

Syrian Arab Republic
Ministry of Higher Education
And Scientific Research
Syrian Virtual University



الجمهورية العربية السورية
وزارة التعليم العالي
والبحث العلمي
الجامعة الافتراضية السورية

قياس جودة الخدمة في الجامعة الافتراضية السورية باستخدام مقياس SERVQUAL

Measure the quality of service in the Syrian Virtual
University using the SERVQUAL scale

بحث مقدّم لنيل درجة ماجستير التأهيل والتخصّص في الجودة MIQ

إعداد الطالبة:

سلاف طاهر جري

Soulaf_96662

إشراف الأستاذ الدكتور:

راغب الغصين

إهداء :

إلى من زرع الورد في طريقي ونثر كل الحب عليها وأضاء دربي بشموع نضاله وحبه....إلى الرجل الصالح الذي علمني النجاح وحب العلم ومخافة الله في كل شيء والذي علمني أن الأعمال الكبيرة لا تتم إلا بالصبر والعزيمة والإصرار وأن الحياة كفاح وإخلاص.

والدي الغالي

إلى الشجرة الدائمة العطاء والتجدد إلى الغالية العزيزة صاحبة الدمعة الصادقة إلى الحزن الدافئ إلى ملجأني عن الخوف أو الغربة ستبقين دائماً قنديل حياتي ومنارة دربي واليد التي ترتاح بلمستها روحي.

أمي الحبيبة

قوس قزح يعطيني الأمل في أوقات الشتاء إخوتي الذين لم تلدهم أمي وطني الصغير.... أجمل نعمة في الوجود بهجة الحياة وبسمة القلب إلى من وجودهم اكتفاء للنفس عن كل ما في الدنيا... إلى من تحلّوا بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء... إلى ينابيع الصدق الصافي يامن كنتم دعماً وسنداً لي في حياتي.

غادة & سمر

إلى طعم السكر في حياتي إلى من دخلوا حياتي أجمل دخول معكم ابتداءً العمر وامتد.... بكم اكتملت أفراحي وازدهرت إلى المحبة التي لاتفنى إلى من لاتكتمل سعادتي من دونهم إلى من ترتاح الروح بقلبيهم لكم أهدي أحلى النجاح.

أسماء ، عزيزة ، روى

ويبقى الإهداء الأول والأخير إلى ذلك العُقاب الذي أزال غبار الحرب عن جناحيه لينهض من جديد.

بلدي الحبيب سورية

شكر وتقدير

الشكر لله أولاً

يطيب لي عرفاناً بالجميل أن أتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من وقف إلى جانبي وقدم لي أي مساعدة أو إسهام في إنجاز عملي المتواضع، أخص بالذكر أستاذي الكريم المشرف على المشروع الدكتور راغب الغصين الذي قدم لي الدعم والتوجيه في سبيل إنجاز عملي هذا أتمنى له التوفيق في مسيرة حياته.

أتوجه بكل الشكر والامتنان وبِعَظِيم العرفان إلى كل من وقف إلى جانبي كما أتقدم بالشكر إلى إدارة الجامعة الافتراضية السورية ممثلة بالأستاذ الدكتور خليل عجمي والأستاذ الدكتور معاذ الشرفاوي الجزائري مدير برنامج ماجستير الجودة التخصصي والأستاذ علي أحمد معاون مدير برنامج ماجستير الجودة التخصصي وجميع أعضاء الهيئة التدريسية الذين كان لهم الفضل في تحصيلي العلمي خلال السنتين الماضيتين.

أتوجه بوافر الشكر وعظيم الامتنان والتقدير للسادة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم المشاركة في الحكم على هذا المشروع وعلى وقتهم وملاحظاتهم القيمة خلال مناقشتهم لهذا المشروع.

أتوجه بخالص شكري لأفراد عينة البحث لما قدموه من تعاون خلال الدراسة العملية.

و شكراً لكل من شجعني ولو بالكلمة الطيبة.

لكم جميعاً

أدين بواجب الشكر والوفاء

ملخص البحث باللغة العربية

الاسم: سلاف طاهر جري

العنوان: قياس جودة الخدمة في الجامعة الافتراضية السورية باستخدام مقياس SERVQUAL.

الفصل الدراسي: S19

الجامعة الافتراضية السورية

إشراف الأستاذ الدكتور: راغب الغصين.

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى قياس الجودة المدركة والمتوقعة في الجامعة الافتراضية السورية وذلك باستخدام مقياس الفجوة SERVQUAL لتشخيص مستوى جودة الخدمة من وجهة نظر الطلاب، الذين تم استطلاع آرائهم من خلال استبانة تكونت من (44) فقرة عبرت عن الأبعاد الخمسة لمقياس الفجوة وهي: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التوكيد، التعاطف، وبلغ عدد المستجيبين (135) مفردة.

ولتحقيق أهداف البحث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وبلاستفادة من البرنامج الإحصائي spss تم تحليل بيانات الدراسة العملية والتوصل إلى عدد من النتائج أهمها:

- توجد فجوة سالبة ومقدارها (-0.02) بين متوسط توقعات الطلاب ومتوسط إدراكاتهم لبعدها الملموسية وهم غير راضين عن الخدمة.
- لا توجد فجوة بين متوسط توقعات الطلاب ومتوسط إدراكاتهم لبعدها الاعتمادية وهم راضين جداً عن الخدمة.
- لا توجد فجوة بين متوسط توقعات الطلاب ومتوسط إدراكاتهم لبعدها الاستجابة وهم راضين جداً عن الخدمة.
- توجد فجوة سالبة ومقدارها (-0.01) بين متوسط توقعات الطلاب ومتوسط إدراكاتهم لبعدها التوكيد وهم غير راضين عن الخدمة.
- لا توجد فجوة بين متوسط توقعات الطلاب ومتوسط إدراكاتهم لبعدها التعاطف وهم راضين جداً عن الخدمة.

كلمات مفتاحية: جودة الخدمة، الجودة المتوقعة، الجودة المدركة، مقياس SERVQUAL، رضا العملاء.

Abstract of the study in English

Abstract:

The aim of this research is to measure the perceived and expected quality at the Syrian Virtual University by using the SERVQUAL gap scale to diagnose the level of service quality from the viewpoint of students, whose views were surveyed through a questionnaire consisting of (44) paragraphs that expressed the five dimensions of the gap scale, namely: tangibility, Reliability, response dimension, Assurance, Empathy, and the number of respondents was (135) individuals.

To achieve the objectives of the research, a descriptive analytical approach was used, and by taking advantage of the statistical program spss, the practical study data was analyzed and a number of results were reached, the most important of which are:

- There is a negative gap of (-0.02) between the average expectations of students and their average perceptions of the tangible dimension, and they are dissatisfied with the service.
- There is no gap between the average student expectations and their average perceptions of the Reliability dimension and they are very satisfied with the service.
- There is no gap between the average student expectations and their average perceptions of the response dimension, and they are very satisfied with the service.
- There is a negative gap of (-0.01) between the average expectations of students and their average perceptions of the Assurance dimension and they aren't satisfied with the service.
- There is no gap between the student average expectations and their average perceptions of the empathy dimension, and they are very satisfied with the service.

Keywords: quality of service, expected quality, perceived quality, SERVQUAL scale, customer satisfaction.

محتويات مشروع التخرج

1.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
2.....	المقدمة:
3.....	مشكلة البحث:
4.....	فرضيات البحث:
4.....	أهمية البحث:
4.....	أهداف البحث:
5.....	متغيرات البحث:
5.....	حدود البحث:
6.....	محددات البحث:
7.....	الدراسات السابقة:
7.....	أولاً- الدراسات العربية:
11.....	ثانياً- الدراسات الأجنبية:
15.....	الفصل الثاني: الدراسة النظرية
15.....	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للجودة في الخدمات التعليمية
15.....	المطلب /1/: مفهوم الجودة ومراحل تطورها وأهميتها:
15.....	1-1 - مفهوم الجودة:
16.....	2-1 - مراحل تطور الجودة:
17.....	3-1 - أهمية الجودة:
18.....	المطلب /2/: جودة الخدمة ومقاييسها:

18	2-1- مفهوم الخدمة:
19	2-2- خصائص الخدمة وسماتها:
21	2-3 - مفهوم جودة الخدمة:
23	2-4 - مقاييس جودة الخدمة:
24	2-5- مقياس SERVQUAL لقياس جودة الخدمات:
28	المطلب /3/ : جودة الخدمة في التعليم العالي:
28	3-1- مفهوم جودة الخدمة في التعليم العالي:
29	3-2- أهمية جودة الخدمة في التعليم العالي:
29	3-3- أبعاد جودة الخدمة في التعليم العالي:
34	المبحث الثاني : مفهوم الرضا والتعليم في الجامعة الافتراضية السورية
34	المطلب /1/ : مفهوم الرضا لدى العميل وأهميته ومحدداته
34	1-1- مفهوم الرضا:
35	1-2- أهمية رضا العميل:
35	1-3- محددات الرضا لدى العميل:
35	1-4- خصائص الرضا:
36	1-5- مراحل تحقيق الرضا لدى العميل:
37	المطلب /2/ : التعليم في الجامعة الافتراضية السورية
37	2-1- التعليم الإلكتروني:
40	2-2- الجامعة الافتراضية السورية:
44	الفصل الثالث: الدراسة العملية.....
44	المبحث الأول: تصميم الدراسة الميدانية.....

44	1-1- منهجية البحث:
44	2-1- مجتمع البحث:
44	3-1- عينة البحث:
44	4-1- الأساليب الإحصائية المتبعة:
44	5-1- أساليب جمع البيانات:
47	6-1- صدق الأداة:
48	المبحث الثاني: توصيف متغيرات البحث:
48	1-2- وصف خصائص عينة البحث:
51	2-2- وصف متغيرات العينة:
58	المبحث الثالث: اختبار الفرضيات:
58	اختبار T-Test:
58	1-3- الفرضية الأولى:
59	2-3- الفرضية الثانية:
60	3-3- الفرضية الثالثة:
61	4-3- الفرضية الرابعة:
62	5-3- الفرضية الخامسة:
64	المبحث الرابع: النتائج والتوصيات:
66	المراجع العربية والأجنبية المعتمد عليها في البحث:

قائمة الجداول

25.....	جدول رقم (1) : يبين عبارات مقياس SERVQUAL
46.....	جدول رقم (2) : يبين مقياس ليكرت الخماسي
46.....	جدول رقم (3) : يبين تبويب تدرجات سلم ليكرت الخماسي
47.....	جدول رقم (4) : اختبار ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة
48.....	جدول رقم (5) : توزيع العينة وفق جنس الطلاب
49.....	جدول رقم (6) : توزيع العينة وفق الفئات العمرية للطلاب
50.....	جدول رقم (7) : توزيع العينة وفق التحصيل العلمي للطلاب
51.....	جدول رقم (8) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد توقعات الملموسية
51.....	جدول رقم (9) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد توقعات الاعتمادية
52.....	جدول رقم (10) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد توقعات الاستجابة
53.....	جدول رقم (11) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد توقعات التوكيد
53.....	جدول رقم (12) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد توقعات التعاطف
54.....	جدول رقم (13) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد إدراكات الملموسية
55.....	جدول رقم (14) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد إدراكات الاعتمادية
55.....	جدول رقم (15) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد إدراكات الاستجابة
56.....	جدول رقم (16) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد إدراكات التوكيد
56.....	جدول رقم (17) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد إدراكات التعاطف
58.....	جدول رقم (18) : يبين المتوسط الحسابي لتوقعات وإدراكات الملموسية والفرق بينهما
58.....	جدول رقم (19) : يبين الارتباط بين توقعات وإدراكات الملموسية
59.....	جدول رقم (20) : Paired Samples Test لبعد الملموسية
59.....	جدول رقم (21) : يبين المتوسط الحسابي لتوقعات وإدراكات الاعتمادية والفرق بينهما

59.....	جدول رقم (22) : يبين الارتباط بين توقعات وإدراكات الاعتمادية
60.....	جدول رقم (23) : Paired Samples Test لبعد الاعتمادية
60.....	جدول رقم (24) : يبين المتوسط الحسابي لتوقعات وإدراكات الاستجابة والفرق بينهما
60.....	جدول رقم (25) : يبين الارتباط بين توقعات وإدراكات الاستجابة
61.....	جدول رقم (26) : Paired Samples Test لبعد الاستجابة
61.....	جدول رقم (27) : يبين المتوسط الحسابي لتوقعات وإدراكات التوكيد والفرق بينهما
61.....	جدول رقم (28) : يبين الارتباط بين توقعات وإدراكات التوكيد
62.....	جدول رقم (29) : Paired Samples Test لبعد التوكيد (الضمان)
62.....	جدول رقم (30) : يبين المتوسط الحسابي لتوقعات وإدراكات التعاطف والفرق بينهما
62.....	جدول رقم (31) : يبين الارتباط بين توقعات وإدراكات التعاطف
63.....	جدول رقم (32) : Paired Samples Test لبعد التعاطف

قائمة الأشكال

48.....	شكل رقم (1) يبين توزيع العينة وفق جنس الطلاب
49.....	شكل رقم (2) توزيع العينة وفق الفئات العمرية للطلاب
50.....	شكل رقم (3) توزيع العينة وفق التحصيل العلمي للطلاب

الملاحق

72.....	ملحق (1) الاستبيان
---------	--------------------

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

- المقدمة:
- مشكلة البحث
- فرضيات البحث
- أهمية البحث
- منهجية البحث
- أهداف البحث
- متغيرات البحث
- حدود البحث
- محددات البحث
- الدراسات السابقة

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

□ المقدمة:

شهد التعليم العالي في الربع الأخير من القرن الماضي تحولاً جذرياً في أساليب التدريس وأنماط التعليم ومجالاته، وقد أتى التطور استجابةً لجملة من التحديات التي واجهت التعليم في ظل مجتمع المعرفة بعد الثورة المعلوماتية والتكنولوجية التي تشهدها المجتمعات المعاصرة، فنحن اليوم في سباق محموم بين الأمم، وكل منها يسعى لزيادة إنتاجه العلمي وتطوير قطاعه التعليمي بهدف تعزيز مكانته عالمياً، من هنا فقد أصبح التعليم العالي مطالباً أكثر من أي وقت مضى بالعمل على تحقيق الجودة بأقصى طاقة ممكنة وذلك من خلال تطوير الخدمات بشكل عام، وفي الجامعات بشكل خاص.

وقد دأبت الجامعات منذ زمن طويل على الاهتمام بالإنتاجية ونوعية الخدمات التي تقدمها لطلابها، حتى صار السعي وراء تحقيق الجودة مطلباً ضرورياً يستلزم وضع مؤشرات ومعايير واضحة يمكن استخدامها في الحكم على مستوى جودة الخدمات في هذا النمط من التعليم من أجل تحسينه وتطويره.

ولما كان القياس يشكل حجر الزاوية في عمليات التخطيط والتحسين للجودة، حيث يترتب على نتائجه تمكين المنظمات الخدمية من اتخاذ القرارات السليمة، فقد ظهرت العديد من مقاييس الجودة لتحقيق رضا العملاء وفهم إدراكاتهم وتوقعاتهم لجودة الخدمات التي تقدم لهم، ومنها مقياس (SERVQUAL) الذي يقوم على تحديد مستوى الجودة من خلال قياس الفجوة بين الأداء الفعلي والأداء المتوقع للخدمة، والذي حقق نجاحات في قياس جودة الخدمات، ومنها الخدمة في منظمات التعليم العالي، حيث ينصب على قياس البنى الكلية للنظام التعليمي المادية والإدارية والتقنية وأساليب التعامل التي تحيط بكيفية أداء تلك الخدمة، والتي تؤثر في المحصلة على العملية التعليمية من خلال أبعاد محددة هي: الملموسية والاعتمادية والاستجابة والتوكيد (الضمان) والتعاطف.

والجامعة الافتراضية السورية كغيرها من المؤسسات التعليمية تسعى لتقديم خدمات ذات جودة عالية تلبي حاجات ورغبات الطلبة الدارسين مما يعزز العلاقة الإيجابية للطلبة في الجامعة، ويزيد ولائهم وتشجيعهم لبقية الطلبة من معارفهم للتسجيل في الجامعة. من هنا اهتم البحث الحالي برصد واقع الخدمات المقدمة لطلاب الجامعة الافتراضية السورية وفقاً لمقياس SERVQUAL .

□ مشكلة البحث:

تعد الخدمات التعليمية أحد أنواع الخدمات الواسعة الانتشار وذات الأهمية الكبيرة في مختلف أنحاء العالم، ورغم ذلك فإن الدراسات والأبحاث التي تناقش جودة الخدمات التعليمية تعتبر قليلة مقارنة مع معظم خدمات الأنشطة الأخرى.

وبما أن الجامعة الافتراضية السورية تأسست عام 2002 وهي من أوائل الجامعات للتعليم عن بعد في العالم العربي، التي أحدثت للإسهام في تلبية حاجة سوق العمل للمهارات والكفاءات البشرية اللازمة للارتقاء بالمجتمع السوري، لذلك فهي تسعى لتوفير المواد والوسائط والأنشطة التعليمية المختلفة، والبيئة التعليمية والبنية التحتية التي تتلاءم وطموحات الطلبة الدارسين فيها.

ويلاحظ أن هناك تزايداً مستمراً في أعداد الدارسين الذين يلتحقون بالجامعة سنوياً حتى أصبحت تحتل مكانة مميزة بين الجامعات على المستوى المحلي والدولي.

ومن هنا تزايدت الحاجة يوماً بعد يوم إلى توسيع الخدمات الجامعية لكي يصاحب هذا التزايد الكمي المتمثل في عدد الطلبة تزايداً نوعياً في الخدمات المختلفة التي توفرها الجامعة.

وللتحقق من هذه الخدمات وجودتها انبثقت فكرة هذا البحث التي تتمحور مشكلتها في سعيها إلى الإجابة على التساؤل التالي: ما مستوى جودة الخدمة التعليمية المقدمة من الجامعة الافتراضية السورية؟

انبثقت عن السؤال الرئيس للبحث الأسئلة التالية:

- هل توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد الملموسية؟
- هل توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد الاعتمادية؟
- هل توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد الاستجابة؟
- هل توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد التوكيد (الضمان)؟
- هل توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد التعاطف؟

□ فرضيات البحث:

- توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعدها الملموسية.
- توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعدها الاعتمادية.
- توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعدها الاستجابية.
- توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعدها التوكيد (الضمان).
- توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعدها التعاطف.

□ أهمية البحث:

تتجلى أهمية البحث في سعيه إلى معرفة مستوى جودة الخدمة التعليمية المقدمة لطلبة الجامعة الافتراضية السورية باستخدام مقياس (SERVQUAL) باعتبار أن تشخيص الفجوة بين جودة الخدمة التي تقدم فعلياً وتلك التي يتوقع العملاء أن تقدم لهم من شأنه أن يمكن الجامعة الافتراضية السورية من اتخاذ قرارات سليمة تتصل بتطبيق نظم الجودة المناسبة في مختلف بناها الإدارية والأكاديمية لردم الفجوة بين الجودة المدركة والجودة المتوقعة وتحقيق رضا العملاء، والتمكن من مواجهة زيادة المنافسة مع الجامعات محلياً وعالمياً.

□ أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى التوصل إلى عدد من الأهداف التي تتعلق بمشكلة البحث في قياس جودة الخدمات التعليمية، وهذه الأهداف هي:

- التعرف على مستوى توقعات طلبة الجامعة الافتراضية السورية لجودة الخدمات الجامعية التي تقدمها.
- التعرف على مستوى إدراك طلبة الجامعة الافتراضية السورية لجودة الخدمات الجامعية التي تقدمها.
- إثبات اختلاف الأهمية النسبية لأبعاد نموذج SERVQUAL وترتيبها تبعاً لأبعاد الجودة الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابية، الأمان، التعاطف) بالنسبة للطلبة.

- دراسة الفجوة بين إدراكات الطلبة وتوقعاتهم لمستوى جودة الخدمات المقدمة في الجامعة الافتراضية السورية وفقاً لمقياس الفجوات SERVQUAL لقياس جودة الخدمة التعليمية المدركة.
- وضع تصور مقترح لتطوير جودة الخدمات التعليمية في الجامعة الافتراضية السورية على ضوء نتائج مقياس SERVQUAL .
- توسيع ونشر المعرفة حول نموذج SERVQUAL في سورية باعتباره واحد من أهم المقاييس المستخدمة في التعرف على جودة الخدمات التعليمية.

□ متغيرات البحث:

❖ المتغير المستقل: جودة الخدمة في الجامعة الافتراضية السورية

وتشمل أبعاد جودة الخدمة في الجامعة الافتراضية السورية:

- 1- الجوانب الملموسة (Tangibles): ويقصد بها جميع الأشياء المادية الملموسة كالأبنية والتجهيزات والمعدات والأفراد والإنارة والأثاث وغيرها.
- 2- الاعتمادية (Reliability): وهي قدرة الجامعة على تقديم الخدمة الموعد بها بدقة وثقة وجدارة.
- 3- الاستجابة (response): وتعني مدى قدرة ورغبة واستعداد الجامعة على مساعدة الطلاب والرد على استفساراتهم بشكل سريع وفوري ودون تأخير .
- 4- التأكيد (الضمان) (Assurance): ويعني خلو معاملات الجامعة مع الطالب من الشك أو الريبة أو المخاطرة، بالإضافة إلى توفر موظفين يمتلكون المعرفة والخبرة الكافية لكسب ثقة العميل وخاصة عندما يطلب خدمة تتصف بالمخاطرة العالية.
- 5- التعاطف (Empathy): وهذا يعني إظهار موظف الجامعة الود والرعاية والاهتمام الشخصي بكل طالب.

❖ المتغير التابع: رضا الطلاب الذي يتم قياسه عن طريق الفرق بين الجودة المتوقعة والجودة المدركة.

□ حدود البحث:

■ أولاً – المجال البشري:

يتكون مجتمع هذا البحث من طلاب الجامعة الافتراضية السورية.

■ ثانياً – المجال المكاني:

الجامعة الافتراضية السورية.

■ ثالثاً – المجال الزمني:

سوف يتم إنجاز هذا البحث في المدة الزمنية التالية: من تاريخ (2019/10/23) إلى تاريخ (2019/01/31).

■ رابعاً – المجال الموضوعي:

اقتصر المجال الموضوعي في هذا البحث على تناول قياس جودة الخدمة في الجامعة الافتراضية السورية باستخدام مقياس SERVQUAL.

□ محددات البحث :

- هي أنه يأخذ بعين الاعتبار فقط منظور الطلاب باعتبارهم العملاء الرئيسيين للخدمة التعليمية العليا.
- قد تأخذ البحوث المستقبلية في الاعتبار وجهات نظر أصحاب المصلحة الآخرين من التعليم العالي وإجراء اختبار نموذجي يضم أعضاء هيئة التدريس على وجه الخصوص بهدف زيادة تأكيد صحة النموذج.
- لا يمكن تعميم النتائج على بلدان أخرى بسبب اختلاف الخلفية الثقافية للطلاب بين المجتمعات والتي هي متنوعة جداً.
- المدة الممنوحة لإنجاز البحث محددة بثلاثة أشهر .

○ الدراسات السابقة:

• أولاً- الدراسات العربية:

دراسة (الغلي، 2018) بعنوان "مدى إدراك طلبة جامعة العلوم والتكنولوجيا اليمنية لمستوى جودة الخدمات الجامعية طبقاً لمقياس جودة الخدمة SERVQUAL"¹

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى إدراك طلبة جامعة العلوم والتكنولوجيا اليمنية لجودة الخدمات التي تقدمها وذلك استناداً إلى نظرية الفجوة باستخدام نموذج القياس SERVQUAL. حيث تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة في جمع البيانات من مجتمع الدراسة، وهذه الاستبانة تكونت من جزأين أحدهما يقيس مستوى إدراك الطلبة لجودة الخدمات المقدمة من الجامعة، والآخر يقيس مستوى أهمية تلك الخدمات من وجهة نظر الطلبة، وقد تم توزيع الاستبيان بطريقة العينة الطبقية العشوائية، كما تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي للإجابة عن أسئلة الدراسة. وخلصت الدراسة إلى أن مستوى الجودة الكلية للخدمات المقدمة من قبل جامعة العلوم والتكنولوجيا من وجهة نظر طلاب الجامعة ضعيف ولا يرقى إلى مستوى توقعاتهم؛ مما يشير إلى ضعف مستوى جودة الخدمات المساندة للعملية التعليمية المقدمة للطلبة مقارنة مع توقعاتهم. كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين إدراكات الطلبة وتوقعاتهم لمستوى جودة الخدمات المقدمة في جامعة العلوم والتكنولوجيا، وتسير هذه الفروق لصالح جانب الاهتمام (توقعات الطلاب)، وإن أكبر فجوة كانت في بعد (الاعتمادية)، ثم (التعاطف)، ثم (سرعة الاستجابة)، ثم (الأمان) وأخيراً (الملموسية)، حيث كان هناك إدراك ملاحظ لهذا البعد، وإن كان بدرجة أداء متوسطة.

دراسة (العوضي، 2018) بعنوان "قياس جودة الخدمات التي تقدمها الجامعات الفلسطينية في ضوء المتغيرات العالمية المعاصرة (جامعة القدس المفتوحة نموذجاً)"²

هدفت الدراسة إلى قياس واقع جودة الخدمات التي تقدمها الجامعات الفلسطينية في ضوء المتغيرات العالمية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة، جامعة القدس المفتوحة نموذجاً للدراسة الميدانية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (348) طالباً وطالبة في فروع جامعة القدس المفتوحة

¹ الغلي، رياض يحيى. (2018) "مدى إدراك طلبة جامعة العلوم والتكنولوجيا اليمنية لمستوى جودة الخدمات الجامعية طبقاً لمقياس جودة الخدمة" SERVQUAL. المجلة العربية للإدارة، مج 38 ، ع 3 ، أيلول 2018.

² العوضي، رأفت محمد سعيد. (2018) "قياس جودة الخدمات التي تقدمها الجامعات الفلسطينية في ضوء المتغيرات العالمية المعاصرة (جامعة القدس المفتوحة نموذجاً)". مجلة كلية فلسطين التقنية للأبحاث والدراسات، ع5، ص625-650، 26 حزيران 2018.

بمحافظة غزة (الشمال، غزة، الوسطى، خان يونس، رفح)، واستخدمت الدراسة مقياس الخدمات المعروف باسم SERVQUAL.

وقد كشفت النتائج أن الدرجة الكلية لمتوسطات جودة الخدمات المقدمة في جامعة القدس المفتوحة في ضوء المتغيرات المعاصرة كما يراها الطلبة (3.60)، بوزن نسبي (72.16%) بدرجة كبيرة. وجاءت نتائج مجالات المقياس مرتبة تنازلياً: مجال التعاطف الاجتماعي بوزن نسبي (75.68%) بدرجة متوسطة، ومجال الاستجابة بوزن نسبي (75.0%) بدرجة كبيرة، ومجال الاعتمادية بوزن نسبي (73.84%) بدرجة كبيرة، ومجال الجوانب المادية الملموسة بنسبة مئوية (68.44%) بدرجة كبيرة، وفي المرتبة الأخيرة مجال السلامة والأمان بوزن نسبي (68.08%) بدرجة كبيرة.

وأظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة لدرجة جودة الخدمات المقدمة في جامعة القدس المفتوحة تعزى لمتغيرات (الجنس، المستوى الجامعي، فرع الجامعة). وأوصت الدراسة بأهمية توافر خدمات تعليمية مطابقة للمعايير والمتطلبات المعاصرة، وتلك التي تحددها احتياجات الطالب وإعادة النظر فيها من أجل تجويد مستوى الخدمات المقدمة للطلبة في مجالات الدراسة الحالية وعناصرها.

دراسة (حسنين والشربيني، 2017) بعنوان "استراتيجية مقترحة لتطوير الخدمات التعليمية المقدمة

لطلاب الدراسات العليا بجامعة الملك خالد وفقاً لمقياس SERVQUAL وفي ضوء رؤية آفاق" ³

هدفت الدراسة إلى محاولة رصد واقع الخدمات التعليمية المقدمة لطلاب الدراسات العليا بجامعة الملك خالد وفقاً لمقياس SERVQUAL وفي ضوء رؤية وآفاق، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وطورت مقياس SERVQUAL لاستخدامه لجمع البيانات المطلوبة، ومن ثم طرحه على أفراد عينة الدراسة البالغ عددهم (314) طالب وطالبة من طلاب الدراسات العليا بجامعة الملك خالد منهم (100) ذكور و(214) إناث، وأسفرت النتائج عن تدني جودة الخدمات التعليمية المقدمة لطلاب الدراسات العليا بجامعة الملك خالد من وجهة نظرهم والتي يعبر عنها المتوسط العام للاستبانة وهو (106.82) درجة من (185) درجة، كما أوضحت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى جودة الخدمة المقدمة ومستوى جودة الخدمة المتوقعة لصالح الخدمة المتوقعة، وفي ضوء النتائج تم وضع استراتيجية مقترحة لتطوير جودة الخدمات التعليمية المقدمة لطلاب الدراسات العليا بجامعة الملك خالد.

³ حسنين، منى محمود عبد المولى. والشربيني، غادة حمزة محمد. (2018) "استراتيجية مقترحة لتطوير الخدمات التعليمية المقدمة لطلاب الدراسات العليا بجامعة الملك خالد وفقاً لمقياس SERVQUAL وفي ضوء رؤية آفاق". المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد 6، ع 10، تشرين الأول 2017.

دراسة (صلاح الدين والبرطمانى، 2017) بعنوان " جودة الخدمات الجامعية في مركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس (دراسة تطبيقية باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات)" ⁴

هدف البحث إلى إيجاد آليات مقترحة لتحقيق جودة الخدمات الجامعية بمركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات (SERVQUAL). وقد استخدمت الباحثتان المنهج الوصفي، مضافاً إليه تطبيق مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة، وقد اعتمد البحث على مقياس SERVQUAL حيث ترجمته الباحثتان وأعادتا صياغة بعض عباراته بما يتسق ومجتمع الدراسة، المتمثلة في عينة عشوائية بلغ عددها (101) من الأكاديميين بجامعة السلطان قابوس والموظفين بالمركز والمتدربين فيه.

وقد توصل البحث إلى عدد من النتائج المتعلقة بمستوى جودة الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس باستخدام مقياس SERVQUAL من بينها:

أن مستوى جودة الخدمات المقدمة فعلياً والخدمات المتوقعة من المركز ذات مستوى عال، مع عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للمتغيرات الديموغرافية: النوع، والوظيفة، والعمر في جميع أبعاد جودة خدمات المركز. وأفضى البحث في خاتمته إلى آليات مقترحة لتحقيق جودة الخدمات الجامعية بمركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس باستخدام مقياس SERVQUAL.

دراسة (المخلافى، 2017) بعنوان "قياس الجودة المدركة والجودة المتوقعة في جامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز باستخدام SERVQUAL SCALE"⁵

استهدف هذا البحث قياس الجودة المدركة والجودة المتوقعة في جامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز، وذلك باستخدام مقياس الفجوة SERVQUAL لتشخيص مستوى جودة الخدمة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والطلاب، الذين تم استطلاع آرائهم من خلال استبانة تكونت من (29) فقرة عبرت عن الأبعاد الخمسة لمقياس الفجوة وهي: الملموسية والاعتمادية، والاستجابة والأمان، والتعاطف، وبلغ عدد المستجيبين (300) مفردة.

⁴ صلاح الدين، نسرین صالح. والبرطمانى، مريم سعيد. (2017) "جودة الخدمات الجامعية في مركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس (دراسة تطبيقية باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات)". مجلة الدراسات التربوية والنفسية، المجلد 12، ع1، ص16-39، كانون الثاني 2018.

⁵ المخلافى، عبد الواسع عبدالغني. (2018) " قياس الجودة المدركة والجودة المتوقعة في جامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز باستخدام "SERVQUAL SCALE"دراسة تطبيقية، القاهرة، ص343-370، 31 حزيران 2016.

ولتحقيق أهداف البحث تم استخدام المنهج الوصفي، وبالاستفادة من الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية في تحليل بيانات الدراسة الميدانية، فقد تم التوصل إلى عدد من النتائج، أهمها :

- وجود تباين في مستويات فجوة جودة الخدمات المدركة والمتوقعة على مستوى كل بعد من أبعاد المقياس، حيث بلغت الفجوة لبعد الملموسية (0.826) ولبعد الاعتمادية (0.699) بينما بلغت لبعد الاستجابة (0.724) ولبعد الأمان (0.588) وفي بعد التعاطف (0.835)، وقد بلغ متوسط الفجوة بين الجودة المدركة والمتوقعة على مستوى الأبعاد الخمسة (0.7344).

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أبعاد الجودة المدركة تبعاً للأبعاد الخمسة للجودة، وكذلك بين جميع أبعاد متوسطات الجودة المدركة، وكذلك على مستوى الدرجة الكلية تعزى لمتغير الصفة (طالب - عضو هيئة تدريس) لصالح الطلاب.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين جميع أبعاد متوسطات الجودة المتوقعة وكذلك الدرجة الكلية تعزى لمتغير الصفة (طالب - عضو هيئة تدريس) أو لمتغير التخصص (إنساني- هندسي - طبي).

دراسة (الصالحى وجاب الله، 2016) بعنوان "قياس جودة الخدمات التعليمية بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة مصراتة من وجهة نظر الطلبة" ⁶

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمة التعليمية المقدمة بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية في مصراتة، من وجهة نظر طلبة الأقسام العلمية التالية (الاقتصاد، المحاسبة، إدارة الأعمال، التمويل والاستثمار، التجارة الدولية، الإدارة العامة، العلوم السياسية، التسويق) واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استعراض الأدبيات النظرية والدراسات السابقة حول موضوع الدراسة، تبعاً لذلك تم اختيار عينة طبقية عشوائية بلغ حجمها (345) مفردة، وقد صممت استبانة تحوي خمسة أبعاد (الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، الملموسية) من أجل التعرف على جوانب القصور والقوة في جودة الخدمات التعليمية المقدمة. وقد تم استخدام عدة أساليب إحصائية لاختبار فرضيات الدراسة، حيث استخدم اختبار الإشارة اللامعلمي (Sign Test)، لعينة واحدة، كما تم استخدام اختبار Wilcoxo لاختبار عينتين، واستخدم اختبار Kruskal لاختبار أكثر من عينتين.

وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى جودة الخدمات التعليمية تبعاً لأبعاد (الاعتمادية، الأمان، التعاطف، الملموسية) كان محدوداً وبدرجة متوسطة، أما بالنسبة لبعد (الاستجابة) فقد كان مستوى الجودة ضعيفاً. كما بينت الدراسة وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (5%) لمستوى جودة الخدمات التعليمية المقدمة لمتغير الجنس.

⁶ الصالحى، أبو بكر سليمان. وجاب الله، جمال علي. (2016) " قياس جودة الخدمات التعليمية بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة مصراتة من وجهة نظر الطلبة". مجلة دراسات الاقتصاد والأعمال، المجلد 5، ع2، كانون الأول 2016.

كذلك لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (5%) لمستوى جودة الخدمات التعليمية المقدمة لمتغيري القسم العلمي وصفة القيد.

• ثانياً – الدراسات الأجنبية:

دراسة (Lamyai&Wongleedee,2019) بعنوان “PERCEPTIONS OF STUDENTS ON ONE STOP SERVICES”⁷

كانت أهداف هذه الدراسة البحثية هي مسح مستوى الإدراك لدى الطلاب الذين يستخدمون خدمة الشباك الواحد في جامعة سوان سوناندها رجبها في تايلاند في خمسة أبعاد مهمة، وكذلك تقديم بعض الاقتراحات لتحسين إدراك جودة الخدمة القياسية لخدمة الشباك الواحد في الحرم الجامعي. استخدم هذا البحث طريقة بحث مختلطة لكل من البحث الكمي والنوعي. تمت مقابلة ما مجموعه (100) طالب و(100) من غير الطلاب الذين حضروا للحصول على الخدمات في خدمة الشباك الواحد في الربع الثاني من عام 2018 مع استبيان وأجريت عملية جمع البيانات. تم اختيار حوالي خمسة طلاب وخمسة من غير الطلاب الذين حضروا للخدمة في خدمة الشباك الواحد للمشاركة في مقابلة متعمقة لتقديم معلومات أكثر تفصيلاً. تم إجراء التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS وExcel، تم استخدام النسبة المئوية، الوسط الحسابي، والانحراف المعياري لتحليل البيانات الإحصائية والنتائج. كشفت نتائج هذه الدراسة أن غالبية الطلاب وغير الطلاب أفادوا بأن لديهم تصوراً جيداً بشأن بعدين وهما الاستجابة والموثوقية، في حين أن العديد من الطلاب وغير الطلاب لديهم أفضل تصور حول الجوانب الملموسة والتعاطف والتأكيد. علاوة على ذلك، يحدث الإدراك للخدمة في خمس مراحل: التحفيز والتنظيم وتقييم التفسير والذاكرة والتذكر. وقد وجد أن كل من الطلاب وغير الطلاب يعتقدون أن مرحلة تقييم التفسير هي المرحلة الأكثر أهمية.

دراسة (Lodesso, et..al, 2018) بعنوان “Student Satisfaction Regarding Service Quality at Ethiopian Public Higher Education Institutions: A Case Study”⁸

هدفت الدراسة إلى تقييم مدى جودة الخدمة من وجهة نظر الطلاب من خلال تقييم مدى رضاهم عن الخدمات التي يتلقونها في مؤسسات التعليم العالي الإثيوبية. تحقيقاً لهذه الغاية، تم جمع البيانات من السنة النهائية لطلاب المرحلة الجامعية الأولى في مؤسسات التعليم العالي الحكومية الإثيوبية وتقديم

⁷ Lamyai, S. and Wongleedee, K. (2019) “PERCEPTIONS OF STUDENTS ON ONE STOP SERVICES”. International Academic Research Conference in London, 2019

⁸ Lodesso, S. L., Niekerk, E.J.V., Jansen, C. A. and Müller, H. (2018) “Student Satisfaction Regarding Service Quality at Ethiopian Public Higher Education Institutions: A Case Study”. Journal of Student Affairs in Africa, Volume 6(2) 2018, 51–64

استبيان جودة الخدمة SERVQUAL وقد تم تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام منهجية نموذج تحليل الأهمية.

أشارت النتائج إلى أن غالبية العناصر التي تشكل سمات جودة الخدمة كان ينظر إليها الطلاب على أنها فقيرة جداً. وينعكس هذا في انخفاض درجات الرضا. أوصت الدراسة بأن تحدد مؤسسات التعليم العالي المناطق التي لديها درجات عالية من التصورات والتوقعات بخصوص الخدمة، من أجل إعادة نشر بعض الموارد وتنفيذ تدابير لتحسين جودة الخدمة.

دراسة (Ung & Norng, 2017) بعنوان "Gearing Service Quality into High Educational Institutes in Cambodia"⁹

الهدف الرئيسي من البحث هو تقييم رضا الطلاب عن الخدمات المقدمة من قبل الجامعات في كمبوديا. على وجه التحديد، وجدت الدراسة أهمية دراسة العلاقة بين الأبعاد الخمسة لـ SERVQUAL (الملموسية، الموثوقية، الضمان، والتعاطف، والاستجابة) ورضا الطلاب. تم جمع البيانات من (1368) طالباً من كل من قطاع التعليم العام والخاص.

توصلت الدراسة إلى أن الأبعاد الخمسة (الملموسية، الموثوقية، الضمان، والتعاطف، والاستجابة) لها تأثير إيجابي كبير على رضا الطالب بشكل عام، مع كون التعاطف هو أهم مؤشر لقياس رضا الطلاب.

دراسة (Afridi, et.al, 2016) بعنوان "MEASUREMENT OF SERVICE QUALITY GAP IN THE SELECTED PRIVATE UNIVERSITIES / INSTITUTES OF PESHAWAR USING SERVQUAL MODEL"¹⁰

هدفت الدراسة إلى قياس جودة خدمة قطاع التعليم العالي الخاص في بيشاور في الباكستان باستخدام نموذج SERVQUAL الشهير. تم اعتماد النهج الكمي لقياس جودة الخدمة.

تكونت عينة الدراسة من (205) مستجيب من طلاب ثلاث جامعات ومؤسسات خاصة في بيشاور. تم جمع البيانات وتحليلها من خلال البرنامج الإحصائي SPSS .

وقد توصلت الدراسة أن توقعات الطلاب أعلى من الخدمة المقدمة لهم في قطاع التعليم، حيث تم الحصول على علامات سلبية لجميع أبعاد SERVQUAL .

وقد كان الفرق بين المتوسط المتوقع والمدرّك (-0.97)، أعلى فرق كان لبعد "الاستجابة" والذي بلغ (-1.1) وأقل فرق كان لبعد "التوكيد" والذي بلغ (-0.748).

⁹ Ung, V. and Norng, T. (2017) "Gearing Service Quality into High Educational Institutes in Cambodia" Archives of Business Research, Vol.5, No.9-P 5-30, Sep. 25, 2017.

¹⁰ Afridi, S. A., Khattak, A. and Khan, A. (2016) "MEASUREMENT OF SERVICE QUALITY GAP IN THE SELECTED PRIVATE UNIVERSITIES/INSTITUTES OF PESHAWAR USING SERVQUAL MODEL". City University Research Journal, Volume 06 Number 01 January 2016 PP 61-69.

دراسة (Abu Saleh, et.al, 2016) بعنوان “Service Quality Gap Analysis: Measuring Students’ satisfaction in the tertiary education sector of Bangladesh”¹¹

هدف البحث إلى اكتساب نظرة ثاقبة حول توقعات وتصورات طلاب الجامعة البنجلاديشية الخاصة. استخدمت الدراسة نموذج جودة الخدمة SERVQUAL للتحقيق في المرحلة الجامعية ومعرفة توقعات طلاب الدراسات العليا لجودة الخدمة في قطاع التعليم العالي، تكونت عينة الدراسة من (224) طالب جامعي خاص.

أظهرت النتائج أن خدمات الاستجابة والمعرفة والعناية هي الأبعاد الأكثر أهمية فيما يتعلق بتوقعات الطالب (العميل). وكان بعد الجوانب الملموسة أقل أهمية في تقييم الطلاب لجودة الخدمة. وجدت الدراسة أيضاً أن الجامعات الخاصة في بنغلاديش لم تحقق نتائج جيدة في أداء الخدمة الموعودة بشكل موثوق ودقيق.

من الدراسات السابقة نلاحظ تباين في تأثير الأبعاد الخمسة (الملموسة، الموثوقية، الضمان، والتعاطف، والاستجابة) على رضا الطالب ففي بعض الدراسات كان لها تأثير إيجابي كبير بشكل عام ، وفي دراسات أخرى لم تحقق نتائج جيدة في أداء الخدمة الموعودة بشكل موثوق ودقيق، وفي بعض الدراسات كان لبعض الأبعاد تأثير إيجابي والبعض الآخر تأثير سلبي وبنسب متفاوتة، وما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة أنها من أوائل الدراسات في سورية التي تتناول جودة الخدمة في الجامعة الافتراضية السورية.

¹¹ Abu Saleh, M., Khan, M, I. and Rahman, Z. (2016) “Service Quality Gap Analysis: Measuring Students’ satisfaction in the tertiary education sector of Bangladesh”. Organizational Studies and Innovation Review, Vol. 2, no.4, 2016.

الفصل الثاني: الدراسة النظرية

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للجودة في الخدمات التعليمية

المطلب /1/: مفهوم الجودة ومراحل تطورها وأهميتها

المطلب /2/: جودة الخدمة ومقاييسها

المطلب /3/: جودة الخدمة في التعليم العالي

المبحث الثاني: مفهوم الرضا والتعليم في الجامعة الافتراضية السورية

المطلب /1/: مفهوم الرضا لدى العميل وأهميته ومحدداته

المطلب /2/: التعليم في الجامعة الافتراضية السورية

الفصل الثاني: الدراسة النظرية

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للجودة في الخدمات التعليمية

❖ المطلب /1/: مفهوم الجودة ومراحل تطورها وأهميتها:

يحظى موضوع الجودة الآن باهتمام متزايد في كل المؤسسات، وفي كافة أنحاء العالم النامي والمتقدم على حد سواء، بعد أن انتبعت هذه المؤسسات إلى أهمية تطوير وتحسين الجودة كمدخل أساسي لمواجهة التحديات الداخلية والخارجية، التي بدأت في مواجهتها خاصة بعد ظهور التكتلات الاقتصادية فضلاً عن التطورات التكنولوجية المتلاحقة، والاتجاه نحو العولمة والاهتمام بالقضايا البيئية والتغير الحاصل في سلوك الزبون، والذي بدأ ينظر إلى الجودة كمعيار أساسي لتقييم واختبار ما يشبع حاجاته ورغباته¹².

وبالرغم من استخدام مختلف شرائح المجتمع لكلمة جودة في الحياة اليومية إلا أنها تعتبر كمفهوم في غاية الصعوبة، وهي مغلفة بالكثير من الخلط والمغالطات.

1-1 - مفهوم الجودة:

يرجع مفهوم الجودة إلى الكلمة اللاتينية Qualita والتي تعني طبيعة الشيء ودرجة الصلابة¹³، وهي مجموعة من الصفات والخصائص التي تؤدي إلى تحقيق رغبات معلنه أو ضمنية¹⁴.

وقد تم تعريف الجودة من قبل عدد من الباحثين، وقد تطور هذا التعريف مع مرور الزمن نتيجة لتطور المفهوم، حيث عرف (المحياوي، 2006) الجودة بأنها "مدى قدرة المنظمة على إجراء التغيير في خدماتها أو إنتاجها بما يتناسب مع حالة العرض والطلب في السوق"¹⁵.

كما عرّفها الجمعية الأمريكية لضبط الجودة بأنها "مجموعة خصائص ومزايا المنتج أو الخدمة القادرة على تلبية حاجات العملاء".

¹² طمل، إبراهيم. (2013) "تأثير محددات جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون: دراسة حالة موبيليس -وكالة ورقلة". رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ص17

¹³ الداركة، مأمون. والشلي، طارق. (2002) "الجودة في المنظمات الحديثة"، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص15.

¹⁴ السلمي، علي. (2005) "إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الأيزو 9000"، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ص18

¹⁵ المحياوي، قاسم نايف علوان. (2006) "إدارة الجودة في الخدمات"، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ص24

أما (Nelson, Charles, 2006) فيُعرّفها بأنها "درجة تطابق مواصفات المنتج أو الخدمة مع متطلبات العميل"¹⁶.

بينما عرفها (الطائي والعبادي، 2009) بأنها "مجموعة من المواصفات والخصائص لمنتج أو خدمة، والتي تولد القدرة على إشباع الحاجات المعلنة أو الضمنية"¹⁷.

وعرفتھا (بلحسن سميحة، 2012) بأنها "القدرة على تحقيق رغبات الزبون بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته ويحقق رضاه التام عن السلعة أو الخدمة التي تقدم له، أي أن تكون مطابقة لمواصفات ومتطلبات الزبون"¹⁸.

أما المواصفة الدولية ISO 9000:2000 فقد عرفت الجودة بأنها درجة تلبية مجموعة الخصائص الموروثة في المنتج لمتطلبات العميل¹⁹.

2-1 - مراحل تطور الجودة:

تطور مفهوم الجودة عبر الزمن وخضع لسلسلة من التحسين المستمر، ويمكن استعراض ذلك من خلال المراحل التالية²⁰:

المرحلة الأولى: امتدت هذه المرحلة من القرن التاسع عشر حتى أوائل القرن العشرين، وفي هذه المرحلة كان التركيز على تحديد مواصفات المنتج أو الخدمة، بالإضافة إلى تحديد الخطوات اللازمة لصنع المنتج، وكانت أدوات القياس هي المفتشين للتمييز بين المنتجات الجيدة والمنتجات الرديئة.

المرحلة الثانية: وتسمى مرحلة "ضبط الجودة"، وامتدت منذ بداية القرن العشرين حتى الخمسينيات منه، وقد تم التركيز في هذه المرحلة على حاجات الزبون وتحديدّها من خلال الأبعاد المتمثلة في جودة التصميم وجودة المطابقة بين ما تم تصميمه وما يرغب به الزبون.

المرحلة الثالثة: وتسمى هذه المرحلة "توكيد الجودة"، وامتدت من الخمسينيات حتى الستينيات، مع استمرار النظرة للجودة على أنّها مشكلة تتطلب حلاً، ولم تقتصر المسؤولية في هذه المرحلة على إدارة

¹⁶ المحياوي، قاسم نايف علوان. (2006) "إدارة الجودة في الخدمات"، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ص24

¹⁷ الطائي، يوسف. والعبادي، هاشم. (2009) "إدارة علاقات الزبون"، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ص110

¹⁸ بلحسن سميحة. (2012) "تأثير جود الخدمات على تحقيق رضا الزبون: دراسة حالة مؤسسة موبيليس -وكالة ورقلة"، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ص16

¹⁹ ISO 9000, Quality Management System, Fundamentals and Vocabulary, 2000.

²⁰ طمل، إبراهيم. (2013)، مرجع سبق ذكره، ص18-19

واحدة تتحكم بالجودة، حيث أدركت المنظمات أنَّ الجودة ينبغي أن تكون مسؤولية المنظمة ككل، وفي هذه المرحلة أصبحت الجودة جزءاً لا يتجزأ من خطط المنظمة.

المرحلة الرابعة: وهي ملاءمة المنتج (الخدمة) للمتطلبات الكامنة، وتسمى بالإدارة الاستراتيجية للجودة، وتمتد حتى وقتنا الحاضر، وفيها تم التركيز على حاجات ورغبات الزبون التي لم يدركها بعد، وهي الصفات التي في حال غيابها لا يتحقق رضا الزبون، وفي حال وجودها يزيد مستوى الرضا لديه، ويدعو هذا التوجه إلى النظر للجودة من منظور الزبون المتلقي للخدمة، وليس من منظور المؤسسة فقط.

3-1 - أهمية الجودة :

لاشك أن تحقيق الجودة هو حلم يراود جميع المنظمات، لأن الجودة أصبحت استراتيجية تنافسية وأساساً لفلسفة إدارية شاملة، ولها أهمية كبيرة سواء على مستوى الزبائن أو المنظمات على اختلاف أنشطتها ويمكن تناول هذه الأهمية كما يلي²¹:

- **سمعة المنظمة:** تستمد المنظمة شهرتها من مستوى جودة منتجاتها ويتضح ذلك من خلال العلاقات التي تربط المنظمة مع عملائها ومحاولة تقديم منتجات وخدمات تلبي رغباتهم وحاجاتهم.

- **المسؤولية القانونية للجودة:** تزداد باستمرار عدد المحاكم التي تتولى النظر والحكم في قضايا منظمات تقوم بتصميم منتجات أو تقديم خدمات غير جيدة في إنتاجها أو توزيعها، لذا فإن كل منظمة صناعية أو خدمية تكون مسؤولة قانونياً عن كل ضرر يصيب الزبون من جراء استخدامه لهذه المنتجات.

- **المنافسة العالمية:** إن التغيرات السياسية والاقتصادية ستؤثر بدرجة كبيرة في كيفية وتوقيت تبادل المنتجات في سوق دولي تنافسي في عصر المعلومات والعولمة، وتكتسب الجودة أهمية متميزة إذ تسعى كل من المنظمة والمجتمع إلى تحقيقها بهدف التمكن من تحقيق المنافسة العالمية وتحسين الاقتصاد بشكل عام والحصول على موطئ قدم في السوق العالمية.

- **حماية الزبون:** إن تطبيق الجودة في أنشطة المنظمة ووضع مواصفات قياسية لحماية الزبون من الغش التجاري يعزز الثقة بمنتجات المنظمة، فعندما يكون مستوى الجودة منخفضاً يؤدي إلى إحجام الزبون عن طلب منتجات المنظمة، وإن انخفاض الجودة أو عدم جودة المواصفات أدى إلى ظهور جماعات حماية الزبون التي تقوم بإرشاده إلى المنتجات الأكثر جودة وأماناً²².

²¹ الميحاوي، قاسم نايف علوان. (2006) مرجع سبق ذكره، ص 127

²² عمر، محمد اسماعيل. (بدون سنة النشر) " أساسيات الجودة في الإنتاج"، دار الكتب العربية للنشر، القاهرة، ص30

- **التكاليف وحصة السوق:** إن تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل الإنتاج من شأنه أن يتيح الفرص لاكتشاف الأخطاء وتلافيها لتجنب التكاليف الإضافية وتقليل الزمن العاطل عن الإنتاج وبالتالي تخفيض الكلفة وزيادة ربح المنظمة²³.

❖ **المطلب 2/: جودة الخدمة ومقاييسها:**

2-1- مفهوم الخدمة:

يمكن تحقيق المكاسب المادية للمجتمع من خلال القيمة المضافة للموارد الطبيعية. ففي المجتمعات المتقدمة يوجد العديد من المنظمات التي تستخرج المواد الخام، وتضيف قيمة إليها من خلال معالجتها وتحويل المواد والمكونات الوسيطة إلى منتجات تامة الصنع. ومع ذلك، فإن هناك أنواعاً أخرى من المنظمات التي تُسهّل إنتاج السلع وتوزيعها، ومنظمات أخرى تضيف قيمة من أجل زيادة رفاهية المجتمع وجودة الحياة فيه من خلال مجموعة متنوعة من الأصول غير الملموسة وتسمى نواتج هذه المجموعة الأخيرة بالخدمات.

وقد اختلفت وجهات نظر الباحثين في تحديد مفهوم الخدمة بسبب وجود خدمات ترتبط بشكل جزئي أو بشكل كامل مع السلع المادية²⁴، حيث عرّف (Kotler & Armstrong, 2011) الخدمة بأنها عمل أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر، وترتبط عملياتها بمنتجات مادية ملموسة أو غير ملموسة، ولا ينتج عن عملياتها انتقال ملكية الوسائل المادية المستخدمة في إنتاجها²⁵.

وتُعرّف بأنها منتج غير ملموس يُقدم فوائد ومنافع مباشرة للعميل كنتيجة لتطبيق أو استخدام جهد أو طاقة بشرية أو آلية فيه على أشخاص أو أشياء معينة ومحددة، والخدمة لا يمكن حيازتها أو استهلاكها مادياً²⁶.

بينما يرى أبو النصر بأن الخدمة هي "المنافع غير الملموسة التي تقدمها المنظمة لعملائها سواء بمقابل أو من غير مقابل أو نظير رسوم رمزية". أو "هي سلوكيات إيجابية وإجراءات عديدة لتحقيق منفعة أو عدة منافع من خلال متطلبات سكان المجتمع"²⁷.

²³ مصطفى، أحمد سيد . (1999) ، "إدارة العمليات في الصناعة والخدمات"، القاهرة، ص19

²⁴ عبود، نجم. (2010) "إدارة الجودة الشاملة في عصر الإنترنت"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص229

²⁵ Kotler, P. and Armstrong, G.(2011)."Principle of Marketing".14th Edn., Prentice-Hall, New York, pp: 240-253.

²⁶ أورمان، سعد حامد .و. الديوه جي، أبي سعد.(2001) "التسويق السياحي والفندقي"، دار حامد للنشر، عمان ، ص2

²⁷أبو النصر، مدحت محمد.(2008) "إدارة الجودة الشاملة في مجال الخدمات"، القاهرة ، مجموعة النيل العربي.

ومن التعاريف السابقة نستخلص أن الخدمة هي مجموعة من المنافع ذات طبيعة غير ملموسة قد ترتبط بمنتج ملموس أو لا ترتبط به، تستهلك عند وقت إنتاجها وتهدف أساساً إلى إشباع حاجات ورغبات الزبائن.

2-2- خصائص الخدمة وسماتها:

- عدم الملموسية:

تتمتع الكثير من الخدمات بخاصية عدم الملموسية. أي أن الزبون لا يمكنه الحصول على عينة منها أو رؤيتها أو حتى الشعور بها ما لم يقيم بشرائها. وتقود هذه الخاصية الزبائن إلى مواجهة الصعوبة في تقويم الخدمات المتنافسة، وملاحظة المستوى العالي من المخاطر. إلى جانب التركيز الكبير على المصادر الشخصية للمعلومات²⁸.

- التلازم:

أي درجة الترابط بين الخدمة ذاتها، وبين الفرد الذي يتولى تقديمها²⁹. حيث يتم استهلاك الخدمة وقت تقديمها للزبون. ويرتبط هذا البند بتسويق الخدمة، حيث يقود إدارة المنظمة إلى محاولة الفصل بين إنتاج الخدمة واستهلاكها، وإدارة التفاعل بين المنظمة والزبون، وتحسين نظم تقديم الخدمة.

ويترتب على ذلك في كثير من الخدمات ضرورة حضور طالب الخدمة إلى أماكن تقديمها، كما هو الحال في الاتصال العالي حيث تكون الخدمة موجهة إلى جسم المستفيد من الخدمة مثل الخدمات الطبية، أو خدمات الحلاقة والتجميل وغيرها.

- الفناء السريع (الهلاك):

بما أن الخدمات لا يمكن تخزينها. لذلك فإن الفناء السريع لها لا يعد مشكلة طالما أن الطلب عليها مستقر، ولكن المشكلة تظهر عندما يتقلب هذا الطلب. ويكون العامل المؤثر والأكثر أهمية في هذا البعد هو تغير كثافة الطلب على الخدمة على مدار ساعات وأيام العمل في المنظمة. فإذا كان الطلب على

²⁷ Palmer, A. (2011). "Principles of Service Marketing". Hill –Mc G raw.(6th ed) , Mc G raw–Hill Companies, Inc., New York, P.8

²⁹ الطائي، حميد، بشير العلاق (2009) " تسويق الخدمات"، دار اليازوري، عمان، ص41

الخدمة منتظماً طوال اليوم، فإن المنظمات لا تواجه أية مشكلة، لأنها تستطيع تقدير حجم الطلب على الخدمات التي تقدمها، ومن الممكن تحديد عدد الموظفين المطلوب لأداء هذه الخدمات.

أما في حالة زيادة أو انخفاض الطلب، فمن واجب المنظمات في هذه الحالة اختيار الاستراتيجية الملائمة لمقابلة ذلك، كما في تشغيل موظفين لفترة زمنية معينة، أو تشجيع الزبائن على شراء الخدمات في فترات انخفاض الطلب عليها، أو تصميم خدمات بديلة أو مكملية لبعضها لبعض، أو إشراك الزبائن في تأدية الخدمة المرغوبة وغير ذلك³⁰.

- قابلية التغيير (عدم التماثل أو التجانس):

يمكن أن تتخذ المنظمات ثلاث خطوات لرقابة خدماتها هي:

- استقطاب العدد الكافي من الموظفين وتدريبهم بشكل جيد على طرائق أداء الخدمة.

- تنميط عملية أداء الخدمة في كل أنحاء المنظمة السياحية.

- متابعة رضا الزبون عن طريق نظم الاقتراحات والشكاوى وبحوث الزبائن وغير ذلك.

وتظهر قابلية التغيير في جودة الخدمات بتأثير مجموعة من العوامل أهمها:

■ المهارات والقدرات التي يتمتع بها موظفو المنظمة.

■ المكان والزمان الذي تؤدي فيه الخدمة.

وبما أن الخدمات تنتج وتستهلك في الوقت نفسه، فإن جودتها تتنوع أكثر من السلع، لذا تضع معظم المنظمات السياحية إجراءات لتقديم الخدمات فيها بهدف منع الأخطاء وتحديثها وتصحيحها. وهذه الإجراءات تعمل بشكل متكامل بعضها مع بعض³¹.

- الملكية:

إن قيام المنظمات بتقديم خدمة ما من خدماتها لا يتم فيها نقل الملكية من المنظمة الخدمية إلى الزبون المتلقي للخدمة. لأن هذا الزبون يشتري فقط حقه في العملية الخدمية. وهنا لا بد من التمييز بين عدم القدرة على امتلاك الخدمة، والحقوق التي قد يحصل عليها الزبون من جراء أداء خدمة ما له في

³⁰ خير الدين، عمرو حسن (2003) "التسويق المفاهيم والاستراتيجيات"، مكتبة عين شمس، القاهرة، ص 316

³¹ Churchill, Gilbert A.JR. & Paul Peter, J. (1995). " Marketing: Creating Value for Customers", Richard D. Irwin, Inc., P.388

المستقبل. ويتعلق بهذا البعد التصميم المستخدم لقنوات التوزيع التي تجعل الزبائن المتنوعين يشاركون في إنتاج الخدمة³².

- صعوبة التنميط:

إن عملية تنميط الخدمة شبه مستحيلة. ومن العوامل التي تؤثر في ذلك ظروف العمل المادية والاجتماعية المحيطة بالخدمة. وفي هذه الحالة، لضمان جودة خدمة جيدة، لا بد من اتخاذ مجموعة من التدابير والإجراءات أهمها³³:

أ - اختيار أفضل الموارد البشرية العاملة في المنظمات وتدريبها بشكل جيد على خدمة الزبون.

ب - تحديد أنماط ومعايير معينة للأداء.

ت - وضع إجراءات مناسبة للرقابة على تنفيذها، والتزامها.

ث - دراسة ومتابعة مستوى الرضا لدى الزبائن من خلال دراسة اقتراحاتهم وشكاواهم.

ج - تحليل أداء المنافسين ومعرفة رأي الزبائن في هذا الاتجاه.

ح - استخدام التجهيزات لتنميط جودة الخدمة.

- تذبذب الطلب:

يتميز الطلب على بعض الخدمات بالتذبذب وعدم الاستقرار، فهو لا يتذبذب بين فصول السنة فحسب، بل بتذبذب أيضاً من يوم إلى آخر من أيام الأسبوع بل من ساعة إلى أخرى في اليوم الواحد.

2-3 - مفهوم جودة الخدمة:

يعد مفهوم جودة الخدمة من القضايا الهامة في تسويق الخدمات، حيث تمت مناقشة هذا المفهوم في العديد من الأبحاث والدراسات الأكاديمية، واتفق معظم الباحثين على أن تقييم جودة الخدمة أكثر صعوبة وتعقيداً بالنسبة للعملاء من تقييم جودة السلع، وغالباً ما يتم تعريف جودة الخدمة من ناحية تصورات الزبائن³⁴.

³² بالمر، أدريان (2003) "مبادئ تسويق الخدمات"، ترجمة: محمد ازهر دعبول، محمد أيوب، سلسلة الرضا للمعلومات (214)، دار الرضا للنشر،

دمشق، آذار، ط 3، ص 31

³³ سليمان، أحمد علي (2000) "سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق مع التركيز على السوق السعودية"، معهد الإدارة العامة، الرياض، ص

452

³⁴ Kueh، k. (2007). "Culture and Service Quality Expectation: Managing Service Quality", Vol 17, No 6, p658

حيث عرفها (الدراركة والشلبي، 2002) بأنها "تلك الجودة التي تشمل البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديم الخدمة ذات الجودة العالية، حيث يتكون الجانب الإجرائي من النظم والإجراءات المحددة لتقديم الخدمة، أما الجانب الشخصي للخدمة فهو كيف يتفاعل العاملون (بمواقفهم وسلوكياتهم وممارساتهم اللفظية) مع الزبائن"³⁵.

أما (الصرن، 2007) فيرى أن جودة الخدمة هي "التركيز على التقاء الاحتياجات والمتطلبات وتوضيح كيفية تقديمها بشكل جيد بناءً على توقعات الزبائن، وجودة الخدمة المدركة هي الاتجاه الذي يحدد وجهة نظر الزبون تجاه الخدمة، ووجهة النظر هذه ناتجة عن مقارنة توقعات زبائن الخدمة مع إدراكاتهم من الأداء الفعلي للخدمة"³⁶.

و حسب (Bateson et al, 2011) فإن جودة الخدمة هي معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن أو الفرق بين توقعات الزبائن والأداء الفعلي³⁷.

بينما (حواس وحمودي، 2013) فقد عرّفها بأنها "تلك الخدمات المقدمة سواءً كانت المتوقعة أم المدركة، أي التي توقعها الزبائن أو التي يدركونها في الواقع، وهي المحدد الرئيسي لرضا الزبائن أو عدم رضاهم، وتعتبر من الأولويات الرئيسية للمؤسسات التي تريد تعزيز مستوى النوعية في خدماتها"³⁸.

من التعاريف السابقة يمكن القول أنّ جودة الخدمة تتعلق بالتفاعل بين الزبون ومقدم الخدمة، حيث يرى الزبون جودة الخدمة من خلال مقارنة ما يتوقعه عن الخدمة والأداء الفعلي للخدمة³⁹.

إذاً: **جودة الخدمة = الأداء الفعلي للخدمة - توقعات الزبائن عن مستوى الخدمة**

بعد أن وضحت الباحثة مفهوم جودة الخدمة لابدّ من التمييز بين ثلاثة أنواع من الجودة هي⁴⁰:

- **جودة الخدمة المتوقعة:** تمثل توقعات الزبون عن مستوى جودة الخدمة المقدمة، وتعتمد على احتياجات الزبون، وخبراته، وتجاربه السابقة، وثقافته، واتصاله بالآخرين.

³⁵ الدراركة، مأمون. والشلبي، طارق (2002) ، مرجع سبق ذكره، ص18

³⁶ الدراركة، مأمون. والشلبي، طارق (2002) ، مرجع سبق ذكره، ص18

³⁷ Hoffman, K. Douglas, Bateson, John. E.G (2011) "Services Marketing, Concepts, Strategies, & Cases", South-Western, Cengage Learning, U.S.A

³⁸ حواس، مولود. وحمودي، رابح (2013) "أهمية جودة الخدمات في تحقيق ولاء المستهلك: دراسة حالة خدمات الهاتف النقال للوطنية للاتصالات"، مجلة أداء المؤسسة الجزائرية، الجزائر، العدد 3، ص148

³⁹ خثير، محمد. ومرامي أسماء (2017) "العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة"، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 3، العدد 4، ص2

⁴⁰ بريش، عبد القادر (2005) "جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك"، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد 3، الجزائر، ص258

- **جودة الخدمة الفعلية:** تمثل المستوى الفعلي لأداء الخدمة، فهي الجودة التي يشعر بها الزبون أثناء الحصول الفعلي على الخدمة.
- **جودة الخدمة المدركة:** هي الجودة التي يدركها الزبون عند قيامه بالمقارنة بين الجودة المتوقعة والجودة المجربة.

4-2 - مقاييس جودة الخدمة:

تشير دراسة (كدسه، 2012) وفي ضوء الإطلاع على الأدبيات التربوية إلى وجود مدخلين لقياس جودة الخدمات وهما⁴¹:

2-4-1 - مقياس SERVPERF الذي طوره (Cronin and Tayylor,1992)

حيث يرفض هذا المدخل نموذج الفجوات، ويركز على قياس الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للعميل، وقد وصف (Taylor) هذا المقياس بأنه بسيط وسهل الاستخدام والتطبيق، ويتميز بدرجة مصداقية عالية.

يمكن التعبير عن هذا المقياس بالمعادلة التالية:

جودة الخدمة = إدراكات الأفراد للأداء الفعلي للخدمة

فكلما ارتفع تقييم الأداء الفعلي للخدمة ارتفعت جودتها.

تعرض مقياس الأداء الفعلي إلى انتقادات عديدة، تتعلق بمنهجية القياس المستخدمة، والطرق الإحصائية المستعملة للتحقق من مصداقيته.

2-4-2 - مقياس SERVQUAL الذي طوره (Parasuraman et al, 1985)

وهو الذي يستند إلى توقعات العملاء لمستوى الخدمة، وإدراكهم لمستوى أداء الخدمة المقدمة بالفعل، حيث أن الركيزة الأساسية في هذا النموذج هي الفجوة بين إدراك العميل لمستوى الأداء الفعلي للخدمة وتوقعاته حول جودة الخدمة.

وسوف يركز البحث الحالي على هذا المقياس باعتباره نموذج يمكن تطويره واستخدامه في إجراء الجانب الميداني لهذا البحث.

⁴¹ كدسه، ناصر عقيل (2012) "أثر أبعاد جودة الخدمة التعليمية على رضا الطلاب: دراسة حالة لطلبة برنامج إدارة الأعمال التنفيذي في جامعة الملك عبد العزيز"، العدد الثاني، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، مصر

2-5-5- مقياس SERVQUAL لقياس جودة الخدمات:

2-5-1 - مفهوم نموذج SERVQUAL (SERVQUAL Model Concept):

يُطلق عليه نموذج جودة الخدمة service quality والذي يعرف اختصاراً بنموذج Servqual أو نموذج الفجوات Gap Model (وهو أداة بحث متعددة الأبعاد)⁴².

ينص Servqual على أن مستوى جودة الخدمات من وجهة نظر العملاء يقاس بالفرق بين جودة الخدمة الفعلية (الأداء الفعلي) P، وبين جودة الخدمة المتوقعة E، وذلك وفقاً للمعادلة الآتية:

$$\text{Service Quality} = \text{Customers Performance} - \text{Customers' Expectations}$$

$$SQ = P - E$$

بحيث إذا كان الأداء الفعلي أكبر من المتوقع تكون الجودة مثالية، وإذا كان الأداء الفعلي يساوي المتوقع تكون الجودة مرضية، وإذا كان الأداء أقل من مستوى التوقعات تكون الجودة غير مرضية ودون مستوى التوقعات.

2-5-2- أبعاد جودة الخدمة في نموذج SERVQUAL:

هناك عدة أبعاد لقياس جودة الخدمة ولكن أغلب الباحثين اتفقوا على مجموعة من الأبعاد والتي تم اعتمادها في البحث وهي:

- **الجوانب المادية والملموسة Tangibles:** وتشمل التسهيلات المادية والتجهيزات المستخدمة في إنتاج وتقديم الخدمة، ومظهر الموظفين.
- **الاعتمادية Reliability:** وتعني قدرة المنظمة على تقديم الخدمة التي وعدت بها بشكل دقيق، بما يمكن من الاعتماد عليها.
- **الاستجابة Response:** وتعني الرغبة في مساعدة العملاء وتقديم خدمة فورية.
- **الضمان Assurance:** ويعكس معرفة وخبرة العاملين بمنظمة الخدمة، وقدرتهم على جعل العميل يحس بالثقة والأمان.
- **التعاطف Empathy:** ويعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي الذي تقدمه المنظمة لعملائها.

⁴² Lovelock, C.H., and Gummesson, E (2004) "Whither Services Marketing in Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives", Journal of Service Research, Vol.7, N°.1, PP.20-41

2-5-3- استبانة نموذج SERVQUAL (SERVQUAL Questionnaire):

تتكون استبانة SERVQUAL من (22) بند للتوقعات و(22) بند للإدراكات، موزعة على الأبعاد الخمسة، ويُعتقد بأنها كافية وشاملة لتتماشى مع الطبيعة الذهنية والعقلية للعملاء، وعادةً يتم إضافة بنود إضافية للاستبيان تتعلق بالمعلومات الشخصية للعملاء. ولكي تكون الاستبانة موثوقة يُفَضَّل أن تكون عينة البحث من متوسطة إلى كبيرة الحجم.

جدول رقم (1) : يبين عبارات مقياس SERVQUAL⁴³

أبعاد جودة الخدمة	عبارات النموذج المرتبطة بها	عدد العبارات
العناصر الملموسة	4-1	4
الاعتمادية	9-5	5
الاستجابة	13-10	4
الأمان	17-14	4
التعاطف	22-18	5

المصدر: من إعداد الباحثة

2-5-4- فجوات نموذج ال SERVQUAL (SERVQUAL Model Gaps):⁴⁴

2-5-4-1- الفجوة الأولى بين توقعات العميل وإدراكات الإدارة لهذه التوقعات:

Gap 1: Between Consumer Expectation and Management Perception:

كما تُسمَّى هذه الفجوة فجوة المعرفة (Knowledge Gap)، وهي الفرق بين الخدمة المتوقعة للسوق المستهدف وبين تصورات الإدارة عنها. تنشأ هذه الفجوة عندما لا تتمكّن الإدارة فهم ما يريده الزبون بشكل صحيح، وهذا ما يؤدي إلى تقديم خدمات لا تنال رضاه.

⁴³ Foster, S. 'T. (2013) "Managing Quality: integrating the Supply Chain", (5th ed.), Pearson Education, Inc., N.J., p.197

⁴⁴ بسقليان «سليفا (2018) " الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية في سوريا باستخدام مقياس " SERVQUAL، رسالة ماجستير، الجامعة الافتراضية السورية، دمشق ر، ص 43-46

من العوامل الرئيسية التي يمكن أن تؤدي إلى وجود هذه الفجوة:

- عدم إجراء أبحاث تسويقية عن أذواق المستهلكين ورغباتهم، أو عدم كفايتها.
- معلومات غير دقيقة وغير مدروسة بشكل جيد حول توقعات الزبائن.
- عدم تركيز البحوث التي تم إجراؤها على جودة الطلب.
- ضعف أساليب التواصل والاتصال مع الإدارة العليا.

2-4-5-2- الفجوة الثانية بين إدراك الإدارة لتوقعات العملاء ومواصفات جودة الخدمة:

Gap 2: Between Management Perception and Service Quality Specification:

كما تسمى هذه الفجوة فجوة التصميم أو فجوة المعايير (Standards Gap)، وهي الفرق بين تصورات الإدارة لتوقعات العملاء، وترجمة هذه التصورات إلى إجراءات لتقديم الخدمة ومواصفات للخدمة.

ويمكن أن تحدث هذه الفجوة نتيجة للأسباب التالية:

- عدم اتخاذ الإدارة الإجراءات المناسبة لتحقيق المطلوب والمتوقع، على الرغم من إدراكها لتوقعات ورغبات الزبائن بشكل صحيح.
- عندما تضع الإدارة مواصفات جودة واضحة تلبي توقعات الزبائن، لكن تكون هذه المواصفات غير قابلة للتحقيق في ظل الإمكانيات المادية والمعنوية للمؤسسة.

2-4-5-3- الفجوة الثالثة بين مواصفات جودة الخدمة وتقديم الخدمة:

Gap 3: Between Service Quality Specification and Service Delivery:

كما تسمى هذه الفجوة فجوة التسليم (Delivery Gap)، وهي الفرق بين المواصفات المحددة لجودة الخدمة و التسليم الفعلي لها.

من العوامل الرئيسية التي يمكن أن تؤدي إلى وجود هذه الفجوة:

- ضعف أداء الموظفين أو سوء اختيار الإدارة لهم بحيث أنهم غير قادرين أو غير راغبين بتقديم الخدمة بالمستوى المطلوب والمرغوب.
- ضعف تدريب المُكَلَّفِين بتقديم الخدمة.
- نظام تسويق داخلي غير فعال.
- وجود أعطال تقنية أو خلل تقني عند تسليم الخدمة.

2-5-4-4- الفجوة الرابعة بين تسليم الخدمة والاتصالات الخارجية:

Gap 4: Between Service Delivery and External Communication :

كما تُسمى هذه الفجوة فجوة الاتصال (Communication Gap)، وهي الفرق بين الخدمة المقدّمة وما تمّ إبلاغ العملاء عنها.

إن توقعات العملاء تتأثر بدرجة كبيرة بالتصريحات التي تقوم بها إدارة الجامعة وبالإعلانات. تنشأ هذه الفجوة أثناء تقديم الخدمة عندما لا تلبي الخدمة المقدّمة التّوقعات المفترضة للزبائن.

الأسباب الرئيسيّة المحتملة لوجود هذه الفجوة هي:

- الوعود المبالغ بها في حملات الاتصالات الخارجية.
- ضعف عملية الاتصالات الأفقية، والتواصل بين إدارات المؤسسة المختلفة بشكل عام.
- ضعف عمليات الاتصالات والتواصل بين قسم المبيعات وقسم العمليات.
- ضعف عمليات الاتصالات الخارجية والتواصل مع وكالة الإعلانات.

2-5-4-5- الفجوة الخامسة بين توقعات الزبون والخدمة المدركة:

Gap 5: Between Expected Service and Experienced Service:

تنشأ هذه الفجوة عندما يكون هناك فرق بين الخدمة المدركة من قبل العميل والخدمة التي كان يتوقعها، أي أن الخدمة المدركة لا تتطابق مع الخدمة الفعلية، وقد تظهر هذه الفجوة كنتيجة لواحدة أو أكثر من الفجوات الأربعة السابقة.

وهناك عدد من العوامل التي تساعد على ظهور هذه الفجوة مثل الخبرة السابقة للعميل، احتياجاته، سمعة الجامعة، وغير ذلك من العوامل.

ويمكن أن تحدث هذه الفجوة للأسباب التالية:

- الفشل في تلبية توقعات العملاء.
- الفشل في تأدية الخدمة وفقاً للمواصفات.

❖ المطلب 3/: جودة الخدمة في التعليم العالي :

3-1- مفهوم جودة الخدمة في التعليم العالي:

تعددت التعاريف التي تناولت إدارة الجودة الشاملة في التعليم، والتي انطلقت من المفهوم العام لإدارة الجودة الشاملة (TQM) الذي يركز على أداء العمل الصحيح من المرة الأولى والتحسين المستمر في جميع العمليات، والتركيز على الأساليب الوقائية في التصدي للمشكلات قبل وقوعها، ومشاركة جميع الأفراد العاملين في المنظمة التعليمية خلال استخدام مجموعة من أدوات الجودة المختلفة بهدف إرضاء العملاء أو المستفيدين بأعلى إنتاجية وأقل جهد وتكلفة. وتعرّف الجودة في التعليم على أنها: "مجموعة من العوامل في مدخلات وعمليات ومخرجات النظام التعليمي يتم خلالها تقديم خدمات تحقق الرضا التام للأعضاء الداخليين والخارجيين من خلال تحقيق توقعاتهم الصريحة والضمنية"⁴⁵.

ويُنظر إليها على أنها "معايير عالمية للقياس والاعتراف والانتقال من ثقافة الحد الأدنى إلى ثقافة الإتقان والتميز والنظر إلى المستقبل كهدف تسعى إليه، والانتقال من تكريس الماضي والنظرة الماضية إلى المستقبل الذي تعيش فيه الأجيال التي تتعلم الآن"⁴⁶.

وتعرّف جودة الخدمة التعليمية على أنها "مجموعة من الخصائص والصفات الإجمالية التي ينبغي أن تتوفر في الخدمة التعليمية بحيث تكون هذه الخدمة قادرة على تأهيل الطالب وتزويده بالمعرفة والمهارات والخبرات في أثناء سنوات الدراسة الجامعية، وإعداده في صورة خريج جامعي متميز قادر على تحقيق أهدافه وأهداف المشتغلين وأهداف المجتمع التنموية"⁴⁷.

ويرى بني حمدان أن جودة الخدمة التعليمية "عبارة عن عملية توثيق البرامج والإجراءات، وتطبيق لأنظمة واللوائح والتوجيهات، تهدف إلى تحقيق نقلة نوعية في عملية التعليم والارتقاء بمستوى الطلبة في جميع الجوانب العقلية والجسمية والنفسية والاجتماعية والثقافية"⁴⁸.

فجودة التعليم العالي تعني مقدرة مجموع خصائص ومميزات المنتج التعليمي على تلبية متطلبات الطالب، وسوق العمل والمجتمع وكافة الجهات الداخلية والخارجية المنتفعة"⁴⁹.

⁴⁵Cheng, Y.C & Wai Ming, T. (1997) "Multi- Models of Quality in Education", Quality Assurance in Educational Journal, Vol.5, issue.1, p.26

⁴⁶ الزواوي، خالد محمد (2003) "الجودة الشاملة في التعليم وأسواق العمل في الوطن العربي"، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ط 3، ص 34
⁴⁷ أ فارة، أحمد (2006) "واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الجامعات الفلسطينية"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 2، العدد 2، ص 250

⁴⁸ بني حمدان، خالد (2012) "جودة الخدمة التعليمية واثرا على رضا الطلبة، دراسة تطبيقية على طلبة جامعة العلوم التطبيقية الخاصة"، المؤتمر العربي الدولي الثاني لضمان جودة التعليم العالي، الاردن .

⁴⁹ حلس، سالم عبدالله (2013) " أثر جودة الخدمة التعليمية على رضى الطلبة دراسة تطبيقية على طلبة الماجستير بالجامعة الإسلامية، غزة_ فلسطين. الإسلامية، غزة_ فلسطين.

3-2- أهمية جودة الخدمة في التعليم العالي:

لجودة الخدمة الجامعية أهمية تتلخص بالآتي:

- إن الجودة تركز على أهمية الخدمات لجميع أفراد المجتمع من خلال الاستثمار الأمثل للموارد البشرية وغير البشرية، وهذا يشكل هدفاً رئيسياً للمنظمة الخدمية (الجامعة) التي تركز على الأفضل وليس الأكثر كلفة.
- إن الجودة تؤكد على دور المجتمع في تعزيز وتطوير الخدمات المقدمة، من خلال الاهتمام بالتركيز على التفاعل المطلوب بين قناعة مقدمي الخدمة (الجامعة) وقناعة المستفيدين (الطلبة) باعتبار أن فريق العمل ليس فقط مقدمي الخدمة وإنما يشمل المستفيدين أيضاً وبذلك تحصل مشاركة المجتمع.
- إن الجودة هي جزء أساسي لإرضاء الطالب فالجودة تقود إلى الرضا العالي للطالب، والرضا المتعاقب للطلاب يقود إلى ولائه للجامعة.
- إن الجامعات التي تقدم خدمات تعليمية جيدة هي جامعات رابحة.
- تساعد الجودة في توقع احتياجات ورغبات الطلبة مستقبلاً.

3-3- أبعاد جودة الخدمة في التعليم العالي⁵⁰:

ينبغي على إدارة المنظمة التعليمية صياغة الخطط الكفيلة بتكريس وتحقيق كل بعد من أبعاد جودة الخدمة في التعليم العالي بدرجة عالية من الفاعلية Effectiveness وتنفيذها، وفيما يأتي إيضاحات مختصرة لدلالات كل بعد من هذه الأبعاد في المؤسسات التعليمية (الجامعة):

3-3-1- الكفاية (الجدارة): Competence

يشير هذا البعد إلى أن الطالب يتجه إلى مؤسسات تعليمية 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. ولضمان جودة التعليم الجامعي 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 العلمية الكافية التي تمكن من بناء خريجين على مستوى عالٍ من المعرفة فهماً وتطبيقاً.

⁵⁰ حلس، سالم عبدالله (2013) " أثر جودة الخدمة التعليمية على رضى الطلبة دراسة تطبيقية على طلبة الماجستير بالجامعة الإسلامية"، الجامعة الإسلامية، غزة_ فلسطين.

ويضاف إلى ذلك ضرورة أن يمتلك الكادر التدريسي مهارات البحث العلمي بحيث يساهم في رفع وتطوير المعرفة النظرية والتطبيقية في مجال اختصاصه، وكذلك القيم الأخلاقية التي تتواءم وتتسجم مع أهداف المؤسسة التعليمية ورسالتها المجتمعية.

3-3-2- الاعتمادية: Reliability

ينبغي أن تقدم مؤسسة التعليم العالي خدماتها التعليمية بصورة تعكس درجة عالية من الاعتمادية والثبات على هذه الخدمات. إذ يجب أن تُوفّر هذه الخدمات بصورة صحيحة وبدرجة عالية من الثبات. إن تحقيق اعتمادية الخدمات التعليمية ينعكس في فاعليتها بصورة خاصة وفي الأداء الجامعي بصورة عامة.

3-3-3- المجاملة (التعامل): Courtes

ينبغي أن يسود في المؤسسة التعليمية جو من الاحترام المتبادل والتعامل الحسن الذي يستند على الأسس الأخلاقية والتنظيمية والمهنية والتي تحفظ للتدريسي والإداري مكانته واحترامه وهيبته، وتحفظ للطالب كرامته، ودون أن يسيء الطالب استغلال حالة المجاملة والتعامل الإنساني الراقي، وفي حالة حدوث تجاوزات من أي من الطرفين لا تتسجم مع أسس التعامل المذكورة فإن أنظمة الجامعة وتعليماتها وقوانينها تعالج ذلك بما يكفل استمرارية الأداء الجيد في هذا المجال.

إن تحقيق هذا البعد من أبعاد الجودة يتطلب توفر درجة عالية من الولاء لدى الطالب ولدى العنصر التدريسي والإداري للمؤسسة التعليمية، إذ أن هذا الولاء يهذب ويصقل السلوكيات بحيث تنعكس هذه السلوكيات في سمعة الجامعة ومكانتها وميزتها التنافسية في سوق الخدمات التعليمية.

3-3-4- الاستجابة: Response

إن هذا البعد يركّز على تحقيق الاستجابة العالية والسريعة للتغيرات في بيئة المؤسسات التعليمية (مؤسسات التعليم العالي)، وهذا يتطلب من المؤسسة التعليمية امتلاك المرونة Flexibility الكافية للاستجابة لهذه التغيرات، ومن أهم التغيرات التي تطرأ على البيئة التغير في احتياجات سوق العمل والتغير في منظومة التطور الاقتصادي والاجتماعي.

إن الاستجابة العالية والسريعة ينبغي ألا تقتصر على عناصر البيئة الخارجية، بل ينبغي أيضاً التركيز على الاستجابة لمتطلبات البيئة التعليمية الداخلية. ولتحقيق الاستجابة الداخلية ينبغي توفير الكادر الأكاديمي والكادر الإداري الكافيين، وتوفير جميع المستلزمات والتسهيلات المالية والمادية التي تكفل استمرار العملية التعليمية دون توقف، ووضع خطط لسير العملية التعليمية للطالب طيلة سنوات دراسته دون نقص في عدد

المساقات المطروحة، ودون خلل في عملية إرشاد الطالب تعيق تقدمه في تسجيل ودراسة المساقات بصورة طبيعية، وهنا تقع مسؤولية مشتركة على المرشدين الأكاديميين وعلى الطلبة ودائرة القبول والتسجيل وإدارة الجامعة.

3-3-5 فهم الزبائن: Understanding Customers

لتحقيق هذا البعد ضمن أبعاد جودة التعليم الجامعي فإنه ينبغي التركيز على فهم الطالب الجامعي وإدراك حاجاته التعليمية، وينبغي عدم النظر إلى هذه الحاجات ودراساتها من منظور هذا الطالب فقط ، بل من منظور حاجات سوق العمل أيضاً، وربما يكون هذا الطالب يجهل الحاجات الحقيقية الحالية والمستقبلية لسوق العمل، ويتأثر فقط برغبة أهله وبالنظرة الاجتماعية إلى بعض المهن والوظائف. وهنا يبرز دور الجامعة في التأثير في الطالب والمجتمع، وإظهار وإبراز الحاجات الحقيقية التي تخدم الطالب والمجتمع وتلبي الطموحات المستقبلية. ويمكن فهم الطالب وإدراك حاجاته وحاجات سوق العمل من خلال دراسات دورية أو (مستمرة) للطلبة على مقاعد المدارس، ولسوق العمل، ويجري استخدام وسائل وأدوات البحث العلمي المناسبة لهذا الغرض مثل الاستبيان والمقابلات الشخصية وغيرها. ويندرج ضمن هذا البعد أيضاً الاستماع إلى شكاوى الطالب ومشكلاته طيلة سنوات الدراسة، والعمل على إيجاد الحلول الناجعة لها، وكذلك الاستماع إلى مقترحاته ومناقشة إمكانية تبنيها بصورة جزئية أو كلية. ومن جانب آخر ينبغي التركيز على دراسة وتحليل آراء ومشكلات ومقترحات الخريجين.

3-3-6 الأمان: Security

يقصد بهذا البعد توفير الخدمة التعليمية للطالب في جو آمن يخلو من المخاطر قدر الإمكان، إذ أن الطالب يميل غالباً إلى تفضيل المؤسسة التعليمية التي توفر له درجة أفضل من الأمان. ويلاحظ أن الأنظمة والقوانين في دول العالم تحرص على توفير خدمات تعليمية آمنة، فيلاحظ أنه يمنع دخول قوات الأمن إلى حرم الجامعة تحت كل الظروف، كما يحظر على أفراد المؤسسة التعليمية والطلبة حمل الأسلحة داخل الجامعة، 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 تشكّلها إدارة الجامعة. وينبغي التركيز على جوانب الأمان المختلفة مثل منع السرقات وحوادث الاعتداء والمتاجرة في الممنوعات، والحوادث الناجمة عن خطورة الأمكنة والأدراج والممرات، وعدم قبول طلبة ذوي ملفات جنائية، وعدم قبول أعداد طلبة فوق استيعاب مرافق الجامعة مما يخلق اكتظاظاً ينعكس في الجوانب الصحية والجوانب النفسية للطلبة. إضافة لما ذكر، ينبغي اعتماد برنامج صحي متكامل في مؤسسة التعليم العالي يوفر للطلبة أطباء وصيديات وسيارات إسعاف داخل الحرم الجامعي، مع إمكانية توفير تأمين صحي.

3-7-3- Credibility: 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. إن المؤسسات التعليمية تحاول استقطاب الطلبة الجدد من خلال إعلاناتها في وسائل الإعلام المختلفة حول كادرها التدريسي وإدارتها المتميزة وإمكانياتها وتسهيلاتهما المادية المتميزة، وبرامجها التعليمية الرائدة، وهنا تبرز مصداقية الجامعة في مدى تلبية وتحقيق ما وعدت به في إعلاناتها وفي عودها للطلبة أثناء زيارتهم لها، وكذلك الوعود المقطوعة في نشراتها.

3-8-3- Accessibility: إمكانية وسهولة الحصول على الخدمة:

من الأبعاد المهمة لجودة الخدمة التعليمية هي إمكانية وسهولة الحصول على هذه الخدمة، وينبغي التركيز على تحقيق هذا البعد من خلال اختيار الموقع المناسب للمؤسسة التعليمية (الجامعة) بحيث يمكن وصول قطاع الطلبة المستهدف إليها ببسر وسهولة. وتحاول المؤسسات التعليمية أن تراعي مجموعة من العوامل في اختيار الموقع، وأهم هذه العوامل الهدوء وتوفير المساحات الكافية التي تتيح إمكانية التوسع مستقبلاً. ويمكن أن تسهل مؤسسة التعليم العالي حصول الطلبة على خدمة التعليم الجامعي ووصولهم إليها عن طريق توفير خطوط الحافلات إلى المناطق المختلفة وتوفير السكن الداخلي للطلبة. وتلجأ بعض مؤسسات التعليم العالي إلى عدم تركيز كل كلياتها في مكان واحد وتعمل على توزيعها في عدة أماكن بهدف عدم الضغط على منطقة جغرافية واحدة، إضافة إلى تحقيق أهداف أخرى تتعلق بالتنمية الاجتماعية.

3-9-3- Communications: 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 بالطلاب وحاجاته ومشكلاته ومقترحاته، ويتيح للطلاب إيصال أفكاره وآرائه إلى الجامعة، وتوفير التغذية العكسية التي تساهم في تحسين وتطوير العملية التعليمية والبرامج والمناهج وكل ما يتعلق بالمدخلات، وهذا ينعكس في مستوى فاعلية المخرجات الجامعية. وحتى تكون عملية الاتصال عملية فاعلة وقادرة على تحقيق أهداف التعليم الجامعي ينبغي أن يمتلك الطالب والأستاذ مهارات الاتصال الناجح ومهارات الإصغاء الفعال.

3-10-3- Tangibility: 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 تجسد هذه الخدمة، وهذه المظاهر المادية تقسم إلى

نوعين، النوع الأول هي المظاهر المادية التي تتعلق بخدمات التعليم الجامعي بصورة مباشرة، والنوع الثاني هي المظاهر المادية التي تتعلق بخدمات التعليم الجامعي بصورة غير مباشرة. ومثال النوع الأول القاعات الدراسية والمدرجات والمختبرات العلمية ومختبرات الحاسوب والأدوات والوسائل التعليمية المرئية والمسموعة والمكتبة وغيرها. ومن المظاهر المادية التي تتصل بالخدمات التعليمية بصورة غير مباشرة الاستراحات والنوادي الصحية والرياضية والحدائق ومواقف السيارات وغيرها.

المبحث الثاني: مفهوم الرضا والتعليم في الجامعة الافتراضية السورية

❖ المطلب /1/: مفهوم الرضا لدى العميل وأهميته ومحدداته:

1-1- مفهوم الرضا:

رضا العملاء مفهوم غامض ومجرد، والمظهر الفعلي لدرجة الارتياح يختلف من شخص لآخر، ومن منتج/ خدمة إلى منتج/ خدمة. وتعتمد حالة الارتياح على عدد من المتغيرات النفسية والجسدية التي تتربط مع سلوكيات الارتياح مثل العودة ومعدل التوصية. كما أن مستوى الرضا يمكن أن يختلف تبعاً لخيارات أخرى لدى الزبون وتبعاً للمنتجات الأخرى التي يمكن للعميل مقارنتها بمنتجات المنظمة. وقد عرفه كل من (Kotler and Armstrong, 2006) أنه "مشاعر الزبائن بالسعادة أو خيبة الأمل الناتجة عن مقارنة توقعات الزبون عن الخدمة مع الخدمة التي يحصل عليها، فإذا كانت الخدمة التي يحصل عليها الزبون أقل من التوقعات يصبح الزبائن غير راضين، أما إذا حصل الزبون على خدمة أفضل من التوقعات يصبح الزبائن راضين عن الخدمة المقدمة لهم"⁵¹.

بينما عرفه (Kotler and Keller, 2012) بأنه "ذلك الانطباع الإيجابي أو السلبي الذي يشعر به عميل ما تجاه تجربة شراء و/ أو استهلاك، وهو ناتج المقارنة بين توقعات العميل تجاه منتج ما، وأدائه المدرك عموماً، وأما فيما يخص رضا العميل فإنه يوجد مدخلين لتعريفه هما: رضا العميل المبني على تبادل تجاري محدد، ورضا العميل التراكمي . فالأول: يشير إلى تقييم العميل لتجربته ومدى استجابته وتفاعله تجاه خدمة محددة، أما الرضا التراكمي فهو يشير إلى تقييم العميل العام لتجربة الاستهلاك عبر فترة زمنية"⁵². أما (الفقهاء، 2014) عرفت رضا العميل أنه: "الشعور العارم بالسعادة والارتياح للعملاء نتيجة تأدية وإنجاز معاملاتهم، ويتحقق ذلك بالتوافق بين ما يتوقعه العميل ومقدار ما يحصل عليه من الجهة المقدمة للخدمة"⁵³.

وعرفت (العليمات 2015) رضا الزبائن بأنه: "الشعور بالراحة والسعادة عند حصول الزبون على السلعة أو الخدمة بالشكل الذي كان يتوقعه"⁵⁴.

⁵¹ Kotler, P and Armstrong, G. (2006) "Principles of Marketing" (11th ed), New Jersey: Pearson prentice hall, p13

⁵² Kotler, P and Keller, K. L (2012) "Marketing management" (14th ed). Pearson – Hall No 65.

⁵³ الفقهاء، إعتدال عبدالله هملان (2014) "جودة المواقع الإلكترونية والثقة الإلكترونية وأثرهما في رضا متلقي الخدمة"، دراسة ميدانية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط.

⁵⁴ العليمات، غادة فايز سلامة (2015) "أثر جودة الخدمة المصرفية على رضا الزبائن في البنوك الإسلامية والبنوك غير الإسلامية"، دراسة ميدانية في جميع فروع البنك العربي والبنك الإسلامي الأردني في العاصمة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.

وبالتالي نستنتج أن الرضا لدى الزبون هو إدراك الزبائن لمستوى تلبية مطالبه وحاجاته مقارنة بما قدمه من توضيحات (مال، جهد، وقت)، ويجري ذلك بمقارنة النتائج أو المنافع المتوقعة من استخدام السلعة أو الخدمة مع النتائج أو المنافع التي يختبرها الزبون عند شراء السلعة أو الخدمة واستهلاكها⁵⁵.

1-2- أهمية رضا العميل:

إن رضا العميل يحقق جملة من الفوائد للمؤسسة أهمها:

- كسب ولاء وثقة العميل.
- تحقيق الحصة السوقية المستهدفة والتفوق التنافسي الذي من خلاله تتوالى الأرباح والنتائج الجيدة.
- يساهم بقوة في تحقيق البقاء والاستقرار والتطور.

1-3- محددات الرضا لدى العميل:

هناك عنصرين أساسيين يساهمان في تحديد الرضا لدى العميل هما:

- **التوقعات:** وتعرف بأنها "مجموعة المعتقدات والأفكار التي تشكل جملة من المعايير والمقاييس الثابتة يقيم العميل بموجبها قرار جودة منتج معين سواء أكان سلعة أم خدمة"⁵⁶.
- **الإدراكات:** والتي تتمثل فيما يحصل عليه العميل فعلاً من منافع وقيمة استعمالية جراء حصوله على هذا المنتج⁵⁷.

1-4- خصائص الرضا:

للرضا ثلاث خصائص هي⁵⁸:

- **الرضا ذاتي:** يتعلق هنا رضا العميل بطبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للعميل من جهة، وإدراك العميل الذاتي للخدمة المقدمة له فعلياً من جهة أخرى، وإن نظرة العميل هي الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الاعتبار عند الحديث عن تقييم الرضا، وعلى المؤسسة أن تقدم خدمات وفق ما يتوقعه ويحتاجه العميل، ولا تلتزم فقط بالمواصفات والمعايير المحددة، ومن هنا على المؤسسة أن تتبنى وجهة النظر

⁵⁵ المصطفى، سامر (2013) "أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا الزبائن"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 29، العدد الأول، ص 12

⁵⁶ القضاة، محمد أمين و خليفات، عبد الفتاح (2013) "درجة رضا طلبة جامعة مؤتة عن الخدمات الجامعية من وجهة نظرهم"، المنارة، المجلد 19، العدد 1

⁵⁷ البكري، تامر (2009) "الاتصالات التسويقية والترويج"، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ص 112

⁵⁸ نور الدين، بوعنان (2007) "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، دراسة ميدانية في مؤسسات ميناء سكيكدة"، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.

الخارجية التي تعتمد على (الجودة - الرضا)، ولا تتبنى وجهة النظر الداخلية التي تركز على (الجودة - المطابقة).

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

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

1-5- مراحل تحقيق الرضا لدى العميل:

يمكن للمؤسسة التوصل إلى تحقيق رضا العميل من خلال ثلاث مراحل أساسية⁵⁹:

- فهم حاجات العميل: يتطلب من القائمين على وظيفة التسويق التتبع الدائم للسلوك الشرائي للعملاء لتحديد العوامل المؤثرة فيه وبالتالي الإلمام ومعرفة حاجاتهم وتطلعاتهم.

- التغذية العكسية للعميل: ومن خلال هذه المرحلة تستعمل المؤسسة جملة من الطرق والأساليب لتعقب آراء هؤلاء العملاء واتجاهاتهم حول منتجاتها بقصد معرفة آرائهم وتطلعاتهم.

- القياس المستمر لرضى العميل: من خلال المقابلات والاستقصاءات وغيرها من الأدوات التي يجب على المؤسسة القيام بها باستمرار لمعرفة التغيرات الحاصلة في آراء العملاء من أجل العمل على تحقيق رضاهم باستمرار.

⁵⁹ جاسم، محمود و يوسف، ردينة عثمان (2010) "تسويق الخدمات"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ص 88

❖ المطلب 2/: التعليم في الجامعة الافتراضية السورية:

2-1- التعليم الإلكتروني:

مع انتشار وسائل الاتصال الحديثة انتشر مفهوم التعليم الإلكتروني، وارتبط هذا النوع من التعلم بثورة المعلومات الممثلة بشكل كبير في الشبكة العنكبوتية (الإنترنت)، بوصفها أهم إنجاز تقني أسهم في إلغاء المسافات، واختصار الزمن، وأحوال العالم بقاراته، ودوله، وتنويعاته الثقافية، والعرقية، والسياسية، والاقتصادية إلى قرية إلكترونية صغيرة، لا حدود تفصل بين أعضائها، ولا سدود تقف أمام تدفق المعلومات بينهم، وأصبح في مقدور أي واحد منهم الوصول بسرعة إلى مراكز العلم، والمعرفة، المكتبات، والاطلاع على الجديد المستحدث في حينه. وهذا الواقع جعل التعليم عن بعد توجهاً حتمياً، بعد عجز التعليم التقليدي عن استيعاب كل الراغبين في التعليم بسبب الانفجار السكاني الذي يشهده العالم، وضآلة حجم الجامعات، وضعف إمكانياتها، والميزانيات المرسودة لها، بسبب الإقبال الكبير من الطلاب على التعليم، إلى جانب ما قد يكون من بعد في المسافة بين الراغبين في التعليم والمؤسسات التعليمية التي يرغبون في الالتحاق بها.

2-1-1- مفهوم التعليم الإلكتروني:

التعلم الإلكتروني طريقة للتعليم تعتمد على التقانات الحديثة بجميع أنواعها، في إيصال المعلومة للمتعلّم بأقصر وقت وأقل جهد وأكبر فائدة. ويمثل التعلم الإلكتروني شكلاً جديداً من أشكال الاتصال بين المعرفة التي يملكها المُدرّس وبين الطالب. حيث يتم الانتقال من بيئة تعليمية مغلقة معتمدة على المنهج التقليدي وعلى المعلم وعلى الكتاب كمصادر وحيدة للمعرفة، إلى بيئة تعلم مفتوحة ومرنة وغنية بالمصادر.

وقد عرّفه (سالم، 2004) بأنه: "منظومة تعليمية لتقديم البرامج التعليمية أو التدريبية للمتعلمين في أي وقت وفي أي مكان باستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات التفاعلية مثل (الإنترنت، والقنوات المحلية، والبريد الإلكتروني، والأقراص الممغنطة، وأجهزة الحاسوب...) لتوفير بيئة تعليمية تعلمية تفاعلية متعددة المصادر بطريقة متزامنة في الحجرة الصفية أو غير متزامنة عن بعد دون الالتزام بمكان محدد اعتماداً على التعلم الذاتي والتفاعل بين المتعلم والمعلم"⁶⁰.

⁶⁰ سالم، أحمد (2004) " تكنولوجيا التعليم والتعليم الإلكتروني "، مكتبة الرشد، المملكة العربية السعودية.

أما (الساعي) فيرى أن التعليم الإلكتروني "طريقة إبداعية لبيئة تفاعلية متمركزة حول المتعلمين، ومصممة مسبقاً بشكل جيد، بحيث تكون متاحة لأي فرد، وفي أي مكان وزمان، باستعمال خصائص ومصادر وتقنيات الإنترنت والتقنيات الرقمية"⁶¹.

ويعرّف (Mcknigh) التعليم الإلكتروني بأنه " أحد أساليب التعليم التي تعتمد على استخدام الكمبيوتر واستخدام الإنترنت والتكنولوجيا المرتبطة به في بناء وتطوير المصادر التعليمية، ويوفر الإنترنت قنوات اتصال متعددة"⁶².

2-1-2- مميزات التعليم الإلكتروني:

- القدرة على التواصل المباشر بين الطالب والمعلم وبشكل حيّ دون الحاجة إلى التواجد في غرفة الصف، وذلك باستخدام وسائل الاتصال والتواصل الإلكترونية، مثل: برامج المحادثة التي تتيح الاتصال المرئي والمسموع؛ مما يسهّل عملية النقاش بينهم.
- قدرة المعلم على إجراء مسح سريع لمعرفة مدى تجاوب الطلبة مع المادة التعليمية، ومدى قدرتهم على استيعاب وفهم الدرس، كما يمكنه عمل استبيان لمعرفة مدى تجاوب الطلاب معه ومدى قدرتهم على التواصل معه لفهم المادة بشكل جيد.
- قدرة المعلم على استخدام أكثر من وسيلة توضيحية وتعليمية للطلاب، مثل: استخدام بعض التطبيقات الموجودة على الإنترنت، أو اصطحاب الطلبة في جولة إلى أحد المواقع وشرح المادة التعليمية من خلاله بشكل مباشر، أو عرض فيديو يوضح المعلومات الواردة في الدرس .
- قدرة المعلم على تقسيم الطلاب إلى مجموعات صغيرة يسهل التواصل فيما بينها بالصوت والصورة لعمل إحدى التجارب مثلاً، أو لمناقشة إحدى قضايا الدرس المطروحة.

2-1-3- فوائد التعليم الإلكتروني:

- يزيد فرص اتصال الطلاب بينهم، وبين المعلم.
- يوفر شرح المادة التعليمية، بحيث يمكن الرجوع إليها في وقت لاحق.
- يعطي الشعور بالمساواة بين جميع الطلاب.
- يعطي فرصة للطلاب في المساهمة بوجهة نظره دون أي عائق.

⁶¹ الساعي، أحمد جاسم (2007) " التعليم الإلكتروني والأسس والمبادئ النظرية التي يقوم عليها "، كلية التربية: جامعة قطر

⁶² الحربي، عبدالله بن عواد (2013) "معايير مقترحة لقياس جودة التعلم الإلكتروني في الجامعات السعودية"

2-1-4- التعليم المتزامن والتعليم غير المتزامن:

نميز في التعليم الإلكتروني حالتين:

- **التعليم الإلكتروني المتزامن:** حيث يلتقي المدرّس والطلاب عبر شبكة حاسوبية (الإنترنت) وفي نفس الزمان باستخدام أدوات خاصة كالصف الافتراضي أو اللقاءات السمعية البصرية، ويكون التواصل والتفاعل بين الطلاب، أو بين الطلاب والمدرّس، مؤقتاً ومقتصراً على زمن المحاضرة أو اللقاء.

إيجابياته:

- حصول المتعلم على تغذية راجعة فورية.
- تقليل التكلفة.
- الاستغناء عن الذهاب إلى مقر الدراسة.

سلبياته:

- حاجته إلى أجهزة حديثة وشبكة اتصال جيدة.
- الالتزام والنقيّد بالوقت المحدّد للدروس لوجود المتعلّم والمُعَلِّم بنفس الوقت.

- **التعليم الإلكتروني غير المتزامن:** حيث يتم تزويد الطالب بكافة متطلبات الدراسة دون تحديد زمان محدد، وتكون الدروس مصممة بأسلوبٍ يساعد الطالب على توجيهها وفقاً لـرغبته، مما يحوّل عملية التعلم إلى عملية تعلّم ذاتي . كما يعتمد الطلاب والمدرّسون، في مثل هذا النوع من التعلم، على البريد الإلكتروني، أو على منتديات الحوار، أو على أية تقنيات تسمح لهم بالتواصل دون الحاجة للتواجد في نفس الموقع بنفس الوقت.

إيجابياته:

- حصول المتعلم على الدراسة حسب الأوقات المناسبة له.
- تلقي التعليم حسب المجهود الذي يرغب المتعلم في تقديمه.
- التمكن من إعادة دراسة المادة والرجوع إليها إلكترونياً حسب الحاجة.

سلبياته:

- عدم حصول المتعلم على تغذية راجعة فورية من المعلم.
- يؤدي إلى الانطوائية في التعليم لأنه يقوم بعزله عن المجتمع والأصدقاء من حيث التعليم.

2-2- الجامعة الافتراضية السورية:

2-2-1- لمحة عن الجامعة الافتراضية السورية:

الجامعة الافتراضية السورية هي هيئة عامة علمية تتمتع بالشخصية الاعتبارية والاستقلال المالي والإداري مقرها دمشق وترتبط بوزير التعليم العالي، وهي الجامعة الحكومية الخامسة في الجمهورية العربية السورية، أحدثت بالمرسوم التشريعي الرئاسي رقم / 25 / للعام 2002.

تهدف الجامعة إلى القيام بأعمال التدريس الإلكتروني من خلال استخدام أحدث الوسائل التقنية وذلك على أساس مناهج ذات محتوى إلكتروني محدث باستمرار، وتقود هذه المناهج إلى اختصاصات جامعية تخدم عملية التنمية الإقتصادية والإجتماعية وتلبي احتياجات الاستراتيجية الوطنية للعلم والتقانة واستراتيجية تنمية الموارد البشرية، إضافة إلى تلبية الحاجات العلمية لجاليات الاغتراب السورية والعربية وبشكل عام إلى تلبية حاجات الوطن العربي ودول المنطقة إلى الاختصاصات العلمية الحديثة.

وتسعى الجامعة الافتراضية السورية لتطوير بنيتها وتوسيع مراكز النفاذ لديها كي تستوعب الطلب المتزايد على خدماتها، حيث بلغ عدد الطلاب التراكمي حتى فصل S18 / 38649 / طالب، وعدد مراكز النفاذ فيها /12/ مركز في سورية و/13/ مركز في البلدان العربية والعالم، ويعمل في الجامعة حوالي/194/ موظف بمختلف التخصصات الإدارية والتقنية يتوزعون على مختلف أقسام الجامعة ومراكز نفاذها.

2-2-2- أهم أهداف الجامعة:

- تلبية الاحتياجات الوطنية والعربية للعلم والتقانة، وتأهيل الموارد البشرية وتنمية وتطوير الرصيد المعرفي للمجتمع.
- تعزيز حركة التعريب بهدف نقل المعارف إلى المنطقة العربية وربطها بشكل منهجي بالمسيرة العلمية العالمية.
- تطوير تقانات التعليم الإلكتروني وترسيخه واستثماره في المجال الأكاديمي والمهني والتعلم مدى الحياة.
- بناء علاقات طويلة الأمد مع خريجها والمؤسسات التي ينتمون إليها.
- تحفيز وتنمية الأطر التعليمية والإدارية الدائم منها والمتعاقد باعتبارهم رصيدها الأهم لترسيخ الجودة في جميع عملياتها.

2-2-3- برامج الجامعة التعليمية:

قامت الجامعة بتطوير العديد من البرامج التعليمية في مستوى الإجازة والماجستير بشقيه الأكاديمي والتأهيل والتخصص والتي تلبي احتياجات سوق العمل الوطنية والعربية وخصوصاً تلك التي يتطلبها تطور الأعمال على شبكة الإنترنت نذكر منها:

الإجازة في الحقوق، الإجازة في الاقتصاد، الإجازة في علوم الإدارة، الإجازة في تقانة المعلومات، الإجازة في تقانة الاتصالات، الإجازة في الهندسة المعلوماتية، الإجازة في الإعلام والاتصال، دبلوم التأهيل التربوي، ماجستير التأهيل والتخصص في إدارة الأعمال، ماجستير التأهيل والتخصص في الجودة، ماجستير التأهيل والتخصص في إدارة التقانة، ماجستير التأهيل والتخصص في تقانات الويب، ماجستير الدراسات العليا في علوم الويب، ماجستير التأهيل والتخصص في التعليم الطبي، ماجستير التأهيل والتخصص التربوي في دمج التكنولوجيا بالتعليم، ماجستير التأهيل والتخصص في القانون الدولي الإنساني، المعهد التقني للحاسوب، برنامج المعهد التقني لإدارة الأعمال .

2-2-4- أهم الخدمات التي تقدمها الجامعة الافتراضية السورية:

- تعريف الطلاب على الجامعة الافتراضية السورية وبرامجها الدراسية وفروعها المتنوعة داخل وخارج سورية، ومساعدتهم على اختيار البرنامج الدراسي الذي يناسبهم وفق نوع دراستهم وتوجهاتهم المستقبلية.
- القيام بعملية تسجيل الطلاب بشكل إلكتروني، وتوفير نظام طلبات إلكتروني للحصول على أي وثيقة يحتاج إليها الطالب.
- التواصل مع الطلاب وإعلامهم عن وقت بدء الدوام الرسمي وإرشادهم حول كيفية اختيار الصفوف وانتقاء الأساتذة والأوقات التي تناسبهم وإرشادهم إلى كيفية حضور المحاضرات عن بعد.
- التواصل مع الطلاب وشرح طريقة تقديمهم للوظائف والمشاريع ومساعدتهم في حال مواجهة أي مشكلة تقنية أو علمية.
- التواصل مع الطلاب وإعلامهم بوقت بدء الامتحانات مع إرشادهم لكيفية الدخول إلى الامتحان وشرح إجرائية أداء الامتحان وإنهاءه، ومساعدتهم في حال مواجهة أي مشكلة تقنية كانت أم علمية.

- إصدار قوائم التخرج الخاصة بالطلاب الذين قد أنهوا جميع موادهم بنجاح وإرشادهم للإجراءات الواجب اتباعها من أجل حصولهم على مصدقة وشهادة التخرج.
- مساعدة الطلاب والرد على استفساراتهم بشكل دائم، ومتابعة حل أي مشكلة تحصل معهم والحرص على إيصالها للجهات المختصة ليتم حلها بأسرع وقت ممكن.

الفصل الثالث: الدراسة العملية

- **المبحث الأول: تصميم الدراسة الميدانية**
- **المبحث الثاني: توصيف متغيرات البحث**
- **المبحث الثالث: اختبار الفرضيات**
- **المبحث الرابع: النتائج والتوصيات**

الفصل الثالث: الدراسة العملية

المبحث الأول: تصميم الدراسة الميدانية

1-1- منهجية البحث:

قامت الباحثة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي بغية تحقيق أهداف البحث، حيث هدف إلى دراسة الفجوة بين إدراكات الطلبة وتوقعاتهم لمستوى جودة الخدمات المقدمة في الجامعة الافتراضية السورية وفقاً لمقياس الفجوات SERVQUAL لقياس جودة الخدمة التعليمية المدركة.

1-2- مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من طلاب الجامعة الافتراضية السورية داخل سورية وخارجها.

1-3- عينة البحث:

تم اختيار عينة ميسرة، حيث قامت الباحثة بتصميم استبيان إلكتروني على شبكة الإنترنت، وتم توزيعه عبر البريد الإلكتروني على طلاب الماجستير وبعض طلاب الإجازات الجامعية في الجامعة الافتراضية السورية، وتم الحصول على (135) استبيان جميعها صالحة للتحليل.

1-4- الأساليب الإحصائية المتبعة:

بعد التأكد من صدق الاستبانة وثباتها خضعت بيانات البحث إلى مجموعة من الاختبارات لتبيان النتائج والتحقق من الفرضيات بالإضافة إلى التعرف على خصائص العينة، حيث جرت الاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي SPSS لتحليل البيانات التي جُمعت من خلال أداة البحث، وتم استخدام الإحصاءات الوصفية متمثلة بالوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والنسب المئوية، والتكرار، بالإضافة إلى Paired Samples Test لاختبار الفرضيات.

1-5- أساليب جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على مصدرين أساسيين في جمع البيانات هما:

- **مصادر البيانات الثانوية:** تتمثل في الكتب، والأبحاث، والرسائل العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع البحث.

- **مصادر البيانات الأولية:** من خلال الاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسة للبحث، حيث صممت خصيصاً لمعالجة الجوانب التحليلية للدراسة.
- قسمت أداة البحث (الاستبيان) إلى ثلاثة أقسام كما يلي:

- **القسم الأول: البيانات الديموغرافية:**

ويحتوي هذا القسم على بعض الأسئلة التي تهدف إلى معرفة بعض المعلومات الشخصية عن أفراد عينة البحث، وقد تضمن هذا القسم أسئلة تمحورت حول: الجنس، العمر، المؤهل العلمي.

- **القسم الثاني: أبعاد جودة الخدمة المتوقعة قبل التسجيل في الجامعة:**

تضمن هذا القسم عبارات لقياس الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة الجامعية المتوقعة:

- توقعات الملموسية: وقد قيست من خلال (4) عبارات.
- توقعات الاعتمادية: وقد قيست من خلال (5) عبارات.
- توقعات الاستجابة: وقد قيست من خلال (4) عبارات.
- توقعات التوكيد (الضمان): وقد قيست من خلال (4) عبارات.
- توقعات التعاطف: وقد قيست من خلال (5) عبارات.

- **القسم الثالث: أبعاد جودة الخدمة المدركة بعد التسجيل في الجامعة:**

تضمن هذا القسم عبارات لقياس الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة الجامعية المدركة:

- إدراكات الملموسية: وقد قيست من خلال (4) عبارات.
- إدراكات الاعتمادية: وقد قيست من خلال (5) عبارات.
- إدراكات الاستجابة: وقد قيست من خلال (4) عبارات.
- إدراكات التوكيد (الضمان): وقد قيست من خلال (4) عبارات.
- إدراكات التعاطف: وقد قيست من خلال (5) عبارات.

وقد كانت إجابات كل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي المبين في الجدول (2):

جدول رقم (2) : يبين مقياس ليكرت الخماسي

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
النقاط	5	4	3	2	1

المصدر: سعد القحطاني، الإحصاء التطبيقي، دار السلام للنشر والتوزيع، الكويت، 2015، ص 265.

أما معيار الحكم على متوسط الاستجابات وفقاً لمقياس ليكرت:⁶³

طول الفئة = (درجة الاستجابة العليا - درجة الاستجابة الدنيا) / عدد فئات الاستجابة

$$\text{طول الفئة} = 5 / (1-5) = 0.8$$

وبناءً عليه تم تحديد المجالات التالية المبينة في الجدول رقم (3):

جدول رقم (3) : يبين تبويب تدرجات سلم ليكرت الخماسي

المجال	تقدير الدرجة
1.80 - 1	قليلة جداً
2.60 - 1.81	قليلة
3.40 - 2.61	متوسطة
4.20 - 3.41	مرتفعة
5 - 4.21	مرتفعة جداً

المصدر: من إعداد الباحثة

⁶³ أحمد قاسم، سامر و عبد اللطيف إبراهيم عيسة (2018)، "مستوى رضا العملاء عن أداء أعضاء قنوات التوزيع في شركة جود للأدوات المنزلية والكهربائية"، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، اللاذقية، سوريا، المجلد (40)، العدد (5)، ص503.

1-6- صدق الأداة :

1- الصدق الظاهري لأداة البحث:

تأكدت الباحثة من الصدق الظاهري للأداة، وذلك بعرضها على نائب رئيس الجامعة للشؤون العلمية الدكتور زين جنيدي، والأستاذ المشرف على البحث الدكتور راغب الغصين، وطلبت ملاحظاتهم ورأيهم حول مناسبة فقرات الاستبانة، ومدى انتمائها إلى كل مجال من مجالاتها، وكذلك وضوح الصياغة اللغوية.

2- ثبات أداة البحث (كرونباخ ألفا) :

هذا الاختبار يجري للدلالة على صدق المحتوى لأداة البحث، وهو دلالة على وجود اتساق داخلي بين فقرات أداة البحث، بالإضافة إلى التوصل إلى أن أداة البحث ثابتة. وتشير كثير من المراجع إلى أن قيمته يجب أن لا تقل عن 0.60.

تم القيام باختبار كرونباخ ألفا للمتغيرات الكمية وجمع عبارات كل متغير بعامل واحد، ويظهر الجدول أدناه قيم اختبار كرونباخ ألفا حيث يُلاحظ بأنها قيم جيدة ومقبولة، وهذا يشير إلى وثوقية جيدة لهذا المقياس وإمكانية اعتماد المتغيرات الجديدة في التحليلات التي ستتم لاختبار الفرضيات.

جدول رقم (4) : اختبار ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة

البُعد	عدد العبارات	قيم كرونباخ ألفا
توقعات الملموسية	4	.678
توقعات الاعتمادية	5	.756
توقعات الاستجابة	4	.709
توقعات التوكيد	4	.611
توقعات التعاطف	5	.656
إدراكات الملموسية	4	.721
إدراكات الاعتمادية	5	.782
إدراكات الاستجابة	4	.786
إدراكات التوكيد	4	.639
إدراكات التعاطف	5	.674

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام SPSS

المبحث الثاني : توصيف متغيرات البحث

2-1- وصف خصائص عينة البحث:

يهدف هذا الجزء إلى حساب التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي)، وذلك لمعرفة توزيع العينة وفق هذه المتغيرات، كما يلي:

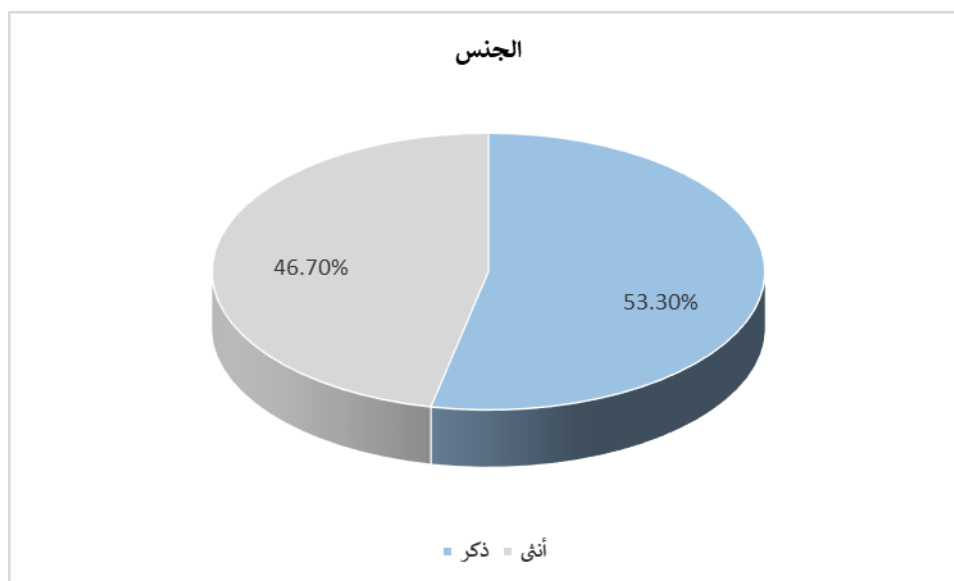
■ متغير الجنس:

جدول رقم (5) : توزيع العينة وفق جنس الطلاب

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	72	53.3%
أنثى	63	46.7%
المجموع	135	100 %

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام SPSS

نلاحظ من الجدول تقارب النسب المئوية لتوزع أفراد عينة البحث بين الذكور بنسبة (53.3%)، و الإناث بنسبة (46.7%). وبالتالي العينة تضمنت كلا الجنسين بشكل متوازن تقريباً.



شكل رقم (1) يبين توزيع العينة وفق جنس الطلاب

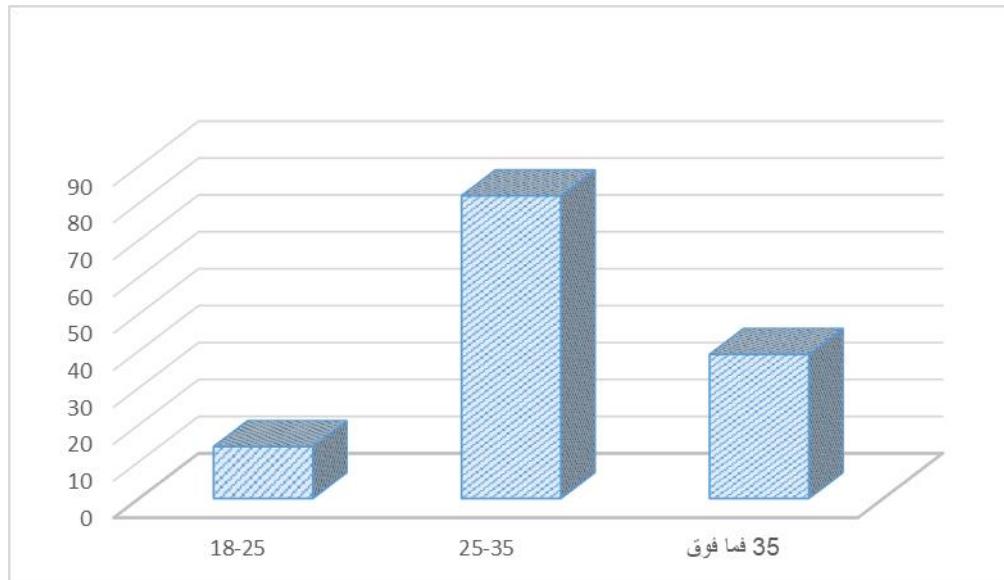
■ متغير العمر:

جدول رقم (6) : توزيع العينة وفق الفئات العمرية للطلاب

النسبة المئوية	التكرارات	فئات العمر
10.4%	14	25-18
60.7%	82	35-25
28.9%	39	35 فما فوق
100%	135	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام SPSS

يبين الجدول أن الفئة العمرية (من 25 سنة - 35 سنة) هي الأكثر مشاركة، حيث بلغت نسبة مشاركتها (60.7%)، تليها الفئة العمرية (35 سنة فما فوق) بنسبة مشاركة (28.9%)، وبالمقابل تعد الفئة العمرية (من 18 سنة - 25 سنة) أقل الفئات العمرية مشاركة بنسبة (10.4%).



شكل رقم (2) توزيع العينة وفق الفئات العمرية للطلاب

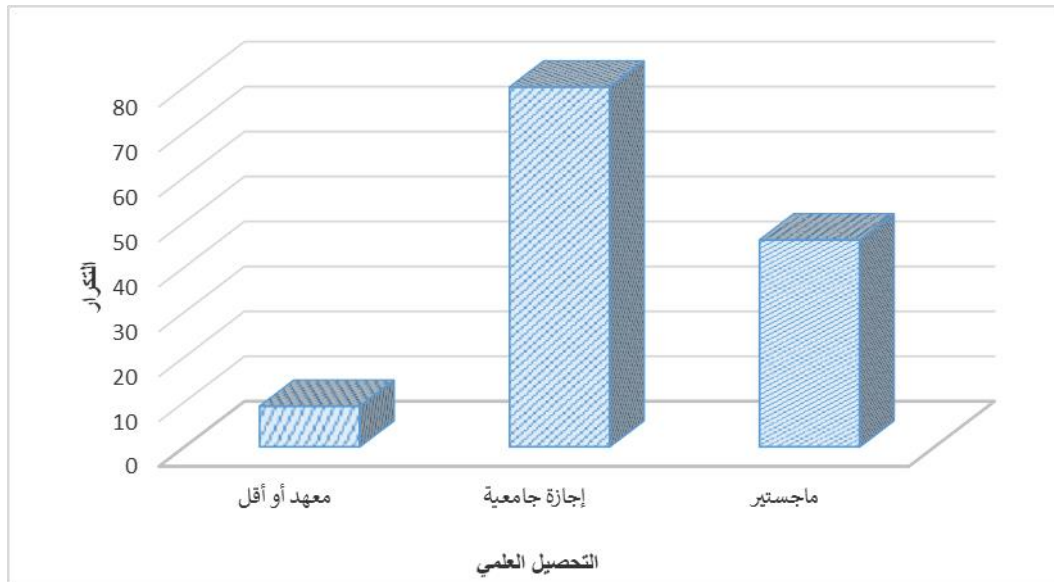
■ متغير المؤهل العلمي:

جدول رقم (7) : توزيع العينة وفق التحصيل العلمي للطلاب

المؤهل العلمي	التكرارات	النسبة المئوية
معهد أو أقل	9	6.7%
إجازة جامعية	80	59.3%
ماجستير	46	34.1%
المجموع	135	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام SPSS

يوضح الجدول أن حملة الإجازة الجامعية هي الأكثر مشاركة حيث بلغت نسبة مشاركتها (59.3%)، تليها حملة شهادة الماجستير بنسبة مشاركة (34.1%)، وبالمقابل يعد حملة شهادة المعهد أو أقل هم الأقل مشاركة بنسبة (6.7%).



شكل رقم (3) توزيع العينة وفق التحصيل العلمي للطلاب

2-2- وصف متغيرات العينة:

من خلال حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المشاركين تبين لنا آراء المشاركين وانطباعاتهم بمتغيرات البحث، إضافة إلى توضيح الأهمية النسبية للفقرات والمتغيرات.

2-2-1- متغير توقعات الملموسية:

يوضح الجدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير توقعات الملموسية.

جدول رقم (8) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد توقعات الملموسية

البيان	توقعات الملموسية	1- المظهر الخارجي للموظفين في الجامعة أنيق ومرتب. (توقعات)	2- يعمل في الجامعة أعضاء هيئة تدريسية من ذوي الكفاءات العلمية. (توقعات)	3- يوجد موقع إلكتروني متميز للجامعة على شبكة الانترنت. (توقعات)	4- توفر الجامعة مراكز نفاذ امتحانية ذات أجهزة ومعدات وأدوات حديثة. (توقعات)
المتوسط الحسابي	3.90	3.79	4.08	4.01	3.72
درجة الاستجابة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة
الترتيب في المجال		3	1	2	4
الانحراف المعياري	0.568	0.695	0.744	0.801	0.928

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

نلاحظ أن الوسط الحسابي للفقرة الثانية يعمل في الجامعة أعضاء هيئة تدريسية من ذوي الكفاءات العلمية هو الأعلى بين فقرات متغير توقعات الملموسية حيث بلغ (4.08) وبانحراف معياري (0.744)، وبالمقابل حصلت الفقرة الرابعة توفر الجامعة مراكز نفاذ امتحانية ذات أجهزة ومعدات وأدوات حديثة على أدنى قيمة للوسط الحسابي وهو (3.72) بانحراف معياري (0.928).

2-2-2- متغير توقعات الاعتمادية:

يوضح الجدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير توقعات الاعتمادية.

جدول رقم (9) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد توقعات الاعتمادية

البيان	توقعات الاعتمادية	1- عندما تعد إدارة الجامعة القيام بعمل ما في وقت محدد، فإنها تلتزم بذلك. (توقعات)	2- عندما يواجه الطالب مشكلة ما، فإن موظفي الجامعة يبدون اهتماماً صادقاً بحلها. (توقعات)	3- يقوم موظفو الجامعة بتقديم الخدمات بالشكل الصحيح والمطلوب ومن المرة الأولى. (توقعات)	4- توجد سهولة في إجراءات القبول والتسجيل في الجامعة. (توقعات)	5- تحرص إدارة الجامعة على أن تكون سجلات الطلاب خالية من الأخطاء. (توقعات)
المتوسط الحسابي	3.70	3.68	3.64	3.47	3.83	3.89
درجة الاستجابة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة
الترتيب في المجال		3	4	5	2	1
الانحراف المعياري	0.622	0.816	0.943	0.921	0.894	0.789

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

نلاحظ أن الوسط الحسابي للفقرة الخامسة تحرص إدارة الجامعة على أن تكون سجلات الطلاب خالية من الأخطاء هو الأعلى بين فقرات متغير توقعات الاعتمادية حيث بلغ (3.89) وبانحراف معياري (0.789)، وبالمقابل حصلت الفقرة الثالثة يقوم موظفو الجامعة بتقديم الخدمات بالشكل الصحيح والمطلوب ومن المرة الأولى على أدنى قيمة للوسط الحسابي وهو (3.47) بانحراف معياري (0.921)

2-2-3- متغير توقعات الاستجابة:

يوضح الجدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير توقعات الاستجابة.

جدول رقم (10) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد توقعات الاستجابة

البيان	توقعات الاستجابة	1- موظفو الجامعة مستعدين ومتحفزين لتقديم الخدمات للطلاب بصورة فورية. (توقعات)	2- يقوم موظفو الجامعة بإعلام الطلاب بمواعيد تقديم الخدمات والبرامج التعليمية والانتهاء منها. (توقعات)	3- تقوم الجامعة بإبلاغ الطلاب بكل ما يستجد في حينه. (توقعات)	4- تحرص إدارة الجامعة على حل مشكلات الطلاب دون تأخير. (توقعات)
المتوسط الحسابي	3.76	3.56	3.93	3.99	3.56
درجة الاستجابة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة
الترتيب في المجال		3	2	1	3
الانحراف المعياري	0.587	0.835	0.779	0.792	0.807

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

نلاحظ أن الوسط الحسابي للفقرة الثالثة تقوم الجامعة بإبلاغ الطلاب بكل ما يستجد في حينه هو الأعلى بين فقرات متغير توقعات الاستجابة حيث بلغ (3.99) وبانحراف معياري (0.792)، وبالمقابل حصلت الفقرة الأولى موظفو الجامعة مستعدين ومتحفزين لتقديم الخدمات للطلاب بصورة فورية على أدنى قيمة للوسط الحسابي وهو (3.56) وبانحراف معياري (0.835)، وكذلك حصلت الفقرة الرابعة تحرص إدارة الجامعة على حل مشكلات الطلاب دون تأخير على أدنى قيمة للوسط الحسابي وهو (3.56) وبانحراف معياري (0.807).

2-2-4- متغير توقعات التوكيد (الضمان):

يوضح الجدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير توقعات التوكيد (الضمان).

جدول رقم (11) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد توقعات التوكيد

البيان	توقعات التوكيد	1- يتسم موظفو الجامعة باللباقة واللفظ وحسن الخلق في التعامل مع الطلاب. (توقعات)	2- يمتلك موظفو الجامعة المعرفة التامة للإجابة على أسئلة واستفسارات الطلاب. (توقعات)	3- يُعبر الطلاب عن آرائهم بحرية دون خوف. (توقعات)	4- يحافظ العاملون في الجامعة على سرية وخصوصية بيانات الطلاب. (توقعات)
المتوسط الحسابي	3.72	3.76	3.62	3.61	3.90
درجة الاستجابة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة
الترتيب في المجال		2	3	4	1
الانحراف المعياري	0.566	0.755	0.905	0.847	0.818

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

نلاحظ أن الوسط الحسابي للفقرة الرابعة يحافظ العاملون في الجامعة على سرية وخصوصية بيانات الطلاب هو الأعلى بين فقرات متغير توقعات التوكيد حيث بلغ (3.90) وبانحراف معياري (0.818)، وبالمقابل حصلت الفقرة الثالثة يُعبر الطلاب عن آرائهم بحرية دون خوف على أدنى قيمة للوسط الحسابي وهو (3.61) وبانحراف معياري (0.847).

2-2-5- متغير توقعات التعاطف:

يوضح الجدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير توقعات التعاطف.

جدول رقم (12) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد توقعات التعاطف

البيان	توقعات التعاطف	1- تعتبر إدارة الجامعة وأعضاء الهيئة التدريسية مصلحة الطلاب من أوائل اهتماماتها. (توقعات)	2- تهتم الجامعة بعمل استطلاع رأي الطلاب حول الخدمات المقدمة لهم والاستفادة منها كتغذية راجعة. (توقعات)	3- توفر الجامعة ساعات عمل ملائمة لظروف الطلاب (من حيث الساعات التدريسية والوقت المخصص لتقديم الخدمات التعليمية). (توقعات)	4- إعلام الطلاب عن أي مشاكل أو عراقيل قد تحصل في نظام تقديم الخدمة. (توقعات)	5- يظهر الموظفون الود في علاقتهم مع الطالب. (توقعات)
المتوسط الحسابي	3.67	3.52	3.61	3.67	3.93	3.61
درجة الاستجابة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة
الترتيب في المجال		4	3	2	1	3
الانحراف المعياري	0.593	0.953	0.992	0.976	0.779	0.847

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

نلاحظ أن الوسط الحسابي للفقرة الرابعة إعلام الطلاب عن أي مشاكل أو عراقيل قد تحصل في نظام تقديم الخدمة هو الأعلى بين فقرات متغير توقعات التعاطف حيث بلغ (3.93) وبانحراف

معياري (0.779)، وبالمقابل حصلت الفقرة الأولى تعتبر إدارة الجامعة وأعضاء الهيئة التدريسية مصلحة الطلاب من أوائل اهتماماتها على أدنى قيمة للوسط الحسابي وهو (3.52) وبانحراف معياري (0.953).

من الجداول السابقة الخاصة بأبعاد التوقعات نجد أن الوسط الحسابي لبعد توقعات الملموسية هو الأعلى بين أبعاد التوقعات الخمسة حيث بلغ (3.90) وبانحراف معياري (0.568)، أما الوسط الحسابي لبعد توقعات التعاطف فهو الأدنى حيث بلغ (3.67) وبانحراف معياري (0.593).

2-2-6- متغير إدراكات الملموسية:

يوضح الجدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير إدراكات الملموسية .

جدول رقم (13) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد إدراكات الملموسية

البيان	إدراكات الملموسية	1-المظهر الخارجي للموظفين في الجامعة أنيق ومرتب . (إدراكات)	2- يعمل في الجامعة أعضاء هيئة تدريسية من ذوي الكفاءات العلمية (إدراكات)	3- يوجد موقع إلكتروني متميز للجامعة على شبكة الانترنت (إدراكات)	4- توفر الجامعة مراكز نفاذ امتحانية ذات أجهزة ومعدات وأدوات حديثة . (إدراكات)
المتوسط الحسابي	3.88	3.76	4.12	3.99	3.64
درجة الاستجابة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة
الترتيب في المجال		3	1	2	4
الانحراف المعياري	0.626	0.693	0.744	0.889	1.027

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

نلاحظ أن الوسط الحسابي للفقرة الثانية يعمل في الجامعة أعضاء هيئة تدريسية من ذوي الكفاءات العلمية هو الأعلى بين فقرات متغير إدراكات الملموسية حيث بلغ (4.12) وبانحراف معياري (0.744)، وبالمقابل حصلت الفقرة الرابعة توفر الجامعة مراكز نفاذ امتحانية ذات أجهزة ومعدات وأدوات حديثة على أدنى قيمة للوسط الحسابي وهو (3.64) وبانحراف معياري (1.027).

2-2-7- متغير إدراكات الاعتمادية:

يوضح الجدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير إدراكات الاعتمادية.

جدول رقم (14) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد إدراكات الاعتمادية

البيان	إدراكات الاعتمادية	1- عندما تعد إدارة الجامعة القيام بعمل ما في وقت محدد، فإنها تلتزم بذلك . (إدراكات)	2- عندما يواجه الطالب مشكلة ما، فإن موظفي الجامعة يبدون اهتماماً صادقاً بحلها. (إدراكات)	3- يقوم موظفو الجامعة بتقديم الخدمات بالشكل الصحيح والمطلوب ومن المرة الأولى. (إدراكات)	4- توجد سهولة في إجراءات القبول والتسجيل في الجامعة. (إدراكات)	5- تحرص إدارة الجامعة على أن تكون سجلات الطلاب خالية من الأخطاء . (إدراكات)
المتوسط الحسابي	3.72	3.71	3.64	3.41	3.80	4.03
درجة الاستجابة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة
الترتيب في المجال		3	4	5	2	1
الانحراف المعياري	0.635	0.880	0.824	0.908	0.976	0.743

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

نلاحظ أن الوسط الحسابي للفقرة الخامسة تحرص إدارة الجامعة على أن تكون سجلات الطلاب خالية من الأخطاء هو الأعلى بين فقرات متغير إدراكات الاعتمادية حيث بلغ (4.03) وبانحراف معياري (0.743)، وبالمقابل حصلت الفقرة الثالثة يقوم موظفو الجامعة بتقديم الخدمات بالشكل الصحيح والمطلوب ومن المرة الأولى على أدنى قيمة للوسط الحسابي وهو (3.41) بانحراف معياري (0.908).

2-2-8- متغير إدراكات الاستجابة:

يوضح الجدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير إدراكات الاستجابة.

جدول رقم (15) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد إدراكات الاستجابة

البيان	إدراكات الاستجابة	1- موظفو الجامعة مستعدين ومتحفيين لتقديم الخدمات للطلاب بصورة فورية. (إدراكات)	2- يقوم موظفو الجامعة بإعلام الطلاب بمواعيد تقديم الخدمات والبرامج التعليمية والانتهااء منها. (إدراكات)	3- تقوم الجامعة بإبلاغ الطلاب بكل ما يستجد في حينه. (إدراكات)	4- تحرص إدارة الجامعة على حل مشكلات الطلاب دون تأخير. (إدراكات)
المتوسط الحسابي	3.77	3.53	4.00	4.08	3.47
درجة الاستجابة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة
الترتيب في المجال		3	2	1	4
الانحراف المعياري	0.675	0.854	0.782	0.847	0.968

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

نلاحظ أن الوسط الحسابي للفقرة الثالثة تقوم الجامعة بإبلاغ الطلاب بكل ما يستجد في حينه هو الأعلى بين فقرات متغير إدراكات الاستجابة حيث بلغ (4.08) بانحراف معياري (0.847)، وبالمقابل حصلت

الفقرة الرابعة تحرص إدارة الجامعة على حل مشكلات الطلاب دون تأخير على أدنى قيمة للوسط الحسابي وهو (3.47) وبانحراف معياري (0.968).

2-2-9- متغير إدراكات التوكيد (الضمان):

يوضح الجدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير إدراكات التوكيد (الضمان).

جدول رقم (16) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد إدراكات التوكيد

البيان	إدراكات التوكيد	1- يتسم موظفو الجامعة باللباقة واللفظ وحسن الخلق في التعامل مع الطلاب. (إدراكات)	2- يمتلك موظفو الجامعة المعرفة التامة للإجابة على أسئلة واستفسارات الطلاب. (إدراكات)	3- يُعَبّر الطلاب عن آرائهم بحرية دون خوف. (إدراكات)	4- يحافظ العاملون في الجامعة على سرية وخصوصية بيانات الطلاب. (إدراكات)
المتوسط الحسابي	3.71	3.70	3.52	3.69	3.93
درجة الاستجابة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة
الترتيب في المجال		2	4	3	1
الانحراف المعياري	0.609	0.822	0.961	0.885	0.839

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

نلاحظ أن الوسط الحسابي للفقرة الرابعة يحافظ العاملون في الجامعة على سرية وخصوصية بيانات الطلاب هو الأعلى بين فقرات متغير إدراكات التوكيد حيث بلغ (3.93) بانحراف معياري (0.839)، وبالمقابل حصلت الفقرة الثانية يمتلك موظفو الجامعة المعرفة التامة للإجابة على أسئلة واستفسارات الطلاب على أدنى قيمة للوسط الحسابي وهو (3.52) وبانحراف معياري (0.961).

2-2-10- متغير إدراكات التعاطف:

يوضح الجدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير إدراكات التعاطف.

جدول رقم (17) : ترتيب كل فقرة من فقرات بعد إدراكات التعاطف

البيان	إدراكات التعاطف	1- تعتبر إدارة الجامعة وأعضاء الهيئة التدريسية مصلحة الطلاب من أوائل اهتماماتها. (إدراكات)	2- تهتم الجامعة بعمل استطلاع رأي الطلاب حول الخدمات المقدمة لهم والاستفادة منها كتغذية راجعة. (إدراكات)	3- توفر الجامعة ساعات عمل ملائمة لظروف الطلاب (من حيث الساعات التدريسية و الوقت المخصص لتقديم الخدمات التعليمية). (إدراكات)	4- إعلام الطلاب عن أي مشاكل أو عراقيل قد تحصل في نظام تقديم الخدمة. (إدراكات)	5- يظهر الموظفون الود في علاقتهم مع الطالب. (إدراكات)
المتوسط الحسابي	3.81	3.47	3.94	3.87	4.13	3.64
درجة الاستجابة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة	مرتفعة
الترتيب في المجال		5	2	3	1	4
الانحراف المعياري	0.574	1.013	0.912	0.913	0.644	0.833

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

نلاحظ أن الوسط الحسابي للفقرة الرابعة إعلام الطلاب عن أي مشاكل أو عراقيل قد تحصل في نظام تقديم الخدمة هو الأعلى بين فقرات متغير إدراكات التعاطف حيث بلغ (4.13) بانحراف معياري (0.644)، وبالمقابل حصلت الفقرة الأولى تعتبر إدارة الجامعة وأعضاء الهيئة التدريسية مصلحة الطلاب من أوائل اهتماماتها على أدنى قيمة للوسط الحسابي وهو (3.47) وبانحراف معياري (1.013).

من الجداول السابقة الخاصة بأبعاد الإدراكات نجد أن الوسط الحسابي لبعده إدراكات الملموسية هو الأعلى بين أبعاد الإدراكات الخمسة حيث بلغ (3.88) وبانحراف معياري (0.626)، أما الوسط الحسابي لبعده إدراكات التوكيد (الضمان) فهو الأدنى حيث بلغ (3.71) وبانحراف معياري (0.609).

المبحث الثالث: اختبار الفرضيات

❖ اختبار T-Test:

لغرض الوثوق باختبار T لابد أن يتحقق الشرطان التاليان قبل إجراء الاختبار:

- يجب أن يتبع توزيع المتغير المراد إجراء الاختبار على وسطه التوزيع الطبيعي، وغالباً ما يُستعاض عن هذا الشرط بزيادة حجم العينة. فقد وُجد من خلال التجربة أن عدم تحقق هذا الشرط لا يؤثر على نتيجة الاختبار بشرط أن يكون حجم العينة كبيراً، وتُعتبر العينة من الحجم 30 عينة كبيرة.
 - يجب أن تكون العينة عشوائية وقيم مفرداتها لا تعتمد على بعضها البعض.
- (وبما أن العينة محل البحث 135 مفردة يمكننا إجراء اختبار t-test).

3-1- الفرضية الأولى:

توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد الملموسية.

قامت الباحثة باختبار **Paired-samples t-test** للتحقق من وجود فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد الملموسية، وتظهر الجداول نتائج الاختبار كمايلي:

جدول رقم (18) : يبين المتوسط الحسابي لتوقعات وإدراكات الملموسية والفرق بينهما

البعد	متوسط التوقعات E	متوسط الإدراكات P	الفجوة E-P الإدراكات - التوقعات	النتيجة	التفسير
الملموسية	3.90	3.88	- 0.02	E > P	مرفوضة

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

يبين الجدول (18) أن متوسط الإدراكات أدنى من متوسط التوقعات، وهذا يعني وجود فجوة سالبة ومقدارها (-0.02) بين متوسط توقعات عينة البحث ومتوسط إدراكاتهم لبعد الملموسية وهم غير راضين عن الخدمة.

جدول رقم (19) : يبين الارتباط بين توقعات وإدراكات الملموسية

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	إدراكات & توقعات	135	.581	.000

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

من الجدول (19) نلاحظ أن قيمة $\text{sig} < 0.05$ بالتالي يوجد ارتباط بين توقعات وإدراكات الملموسية، والارتباط طردي متوسط القوة كون معامل الارتباط يساوي (0.58).

جدول رقم (20) : Paired Samples Test لبعد الملموسية

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	إدراكات - توقعات	-.024	.549	.047	-.117	.069	-.510	134	.611

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

من الجدول (20) نلاحظ أن قيمة $\text{sig} > 0.05$ بالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إدراكات ومتوسط توقعات الملموسية.

3-2- الفرضية الثانية:

توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد الاعتمادية.

قامت الباحثة باختبار **Paired-samples t-test** للتحقق من وجود فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد الاعتمادية، وتظهر الجداول نتائج الاختبار كمايلي:

جدول رقم (21) : يبين المتوسط الحسابي لتوقعات وإدراكات الاعتمادية والفرق بينهما

البعد	متوسط التوقعات E	متوسط الإدراكات P	الفجوة E-P الإدراكات - التوقعات	النتيجة	التفسير
الاعتمادية	3.70	3.72	0.02	E < P	مقبولة

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

يبين الجدول (21) أن متوسط الإدراكات أعلى من متوسط التوقعات، بالتالي لا توجد فجوة بين متوسط توقعات عينة البحث ومتوسط إدراكاتهم لبعد الاعتمادية وهم راضين جداً عن الخدمة.

جدول رقم (22) : يبين الارتباط بين توقعات وإدراكات الاعتمادية

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	إدراكات & توقعات	135	.510	.000

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

من الجدول (22) نلاحظ أن قيمة $\text{sig} < 0.05$ بالتالي يوجد ارتباط بين توقعات وإدراكات الاعتمادية، والارتباط طردي متوسط القوة كون معامل الارتباط يساوي (0.51).

جدول رقم (23) : Paired Samples Test لبعد الاعتمادية

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	إدراكات - توقعات	.016	.622	.054	-.090	.122	.304	134	.761

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

من الجدول (23) نلاحظ أن قيمة $\text{sig} > 0.05$ بالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إدراكات ومتوسط توقعات الاعتمادية.

3-3- الفرضية الثالثة:

توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد الاستجابة.

قامت الباحثة باختبار **Paired-samples t-test** للتحقق من وجود فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد الاستجابة، وتظهر الجداول نتائج الاختبار كمايلي:

جدول رقم (24) : يبين المتوسط الحسابي لتوقعات وإدراكات الاستجابة والفرق بينهما

البعد	متوسط التوقعات E	متوسط الإدراكات P	الفجوة E-P الإدراكات - التوقعات	النتيجة	التفسير
الاستجابة	3.76	3.77	0.01	$E < P$	مقبولة

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

يبين الجدول (24) أن متوسط الإدراكات أعلى من متوسط التوقعات، بالتالي لا توجد فجوة بين متوسط توقعات عينة البحث ومتوسط إدراكاتهم لبعد الاستجابة وهم راضين جداً عن الخدمة.

جدول رقم (25) : يبين الارتباط بين توقعات وإدراكات الاستجابة

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 إدراكات & توقعات	135	.498	.000

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

من الجدول (25) نلاحظ أن قيمة $\text{sig} < 0.05$ بالتالي يوجد ارتباط بين توقعات وإدراكات الاستجابة، والارتباط طردي ضعيف القوة كون معامل الارتباط يساوي (0.498).

جدول رقم (26) : Paired Samples Test لبعد الاستجابة

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	إدراكات - توقعات	.013	.637	.055	-.096	.121	.236	134	.814

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

من الجدول (26) نلاحظ أن قيمة $\text{sig} > 0.05$ بالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إدراكات ومتوسط توقعات الاستجابة.

3-4- الفرضية الرابعة:

توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد التوكيد(الضمان).

قامت الباحثة باختبار **Paired-samples t-test** للتحقق من وجود فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد التوكيد (الضمان)، وتظهر الجداول نتائج الاختبار كمايلي:

جدول رقم (27) : يبين المتوسط الحسابي لتوقعات وإدراكات التوكيد والفرق بينهما

البعد	متوسط التوقعات E	متوسط الإدراكات P	الفجوة E-P الإدراكات - التوقعات	النتيجة	التفسير
التوكيد	3.72	3.71	- 0.01	$E > P$	مرفوضة

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

يبين الجدول (27) أن متوسط الإدراكات أدنى من متوسط التوقعات، وهذا يعني وجود فجوة سالبة ومقدارها (-0.01) بين متوسط توقعات عينة البحث ومتوسط إدراكاتهم لبعد التوكيد وهم غير راضين عن الخدمة.

جدول رقم (28) : يبين الارتباط بين توقعات وإدراكات التوكيد

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	إدراكات & توقعات	135	.595	.000

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

من الجدول (28) نلاحظ أن قيمة $\text{sig} < 0.05$ بالتالي يوجد ارتباط بين توقعات وإدراكات التوكيد، والارتباط طردي متوسط القوة كون معامل الارتباط يساوي (0.595).

جدول رقم (29) : Paired Samples Test لبعد التوكيد(الضمان)

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	ادراكات - توقعات	-.015	.530	.046	-.105	.075	-.325	134	.746

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

من الجدول (29) نلاحظ أن قيمة $\text{sig} > 0.05$ بالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إدراكات ومتوسط توقعات التوكيد.

3-5- الفرضية الخامسة:

توجد فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد التعاطف.

قامت الباحثة باختبار **Paired-samples t-test** للتحقق من وجود فجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل الطلاب وفقاً لبعد التعاطف، وتظهر الجداول نتائج الاختبار كمايلي:

جدول رقم (30) : يبين المتوسط الحسابي لتوقعات وإدراكات التعاطف والفرق بينهما

البعد	متوسط التوقعات E	متوسط الإدراكات P	الفجوة E-P الإدراكات - التوقعات	النتيجة	التفسير
التعاطف	3.67	3.81	0.14	$E < P$	مقبولة

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

يبين الجدول (30) أن متوسط الإدراكات أعلى من متوسط التوقعات، بالتالي لا توجد فجوة بين متوسط توقعات عينة البحث ومتوسط إدراكاتهم لبعد التعاطف وهم راضين جداً عن الخدمة.

جدول رقم (31) : يبين الارتباط بين توقعات وإدراكات التعاطف

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	إدراكات & توقعات	135	.636	.000

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

من الجدول (31) نلاحظ أن قيمة $\text{sig} < 0.05$ بالتالي يوجد ارتباط بين توقعات وإدراكات التعاطف، والارتباط طردي متوسط القوة كون معامل الارتباط يساوي (0.636).

جدول رقم (32) : Paired Samples Test لبعد التعاطف

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	إدراكات - توقعات	.142	.498	.043	.057	.227	3.316	134	.001

المصدر: حسابات الباحثة على بيانات العينة باستعمال برنامج SPSS للتحليل الإحصائي

من الجدول (32) نلاحظ أن قيمة $\text{sig} < 0.05$ بالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إدراكات ومتوسط توقعات التعاطف.

المبحث الرابع: النتائج والتوصيات

□ النتائج:

- يوجد تقارب في النسب المئوية لتوزع أفراد عينة البحث بين الذكور والإناث، وبالتالي العينة تضمنت كلا الجنسين بشكل متوازن تقريباً.
- إن الفئة العمرية (من 25 سنة - 35 سنة) هي الأكثر مشاركة، تليها الفئة العمرية (35 سنة فما فوق)، وبالمقابل تعد الفئة العمرية (من 18 سنة - 25 سنة) أقل الفئات العمرية مشاركة.
- إن فئة حملة الإجازة الجامعية هي الأكثر مشاركة، وبالمقابل يعد حملة شهادة المعهد أو أقل هم الأقل مشاركة.
- إن الوسط الحسابي لبعد توقعات الملموسية هو الأعلى بين أبعاد التوقعات الخمسة، أما الوسط الحسابي لبعد توقعات التعاطف فهو الأدنى.
- إن الوسط الحسابي لبعد إدراكات الملموسية هو الأعلى بين أبعاد الإدراكات الخمسة، أما الوسط الحسابي لبعد إدراكات التوكيد (الضمان) فهو الأدنى.
- توجد فجوة سالبة بين متوسط توقعات الطلاب ومتوسط إدراكاتهم لبعد الملموسية وهم غير راضين عن الخدمة.
- لا توجد فجوة بين متوسط توقعات الطلاب ومتوسط إدراكاتهم لبعد الاعتمادية وهم راضين جداً عن الخدمة.
- لا توجد فجوة بين متوسط توقعات الطلاب ومتوسط إدراكاتهم لبعد الاستجابة وهم راضين جداً عن الخدمة.
- توجد فجوة سالبة بين متوسط توقعات الطلاب ومتوسط إدراكاتهم لبعد التوكيد وهم غير راضين عن الخدمة.
- لا توجد فجوة بين متوسط توقعات الطلاب ومتوسط إدراكاتهم لبعد التعاطف وهم راضين جداً عن الخدمة.

□ التوصيات:

- تبين من نتائج البحث أن متوسطات إدراكات الطلاب للأبعاد الثلاثة (الاعتمادية - الاستجابة - التعاطف) كانت أعلى من متوسط توقعاتهم لها، مما يتوجب على الجامعة الافتراضية السورية ضرورة المحافظة على مستوياتها المرتفعة، ومراقبتها من حين إلى آخر.
- تبين من نتائج البحث أن متوسطات إدراكات الطلاب لبعد (الملموسية) كان أدنى من متوسط توقعاتهم له، مما يتوجب على الجامعة الافتراضية السورية الاهتمام بالفقرات التي سببت هذا التدني من حيث:
 - ✓ توفير مراكز نفاذ امتحانية ذات أجهزة ومعدات وأدوات حديثة.
 - ✓ الاهتمام بالموقع الإلكتروني للجامعة على شبكة الإنترنت ليكون متميزاً ويلبي توقعات الطلاب.
 - ✓ الحرص على أن يكون المظهر الخارجي للموظفين في الجامعة أنيق ومرتب.
- تبين من نتائج البحث أن متوسطات إدراكات الطلاب لبعد (التوكيد) كان أدنى من متوسط توقعاتهم له، مما يتوجب على الجامعة الافتراضية السورية الاهتمام بالفقرات التي سببت هذا التدني من حيث:
 - ✓ ضرورة امتلاك موظفو الجامعة المعرفة التامة للإجابة على أسئلة واستفسارات الطلاب.
 - ✓ توجيه العاملين في الجامعة إلى الاهتمام باللباقة واللفظ وحسن الخلق في التعامل مع الطلاب.
- أهمية ضرورة رفع الوعي لدى العاملين في الجامعة بما يعزز ثقافة جودة الخدمة، والتعرف على أبعادها وآليات تطبيقها من خلال الدورات التدريبية وكسب المهارات بالتجربة.
- على الجامعة الاهتمام بتقديم الخدمات والعمل على تعيين كفاءات إدارية من تخصصات مختلفة من شأنها أن تقدم خدمات مميزة يمكن الاعتماد عليها من قبل الطلاب.
- السعي الدائم مع الجهات القانونية الإدارية لفتح باب الشكوى والمقترحات لآراء الطلاب بما يعزز عنصر المشاركة في تحديد طبيعة الخدمة الجامعية المقدمة.
- القيام بالبحوث الميدانية الخاصة بتقييم رضا الطلاب اعتماداً على النماذج العلمية الحديثة لمعرفة جوانب القصور في الخدمة وتطويرها.

المراجع العربية والأجنبية المعتمد عليها في البحث

❖ المراجع العربية:

- 1- الغيلي، رياض يحيى. (2018) "مدى إدراك طلبة جامعة العلوم والتكنولوجيا اليمنية لمستوى جودة الخدمات الجامعية طبقاً لمقياس جودة الخدمة SERVQUAL". المجلة العربية للإدارة، مج 38 ، ع 3، أيلول 2018.
- 2- العوضي، رأفت محمد سعيد. (2018) " قياس جودة الخدمات التي تقدمها الجامعات الفلسطينية في ضوء المتغيرات العالمية المعاصرة (جامعة القدس المفتوحة نموذجاً)". مجلة كلية فلسطين التقنية للأبحاث والدراسات، ع5، ص625-650، 26 حزيران 2018.
- 3- حسنين، منى محمود عبد المولى. والشربيني، غادة حمزة محمد. (2018) " استراتيجية مقترحة لتطوير الخدمات التعليمية المقدمة لطلاب الدراسات العليا بجامعة الملك خالد وفقاً لمقياس SERVQUAL وفي ضوء رؤية آفاق". المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد6، ع10، تشرين الأول 2017.
- 4- صلاح الدين، نسرین صالح. والبرطمانى، مريم سعيد. (2017) " جودة الخدمات الجامعية في مركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس (دراسة تطبيقية باستخدام مقياس الفجوة بين الإداركات والتوقعات)". مجلة الدراسات التربوية والنفسية، المجلد12، ع1، ص16-39، كانون الثاني 2018.
- 5- المخلافي، عبد الواسع عبدالغني. (2018) " قياس الجودة المدركة والجودة المتوقعة في جامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز باستخدام "SERVQUAL SCALE". دراسة تطبيقية، القاهرة، ص343-370، 31 حزيران 2016.
- 6- الصالحي، أبو بكر سليمان. وجاب الله، جمال علي. (2016) " قياس جودة الخدمات التعليمية بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة مصراتة من وجهة نظر الطلبة". مجلة دراسات الاقتصاد والأعمال، المجلد 5، ع2، كانون الأول 2016.
- 7- طمل، إبراهيم. (2013) " تأثير محددات جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون: دراسة حالة موبيليس وكالة ورقلة". رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ص17

- 8- الدراكعة، مأمون. والشليبي، طارق. (2002) "الجودة في المنظمات الحديثة"، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص15.
- 9- السلمي، علي. (2005) " إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الأيزو 9000، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ص18
- 10- المحياوي، قاسم نايف علوان. (2006) " إدارة الجودة في الخدمات"، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ص24
- 11- الطائي، يوسف. والعبادي، هاشم. (2009) " إدارة علاقات الزبون"، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ص110
- 12- بلحسن، سميحة. (2012) " تأثير جود الخدمات على تحقيق رضا الزبون: دراسة حالة مؤسسة موبيليس -وكالة ورقلة"، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ص16
- 13- عمر، محمد اسماعيل. (بدون سنة النشر) " أساسيات الجودة في الإنتاج"، دار الكتب العربية للنشر، القاهرة، ص30
- 14- مصطفى، أحمد سيد. (1999) " إدارة العمليات في الصناعة والخدمات"، القاهرة، ص19
- 15- عبود، نجم. (2010) " إدارة الجودة الشاملة في عصر الإنترنت"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص229
- 16- أورمان، سعد حامد. والديوه جي، أبي سعد. (2001) "التسويق السياحي والفندقي"، دار حامد للنشر، عمان، ص2
- 17- أبو النصر، مدحت محمد. (2008) " إدارة الجودة الشاملة في مجال الخدمات"، القاهرة، مجموعة النيل العربي.
- 18- الطائي، حميد، بشير العلاق (2009) "تسويق الخدمات"، دار اليازوري، عمان، ص41
- 19- خير الدين، عمرو حسن (2003) "التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات"، مكتبة عين شمس، القاهرة، ص316
- 20- بالمر، أدريان (2003) "مبادئ تسويق الخدمات"، ترجمة: محمد ا زهر دعبول، محمد أيوب، سلسلة الرضا للمعلومات (214)، دار الرضا للنشر، دمشق، آذار، ط 3، ص31
- 21- سليمان، أحمد علي (2000) "سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق مع التركيز على السوق السعودية"، معهد الإدارة العامة، الرياض، ص 452

- 22- حواس، مولود. وحمودي، رابح (2013) "أهمية جودة الخدمات في تحقيق ولاء المستهلك: دراسة حالة خدمات الهاتف النقال للوطنية للاتصالات"، مجلة أداء المؤسسة الجزائرية، الجزائر، العدد 3، ص148
- 23- خثير، محمد. ومرامي أسماء (2017) " العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة"، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 3، العدد 4، ص2
- 24- بريش، عبد القادر (2005) " جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك"، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد 3، الجزائر، ص258
- 25- كدسه، ناصر عقيل (2012) " أثر أبعاد جودة الخدمة التعليمية على رضا الطلاب: دراسة حالة لطلبة برنامج إدارة الأعمال التنفيذي في جامعة الملك عبد العزيز"، العدد الثاني، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، مصر
- 26- بسقليان، سيلفا (2018) "الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية في سوريا باستخدام مقياس SERVQUAL"، رسالة ماجستير، الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، ص43-46
- 27- الزواوي، خالد محمد (2003) " الجودة الشاملة في التعليم وأسواق العمل في الوطن العربي"، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ط 3، ص34
- 28- بو فارة، أحمد (2006) "واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الجامعات الفلسطينية"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 2، العدد 2، ص 250
- 29- بني حمدان، خالد (2012) "جودة الخدمة التعليمية واثرها على رضا الطلبة، دراسة تطبيقية على طلبة جامعة العلوم التطبيقية الخاصة"، المؤتمر العربي الدولي الثاني لضمان جودة التعليم العالي، الاردن.
- 30- حلس، سالم عبدالله (2013) " أثر جودة الخدمة التعليمية على رضى الطلبة دراسة تطبيقية على طلبة الماجستير بالجامعة الإسلامية"، الجامعة الإسلامية، غزة_ فلسطين.
- 31- سعد، خالدة سلمان (2008) "تأثير الرؤية الاستراتيجية في ضمان وتحسين جودة الرعاية الصحية المقدمة في المستشفيات المتخصصة، دراسة استطلاعية في مستشفى الجراحات التخصصية مقدمة الى مجلس كلية الادارة . والاقتصاد_ جامعة بغداد، لنيل درجة الدبلوم العالي في ادارة المستشفيات، بغداد، 2008

- 32- زاهر، ضياء الدين (2007) "مستقبل التعليم الجامعي العربي: رؤى تنموية"، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ص 121
- 33- الفقهاء، إعتدال عبدالله هملان (2014) "جودة المواقع الإلكترونية والثقة الإلكترونية وأثرهما في رضا متلقي الخدمة"، دراسة ميدانية في دائرة الأراضى والمساحة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط.
- 34- العليمات، غادة فايز سلامة (2015) "أثر جودة الخدمة المصرفية على رضا الزبائن في البنوك الإسلامية والبنوك غير الإسلامية"، دراسة ميدانية في جميع فروع البنك العربي والبنك الإسلامي الأردني في العاصمة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.
- 35- المصطفى، سامر (2013) "أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا الزبائن"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 29، العدد الأول، ص 12
- 36- القضاة، محمد أمين و خليفات ، عبد الفتاح (2013) "درجة رضا طلبة جامعة مؤتة عن الخدمات الجامعية من وجهة نظرهم"، المنارة، المجلد 19، العدد 1
- 37- البكري، تامر (2009) "الاتصالات التسويقية والترويج"، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ص 112
- 38- نور الدين، بوعنان (2007) "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، دراسة ميدانية في مؤسسات ميناء سكيكة"، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.
- 39- جاسم، محمود و يوسف، ردينة عثمان (2010) "تسويق الخدمات"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ص 88
- 40- سالم، أحمد (2004) "تكنولوجيا التعليم والتعليم الإلكتروني"، مكتبة الرشد، المملكة العربية السعودية.
- 41- الساعي، أحمد جاسم (2007) "التعليم الإلكتروني والأسس والمبادئ النظرية التي يقوم عليها"، كلية التربية: جامعة قطر.
- 42- الحربي، عبدالله بن عواد (2013) "معايير مقترحة لقياس جودة التعلم الإلكتروني في الجامعات السعودية"
- 43- أحمد قاسم، سامر وعبد اللطيف إبراهيم عيسة (2018)، "مستوى رضا العملاء عن أداء أعضاء قنوات التوزيع في شركة جود للأدوات المنزلية والكهربائية"، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، اللاذقية، سوريا، المجلد (40)، العدد (5)، ص 503.

❖ المراجع الأجنبية:

- 1- Lamyai, S. and Wongleedee, K. (2019) " PERCEPTIONS OF STUDENTS ON ONE STOP SERVICES ."International Academic Research Conference in London,2019
- 2- Lodesso, S. L., Niekerk, E.J.V., Jansen, C. A .and Müller, H. (2018) "Student Satisfaction Regarding Service Quality at Ethiopian Public Higher Education Institutions: A Case Study". Journal of Student Affairs in Africa, Volume 6(2) 2018, 51–64
- 3- Ung, V. and Norng, T. (2017) "Gearing Service Quality into High Educational Institutes in Cambodia" Archives of Business Research, Vol.5, No.9-P 5-30, Sep. 25, 2017.
- 4- Afridi, S. A., Khattak, A. and Khan, A. (2016) "MEASUREMENT OF SERVICE QUALITY GAP IN THE SELECTED PRIVATE UNIVERSITIES/INSTITUTES OF PESHAWAR USING SERVQUAL MODEL". City University Research Journal, Volume 06 Number 01 January 2016 PP 61-69.
- 5- Abu Saleh, M., Khan, M, I. and Rahman, Z. (2016) "Service Quality Gap Analysis: Measuring Students’ satisfaction in the tertiary education sector of Bangladesh". Organizational Studies and Innovation Review, Vol. 2, no.4, 2016.
- 6- Nelson, C. (2006)“Managing Quality in Architecture: A Handbook for Creators of the Built Environment", Linacre House, first edition Jordan Hill, oxford, UK, P4.
- 7- ISO 9000, "Quality Management System, Fundamentals and Vocabulary",2000.
- 8- Kotler, P. and Armstrong, G. (2011)."Principle of Marketing". 14th Edn., Prentice-Hall, New York, pp: 240-253.
- 9- Palmer, A. (2011). "Principles of Service Marketing". Hill –Mc G raw.(6th ed) , Mc G raw–Hill Companies, Inc., New York, P.8
- 10- Churchill, Gilbert A.JR. & Paul Peter, J. (1995) ." Marketing: Creating Value for Customers", Richard D. Irwin, Inc., P.388
- 11- Kueh, k. (2007) . "Culture and Service Quality Expectation: Managing Service Quality", Vol 17, No 6, p658
- 12- Hoffman, K. Douglas, Bateson, John. E.G (2011)"Services Marketing, Concepts, Strategies, & Cases", South- Western, Cengage Learning, U.S.A

- 13- Lovelock, C.H., and Gummesson, E (2004)" Whither Services Marketing in Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives", Journal of Service Research, Vol.7, N°.1, PP.20-41
- 14- Foster, S. T. (2013)" Managing Quality: integrating the Supply Chain", (5th ed.), Pearson Education, Inc., N.J., p.197
- 15- Cheng, Y.C & Wai Ming, T (1997) "Multi- Models of Quality in Education", Quality Assurance in Educational Journal, Vol.5, issue.1, p.26
- 16- Kotler, P and Armstrong, G (2006)"Principles of Marketing "(11th ed), New Jersey: Pearson prentice hall, p13
- 17- Kotler, P and Keller, K, L (2012) "Marketing management "(14th ed). Pearson – Hall No 65.

الملاحق:

ملحق (1) الاستبيان



الجامعة الافتراضية السورية
SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY

الجامعة الافتراضية السورية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

ماجستير التأهيل والتخصص في الجودة

استبيان حول قياس جودة الخدمة في الجامعة الافتراضية السورية باستخدام مقياس Servqual

الزملاء الأعزاء : يرجى التكرم بالإجابة على هذا الاستبيان وذلك من أجل استكمال مشروع التخرج في ماجستير التأهيل والتخصص في إدارة الجودة، علماً أنه يضم 44/ بنداً موزعة على خمسة أبعاد هي: الجوانب المادية الملموسة والاعتمادية والاستجابة والتوكيد (الضمان) والتعاطف، ومقسمة إلى قسمين، يتضمن القسم الأول 22/ بنداً وهي عبارة عن التوقعات عن الخدمة في الجامعة الافتراضية (قبل التسجيل فيها)، ويتضمن القسم الثاني 22/ بنداً وهي عبارة عن البنود السابقة نفسها وذلك بعد إدراك الخدمة فعلياً (بعد التسجيل في الجامعة).

القسم الأول: البيانات الشخصية

فيما يلي مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالمعلومات الديموغرافية:

1- الجنس	○ أنثى	○ ذكر
2- العمر	○ 18-25	○ 35 فما فوق
	○ 25-35	
3- التحصيل العلمي	○ معهد متوسط أو أقل	○ ماجستير
	○ إجازة جامعية	

القسم الثاني: الجودة المتوقعة قبل التسجيل في الجامعة الافتراضية السورية

توقعات الملموسية - الجوانب المادية الملموسة Tangibles

1- المظهر الخارجي للموظفين في الجامعة أنيق ومرتب.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
2- يعمل في الجامعة أعضاء هيئة تدريسية من ذوي الكفاءات العلمية.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
3- يوجد موقع إلكتروني متميز للجامعة على شبكة الانترنت.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
4- توفر الجامعة مراكز نفاذ امتحانية ذات أجهزة ومعدات وأدوات حديثة.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة

توقعات الاعتمادية Reliability

5- عندما تعد إدارة الجامعة القيام بعمل ما في وقت محدد، فإنها تلتزم بذلك.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
6- عندما يواجه الطالب مشكلة ما، فإن موظفي الجامعة يبذلون اهتماماً.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
7- يقوم موظفو الجامعة بتقديم الخدمات بالشكل الصحيح والمطلوب ومن المرة الأولى.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
8- توجد سهولة في إجراءات القبول والتسجيل في الجامعة.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
9- تحرص إدارة الجامعة على أن تكون سجلات الطلاب خالية من الأخطاء.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة

توقعات الاستجابة Response

10- موظفو الجامعة مستعدين ومتحفزين لتقديم الخدمات للطلاب بصورة فورية.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
11- يقوم موظفو الجامعة بإعلام الطلاب بمواعيد تقديم الخدمات والبرامج التعليمية والانتهااء منها.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
12- تقوم الجامعة بإبلاغ الطلاب بكل ما يستجد في حينه.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
13- تحرص إدارة الجامعة على حل مشكلات الطلاب دون تأخير.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة

توقعات التوكيد (الضمان) Assurance

14- يتسم موظفو الجامعة باللباقة واللفظ وحسن الخلق في التعامل مع الطلاب.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
15- يمتلك موظفو الجامعة المعرفة التامة للإجابة على أسئلة واستفسارات الطلاب.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
16- يُعبر الطلاب عن آرائهم بحرية دون خوف.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
17- يحافظ العاملون في الجامعة على سرية وخصوصية بيانات الطلاب.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة

توقعات التعاطف Empathy

18- تعتبر إدارة الجامعة وأعضاء الهيئة التدريسية مصلحة الطلاب من أوائل اهتماماتها.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
19- تهتم الجامعة بعمل استطلاع رأي الطلاب حول الخدمات المقدمة لهم والاستفادة منها كتغذية راجعة.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
20- توفر الجامعة ساعات عمل ملائمة لظروف الطلاب(من حيث الساعات التدريسية و الوقت المخصص لتقديم الخدمات التعليمية..).				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
21- إعلام الطلاب عن أي مشاكل أو عراقيل قد تحصل في نظام تقديم الخدمة.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
22- يظهر الموظفون الود في علاقتهم مع الطالب.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة

القسم الثالث: الجودة المدركة بعد التسجيل في الجامعة الافتراضية السورية

إدراكات الملموسية - الجوانب المادية الملموسة Tangibles

23- المظهر الخارجي للموظفين في الجامعة أنيق ومرتب.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
24- يعمل في الجامعة أعضاء هيئة تدريسية من ذوي الكفاءات العلمية.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
25- يوجد موقع إلكتروني متميز للجامعة على شبكة الانترنت.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
26- توفر الجامعة مراكز نفاذ امتحانية ذات أجهزة ومعدات وأدوات حديثة.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة

إدراكات الاعتمادية Reliability

27- عندما تعد إدارة الجامعة القيام بعمل ما في وقت محدد، فإنها تلتزم بذلك .				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
28- عندما يواجه الطالب مشكلة ما، فإن موظفي الجامعة يبدون اهتماماً .				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
29- يقوم موظفو الجامعة بتقديم الخدمات بالشكل الصحيح والمطلوب ومن المرة الأولى.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
30- توجد سهولة في إجراءات القبول والتسجيل في الجامعة.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة

31- تحرص إدارة الجامعة على أن تكون سجلات الطلاب خالية من الأخطاء.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة

إدراكات الاستجابة Response

32- موظفو الجامعة مستعدين ومتحفزين لتقديم الخدمات للطلاب بصورة فورية.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
33- يقوم موظفو الجامعة بإعلام الطلاب بمواعيد تقديم الخدمات والبرامج التعليمية والانتهاء منها.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
34- تقوم الجامعة بإبلاغ الطلاب بكل ما يستجد في حينه.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
35- تحرص إدارة الجامعة على حل مشكلات الطلاب دون تأخير.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة

إدراكات التوكيد (الضمان) Assurance

36- يتسم موظفو الجامعة باللباقة واللفظ وحسن الخلق في التعامل مع الطلاب.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
37- يمتلك موظفو الجامعة المعرفة التامة للإجابة على أسئلة واستفسارات الطلاب.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
38- يُعبر الطلاب عن آرائهم بحرية دون خوف.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
39- يحافظ العاملون في الجامعة على سرية وخصوصية بيانات الطلاب.				
غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة

إدراكات التعاطف Empathy

40- تعتبر إدارة الجامعة وأعضاء الهيئة التدريسية مصلحة الطلاب من أوائل اهتماماتها.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
41- تهتم الجامعة بعمل استطلاع رأي الطلاب حول الخدمات المقدمة لهم والاستفادة منها كتغذية راجعة.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
42- توفر الجامعة ساعات عمل ملائمة لظروف الطلاب (من حيث الساعات التدريسية و الوقت المخصص لتقديم الخدمات التعليمية..).				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
43- إعلام الطلاب عن أي مشاكل أو عراقيل قد تحصل في نظام تقديم الخدمة.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة
44- يظهر الموظفون الود في علاقتهم مع الطالب.				
○ غيرموافق بشدة	○ غيرموافق	○ محايد	○ موافق	○ موافق بشدة

وأخيراً أشكركم لتخصيصكم جزءاً من وقتكم لتعبئة هذا الاستبيان

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير...

----- نهاية الاستبيان -----