاءة و الفاعلية	11
					يبتكر الأساتذة الأساليب الحديثة في التدريس	12
					تتوافق الجامعة مع متطلبات المجتمع	13
					يوجد معرفة لدى موظفي الجامعة بالقواعد والاجراءات	14
3- الأمان						
					توفر الجامعة امكانيات تسجيل خالية من الأخطاء	15
					تحفظ الجامعة بسجلاتها بطريقة مرتبة و دقيقة	16
					يتميز اساتذة الجامعة بالموثوقية من حيث الحضور في وقت المحاضرة و عدم الغاء محاضراتهم	17
					يتميز الموظفون بصدق تعاملهم واهتمامهم بمصلحة الطلبة وحل مشاكلهم	18
4- الاستجابة						
					توفر الجامعة موظفين وأساتذة أكفاء لمساعدة الطلبة	19
					يتميز أساتذة الجامعة في قدرتهم على حل المشاكل التي يواجهونها مع الطلبة	20
					توفر الجامعة قنوات ليتمكن الطالب من خلالها التعبير عن شكوى أو مشكلة قد تواجهه	21
					تتميز الجامعة بتعاملها مع الاستفسارات بكفاءة وسرعة	22
5- التعاطف						
					يتميز موظفو وأساتذة الجامعة بمعاملتهم الودية	23
					تعطي الهيئة التعليمية في الجامعة الدعم والاهتمام لحاجات الطلاب	24
					مواعيد المحاضرات ملائمة لجميع الطلاب	25
					تتسم الجامعة بالعدالة وعدم التحيز في علاج مشكلات الطلاب	26
رضا الطلاب						
					أشعر بالارتياح لاتخاذ قرار التسجيل بهذه الجامعة	27
					لو كان لدي قرار للتسجيل مرة أخرى لسجلت في هذه الجامعة	28
					اتخذت القرار الصحيح عند التحاقني بهذه الجامعة	29
					أوصي الآخرين بالتسجيل بهذه الجامعة	30