

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

العنوان

تقييم رضا الطلبة المقيمين حول جودة الخدمات الجامعية دراسة
حالة طلبة الإقامة الجامعية "بوبيدي محمد الشريف بن المكي"
تاسوست (4) جامعة جيجل

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص: تسويق خدمات

❖ إعداد الطلبة:

حشوش منصور

خنيفر سيف الدين

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

بن عربية مونية	دكتوراه	جامعة جيجل	رئيسا
بوالملح منيرة	دكتوراه	جامعة جيجل	مشرفا ومقرار
مرغيت عبد الحميد	دكتوراه	جامعة جيجل	مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

العنوان

تقييم رضا الطلبة المقيمين حول جودة الخدمات الجامعية دراسة
حالة طلبة الإقامة الجامعية "بويدي محمد الشريف بن المكي"
تاسوست (4) جامعة جيجل

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص : تسويق خدمات

إعداد الطلبة:

حشوش منصور

خنيفر سيف الدين

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

رئيسا	جامعة جيجل	دكتوراه	بن عربية مونية
مشرفا ومقرار	جامعة جيجل	دكتوراه	بوالملح منيرة
مناقشا	جامعة جيجل	دكتوراه	مرغيت عبد الحميد

السنة الجامعية: 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و تقدير

الحمد والشكر لله تعالى الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل
ونسأله تعالى أن يجعله خالصا لوجه الكريم وأن يوفقنا
لما يحبه ويرضاه في الدنيا والآخرة.

نتوجه بشكر خاص إلى جميع من ساعدنا في إنجاز هذا
العمل ونخص بالذكر الأستاذة المشرفة بوالملح منيرة
إضافة إلى كل أساتذة كلية العلوم التجارية.

الإهداء

إلى والدي ووالدي ..
إخواني وأخواتي.. أصدقائي
إلى كل من علمني حرفا..
إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي..
أهدي هذا العمل.

سيف الدين خنifer

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع والبسيط
إلى روح أبي الطاهرة "رحمة الله عليه"

أمي الغالية

إخوتي

أصدقائي

وكل من ساعدني من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل المتواضع

منصور حشوش

المخلص

تهدف الدراسة إلى معرفة مدى رضا الطلبة المقيمين على جودة الخدمات المقدمة في الإقامة الجامعية بويدي محمد الشري بن المكي جيجل، وفي هذا الصدد تم تقديم مفاهيم حول جودة الخدمات الجامعية ورضا الزبون باعتبار الطلبة هم زبائن الإقامة الجامعية، وإبراز العلاقة الموجودة بين جودة الخدمة ورضا الزبون، بالإضافة إلى التطرق إلى بعض الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع. في المقابل تم اسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي، وذلك بدراسة مدى رضا الطلبة المقيمين على جودة الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي، تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، حيث تم توزيع 115 استبانة و استرجاع 105 منها، وباستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) تم تحليل النتائج المحصل عليها من الدراسة، واختبار فرضيات الدراسة، حيث خلصت الدراسة إلى عدة نتائج من بينها أن أغلب أبعاد جودة الخدمات الجامعية لا تحظى بموافقة الطلبة، كما بينت النتائج أن جودة الخدمات الجامعية تؤثر في رضا الطلبة المقيمين.

وعليه توصي الدراسة المسؤولين في الإقامة الجامعية بضرورة الإهتمام بالطلبة وتحسن الخدمات المقدمة لهم خاصة خدمات الإطعام.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات الجامعية، رضا الطلبة، الإقامة، الإطعام، الإيواء، النقل، النشاطات الثقافية، الخدمات الصحية.

Sammary

The study aims to know the extent of customer satisfaction with the quality of services provided in university accommodation, and in this regard, concepts about university services and customer satisfaction were presented, considering that students are clients of university accommodation of boubidi mouhamed cherif ben el meki in jijel, And to highlight the relationship between the quality of service and customer satisfaction, in addition to addressing some previous studies related to the subject, on the other hand, the theoretical aspect was dropped on the applied side, by studying the extent of student satisfaction with the quality of university services provided to them in university residence. The questionnaire as a tool for collecting information, where 115 questionnaires were distributed and 105 were returned, And using the spss program, the results obtained from the study were analyzed, and the hypotheses of the study were tested, as the study concluded several results, including that most dimensions of the quality of university services do not have the approval of students, and the results also showed that the quality of university services affects the satisfaction of resident students.

Accordingly, the study recommends the university residence officials to pay attention to students and improve the services provided to them, especially catering services.

Key words: Quality of university services, Student satisfaction, University residence, Feeding, Accommodation, Transport, Cultural activities, Health services.

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات:

I	شكر و تقدير
II	الإهداء
III	الإهداء
IV	الملخص
VI	قائمة المحتويات
IX	قائمة الجداول:
XIII	قائمة الأشكال
أ	مقدمة
6	الفصل الأول : الإطار النظري لجودة الخدمة الجامعية ورضا الزبون
7	تمهيد
8	المبحث الأول : أساسيات حول جودة الخدمة الجامعية
8	المطلب الأول : مفاهيم حول الخدمة الجامعية
14	المطلب الثاني: ماهية جودة الخدمة الجامعية
19	المطلب الثالث: قياس جودة الخدمات
26	المبحث الثاني: الأطار المفاهيمي لرضا الزبون.
26	المطلب الأول : مفهوم رضا الزبون
29	المطلب الثاني: محددات رضا الزبون
31	المطلب الثالث: قياس رضا الزبون
37	المطلب الرابع : العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون.
40	المبحث الثالث: الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع
40	المطلب الأول: الدراسات المحلية
44	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية
47	المطلب الثالث: موضع دراستنا من الدراسات السابقة
51	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: رضا الطلبة المقيمين حول جودة الخدمات الجامعية المقدمة لهم من طرف الإقامة الجامعية بويبيدي محمد الشريف بن المكي - جيجل	52
تمهيد	53
المبحث الأول : تقديم المؤسسة محل الدراسة.....	54
المطلب الأول : التعريف بالإقامة الجامعية بويبيدي محمد الشريف بن المكي -جيجل-	54
المطلب الثاني: الخدمات المقدمة من طرف الإقامة الجامعية بويبيدي محمد الشريف بن المكي	55
المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للإقامة	55
المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.....	59
المطلب الأول: أسلوب الدراسة	59
المطلب الثاني: إعداد وتصميم أداة الدراسة.....	60
المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المعتمدة وثبات الاستبيان	62
المبحث الثالث: نتائج التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات.....	69
المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة	69
المطلب الثاني: عرض وتحليل فقرات الاستبيان	73
المطلب الثالث: إختبار الفرضيات	80
خلاصة الفصل	95
الخاتمة	96
المراجع	101
الملاحق.....	105

قائمة الجداول

48	جدول 1: أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة
59	جدول 2: الاستبيانات المقبولة
61	جدول 3: سلم ليكرت الخماسي (درجات الموافقة)
61	جدول 4: سلم ليكرت الخماسي (درجات الرضا)
61	جدول 5: مجال درجات الموافقة
63	جدول 6: الصدق الداخلي لعبارات بعد التعاطف
63	جدول 7: الصدق الداخلي لعبارات بعد الأمان
64	جدول 8: الصدق الداخلي لعبارات بعد الملموسية
65	جدول 9: الصدق الداخلي لعبارات بعد الإعتماضية
66	جدول 10: الصدق الداخلي لعبارات بعد الإستجابة
66	جدول 11: الصدق الداخلي لعبارات محور الرضا
67	جدول 12: معامل ألفا كرونباخ
69	جدول 13: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي
70	جدول 14: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن
71	جدول 15: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد السنوات في الإقامة
72	جدول 16: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد أيام المبيت في الإقامة أسبوعيا
73	جدول 17: اتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد التعاطف
74	جدول 18: اتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد الأمان
76	جدول 19: اتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد الملموسية
77	جدول 20: اتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد الإعتماضية
78	جدول 21: اتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد الإستجابة
79	جدول 22: تحليل الفقرات المتعلقة بمحور رضا الطلبة عن جودة الخدمات الجامعية
82	جدول 23: الإنحدار الخطي لبعد التعاطف
83	جدول 24: الإنحدار الخطي لبعد الأمان
85	جدول 25: الإنحدار الخطي لبعد الملموسية
86	جدول 26: الإنحدار الخطي لبعد الإعتماضية
88	جدول 27: الإنحدار الخطي لبعد الإستجابة
89	جدول 28: الإنحدار الخطي لجودة الخدمات الجامعية
91	جدول 29: إختبار (ANOVA) لمتغير المستوى التعليمي
92	جدول 30 إختبار (ANOVA) لمتغير السن

- جدول 31 إختبار (ANOVA) لمتغير عدد السنوات في الإقامة 92
- جدول 32 إختبار (ANOVA) متغير عدد أيام المبيت أسبوعياً 93

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

- الشكل 1 : تعريفي للجودة. 17
- الشكل 2 : نموذج الفجوات 23
- الشكل 3 تعريف الجودة..... 35
- الشكل 4 : نموذج كانوا لرضا العملاء..... 36
- الشكل 5 الهيكل التنظيمي للإقامة..... 56
- الشكل 6 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي..... 69
- الشكل 7 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن..... 70
- الشكل 8 :توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد السنوات في الإقامة..... 71
- الشكل 9 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد أيام المبيت في الإقامة أسبوعيا..... 72

مقدمة

أصبح التعليم العالي اليوم يحظى باهتمام العديد من الدول، وذلك لما له من أهمية كبيرة وتأثير على شتى المجالات، ودور مؤسساته من مراكز ومدارس عليا في إعداد اليد العاملة المؤهلة والمتخصصة التي تحتاجها مختلف القطاعات، فخريجي التعليم العالي هم الذين يؤطرون ويقودون المؤسسات المختلفة في المجتمع.

إن يعتبر الطلبة المتواجدون على مستوى الجامعات إشارات المجتمع المستقبلية التي يجب الاهتمام بها، ومن أجل ذلك صاحب انتشار مؤسسات التعليم العالي في العالم مؤسسات وهيكل تقدم خدمات مساعدة على توفير الظروف الحسنة للطلبة لتحقيق أهداف التعليم العالي.

تتقسم جامعات العالم من حيث دفع تكاليف التدريس، كما توجد جامعات أخرى يكون التعليم فيها مجانيا، حيث يقع على عاتق الدولة، من بين هذه الدول الجزائر التي أنشأت مؤسسات وهيكل تقدم مساعدات للطلبة تسمى بالخدمات الجامعية.

أنشأت الجزائر مديريات الخدمات الجامعية والإقامات الجامعية عبر مختلف أرجاء الوطن، لتكون قريبة من الجامعات بغرض تقديم خدمات مختلفة تتمثل في دفع المنح، الإيواء، الإطعام، النقل الرعاية الصحية والنشاطات الثقافية والرياضية، وقد بذلت الدولة مجهودات معتبرة وصرفت أموال كثيرة لتكون تلك المؤسسات والهيكل في خدمة جميع الطلاب، على هذا الأساس جاءت فكرة قيام هذه الدراسة التي تهدف إلى معرفة مدى جودة الخدمات المقدمة للطلبة، والكشف عن مستويات الرضا لدى الطلبة في ظل المجهودات المبذولة في القطاع.

إشكالية الدراسة

ترتكز إشكالية دراستنا على معرفة مدى رضا الطلبة حول جودة الخدمات الجامعية بالإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي، ومعرفة مدى تطابق توقعاتهم مع إدراكاتهم للخدمات، وكيفية تعامل إدارة الإقامة مع متطلباتهم ورغباتهم.

بناء على ما سبق يمكننا صياغة التساؤل الرئيسي التالي:

- ما مدى رضا الطلبة حول جودة الخدمات الجامعية المقدمة لهم من قبل الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيبل ؟

التساؤلات الفرعية

وللإحاطة بالموضوع أكثر قمنا بتقسيم هذا التساؤل إلى تساؤلات فرعية نذكرها في النقاط التالية:

- هل يوجد تأثير لأبعاد جودة الخدمة الجامعية على رضا الطلبة ؟
- كيف يقيم الطلبة الخدمات المقدمة لهم في الإقامة الجامعية؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى للخصائص الشخصية للطلبة؟

فرضيات الدراسة

للإجابة على التساؤلات الفرعية السابقة قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

1. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات الجامعية على رضا الطلبة المقيمين في الإقامة

الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل؛

لإختبار صحة هذه الفرضية قمنا بتجزئتها إلى الفرضيات الفرعية التالية:

- ✓ يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد التعاطف على رضا الطلبة المقيمين؛
 - ✓ يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الأمان ورضا الطلبة المقيمين ؛
 - ✓ يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الملموسية ورضا الطلبة المقيمين ؛
 - ✓ يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الاعتمادية ورضا الطلبة المقيمين ؛
 - ✓ يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الإستجابة ورضا الطلبة المقيمين.
2. توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى للخصائص الشخصية للطلبة.

لإختبار صحة هذه الفرضية قمنا بتجزئتها إلى الفرضيات الفرعية التالية:

- ✓ توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير المستوى التعليمي؛
- ✓ توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير السن؛
- ✓ توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير عدد السنوات في الإقامة؛
- ✓ توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير عدد أيام المبيت في الإقامة أسبوعيا.

أسباب إختيار الموضوع

هناك عدة أسباب وراء إختيارنا لهذا الموضوع يمكننا حصرها في النقاط التالية:

- الموضوع له علاقة بالتخصص (تسويق الخدمات)؛
- إهتمامنا الكبير لموضوع جودة الخدمات؛
- عدم دراية بعض إقامات الجامعات الجزائرية بأهمية الجودة في تقديم الخدمات؛
- توسيع المعارف والتعمق فيما يخص موضوع جودة الخدمات.

أهداف الدراسة

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف. أهمها :

- تقديم إطار نظري يحدد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة ونماذج قياسها، بالإضافة إلى التعريف بالرضا وطرق قياسه؛
- التعرف على مستوى جودة الخدمات المقدمة للطلبة المقيمين في الإقامة الجامعية؛
- قياس مدى رضا الطلبة على الخدمات التي تقدمها الإقامة الجامعية.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

- رضا الطلاب أصبح قضية في غاية الأهمية بالنسبة للجامعات وإداراتها والهيكل التابعة لها وذلك لتحقيق أهداف التعليم العالي؛
- حاجة الإقامات الجامعية الجزائرية إلى تطوير مبادرات التسويق من أجل زيادة قدراتها وفهم إحتياجات الطلبة وتقييم جودة الأداء من خلال دراسة رضا الطلاب؛
- نأمل أن تساعد نتائج الدراسة المؤسسة لتحقيق مستوى عالي من الرضا.

المنهج والأدوات المستخدمة

استخدمنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لكونه المنهج المناسب للدراسة، وذلك بجمع البيانات والمعلومات عن طريق توزيع إستمارة استبيان ووجهت لعينة من طلبة الإقامة الجامعية بويدي محمد

الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل، وتم تصنيفها ثم تحليلها بناء على ما تم تناوله في الجانب النظري للموضوع مع مراعات الإجابة على أسئلة الدراسة وإختبار فرضياتها.

صعوبات الدراسة

- نقص المراجع والمصادر خصوصا المتعلقة بمحور الرضا وأيضا موضوع جودة الخدمات الجامعية؛
- الصعوبة في الحصول على موافقة إدارة الإقامة لإجراء الدراسة الميدانية؛
- الدراسة بالدفعات في ظل جائحة كورونا صعب علينا من عملية توزيع الإسبانة؛
- الإجراءات الوقائية في الإقامة من فيروس كورونا قيدت تحركاتنا في الإقامة.

حدود الدراسة

- الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة في الإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل ؛
- الحدود الزمانية: تمت الدراسة خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية 2021/2020؛
- الحدود الموضوعية: تتمثل في الدراسة النظرية لمفاهيم جودة الخدمة الجامعية ورضا الزبون، والدراسة التطبيقية المتمثلة في توزيع استبيانات على عينة من الطلبة المقيمين.

هيكل الدراسة

من أجل دراسة الموضوع والتوسع فيه، والإجابة على الإشكالية المطروحة والتساؤلات الفرعية، مع الأخذ بعين الإعتبار فرضيات الدراسة، قمنا بتقسيم البحث إلى فصلين، فصل أول تناولنا فيه الجانب النظري للدراسة، حيث قمنا بتقسيمه إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول تضمن مفاهيم عامة حول جودة الخدمات الجامعية، أما المبحث الثاني تطرقنا فيه للإطار المفاهيمي لرضا الزبون، المبحث الثالث تم تخصيصه للحديث حول بعض الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع، أما الفصل الثاني والذي تناولنا من خلاله الجانب التطبيقي للدراسة، حيث تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث، مبحث أول تضمن تقديم عام للمؤسسة محل الدراسة، المبحث الثاني تطرقنا فيه للإطار المنهجي للدراسة، أما المبحث الثالث فتم تخصيصه لتحليل نتائج متغيرات الدراسة.

الفصل الأول : الإطار النظري

لجودة الخدمة الجامعية ورضا الزبون

تمهيد

يعتبر قطاع الخدمات أحد أهم الإتجاهات الحديثة للإقتصاديات المعاصرة بالنظر للحصة التي يستحوذ عليها في ميدان الشغل، وكذا مساهمته الهامة في الناتج الإجمالي بعدما كان هذا القطاع يعاني من الإهمال. ومن أجل نمو وتطور المؤسسات الخدمية أصبحت الجودة وتحقيق رضا الزبون هاجسان للمنظمة الخدمية، حيث أصبح الزبون محور إهتمام المنظمات الخدمية، حيث تسعى المنظمة إلى التعرف على حاجاته وتوقعاته لتقديم خدمات تحقق رضاه. ومن ضمن المؤسسات الخدمية نجد مؤسسات الخدمات الجامعية التي تسعى إلى تحقيق رضا الطلبة من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية تتمثل في الإطعام والنقل والإيواء من أجل توفير جو يسمح له بالدراسة. ومن خلال هذا الفصل سنحاول التعرف على مختلف الجوانب النظرية المتعلقة بالخدمات الجامعية، جودة الخدمة ورضا الزبون وفق المباحث التالية :

المبحث الأول : أساسيات حول جودة الخدمة الجامعية

المبحث الثاني : الإطار المفاهيمي لرضا الزبون

المبحث الثالث : الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع

المبحث الأول : أساسيات حول جودة الخدمة الجامعية

لقد أصبحت الجودة حاليا من أكثر القضايا التي توليها كل المؤسسات (صناعية كانت أم خدمية) إهتماما كبيرا، ويمكن القول أيضا في كثير من بلدان العالم ولاسيما المتقدمة منها أصبح الإهتمام بجودة الخدمات يكافئ أو يفوق الإهتمام بجودة السلع. وتعتبر الخدمات الجامعية من المواضيع الضرورية التي تستدعي إهتماما كبيرا من الباحثين لما لهذا الموضوع من أهمية في تطوير أداء المؤسسة الجامعية. وتعد المدن الجامعية واحدة من القطاعات الرئيسية للخدمات الطلابية. إذ تقدم خدمات مختلفة للطلبة كالإطعام والإيواء والنقل.

المطلب الأول : مفاهيم حول الخدمة الجامعية

تسهر مديريات الخدمات الجامعية في الجزائر على التحسين الدائم لظروف معيشة الطالب من خلال مجموعة من الخدمات تسمى "الخدمات الجامعية". سنحاول من خلال هذا المطلب التعرف عليها.

1. مفهوم الخدمة

أ. تعريف الخدمة

هي نشاط أو منفعة يسديها طرف لأخر وتتسم أساسا بأنها غير ملموسة ولا يترتب عنها أي نوع من أنواع الملكية، ويعرف البعض الخدمة على أنها ذلك النشاط الغير ملموس الذي يقدم للمنتفع ويهدف إلى إشباع حاجاته ورغباته.¹

كما عرفت الجمعية التسويقية الأمريكية بأنها : "النشاطات والمنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لإرتباطها بسلعة معينة " إلا أن هذا التعريف لم يميز بصورة كافية الفرق بين السلعة والخدمة.²

كما يعرفه (Gronroos) على أنه : "نشاط أو سلسلة من الأنشطة ذات طبيعة غير ملموسة في العادة لكن ليس ضروريا أن تحدث عن طريق التفاعل بين المستهلك وموظفي الخدمة أو الموارد المادية أو السلع أو الأنظمة والتي يتم تقديمها كحلول لمشاكل العميل".³

¹هاني حمد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الرابعة، عمان، 2008، ص 63 .

² نظام موسى سويدان، شفيق ابراهيم حداد، التسويق مفاهيم معاصرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، ص 139 .

³ربحي مصطفى عليان، أسس التسويق المعاصر، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ص 20 .

كوتلر (kotler) هو الآخر قال في الخدمة بأنها: "نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف لآخر، وتكون أساسا غير ملموسة ولا ينتج عنها أية ملكية، وأن إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبط بمنتج مادي ملموس أو لا يكون مرتبط"¹.

أما (Binter) و(zeitand) فقد عرفا الخدمة بأنها :

- عبارة عن أفعال أو عمليات أو إنجازات؛
 - هي كل الأنشطة التي تكون مخرجاتها ليست منتجات مادية وهي بشكل عام تستهلك عند وقت إنجازها وإنتاجها، وتقدم قيمة مضافة كالراحة، الصحة والتسلية، وهي بشكل أساسي غير ملموسة؛²
- مما سبق نستنتج أن الخدمة هي عبارة عن منافع أو أنشطة تكون غالبا غير ملموسة ولا ينتج عنها أية ملكية، تستهلك عموما في نفس وقت إنتاجها، غير أنه يمكن أن تكون مرتبطة بمنتج مادي ملموس.

ب. **خصائص الخدمة:** تتجلى خصائص الخدمة في العناصر التالية:

(1) **غير ملموسة :** أي أن الخدمة لا يمكن رؤيتها أو تذوقها أو شمها أو سماعها قبل شرائها، فالمريض الذي يجري جراحة تجميل مثلا، لا يمكنه معرفة النتيجة قبل شراء تلك الخدمة، ومن هنا فإن مشتري الخدمة يقوم بعملية الشراء بصفة أساسية اعتمادا على الثقة التي يضعها في مقدمي الخدمة. ولهذا فإنه يصعب معاينة أو فحص أو تجربة الخدمة قبل شرائها، وأن المستفيد من الخدمة لن يكون قادر على إصدار قرارات أو إبداء رأي إستنادا إلى تقييم محسوس من خلال حواس البصر، الشم والتذوق قبل شرائه للخدمة.³

(2) **غير قابلة للتجزئة :** الخدمة لا يمكن فصلها عن المصدر الذي يقدمها، فالعلاج مثلا يتطلب قيام الطبيب بالكشف عن المريض وتشخيص المرض ثم اعطاء العلاج والدواء المناسب له، وعدم القابلية للتجزئة

¹ ربحي مصطفى عليان، مرجع سبق ذكره، ص 20 .

² ربحي مصطفى عليان، المرجع نفسه، ص 20 .

³ فريد كورتل، أمال كحيلة، **الجودة وأنظمة الأيزو**، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2012، ص 63.

تضطر العميل أو الزبون على الإتصال المباشر الشخصي أثناء تأدية الخدمة، كما تعني أن منتج الخدمة وبائعها هما نفس الشخص مما يجعل الإتصال المباشر بالعميل ممكنا.¹

(3) عدم التجانس : من الصعب إيجاد معايير نمطية للإنتاج في حالة الخدمات على الرغم من إستعمال أنظمة موحدة لحجوزات السفر على الطائرة مثلا، أو إعطاء سعر التأمين على الحياة، فكل نوع من أنواع الخدمات لها طرق مختلفة في كيفية قياسها، وعلى الرغم من محاولة العديد من مؤسسات الخدمات وضع معايير لمستوى مخرجاتها إلا أنه من الصعب عليها التأكد والإطمئنان من تقديم مستوى الخدمة نفسها لمخرجاتها، وكذلك من وجهة نظر المستهلك فإنه من الصعب عليه أن يحكم على الخدمة قبل عملية الشراء، وقد أصبح من الواضح لنا أن العميل ليس فقط هدف مقدم الخدمة، لكنه يقوم بدور المشارك في عملية إنتاج الخدمة، فالعميل جزء رئيسي من هذه العملية الكلية، وهذا يجعل عملية توحيد المعايير أو مقاييس مخرجات الخدمات أمرا صعبا للغاية.²

(4) عدم القابلية للتخزين : نظرا لأن الخدمة هي أداء أو جهد وليس شيئا ماديا ملموسا فإنه يستحيل تخزينها لخلق ما يعرف بالمنفعة الزمنية كما هو الحال في السلع المادية، وبعبارة أخرى فإنه لا يمكن تخزين الخدمة في وقت لا يوجد طلب عليها في حين يمكن بالطبع تخزين المعدات والأجهزة المستخدمة في إنتاج وتقديم الخدمة. وفي حال زيادة الطلب على الخدمة في وقت معين بالمقارنة بما يمكن إنتاجه وتقديمه منها، فإن النتيجة الحتمية ستكون الإنتظار، وربما عدم القدرة على أداء الخدمة بشكل جيد.³

(5) عدم القابلية للتملك : إن عدم إنتقال الملكية يمثل خاصية تتميز بها الخدمات مقارنة بالسلع المادية، فبالنسبة للسلع المادية يمكن للمشتري أن يستخدم السلعة بشكل كامل ويستطيع خزنها وبيعها لاحقا أما بالنسبة للخدمة فالزبون قادر فقط على الحصول على الخدمة واستخدامها شخصيا لوقت محدد في كثير

¹فريد كورتل، أمال كحيلة، مرجع سابق، ص 64.

²ربحي مصطفى عليان مرجع سبق ذكره، ص 27.

³صليحة رقاد، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون دراسة حالة مؤسسة البريد والمواصلات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص ادارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة الحاج لخصر، باقنة، 2008، ص 22.

من الأحيان، مثل تأجير غرف الفندق أو السفر على الطائرة، وأن ما يدفعه المستفيد يكون اعتياديا لقاء المنفعة المباشرة التي يحصل عليها من الخدمة التي قدمت له.¹

ت. أهداف الخدمة: يمكن تلخيص عدة أهداف للخدمات في النقاط التالية:²

- ✓ تشجيع روح المبادرة الفردية في إيصال المعلومات التي من شأنها وقاية المجتمع من أية أضرار بمصلحته العامة؛
- ✓ أهمية الإحساس الذاتي بمسئوليتنا جميعا في توفير بيئة مستقلة آمنة لأبنائنا؛
- ✓ إشراك كافة المواطنين والمقيمين في عملية الحفاظ على أمن المجتمع واستقراره؛
- ✓ توفير قناة اتصال سهلة وسريعة وفعالة وآمنة؛
- ✓ توعية الجمهور بأهمية المعلومات وعدم التقليل من شأن أية ملاحظة أو معلومة صغيرة؛
- ✓ إيضاح الدور الإيجابي للمعلومات التي يقدمها الجمهور في التقليل من المخاطر وحماية المجتمع؛
- ✓ العمل معا يدا بيد في المحافظة على إستمرار الأمان والإستقرار الذي ينعم به.

2. مفهوم الخدمة الجامعية

تشير الحياة الطلابية في المعنى الواسع إلى مجموع أنشطة الطلبة خارج التكوين الفعلي منذ أول اتصال لهم بالجامعة وإلى غاية التخرج منها، وضمن هذا المفهوم تندرج الخدمات الجامعية التي تعتبر مجموعة من المساعدات التي تمنحها الدولة للطلبة والموجهة نحو تحسين ظروف حياتهم الجامعية.

أ. تعريف الخدمة الجامعية

تعرف الخدمة الجامعية على أنها مجموع المساعدات المقدمة من طرف الدولة، والموجهة نحو تحسين ظروف حياة وعمل الطلبة الجامعيين.³

¹ محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 41.

² عاطف زاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص ص 42 43 .

³ قادري حليلة، جودة الحياة في الإقامة الجامعية من وجهة نظر الطلبة -دراسة ميدانية على عينة من الطلبة المقيمين بالأحياء الجامعية -، مجلة EI-Khaldounia Journal of Human and Social Sciences، 2019-11-26، ص 142.

أو هي كل ماتقدمه الجامعة للطلبة الجامعيين من خدمات، كخدمات الإرشاد والتسجيل في الخدمات المكتبية والخدمات العلمية التدريسية، وخدمات الإيواء والإطعام وغيرها.¹

وتتمثل هذه المساعدات أساسا في الأشكال التالية : مساعدات نقدية مباشرة وتتمثل في المنحة الدراسية، ومساعدات غير مباشرة كالإطعام والنقل والإيواء، إضافة الى النشاطات الرياضية والثقافية .²

من التعريفات السابقة نستنتج أن الخدمات الجامعية هي مجموعة من المساعدات تقدمها الدولة للطلبة الجامعيين منها ما هي مالية أو أخرى غير مباشرة كالنقل والإيواء ... وغيرها، وتهدف هذه الخدمات إلى تخفيف الأعباء المالية لعائلات الطلبة الجامعيين من خلال المنحة المالية الدراسية المقدمة وأيضا تقديم خدمات (النقل، الإطعام والإيواء) بأسعار رمزية .

ب. خصائص الخدمة الجامعية: تتميز الخدمات الجامعية كغيرها من الخدمات بعدة خصائص تتمثل فيما يلي:³

✓ تتميز الخدمات الجامعية في معظمها بأنها غير ملموسة مما يصعب على العملاء أن يحددوا مدى جودتها نظرا لصعوبة معاينة أو تجربة الخدمة قبل الحصول عليها ولصعوبة لمسها أو رؤيتها أو تذوقها، لكن ليست كل الخدمات الجامعية غير ملموسة، حيث أن بعضها يتسم بخصائص مادية ملموسة كالمباني، المكتبات، الكتب والمنحة؛

✓ التباين الشديد للمستهلكين من الخدمات الجامعية، بمعنى أن المستفيدين من الخدمات الجامعية يوجد بينهم إختلافات عديدة؛

✓ عدم نمطية الخدمات الجامعية أي صعوبة تنميط وتوحيد الخدمة، حيث تختلف الخدمة من شخص لأخر، وبالنسبة لنفس الشخص من وقت لآخر، مما يؤدي إلى صعوبة التحكم والرقابة على الخدمات الجامعية وصعوبة التنبؤ بجودتها؛

¹ محمد أمين، عبد الفتاح صالح خليفات، درجة رضا طلبة جامعة مؤتة عن الخدمات الجامعية من وجهة نظرهم، مجلة المنارة، المجلد 19، العدد 1، 2013، ص 261.

² قادري حليلة، مرجع سبق ذكره، ص 142.

³ منير سرور وآخرون، تسويق الخدمات الجامعية مدخل لتحسين التعليم الجامعي، ضمن متطلبات مادة قاعة البحث، تخصص الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة المنوفية، محافظة المنوفية، 2012، ص 33 34.

✓ الخدمات الجامعية ذات طبيعة فئائية ولا يمكن أن يتم التوقع بالنحو الذي ستكون عليه الخدمة قبل تقديمها، فالخدمات الجامعية يمكن وصفها فقط ولا يمكن قياسها أو فحصها قبل إستهلاكها ولهذا يتم الحصول على الخدمات الجامعية بناءا على توقعات المستفيدين منها (الطلبة) بأنها سوف تقدم لهم المنافع والإشباعات المرغوبة؛

ت. أشكال الخدمات الجامعية: تأخذ الخدمات الجامعية شكلين من المساعدات الموجهة نحو الطلبة الجامعيين، هما:¹

(6) المساعدات المباشرة (المنحة): هي عبارة عن مخصص مالي تقدمه الدولة للطلبة المسجلين في مؤسسات التعليم العالي، حيث يحدد المبلغ المالي للمنحة بالنظر إلى الدخل السنوي للأولياء.

(7) المساعدات الغير مباشرة: يمكن تقسيمها إلى النقاط التالية:

✓ الإيواء: هو تكفل مديرية الخدمات الجامعية بتقديم غرف للطلبة المسجلين في إحدى مؤسسات التعليم العالي بصفة نظامية؛

✓ الاطعام: هي عبارة عن تقديم وجبات غذائية للطلبة سواءا المقيمين (مطعم الإقامة)، أو الغير مقيمين (المطعم الجامعي)، وهذا مقابل تذكرة الإطعام والتي توفرها مديرية الخدمات الجامعية مقابل مبلغ رمزي، وبشرط إظهار بطاقة الطالب أو بطاقة الإقامة عند الدخول؛

✓ النقل: من خلال توفير حافلات لنقل الطلبة سواءا من مكان إقامتهم أو من الإقامة الجامعية نحو الجامعات والعكس مقابل اشتراك سنوي رمزي يدفعه الطالب؛

✓ الأنشطة الثقافية، العلمية والرياضية: من خلال فتح فضاء على مستوى الإقامة الجامعية لممارسة هذه الأنشطة؛

✓ الرعاية الصحية: حيث يتم متابعة الوضعية الصحية للطلبة وتقديم الإسعافات الأولية لهم من خلال وحدة الطب الوقائي.

¹ صاوشي صونية، حوكمة الخدمات الجامعية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص

اقتصاد وتسيير عمومي، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة، 2015، ص ص 38

المطلب الثاني: ماهية جودة الخدمة الجامعية

يعتبر مفهوم الجودة من المفاهيم الغامضة بحيث يختلف مفهومها من مجال لآخر، إذ لا يوجد إتفاق بين الباحثين في هذا المجال على مفهوم واحد للجودة بالنظر لما تمتلكه من خصائص، ومن هذا المنطلق نجد أن جودة الخدمة أيضا تتحلى بالصعوبة في ضبط مفاهيمها، مقارنة مع الجودة في السلع، ومن ضمن الخدمات الحديثة والتي تلقى إهتماما كبيرا نجد الخدمات الجامعية، بحيث أنه في مجال الخدمات الجامعية يجب ضبط مفاهيم الجودة بغرض محاولة التحسين الدائم للخدمات المقدمة للطلبة بصفتهم عنصرا هاما جدا لأي كيان. في هذا المطلب سنتطرق لأهم المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة الجامعية.

1. مفهوم الجودة : من الملاحظ أنه لم يتم التوقف على مفهوم واحد وواضح للجودة فقد اختلفت المفاهيم وتعددت بخصوصها، فكان كل باحث يحاول إبراز سمة من سمات الجودة فيتمحور المفهوم الخاص به حول تلك السمة.

أ. تعريف الجودة:

عرف الأخصائي الأمريكي في الإحصاء والإدارة، "جوزيف جوران" الجودة على أنها: "الملائمة للإستخدام"، أي أن يكون مستخدم السلعة أو الخدمة قادرا على الإعتماد عليها في تحقيق ما ينبغي منها.

كما تعرفها الجمعية الفرنسية للمعايير بأنها: "مجموعة الخصائص والمميزات لمنهج أو خدمة والتي تعطيه القدرة على تلبية الإحتياجات المعبر عنها أو الضمنية"، بمعنى آخر فإن الجودة هي عبارة عن مقياس لمدى تلبية حاجات الزبائن ومتطلباتهم المعلنة والضمنية.¹

تعرف الجودة أيضا على أنها "قدرة المنتج أو الخدمة على تلبية حاجات ورغبات العميل" أو هي "مجموعة من الصفات والمعايير التي يجب توفرها في المنتج أو الخدمة بما يتطابق ويلبي حاجات ورغبات الزبون".²

¹فريد كورتل، أمال كحيلة، مرجع سبق ذكره، ص 13.

²عبد الله أحمد العولقي، العلاقة بين تطبيق نظام ضمان الجودة والإعتماد الأكاديمي وتحسين مستوى رضا الطلاب عن الخدمة الجامعية، المجلة العربية للإدارة، مجلد 40، ص 20، 2020.

كما عرفها معهد الجودة الفيدرالي الأمريكي بأنها: " أداء العمل الصحيح بشكل صحيح من المرة الأولى مع الإعتماد على تقييم المستهلك في معرفة مدى تحسين الأداء".¹

مما سبق يمكن القول بأن الجودة قياس لمدى إشباع حاجات ورغبات الزبون المعلنة أو الضمنية، أيضا هي تطابق المنتج أو الخدمة مع متطلبات ورغبات الزبون.

ب. **أهمية الجودة:** للجودة أهمية كبيرة سواء على مستوى المنظمات أو الزبائن حيث أنها تعتبر من أهم العوامل المحددة للطلب على منتجات المؤسسة، وتكمن أهمية الجودة فيما يلي:

(1) بالنسبة للمنظمة: تستمد المنظمة شهرتها من مستوى جودة خدماتها، ويتضح ذلك من خلال العلاقات التي تربط المنظمة مع المجهزين وخبرة العاملين ومهاراتهم، ومحاولة تقديم منتجات تلبي رغبات وحاجات الزبائن. فإذا ما كانت منتجات المؤسسة ذات جودة منخفضة فيمكن تحسين هذه الجودة لكي تحقق المؤسسة الشهرة والسمعة الواسعة التي تمكنها من التنافس مع المؤسسات الأخرى في القطاع الذي تنتمي إليه؛

(2) المسؤولية القانونية للجودة: تزداد باستمرار عدد المحاكم التي تتولى النظر والحكم في قضايا مؤسسات تقوم بتصميم منتجات أو تقديم خدمات غير جيدة في إنتاجها أو توزيعها، لذا فإن كل المؤسسات تكون مسؤولة قانونيا عن كل ضرر يصيب الزبون من جراء استخدامه لمنتجات المؤسسة، مما يدفع أكثر المؤسسات لتقديم منتجاتها أو خدماتها بشكل أفضل؛²

(3) المنافسة العالمية: تسعى كل مؤسسة لتحقيق الجودة بهدف الوصول إلى المنافسة العالمية وتحسين الإقتصاد بشكل عام والتوغل في الأسواق الدولية، فكلما إنخفض مستوى الجودة أدى ذلك إلى إلحاق الضرر بأرباحها؛³

¹فادية حباري، **أهمية جودة الخدمة في تحقيق رضا العملاء**، مجلة الحقيقة، العدد43، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2018، ص 665.

²المحايوي قاسم نايف، **إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم وعمليات وتطبيقات**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص ص 32،33.

³مزبان عبد القادر، **أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء دراسة حالة CNMA**، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص تسويق دولي، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011/2012، ص 8.

4) **حماية الزبون أو المستهلك** : إن تطبيق الجودة في أنشطة المنظمة ووضع مواصفات قياسية محددة تساهم في حماية الزبون من الغش التجاري ويعزز الثقة في منتجات أو خدمات المؤسسة، عندما يكون مستوى الجودة منخفضاً يؤدي إلى إمتناع الزبون عن طلب منتجات المؤسسة، إذ أن عدم رضا الزبون هو فشل المنتج الذي يقوم بشرائه من القيام بالوظيفة التي يتوقعها منه الزبون، وبسبب إنخفاض الجودة أو عدم جودة المواصفات الموضوعة أدى ذلك إلى ظهور جماعات حماية المستهلك، بغرض حمايته وإرشاده إلى المنتجات الأكثر جودة والأكثر أماناً؛

5) **التكاليف والحصة السوقية** : تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل الإنتاج من شأنه أن يتيح الفرص لإكتشاف الأخطاء وتلافيتها لتجنب كلفة إضافية إضافة إلى الإستفادة القصوى من زمن المكائن والآلات عن طريق تقليل الزمن العاطل عن الإنتاج وبالتالي تخفيض الكلفة وزيادة ربح المؤسسة.

2. **جودة الخدمة**: من الملاحظ في السنوات الأخيرة زيادة كبيرة في ظهور وتطور المؤسسات الخدمية، مما أدى إلى ظهور منافسة بين هذه المؤسسات، الأمر الذي يؤدي بها إلى البحث عن التميز بين المؤسسات المنافسة، ومع تطور مفهوم الجودة زاد إدراك هذه المؤسسات لأهمية ودور الجودة في تحقيق ميزة تنافسية، الأمر الذي جعل مفهوم الجودة حتمياً في مجال الخدمات لبقاء المؤسسة وضمان إستمرارها.

أ. **تعريف جودة الخدمة**: ليس من السهل تعريف جودة الخدمة بطريقة دقيقة فكل فرد يحاول الكتابة عنها أو ممارستها يجد أنه من الصعب أن يصل إلى تعبير علمي عنها يتفق مع الآخرون، حيث أن غالبية التعريفات الحديثة لجودة الخدمة تقول بأنها: " معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبون لهذه الخدمة"¹

عرفها بعض المختصين في المجال بأنها: " التركيز على الإحتياجات والمتطلبات، وتوضيح كيفية تسليمها بشكل جيد بناء على توقعات الزبائن، وجودة الخدمة المدركة هي الإتجاه الذي يحدد وجهة نظر الزبون العالمي تجاه الخدمة، ووجهة النظر هذه ناتجة عن مقارنة توقعات زبائن الخدمة مع ادراكاتهم عن الأداء الفعلي للخدمة"².

¹المحايوي قاسم نايف، مرجع سبق ذكره، ص ص 33,90.

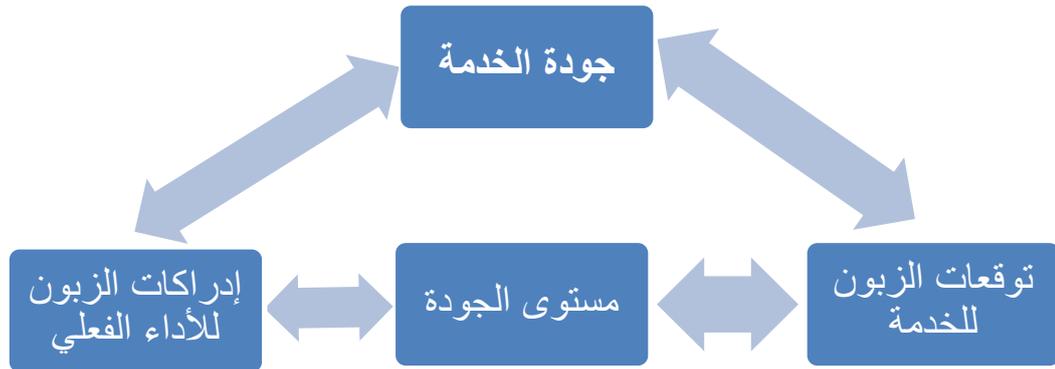
²فادية جباري، مرجع سبق ذكره، ص 672.

كما تعرف جودة الخدمة على أنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبون أو الفرق بين توقعات الزبائن وإدراكهم للأداء الفعلي للخدمة، ويتضح من خلال هذا التعريف أنه يركز على الجودة من منظور الزبون.¹

تعرف أيضا جودة الخدمة بأنها تقييم معرفي على المدى الطويل للخدمة المقدمة من قبل المؤسسة، وأنها الدرجة التي يمكن إبتداءا منها إرضاء الزبون بتلبية حاجاته ورغباته وتوقعاته باستمرار، أو هي مدى ملائمة الخدمة المقدمة بالفعل لتوقعات المستفيد منها.²

من التعاريف السابقة يمكننا القول بأن جودة الخدمة هي مدى تطابق توقعات الزبون والأداء الفعلي للخدمة المقدمة لهم، كما يمكننا تعريفها من خلال الشكل التالي:

الشكل 1 : تعريفي للجودة.



المصدر: الميخاري قاسم نايف، إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم وعمليات وتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان،

2006، ص90.

¹ حاكم جبوري الخفاجي، رضا الزبون كمتغير وسيط بين الجودة وولاء الزبون، مجلة الغري للعلوم الإقتصادية والإدارية، العدد25، السنة الثامنة، الكوفة، ص79.

² محمد عبد الفتاح زهري، قياس رضا الطلاب عن خدمات الاغذية والمشروبات المقدمة بالمدن الجامعية بجامعة المنصورة، مجلة كلية السياحة والفنادق، المجلد9، العدد(1/2)، 2015، ص34.

ب. أهمية جودة الخدمة: تكمن أهمية جودة الخدمة فيما يلي:¹

- ✓ نمو مجال الخدمة: لقد إزداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلا نصف المؤسسات يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات؛
- ✓ إزدياد المنافسة: إن زيادة عدد المؤسسات الخدمية يؤدي إلى زيادة المنافسة، وبالتالي فإن جودة الخدمة تعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية جديدة؛
- ✓ فهم الزبون: إن الزبائن يريدون معاملة جيدة، فلا يكفي تقديم خدمة ذات جودة وسعر مقبول ومعقول دون توفير المعاملة الحسنة، والفهم الأكبر للزبائن؛
- ✓ المدلول الإقتصادي لجودة الخدمة: أصبحت المؤسسات الخدمية في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها السوقية لذلك لا يجب على المؤسسات السعي من أجل جذب زبائن جدد، لكن يجب كذلك المحافظة على الزبائن الحاليين ولتحقيق ذلك لابد من الإهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة.

3. جودة الخدمة الجامعية:

أ. تعريف جودة الخدمة الجامعية: عرفت جودة الخدمة الجامعية على أنها عبارة عن عملية توثيق البرامج والإجراءات وتطبيق للأنظمة واللوائح والتوجيهات، تهدف إلى تحقيق نقلة نوعية في عملية التعليم والإرتقاء بمستوى الطلبة في جميع الجوانب العقلية، الجسمية، النفسية، الإجتماعية والثقافية، وهي تعني أيضا مقدرة مجموع خصائص ومميزات التعليم والمنهج التعليمي على تلبية متطلبات الطلاب.²

ومنه يمكننا القول بأن جودة الخدمة الجامعية هي مدى تطابق الخدمات المقدمة مع توقعات الطلبة الجامعيين، والتي تهدف في الأساس إلى تلبية حاجات ورغبات الطلبة والإرتقاء بمستواهم سواءا علميا، إجتماعيا، ثقافيا، نفسيا.

¹ خالد سهلي، دراسة عوامل رضا الطلبة المقيمين على جودة الخدمات الجامعية المقدمة "عينة من طلبة الإقامات جامعة قاصدي مرياح"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي شعبة العلوم التجارية، تخصص تسويق، ورقة، 2017، ص 9.

² حيدر سامي عبد الوهاب، أثر جودة الخدمة على مستوى طلب الخدمة الجامعية، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 12، الفصل 3، بغداد، 2017، ص 285.

ب. أهمية جودة الخدمة الجامعية: لجودة الخدمة الجامعية أهمية كبيرة تتلخص فيما يلي:¹

✓ الجودة هي جزء أساسي لإرضاء الطالب فالجودة تقود إلى الرضا العالي للطلبة، والرضا المتعاقب للطلاب يقوده إلى الولاء للجامعة؛

✓ الجامعات التي تقدم خدماتها بجودة عالية تعتبر جامعات رابحة؛

✓ جودة الخدمة الجامعية تساعد في توقع حاجات ورغبات الطالب مستقبلاً؛

المطلب الثالث: قياس جودة الخدمات

يعتبر قياس جودة الخدمات من أصعب الأمور في مجال الخدمات، حيث تقع الكثير من الجدالات في البحوث والدراسات حول الطريقة المناسبة للقياس من خلال الأبعاد والعناصر المعبرة عن جودة الخدمات، حيث ظهرت الكثير من نماذج القياس والتي تعتمد في قياسها على مجموعة من العوامل، سنحاول في هذا المطلب تبيان أهم المعايير والنماذج الخاصة بقياس جودة الخدمات.

1. أبعاد جودة الخدمة: حتى تقوم المؤسسة بتقديم خدماتها بطريقة تتناسب وتتلائم مع توقعات العميل، لا بد

عليها من معرفة أهم الأبعاد التي يبني عليها زبائنها توقعاتهم للحكم على جودة خدماتها، ولم يتم الإتفاق بين الباحثين في المجال حول ماهية أبعاد جودة الخدمة، حيث كان هناك تنوع وتباين من باحث لآخر، نحاول تصنيفها حسب التصنيفات التالية:

أ. التصنيف الأول: حيث يرى بعض الباحثين وعلى رأسهم ليثينان (Lethinen) أن الجودة في مجال الخدمات تتجسد في ثلاث أبعاد أساسية وهي:²

✓ **الجودة المادية:** وهي التي تتعلق بالبيئة المحيطة بتقديم الخدمة، والتي تتضمن الجوانب المادية للخدمة كالتجهيزات والمباني؛

✓ **جودة المنظمة:** وهي التي تتعلق بصورة منظمة الخدمة والإنطباع الذهني عنها (الصورة الذهنية للمؤسسة)؛

¹ المرجع نفسه، ص 285.

² الميحاوي قاسم نايف، مرجع سبق ذكره، ص 92.

✓ **الجودة التفاعلية:** وهي الجودة الناتجة عن التفاعل بين مقدمي الخدمة والزبائن، والتفاعل بين الزبائن فيما بينهم.

ب. **التصنيف الثاني:** يرى الباحث غرونروس (Gronroos) في دراسة له سنة 1982 أنه يمكن تصنيف أبعاد جودة الخدمة لبعدين إلا أنه أضاف لهما بعد الصورة الذهنية للمؤسسة سنة 1984 ، وتتضح تصنيفاته كالآتي:¹

✓ **الجودة الفنية:** تعني ما يتم تقديمه للزبون فعلا، ويمكن قياسها بشكل موضوعي عن طريق الزبون كما هو الحال في المنتجات الملموسة، فالجودة الفنية تشير إلى جوانب الخدمة الكمية؛

✓ **الجودة الوظيفية:** تتمثل في طريقة وأسلوب تقديم الخدمة للزبون، وهي مرتبطة بالتفاعل بين مقدم الخدمة ومنتقليها، وبالتالي فمن الصعب تقديرها بطريقة موضوعية كما هو الحال في الجودة الفنية؛

✓ **الصورة الذهنية للمؤسسة:** تعكس إنطباعات الزبائن عن المؤسسة والتي تتكون نتيجة تفاعل الجودة الفنية والوظيفية، فضلا عن عوامل أخرى أقل أهمية كالعادات والتقاليد، الكلمة المنقولة، الأنشطة التسويقية في المؤسسة.

ج. **التصنيف الثالث:** تقدم مجموعة من الباحثين بهذا التصنيف الذي يبرز أن أبعاد جودة الخدمات محصورة في خمسة أبعاد (الإعتمادية، الإستجابة، الملموسية، الأمان والتعاطف)، نوضحها في النقاط التالية:

✓ **الإعتمادية:** تشير إلى قدرة مقدم الخدمة على أداء أو إنجاز الخدمة بالشكل الجيد والدقيق وبشكل يعتمد عليه، فالزبون ينظر على مقدم الخدمة بأن يقدم له خدمة دقيقة وإنجاز عالي يمكن الوثوق به أو الإعتماد عليه.²

✓ **الإستجابة:** هي القدرة على تلبية الإحتياجات الجديدة أو الطارئة للزبائن من خلال المرونة في الإجراءات ووسائل تقديم الخدمة، فمثلا هو مدى إستعداد المؤسسة لتقديم المساعدة لزبون ما أو إيجاد حل لمشكلة تواجهه.

¹ عيسى مرزاق، سيهام مخلوف، أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل، مجلة الإقتصاد الصناعي، العدد 12، باتنة، 2017، ص ص 389، 390.

² محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره، ص93.

- ✓ **الملموسية:** غالبا ما يتم تقييم جودة الخدمة من قبل الزبون في ضوء مظهر التسهيلات المادية، مثلا المعدات والأجهزة والأفراد ووسائل الإتصال التابعة لمقدم الخدمة.
- ✓ **التعاطف:** تعني أن يكون مقدم الخدمة على قدر من الإحترام والأدب، وأن يتسم بالمعاملة الحسنة والودية مع الزبائن ومن ثم فإن هذا الجانب يشير إلى الصداقة والإحترام والود بين مقدم الخدمة والزبون.¹
- ✓ **الأمان:** تلعب هذه الخاصية دورا كبيرا وفعالا في جذب الزبائن لطلب الخدمة لأن توفر عنصر الأمان والثقة يشكل نقطة أساسية بالنسبة للمستفيد، إن الحاجة للأمان تمثل أحد الحاجات الأساسية التي يبحث عنها المستفيد من الخدمة، فمثلا خضوع الزبون لعملية جراحية تعتمد بشكل كبير على مدى الأمان والثقة بالطبيب الجراح وعلى مدى العناية التي سوف يجدها منه، ومن الطاقم المرافق له، لذلك يقوم الزبون أو المستفيد بجمع المعلومات اللازمة من أجل حصوله على مستوى الثقة والأمان المطلوبة قبل قيامه بالعملية.²

2. قياس جودة الخدمة:

بالرغم من التطور الهائل الذي حدث على المقاييس المستخدمة في مجال جودة السلع، فإنه لا تزال عملية قياس جودة الخدمات في غاية التعقيد والصعوبة وهذا راجع بالأساس إلى خصائص الخدمات وفي مقدمتها النمطية في طبيعة الخدمات، هذا ما يؤدي إلى ظهور صعوبات كبيرة في وضع معايير لقياس جودة الخدمات وتعميمها على كل المنظمات الخدمية، بل يجب على كل منظمة خدمية البحث في المقاييس التي تناسب قطاعها من أجل قياس جودة خدماتها.

- **قياس جودة الخدمات من منظور الزبائن:** من الطرق الشائعة لقياس جودة الخدمات من منظور الزبون نجد ما يلي:³

- ✓ **مقياس عدد الشكاوي:** تمثل عدد الشكاوي التي يتقدم بها الزبائن خلال فترة زمنية معينة مقياسا هاما يعبر على أن الخدمات المقدمة دون المستوى أو ما يقدم لهم من خدمات لا يتناسب مع إدراكهم لها والمستوى الذي يبغون الحصول عليه.

¹المحايوي قاسم نايف، مرجع سبق ذكره، ص ص 95، 94.

² محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 93.

³ المحايوي قاسم نايف، مرجع سبق ذكره، ص ص 98-100.

هذا المقياس يمكن المؤسسات الخدمية من إتخاذ الإجراءات المناسبة لتتجنب حدوث المشاكل وتحسين مستوى جودة ما تقدمه من خدمات لزيائنها.

✓ مقياس الرضا: هو أكثر المقاييس استخداما لقياس اتجاهات الزبائن نحو جودة الخدمات المقدمة وخاصة بعد حصولهم على هذه الخدمات عن طريق توجيه الأسئلة التي تكشف لمنظمات الخدمة طبيعة شعور الزبائن نحو الخدمة المقدمة لهم وجوانب القوة والضعف بها، وبشكل عام يمكن هذه المؤسسات من تبني استراتيجية للجودة تتلائم مع احتياجات الزبائن، وتحقق لهم الرضا نحو ما يقدم لهم من خدمات.

✓ مقياس الفجوة (SERVQUAL): في هذا المقياس لا بد من التطرق إلى مفهومين أساسيين يتقابلان لتحديد الفجوة في جودة الخدمة، هذان المفهومان هما:

- توقعات الزبون: هي المعايير أو النقطة المرجعية للأداء الناتجة عن خبرات التعامل مع الخدمة والقابلة للمقارنة، والتي إلى حد ما تصاغ في شروط ما يعتقد الزبون أن تكون في الخدمة أو سوف يحصل عليها.

- إدراكات الزبون: هي النقطة التي يدرك بها الزبون الخدمة فعليا كما قدمت له.

هذا ويقوم مقياس الفجوة على معادلة أساسية ذات طرفين هما الإدراكات والتوقعات، معبر عنها

كالآتي:

$$\text{جودة الخدمة} = \text{التوقعات} - \text{الإدراكات}$$

وذلك لقياس خمس فجوات هامة تتعلق بكل من مؤسسة الخدمة، الزبون، أو بالإثنين معا،

وتتلخص هذه الفجوات كالتالي:

- الفجوة الأولى: تنتج عن الإختلاف بين ما يرغب الزبائن وما تعتقده الإدارة أنه رغبة الزبائن؛

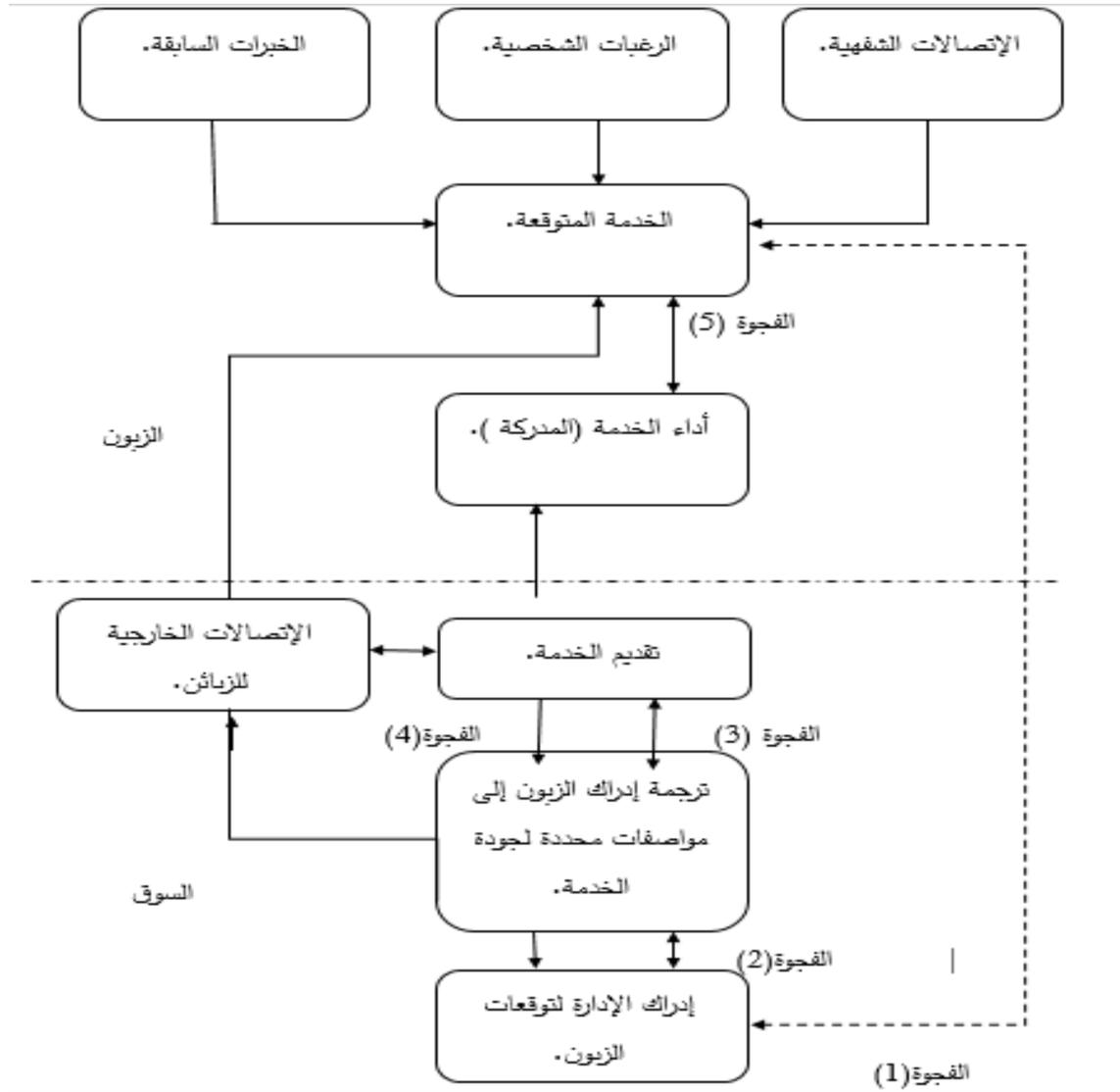
- الفجوة الثانية: تنتج عن الإختلاف بين ما تعتقده الإدارة أنها رغبة الزبون وبين ما تقوم المنظمة بأدائها من الناحية الفعلية؛

- الفجوة الثالثة: تظهر بسبب الإختلاف بين المواصفات المحددة للجودة وبين مستوى الأداء الفعلي؛

- الفجوة الرابعة: تنتج عن الإختلاف بين الخدمة المؤداة وما يتم الترويج له بخصوص الخدمة؛

– الفجوة الخامسة: هي نتاج واحد أو أكثر من الفجوات الأربعة السابقة وتمثل الفروق بين الخدمة المدركة والخدمة الفعلية.

الشكل 2 : نموذج الفجوات



المصدر: الميحاوي قاسم نايف، إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم وعمليات وتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص101.

يمثل الجزء العلوي من النموذج الفجوة المتعلقة بالزبون، أما الجزء السفلي فيمثل الفجوات الأربع المتعلقة بمقدم الخدمة.

✓ مقياس الأداء الفعلي (SERVPERF)¹: جاء هذا النموذج نتيجة الإنتقادات التي وجهها كلا من (Taylor and Cronin) لنموذج الفجوات، حيث يعتبر هذا النموذج أسلوباً معدلاً من نموذج الفجوات، حيث يستبعد فكرة الفجوة بين الأداء والتوقعات، وذكر أن جودة الخدمة تتحد الأداء بدلاً من طرح الأداء من التوقعات، أي أن: **جودة الخدمة = الأداء الفعلي** حيث أن هذا المقياس يركز فقط على الأداء الفعلي لقياس جودة الخدمات، ويستند هذا المقياس إلى التقييم المباشر للأساليب والعمليات المصاحبة لأداء الخدمة، اعتماداً على الأبعاد الخمسة لجودة الخدمات (الملموسية، الإعتماضية، الإستجابية، التعاطف والأمان)، وتعتمد فكرة العالمين في رفضهما لمقياس الفجوة على أنه لا توجد موضوعية في قياس الفجوة بين إدراك العملاء وتوقعاتهم، بالإضافة إلى الصعوبة والتعقيد في العمليات الحسابية التي يتضمنها القياس في ظل هذا النموذج، فهو لا يركز فقط على نتائج الخدمة بل أيضاً على عمليات تسليم الخدمة، والعلاقة التفاعلية بين مقدم الخدمة والزبون، وهذا ما يزيد صعوبة تطبيقه، بينما نموذج الأداء الفعلي فهو يمتاز بالبساطة من حيث القياس والتحليل، ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة المقدمة، ويرى بعض الباحثين أن مقياس الأداء الفعلي أفضل من مقياس الفجوة كونه قادر على إعطاء تفسير أفضل للنتائج والفروق بين المجموعات، وهذا ما يفسر الاستخدام الكبير له في قياس جودة الخدمات.

على الرغم من الإختلاف بين النموذجين إلا أن كلا النموذجين يعتمد على نفس الأبعاد ولهما نفس أسلوب القياس والمتمثل في مقياس ليكرت الخماسي.

✓ مقياس القيمة: تقوم الفكرة الأساسية لهذا المقياس على أن القيمة التي تقدمها منظمة الخدمات للزبائن تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة من جانبي الزبون والتكلفة للحصول على هذه الخدمات، فالعلاقة بين المنفعة والسعر هي التي تحدد القيمة، فكلما زادت مستويات المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة كلما زادت القيمة المقدمة للزبائن، وبالتالي زاد إقبالهم على طلب هذه الخدمات، والعكس صحيح، وبالتالي فإنه من واجب المنظمة الخدمية اتخاذ الخطوات الكفيلة من أجل زيادة المنفعة المدركة لخدماتها بالشكل الذي يؤدي إلى تخفيض سعر الحصول على الخدمة، ولا شك أن وجود مثل هذا المقياس سوف يدفع منظمات الخدمة إلى تركيز جهودها نحو تقديم خدمة متميزة للزبائن وبأقل تكلفة.

¹نسرين صالح محمد صلاح الدين، تقييم جودة الخدمات الجامعية باستخدام نموذج الأداء الفعلي، جامعة عين شمس، مصر، ص ص

✓ **قياس الجودة المهنية:** يرى الكثير من الباحثين أن تقييم جودة الخدمة من منظور الزبون يمثل جزءاً من برنامج الجودة، وعلى ذلك قياس الجودة المهنية تتناول قدرة منظمات الخدمات على الوفاء بخدماتها المتنوعة من خلال الإستخدام الأمثل لمواردها المتاحة، وفي إطار هذا المفهوم يمكن التمييز بين أنواع المقاييس التالية:

- **قياس الجودة بدلالة المدخلات:** تعتبر المدخلات أو الموارد جوهر الخدمة وجودتها؛
- **قياس الجودة بدلالة العمليات:** يركز على جودة العمليات أو المراحل المختلفة لتقديم الخدمة المطلوبة؛
- **قياس الجودة بدلالة المخرجات:** ينظر للنتائج على أنها الإنجاز أو عدم الإنجاز للنتائج النهائية من الخدمة التي يسعى إليها الزبون، أي أنه يتعلق بالنتائج النهائية؛¹
- **قياس الجودة من المنظور الشامل:** يتم خلال هذا المدخل معالجة شاملة لقياس جودة الخدمة وتقويمها من وجهة نظر الزبون، ومن وجهة نظر مقدم الخدمة أو المؤسسة.²

¹المحايوي قاسم نايف، مرجع سبق ذكره، ص ص 105-107.

²فادية جباري، مرجع سبق ذكره، ص 677.

المبحث الثاني: الأطار المفاهيمي لرضا الزبون.

تسعى أي منظمة إنتاجية كانت أم خدمية إلى تحقيق رضا الزبون، ذلك لأنها وجدت أصلا من أجل تلبية حاجاته ورغباته من خلال تقديمها للمنتوجات أو الخدمات، أي يعبر عن أهم الطرق لتطبيق التسويق الحديث، ويعتبر رضا الزبون من أهم المعايير التي تمكن المؤسسة من الحكم على جودة خدماتها، وجوهر عمل المنظمة هو الزبون من دونه لن تكون المنظمة أصلا، ما يدفعها إلى أن تجعل معظم عملياتها التشغيلية وبرامجها بإتجاه تحقيق رضا الزبون، وسنتناول في هذا المبحث مفهوم الرضا وطرق قياسه، إضافة إلى التطرق إلى العلاقة الموجودة بين الرضا وجودة الخدمة.

المطلب الأول : مفهوم رضا الزبون

يعد مفهوم رضا الزبون من المفاهيم التي أثارت إهتمام الكثير من الباحثين المهتمين بشؤون إدارة التسويق، وذلك لإدراك العديد من المؤسسات أن سبب تميزها اليوم لن يقوم إلا على أساس إحترام العميل والعمل على إرضاءه وتلبية حاجاته، وقد أورد العديد من الكتاب والباحثين مفاهيم متباينة لرضا الزبون.

1. تعريف رضا الزبون: هناك عدة تعاريف لرضا الزبون نذكر منها :

عرف جون وهال (john et hall) رضا الزبون بأنه درجة إدراك الزبون لمدى فاعلية المنظمة في تقديم المنتجات التي تلي حاجاته ورغباته¹.

وعرفه كوتلر (kotler) بأنه إحساس الفرد بالمتعة أو الخيبة الناتجة عن مقارنة الأداء المدرك للمنتج مع توقعاته السابقة لهذا المنتج. فإذا كان الأداء أقل من التوقعات فإن الزبون غير راضي، وإذا كان الأداء يوافق التوقعات فإن الزبون راض، وإذا كان أكبر من التوقعات فإن الزبون راض ومبتهج.²

يعرف رضا العميل على أنه عبارة عن شعوره الشخصي بالسرور الناتج عن المنفعة التي حصل عليها من إستخدام المنتج مع التضحيات التي قدمها للحصول عليها.³

¹ محمد خنير أسماء مراحبي، العلاقة التفاعلية بين جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة الاقتصادية للأعمال، العدد السابع، 2017، ص 33.

² بوعنان نور الدين، تقيم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون وأثرها على رضاه وولائه دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد السابع، جامعة سكيكدة، 2017 ص 372.

³ عاصم رشاد محمد أبو فزع، اختبار العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون، رسالة ماجستير تخصص ادارة أعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2015 ص 19.

يعرف الرضا على أنه مستوى من إحساس الفرد الناجم عن مقارنة الأداء المدرك للمنتج وبين توقعات الفرد المتعلقة بهذا الأداء.¹

من خلال ما سبق يمكن تعريف الرضا بأنه ذلك الشعور الناتج عن مقارنة ما يتوقع العميل أن يحصل عليه وما حصل عليه فعلا.

بذلك يمكن تمييز ثلاث مستويات للرضا :

الزبون راض جدا	(1) الأداء < التوقعات
الزبون راض	(2) الأداء = التوقعات
الزبون غير راض	(3) الأداء > التوقعات

2. أنواع الرضا

يمكن تقسيم الرضا الى الأنواع التالية:²

أ. الرضا عن النظام : يعبر عن التقييم الموضوعي الذي يقوم به العميل للمنافع الكلية التي حصل عليها من النظام التسويقي، مثل الأسعار، الجودة، توفر السلعة والتصور الذهني عن السلعة.

ب. الرضا عن المنظمة : يشير إلى ما يحصل عليه العميل في التعامل مع منظمات السلع والخدمات مثل التسهيلات المقدمة في مجال الرعاية الصحية.

ج. الرضا عن السلعة أو الخدمة : يشير إلى التقييم الموضوعي الذي يقوم به العميل لجميع المخرجات والخبرات عند استخدام أو إستهلاك السلع والخدمات، بمعنى أن المستهلك يقارن بين توقعاته السابقة مع مخرجات السلعة

¹ منى شفيق، التسويق بالعلاقات، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، مصر، 2006 ص 78

² المرجع نفسه، نفس الصفحة.

3. خصائص الرضا: تتمثل خصائص رضا الزبون فيما يلي:¹

أ. الرضا ذاتي : يتعلق رضا الزبون هنا بعنصرين أساسيين، طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للزبون من جهة، والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى. فنظرة الزبون هي النظرة الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الإعتبار فيما يخص موضوع الرضا. فالزبون لا يحكم على جودة الخدمة بواقعية وموضوعية فهو يحكم على جودة الخدمة من خلال ما يتوقعه من الخدمة، فالزبون الذي يرى بأن الخدمة المقدمة له أحسن من خدمات المنظمات المنافسة يراها زبون آخر بأنها أقل جودة .

ب. الرضا نسبي : لا يتعلق الرضا هنا بحالة مطلقة وإنما بتقدير نسبي، فكل زبون يقوم بالمقارنة من خلال نظريته لمعايير السوق، فبالرغم من أن الرضا ذاتي إلا أنه يتغير حسب مستويات التوقع، ففي حالة زبونين يستهلكان نفس الخدمة في نفس الشروط يمكن أن يكون رأيهما حولها مختلف تماما، لأن توقعاتهما الأساسية نحو الخدمة مختلفة، وهذا ما يفسر لنا بأنه ليست الخدمات الأحسن هي التي تباع بمعدلات كبيرة، فالمهم ليس أن تكون الأحسن ولكن يجب أن تكون الأكثر توافق مع توقعات الزبون.

ج. الرضا التطوري : يتغير رضا الزبون من خلال تطوير هدين المعيارين، مستو التوقع من جهة ومستوى الأداء المدرك من جهة أخرى، فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات الزبون أن تعرف تطورا نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمات، وذلك بزيادة المنافسة ونفس الشيء بالنسبة لإدراك الزبون لجودة الخدمة الذي يمكن أن يعرف هو أيضا تطور خلال عملية تقديم الخدمة.

4. أهمية رضا الزبون: تبرز أهمية رضا الزبائن لكونها أحد أهم العوامل التي تمكن المؤسسات الخدمية من البقاء والإستمرار في السوق، وبالخصوص إذا وضعت رضا الزبائن كهدف من أهدافها الإستراتيجية إعترافا منها بالدور الذي يؤديه رضا الزبون على مستقبل المؤسسة، ويمكن إبراز النقاط التي تحدد أهمية رضا الزبون فيمايلي²:

✓ تجنب المؤسسات الضغوط التنافسية وخاصة المنافسة السعرية من خلال رضا الزبائن؛

¹ بوغنان نور الدين، جودة الخدمة وأثرها على رضا العملاء، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماجستير،

تخصص علوم التسير، جامعة محمد بو ضياف، المسيلة، الجزائر 2007 ص114

² خدير نسيم، أخلاقيات العمل وتأثيرها على رضا الزبون، مذكرة مقدمة لنيل درجة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة أحمد

بوقرة، بومرداس، 2011، ص 81.

- ✓ إن رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة يقلل من احتمالية توجه الزبائن الى التعامل مع المؤسسات المنافسة؛
- ✓ إن الزبون الراضي عن إدارة المؤسسة وموظفيها بسبب إستجاباتهم لإحتياجاته والتميز في تقديم الخدمات يصبح أداة العلاقات الطيبة، مما يقود الى جذب زبائن جدد؛
- ✓ عندما يكون الزبون راضي فإنه سيكرر عملية الشراء مما يسهل عملية الإحتفاظ به؛
- ✓ يعد رضا الزبائن بمثابة التغذية العكسية للمؤسسة بخصوص الخدمات المقدمة إليه، والتي تحدد المشاكل السائدة والمحتملة، مما يجعل المؤسسة تطور دائما الخدمات المقدمة للزبائن.

5. أبعاد رضا الزبون : هناك ثلاث أبعاد رئيسية لرضا الزبون وهي¹:

- ✓ فهم حاجات الزبائن: يجب على المؤسسة البقاء دوما على إتصال مع زبائنهم لمعرفة العوامل التي تؤثر وتحدد السلوك الشرائي لهم، إذ أن فهم الزبون ومعرفة حاجاته ورغباته من أكثر الأمور أهمية للمؤسس؛.
- ✓ التغذية العكسية للزبائن: تساعد المؤسسة على معرفة مدى تلبيةها لتوقعات زبائنهم؛
- ✓ القياس المستمر: على المؤسسة التي تولي إهتماما لرضا زبائنهم أن تعمل على معرفة آرائهم وإحتياجاتهم، الأمر الذي يسمح لها باتخاذ الإجراءات اللازمة للحفاظ عليهم وزيادة رضاهم؛

المطلب الثاني: محددات رضا الزبون

من خلال التعاريف السابقة لرضا الزبون رأينا أن معظمها تصب حول التوقعات والأداء، واللذان يشكلان أكثر المحددات أهمية حيث تتعدد وتختلف هذه الأخيرة باختلاف طبيعة الزبائن والعوامل المؤثرة فيهم ويمكن أن نوجز هذه العناصر فيمايلي:

1. المحددات المعرفية:

- أ. توقعات العميل : عبارة عن تطلعات العميل المتكونة بخصوص مستوى الأداء والمنافع التي ينتظر الحصول عليها من إقتناء الخدمة، ويعبر عنه بالقيمة المتوقعة قبل الشراء، وتصنف التوقعات التي يكونها العميل عن الخدمة الى توقعات عن تكاليف الخدمة، توقعات عن المنافع أو التكاليف الإجمالية.²

¹بوشكريط العيد، بوغلاف سيد علي، تقييم رضا مستعملي خدمات النقل الحضري الجماعي للمسافرين، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة جيجل، 2020، ص11.

²عيسى مرزاق، سهام مخلوف، مرجع سبق ذكره، ص 393.

ب. الأداء المدرك (الأداء الفعلي) : يلعب الأداء المدرك للمنتج دورا كبيرا في بحوث الرضا حيث أن الأداء المدرك للمنتج هو بمثابة المعيار الذي يستخدم للمقارنة، والذي يمكن من خلاله تقييم وتحديد تأثير عدم التحقق، وذلك بمقارنة الأداء المدرك مع التوقعات السابقة عن المنتج، كما يتمثل الأداء الفعلي في مستوى الأداء الذي يدركه الزبون عند استعمال المنتج أو الحصول على الخدمة، بالإضافة الى الخصائص الفعلية لكليهما. كما يمكن الإعتماد على مقياس الأداء الفعلي للتعبير عن الرضا أو عدم الرضا من خلال سؤال الزبون عن رأيه في الجوانب المختلفة المتعلقة بأداء السلعة أو الخدمة.¹

ج. المطابقة: تنتج المطابقة عندما يتساوى الأداء الفعلي مع التوقعات، أما عدم المطابقة فيمكن تعريفها بأنها درجة إنحراف أداء الخدمة عن المستوى المتوقع الذي يسبق عملية شراء الخدمة. وهنا نميز حالتين :²

✓ الانحراف الموجب : أي الأداء الفعلي أكبر من الأداء المتوقع وهي حالة مرغوب فيها تولد الرضا؛

✓ الانحراف السالب : أي الأداء الفعلي أقل من الأداء المتوقع وهي حالة غير مرغوب فيها يتولد عليها عدم الرضا؛³

2. المحددات الشعورية: إن قيام العميل بتجربة إستهلاكية لمنتج أو خدمة معينة ينتهي في معظم الأحيان إما بإستجابة شعورية إيجابية لدى العميل كالتسور، الإمتنان، الرضا، الإرتياح، السعادة والإستمتاع، أو بإستجابة شعورية سلبية كالغضب، خيبة الأمل، الحزن، الإشمئزاز، الإستهياء والإحباط.

أ. تعريف الإستجابة الشعورية للعميل : عرفها كامبيز وجاناد (Kambiz and Janad.O) على أنها " حالة نفسية تنشأ عن تقييم العميل لما أدركه من أحداث وأفكار، وقد تصاحبها انعكاسات جسدية أو ردود أفعال تحدد نوعية هذه العاطفة، والتي تنعكس بطبيعة الحال على مستوى الرضا وينشأ عنها حكم مبني على أساس شعوري."

ب. أنواع الاستجابات الشعورية للعميل: إن حصول العميل على خدمة معينة سيشكل لديه نوع من "الاستجابة العاطفية والتي قد تكون إما في الإتجاه الإيجابي وتسمى عاطفة إيجابية أو في الاتجاه السلبي وتسمى عاطفة سلبية."

¹ خدير نسيمية، مرجع سبق ذكره، ص 98

² بوعنان نور الدين، تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون وأثرها على رضاه وولائه دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، مرجع سبق ذكره ص 373.

³ عيسى مرزاق، سهام مخلوف، مرجع سابق ذكره، ص 394.

- ✓ **الإستجابة الشعورية الإيجابية:** تعتبر العواطف الإيجابية المتكونة لدى العميل اتجاه خدمة معينة بمثابة محرك هام بين العميل، والمؤسسة وتمثل " نوع من الرضا العاطفي لديه وهو ما يصب في مصلحة الخدمة ومقدمها ويعزز نوعية العلاقة ويساهم في تقويتها"، حيث تشير الدراسات إلى أن " العميل الذي لديه شعوري إيجابي اتجاه خدمة مؤسسة ما يعد أكثر رغبة في رفع مستوى، الإلتزام الموجود في العلاقة بينهما، والعكس صحيح بالنسبة للشعور السلبي " .
- ✓ **الإستجابة الشعورية السلبية:** عرفت على أنها " حالة وعي نفسي بسوء التجربة، وهي بداية التراجع عنه " ، كما عرفت أيضا بأنها " رد فعل عاطفي يحفظ في ذاكرة العميل ناتج عن تجربة خدمة غير مرضية " ، وتؤكد الدراسات أن العواطف السلبية لها انعكاس قوي على درجة الرضا العاطفي للخدمة مقارنة بالعواطف الإيجابية، وقد تؤدي لتناقص الرضا مع تكرار تجربة إستهلاك سيئة وقد تصل في النهاية لإلغاء عنصر الرضا عن خدمات المؤسسة مما يهدد استمراريتها وبقائها في السوق.¹

المطلب الثالث: قياس رضا الزبون

هناك العديد من الأدوات التي يمكن أن تستخدمها المنظمات في قياس رضا المستهلك وبداية القول أن رضا العملاء هو محور إهتمام المنظمات مع عدم التضحية بالأطراف الأخرى ذات العلاقة ولكن يجب على المنظمات أن تعلم كيف يكون المستهلك راضي، فالرضا مسألة نسبية تختلف مستهلك لأخر حيث أن الرضا يتحقق من خلال مقارنة التوقعات بالأداء المدرك بواسطة المستهلك.

- 1. تعريف قياس الرضا:** قياس رضا العميل عبارة عن مجموعة أساليب منهجية تتبعها المؤسسات للتعرف على مدى رضا عملائها عن خدمات، وذلك بهدف إجراء التعديلات اللازمة بحيث تستجيب لاحتياجات ورغبات عملائها الحاليين وتحقق تطلعات عملائها المفقودين وتجذبهم مرة أخرى.²

¹سهم مخلوف،دراسة تحليلية لرضا المستعملين عن جودة خدمات النقل الحضري الجماعي المؤسسة العمومية للنقل الحضري والشبه حضري لدينة عناية نموذجاً، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتور، تخصص اقتصادالنقل والامداد، جامعة الحاج لخضر، الجزائر، ص ص 60_61.

²نفس المرجع السابق ص 62.

2. أساليب قياس الرضا: تتعدد الأدوات والأساليب التسويقية المستخدمة في قياس رضا العملاء ومن ضمن تلك الأدوات نجد ما يلي:

- **أنظمة الشكاوي والمقترحات :** إن المنظمات الموجهة بالعملاء تشجع عملاءها على التقدم بالإقتراحات وتسجيل الشكاوي عند تعاملهم مع المنظمة، بل إن بعض المنظمات تعتمد على الخطوط الساخنة والمواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني للحصول على إتصالات مزدوجة الإتجاه، وهي مجموعة من الترتيبات التي تقوم بها المنظمة المهتمة بالزبون، كخطوط الهاتف المباشر التي تهيئها مجانا لتسهيل الأمر على مستهلكيها لسماع إقتراحاتهم وشكواهم، أو الإستمارات التي تقدمها المطاعم والفنادق لضيوفها ليثبتوا ما يحبون وما يكرهون، أو صناديق الشكاوي أو المقترحات التي تضعها المنظمات في صالة الإنتظار أو في ممراتها، فضلا عن تخصيص صفحات على شبكة الإنترنت. إذ أن هذه المعلومات المتدفقة للمنظمات بالعديد من الأفكار الجيدة تمكنها من الرد السريع لحل المشكلات.¹
- **بحوث الرضا:** يعتبر قياس رضا الزبون الأداة أو الوسيلة التي تعتمد عليها المنظمة من أجل معرفة درجة رضا الزبائن عن الخدمات التي تقدمها، فبحوث رضا الزبون تعمل على تلبية توقعات الزبائن من خلال الإجابة عن الأسئلة المطروحة من خلال إجراء هذه البحوث، فإذا لم تأخذ المؤسسة توقعات الزبائن بعين الإعتبار فإنها سوف تخلق نوعا من الحرمان عند الزبائن مما سيؤذي إلى عدم رضاهم عن الخدمات التي تقدمها بشكل أكبر من السابق، وبالتالي تقع في مشكلة عدم مصداقية البحوث التي تقوم بيها نتيجة إنخفاض معدل الإجابة عن الأسئلة بشكل صحيح. وهذا ما يفسر عدم قيام المؤسسة بتحسين جودة الخدمة التي تقدمها.

لبحوث رضا الزبائن أهداف خارجية وأخرى داخلية:

✓ الأهداف الخارجية :

- الهدف الأساسي من القيام ببحوث رضا الزبون، السماح بقياس جودة الخدمة المدركة من قبل الزبون بموضوعية وتختص هذه الدراسة الزبائن الحاليين والمحتملين؛

¹ مزيان عبد القادر، أثر محددات جودة الخدمة على رضا العملاء دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير، تخصص تسويق دولي، جامعة أبو بكر المقاييد، الجزائر، 2012 ص ص 120.

- تحسين صورة المؤسسة عن طريق إظهار الإهتمام بآراء الزبائن من نظرم والإهتمام بالتقدم في تنفيذ الوعود بتلبية حاجات الزبائن من جهة أخرى؛
- تهدف الدراسة إلى التعرف على توقعات المستقبالية للزبائن ومقارنتها مع المنافسين.

✓ الأهداف الداخلية

- تهدف إلى تقديم الأدلة لتحسيس العاملين بضرورة الأخذ بعين الاعتبار طلبات الزبائن؛
- إقناع العاملين ببذل كل الجهود من أجل إرضاء العميل؛
- تهدف إلى إشراك العاملين في هذه الدراسة، وتبيان أهميتها في إظهار ثقافة الجودة؛
- ولقد أصبحت بحوث رضا الزبائن أداة لتقريب وجهات النظر وإظهار أهمية إحترام المواصفات والمعايير الخاصة بالجودة. كما أنها وسيلة لدفع العاملين ليكون في حالة إستعداد دائم لأي طلبات أو توقعات جديدة للزبائن.¹
- **الحصة السوقية:** يمكن معرفة درجة رضا العملاء عن خدمات المؤسسة بواسطة قياس الحصة السوقية الناتجة أساسا من خلال عدد العملاء وارتفاع رقم الأعمال الإجمالي أو الخاص بكل عميل فضلا عن كمية المشتريات، حيث يمكن لمقياس الحصة السوقية أن يتقلص في حالة شعور العميل بحالة عدم الرضا كما قد يرتفع في الحالة التي يكون فيها راض عما تقدمه المؤسسة.²
- **التسويق الخفي:** تقوم بعض المنظمات بالتعاقد واستئجار بعض الأفراد لكي يتقمصون دور المشتريين المحتملين ويقومون بتسجيل نقاط القوة والضعف الخاصة بالمنظمة والمنظمات المنافسة، ويمكن أن يقوم المسوق الخفي باختبار ردود أفعال ممثلي البيع للمواقف التسويقية المختلفة وكيف يتعاملون مع العملاء، وفي بعض الأحيان يقوم مدير المنظمة بذلك الدور، حيث أنهم غير معروفين للوسطاء والمنافسين. وتنتج تلك الأداة كم هائل من المعلومات المفيدة في إتخاذ الإجراءات التصحيحية المطلوبة.

¹ نور محي الدين محمد سعد الله، **جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا الزبائن**، دراسة تكميلية لنيل درجة ماجستير، تخصص ادارة أعمال، جامعة شندني، السودان، 2017 ص ص 51، 52.

²سهام مخلوف، مرجع سبق ذكره، 63.

- تحليل العملاء المفقودين: يمكن أن تقوم المنظمة بتحليل لعدد العملاء المفقودين الذين توقفوا عن التعامل مع منتجات المنظمة أو تحولوا إلى إستهلاك منتجات منافسة، لكي يتعرفوا على أسباب عدم رضاهم، ويمكن أن يطبق هذا الأسلوب على كافة العملاء، وتستمد هذه الأداة أهميتها من إرتفاع تكاليف جذب العملاء مقارنة بتكاليف المحافظة عليهم، من ثم فمن الأهمية أن يتابع مديرو التسويق معدلات فقد العملاء من فترة لأخرى، لإتخاذ الإجراءات المناسبة للحفاظ على العملاء وتنمية علاقات دائمة معهم.¹

3. نماذج قياس الرضا:

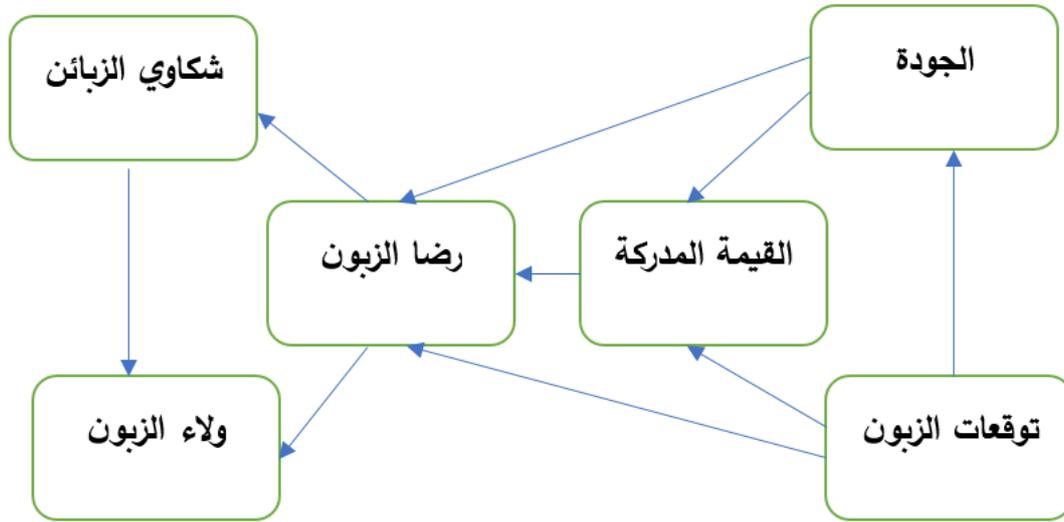
تفسر هذه النماذج الأسباب التي تؤدي إلى حدوث الرضا أو عدم الرضا بالإضافة إلى توابع هذا الشعور الذي ينتج عن المرحلة الأخيرة من القرار الشرائي مثل الشكاوى.

- النموذج الامريكي لقياس الرضا (ACSI): تم تطوير هذا النموذج في منتصف التسعينيات من طرف الباحثين الأمريكيين في تسويق الخدمات، ولقد أصبحت حينها الأساس الذي إعتمدت عليه بقية الدول حول العالم في إنشاء النموذج الخاص بها حيث يتكون هذا النموذج من ستة عناصر تتمثل في الجودة المدركة، توقعات الزبون، القيمة المدركة، الرضا، شكاوي الزبائن والولاء حيث أن كل عامل من هذه العوامل يرتبط بالعوامل الأخرى من خلال علاقة سببية.

حسب هذا النموذج كلما كانت توقعات الزبائن كبيرة كلما كانت الجودة المدركة كبيرة، وعندما تكون التوقعات والجودة المدركة كبيرين عندها تكون القيمة المدركة كبيرة، حيث تؤدي أخيرا إلى رضا كبير من طرف الزبائن، وفي الجانب الآخر فإذا كان رضا الزبون كبير فان ذلك يعني إنخفاض في شكاوي الزبائن وبالتالي زيادة الولاء لديهم.

¹ محمد فريد الصحن، طارق طه أحمد، إدارة التسويق في بيئة العلوم والأنترنيت، دار منشئة المعارف، الاسكندرية، مصر، 2005 ص ص 127، 128.

الشكل 3 تعريف الجودة



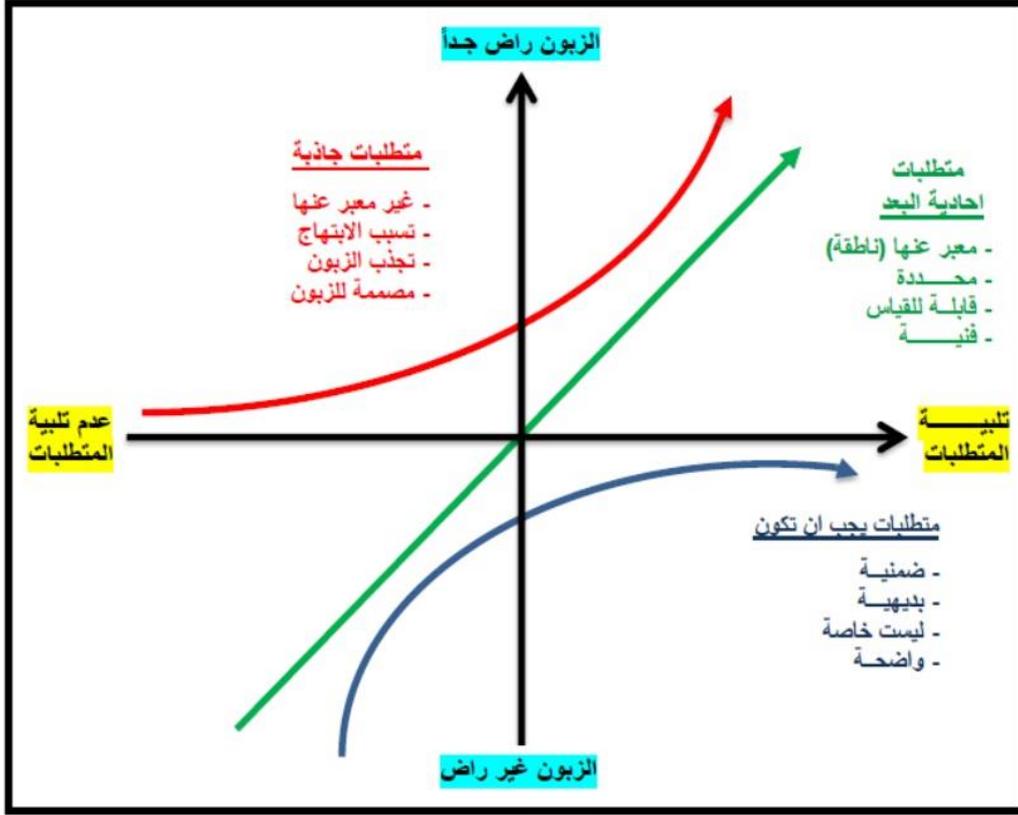
المصدر: بوزيان حسان، أثر جودة الخدمة على رضا الزبون دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة العلمة، مجلة رؤي اقتصادية، العدد السابع، جامعة قسنطينة، 2014 ص 68.

من خلال الشكل أعلاه يمكن ملاحظة العناصر الثلاثة التي تسبق رضا الزبون والمتمثلة في:

- ✓ **الجودة المدركة** : وهي المحدد الأول لرضا الزبون، تتمثل في تقييم السوق لتجربة الإستهلاك الأخيرة ويتوقع أن يكون لها تأثير مباشر وإيجابي على رضا الزبون.
- ✓ **القيمة المدركة** : وهي المحدد الثاني لرضا الزبون، تتمثل في المستوى المدرك لجودة المنتج نسبة إلى السعر المدفوع، فعلى الرغم من أن السعر يكون أحيانا مهما جدا بالنسبة للزبائن خاصة في مرحلة الشراء لأول مرة إلا أن له تأثير صغير على الرضا من أجل إعادة الشراء.
- ✓ **توقعات الزبائن** : وتمثل التوقعات كل من مرحلة ما قبل التجربة الإستهلاكية، والتي تتضمن بعض المعلومات غير المجربة مثل الاشهار.¹
- **نموذج كانو لرضا العملاء**: يقسم نموذج كانو لرضا العملاء والموضح في الشكل الموالي متطلبات المنتج من حيث مدى تأثيرها في رضا العملاء إلى :

¹ بوزيان حسان، أثر جودة الخدمة على رضا الزبون دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة العلمة، مجلة رؤي اقتصادية، العدد السابع، جامعة قسنطينة، 2014 ص 67 68.

الشكل 4 : نموذج كانو لرضا العملاء



نموذج كانو لمتطلبات رضا الزبون

المصدر: أحمد محفوظ جودة، إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008 ص 81.

- ✓ المتطلبات الأساسية : يتوقع أن تكون هذه المتطلبات موجودة في المنتج، وبالتالي لا حاجة إلى التعبير عنها، إذا لم يتم تلبية هذه المتطلبات فإن العميل لن يكون راضياً، وبالمقابل إذا كانت هذه المتطلبات موجودة (من المسلم به أن تكون موجودة) فإن ذلك لن يزيد من مستوى الرضا لدى العميل.
- ✓ متطلبات الأداء : وفقاً لمتطلبات الأداء والتي هي في اتجاه واحد فان مستوى رضا العميل يتناسب طردياً مع درجة تلبية هذه المتطلبات، فكلما كانت درجة تلبية هذه المتطلبات عالية كلما كان مستوى الرضا عالي وهذه المتطلبات يطلبها العميل.
- ✓ المتطلبات الجاذبة : إن هذه المتطلبات تحتل أكبر درجة من التأثير على درجة رضا العميل، وحسب طبيعة هذه المتطلبات فإنها غير معبر عنها من قبل العميل وكذلك فهي غير متوقعة من قبل العميل،

وأن الوفاء بهذه المتطلبات بدرجة معينة يعطي العميل درجة أكبر من الرضا، أما إذا لم يتم الوفاء بهذه المتطلبات فإن العميل لن يشعر بعدم الرضا.

وتستفيد إدارة المنظمات من تصنيف نموذج كانو لمتطلبات المنتج بهذا الشكل من عدة نواحي، أهمها أن تلك التصنيف يساعد الإدارة على ترتيب أولوياتها فيما يتعلق بتطوير المنتج، حيث قد توجه الإدارة جهودها لتطوير متطلبات الأداء والمتطلبات الجاذبة، بدلا من توجيهها نحو تطوير المتطلبات الأساسية إذا كانت المتطلبات الأساسية موجودة بدرجة مرضية للعميل.¹

4. أهمية قياس رضا العملاء :

تحتاج جميع المنظمات الراغبة في تحقيق الإستمرار لقياس رضا العميل، وتبرز أهمية قياس رضا الزبون فيما يلي :²

- ✓ الوقوف على تحديد مدى رضا الزبون عما تقدمه المنظمة من خدمات؛
- ✓ معرفة إن كانت الفئة المستهدفة قد إستغادت من الخدمة المقدمة؛
- ✓ يساعد المشرفين على إمكانية توسيع نطاق الأنشطة والخدمات التي تقدمها المنظمة؛
- ✓ تجنب تكرار نفس الأخطاء في الأنشطة والخدمات التي سوف تقدمها المنظمة؛
- ✓ معرفة إن كان نمط الإدارة المتبع يحقق رضا الزبون.

المطلب الرابع : العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون.

تجدر الإشارة اليوم إلى أن هناك إجماع على توفر وجود علاقة قوية ما بين الجودة المدركة من قبل الزبون والرضا، وهذه الرؤية كانت نتيجة العديد والأبحاث والدراسات من أجل إنشاء وإبتكار نموذج السببية والذي يسمح بتوضيح العلاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضا الزبون.

العديد من الباحثين لا يملكون رؤية واضحة ودقيقة حول طبيعة وماهية وكيفية الترابط أو التداخل ولا حتى أي متغير يدخل ضمن سوابق المتغير الأخر.

¹ أحمد محفوظ جودة، إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008 ص 81 82.

² حاكم جبوري الخفاجي، رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون دراسة حالة في مصرف بابل الأهلي، مجلة الغزي للعلوم الاقتصادية والادارية، مصر، ص ص 84 85.

يرى كل من (Berry et Zeithaml et Parasuraman) أن العلاقة السببية التي تربط المتغير (الجودة المدركة-الرضا) تبدأ بالرضا كمتغير تابع للجودة المدركة، في حين يرى بعض الباحثين أمثال (Bolton et Drew et Bitner) أن العلاقة السببية تعتبر الجودة المدركة كمتغير تابع للرضا (الرضا - الجودة المدركة)، وفي محاولة لفك النزاع والإختلاف القائم حول العلاقة بين المتغيرين قام بعض الباحثين أمثال (Taylor et Cronin، و Gotilieb, Grewal, Brown) ببعض الدراسات حول مجموعة من الأنشطة بهدف معرفة أيهما يدخل ضمن سوابق المتغير الآخر، حيث رجحوا الكفة لصالح العلاقة السببية الأولى، وقد أشار (Jack Welch) إلى أن أهمية الجودة تعتبر سندا قويا لضمان رضا وصدقة الزبائن، وسندا قويا للدفاع ضد المنافسين الخارجيين وكذلك شرطا لتحقيق النمو وتحقيق أفضل النتائج.

هذا يعني أن الرضا يعتمد بالأساس على مستوى جودة الخدمة المدركة من قبل الزبون ومدى إشباعها لرغباته وحاجاته التي يسعى لسدها وأن درجة الإشباع ستحدد درجة الرضا، أي أن مستوى الرضا المتوقع يتحدد من خلال مقارنته بمستوى التوقعات التي كان يحملها والعوامل التي أثرت بها مع الناتج الفعلي، سيؤدي هذا إلى رضا عال عن الخدمة والعكس صحيح، إذا رضا الزبون وعدم رضاه يصفان طبيعة الشعور السلبي والإيجابي والذي يمكن أن يحصل عليه المستفيد بعد عملية إقتناء الخدمة، وشكوى الزبون هي دليل على عدم الرضا. إن مفهوم الرضا أكثر شمولاً من مفهوم الجودة، لأنه يتضمن محددات أخرى غير الخدمة، والتي عبر عنها بمصطلح القيمة المدركة، فحسب (Fornell) وزملاؤه، فالجودة المدركة والقيمة المدركة خلال خبرة الإستهلاك يعتبران الموجهان الرئيسيان لرضا الزبون، فالجودة المدركة تتأثر بالإيجاب وفق خصائص عرض الخدمة، وكذا السعر المتعلق بها، والتي تؤثر بدورها هي الأخرى على القيمة المدركة، أي وجود علاقة طردية بينهما.

أما (vanhamme) فتري بأن مصطلح الرضا أوسع من مصطلح الجودة المدركة وذلك بسبب أن الرضا يترجم الحالة النفسية للزبون بالنظر إلى خبرته مع المنظمات الخدمية، في حين أن الجودة المدركة تتعلق بإدراك تلك المحددات أو المتغيرات المرتبطة بالخدمة المعروضة (الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، التعاطف والأمان)، التي تدخل كعنصر مشكل للخبرة التي يعتمد عليها تقييم الرضا، فالخبرة

عند إقتناء أو الإستفادة من الخدمة التي تقدمها المنظمات الخدمية هي جزء لا يتجزأ في عملية تقييم الرضا، والتي لا نجدها في عملية الحكم على تلك الخدمات.¹

من خلال ما سبق يتبين لنا أن مفهوم الجودة يختلف عن مفهوم الرضا، فالرضا عبارة عن شعور ينتج عن المقارنة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، بينما جودة الخدمة تشير إلى مقارنة الخدمة المرغوب فيها مع الخدمة المدركة، أما فيما يخص العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون نجد أن الرضا هو متغير تابع لعنصر الجودة وما تجدر الإشارة إليه أن العلاقة "الجودة تساوي الرضا" تعبر علاقة خاطئة، فهناك الكثير من حالات الرضا رغم انخفاض مستوى الجودة، والصحيح هو أن الجودة تؤدي إلى الرضا.

¹ بوعمره فتحي، الجودة المدركة للخدمة ورضا الزبون، مجلة الابداع، العدد السادس، المجلد السادس، جامعة البليدة، ص 124.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع

تعد مراجعة الدراسات السابقة من الركائز التي يستند عليها البحث العلمي، حيث يقف الباحث على الإجهادات السابقة في موضوع بحثه، لتتشكل لديه فكرة واضحة حول موضوعه يحدد من خلالها مشكلة دراسة، أهدافها، متغيراتها وفرضياتها، بحيث تمثل هذه العناصر إضافة جديدة تبدأ من حيث إنتهى إليه الآخرون.

المطلب الأول: الدراسات المحلية

سنتطرق في هذا المطلب إلى بعض الدراسات المحلية المرتبطة بموضوع دراستنا.

1. دراسة مخفي حريزي، اسماعيل ريحان (2019) بعنوان: أثر جودة الخدمات الجامعية على رضا الطلبة

المقيمين، دراسة حالة مديرية الخدمات الجامعية عين الدفلى.

هدفت الدراسة إلى معرفة وتحديد أثر جودة الخدمات الجامعية على رضا الطلبة المقيمين حيث تم تحديد مدى جودة الخدمات الجامعية المقدمة للطلبة من طرف مديرية الخدمات الجامعية ممثلة بأربعة إقامات والتعرف على مدى رضا الطلبة على الخدمات المقدمة والمتمثلة في كل من خدمة النقل، الإيواء والإطعام، ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحثان أن أغلب أفراد عينة الدراسة غير راضون عن الخدمات الجامعية المقدمة له، وهذا ما يدل على عدم جودة هذه الخدمات.

كما كان تقييم أفراد عينة الدراسة لكل أبعاد جودة الخدمة بدرجة موافقة متوسطة ولكن هناك إختلاف بين أبعاد جودة الخدمات الجامعية، حيث أن أفضل محددات جودة الخدمات الجامعية كان بعد الإستجابة وأسوأها كان بعد الإعتمادية.

2. دراسة أحمد فلوح، سناء عبيدي (2019) بعنوان: درجة رضا الطلبة عن الخدمات الجامعية

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى رضا الطلبة على الخدمات الجامعية التي تقدم إليهم في الإقامات الجامعية، والتعرف على ترتيب مجالات الخدمات الجامعية، وهي: المنحة، الإيواء، الإطعام، النقل والنشاط العلمي، الثقافي، الرياضي والترفيهي، كما هدفت الدراسة إلى توفير معلومات عن واقع الخدمات الجامعية، ولهذا الغرض تم إعداد استبيان مكون من 35 عبارة موزعة على ست أبعاد، تم توزيعه على عينة مكونة من 300 طالبا وطالبة، وأسفرت الدراسة أنه:

- توجد درجة منخفضة من الرضا عن الخدمات الجامعية المقدمة للطلبة، حيث لم تبلغ درجة الرضا عن الخدمات الجامعية حد المتوسط.
 - وجود درجة منخفضة من الرضا عند الطلبة عن المنحة، بسبب عدم كفايتها، ومطالبة بإعادة النظر فيها، وتقديمها للفئات التي تستحقها من الطلبة.
 - وجود درجة منخفضة من الرضا عند الطلبة عن الإيواء، حيث اكتشفت من قلة النظافة، وضعف الخدمة، وعدم مناسبة الغرفة، وضعف المعاملة، ونقص في الأمن
 - توجد درجة منخفضة من الرضا عند الطلبة عن الإطعام، وعبر أفراد العينة عن عدم رضاهم عن نوعية وكمية الوجبات، وصعوبة الحصول عليها.
 - توجد درجة متوسطة من الرضا عند الطلبة عن النقل، ورغم أن بعد خدمة النقل
 - وجود درجة منخفضة من الرضا عند الطلبة عن النشاط العلمي والثقافي، وعن النشاط الرياضي والترفيهي، حيث الهياكل والوسائل قليلة، مع قلة النشاطات واقتصارها على المناسبات.
3. دراسة عيشة علة، نوري الود (2017) بعنوان: رضا الطلبة الجامعيين عن جودة الخدمات التعليمية دراسة ميدانية بجامعة الجلفة والأغواط
- هدفت الدراسة إلى قياس رضا الطلبة عن جودة الخدمات التعليمية بجامعة زيان عاشور وجامعة عمار اثليجي، كما هدفت الدراسة إلى تعرف مدى الإلتزام بأبعاد جودة الخدمات التعليمية الجامعية المقدمة، والتعرف على مستوى الخدمات التعليمية التي تقدمها الجامعة الجلفة وجامعة الأغواط.
- وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 347 طالب موزعين كالتالي 172 طالب و 175 طالبة، كما إعتد الباحثان مقياس معد من طرف محمد إبراهيم سلمان 2012، وقد تم معالجة المقياس بالطرق الإحصائية باستخدام برنامج SPSS وأظهرت النتائج أن:
- مستوى الرضا عن الخدمات التعليمية متوسط لدى طلبة جامعتي زيان عاشور وعمار اثليجي.
 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$) لمستوى رضا الطلبة عن جودة الخدمات التعليمية تعزى لمتغير النوع لصالح الذكور.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ($\alpha=0.05$) لمستوى رضا الطلبة عن جودة الخدمات التعليمية تعزى لمتغير نوع الجامعة لصالح جامعة عمار ثليجي.

4. دراسة خالد سهلي (2017) بعنوان: دراسة عوامل رضا الطلبة المقيمين على جودة الخدمات الجامعية المقدمة "عينة من طلبة الإقامات الجامعية قاصدي مباح ورقلة"

هدفت الدراسة إلى معرفة رضا الطلبة المقيمين على جودة الخدمات الجامعية وذلك لإبراز الدور الذي يلعبه الطلبة بصفة عامة والطلبة المقيمين بصفة خاصة وما تقوم به مديرية الخدمات الجامعية لمعرفة ودراسة إحتياجاتهم وتلبيتها وكذلك تحسين جودة الخدمات المقدمة على مستوى الأحياء الجامعية إضافة إلى خدمات النقل الجامعي.

تم الاعتماد في الدراسة على توزيع استمارات على افراد العينة المتمثلة في طلبة الأحياء الجامعية لجامعة قاصدي مباح ورقلة.

وأظهرت النتائج أن كل أبعاد جودة الخدمة (الإعتمادية، الإستجابة، الأمان، التعاطف والملموسية) حصلو على درجة موافقة متوسطة، لكن بعد الإعتمادية إحتل المرتبة الأولى ما يدل على أنه أكثر الأبعاد توفر في جودة الخدمة الجامعية تليها الأمان، أما جانب الملموسية فقد أحتل المرتبة ما قبل الأخيرة ما يدل على عدم تماشي الجانب المادي مع رضا الطلبة، ويعتبر بعد الاستجابة أقل الأبعاد توفر في جودة الخدمة الجامعية المقدمة والذي أحتل المرتبة الأخيرة.

5. دراسة سهيلة كحال شيماء بوخملة (2019) بعنوان : أثر جودة الخدمات التعليمية على رضا الطالب الجامعي دراسة ميدنية على عينة من طلبة القطب الجامعي تاسوست جامعة جيجل.

هدفت الدراسة الى إبراز العلاقة الموجودة بين جودة الخدمة التعليمية متمثلة في خمسة أبعاد (جودة هيئة التدريس، جودة الطلبة، جودة البرنامج الدراسي، جودة التجهيزات والتسهيلات التعليمية) ورضا الطلبة. تم الإعتماد في هذه الدراسة على توزيع 100 استمارة على طلبة القطب الجامعي تاسوست، وقد توصلت الدراسة الى:

- أن مستوى جودة الخدمات كان بدراسة موافقة متوسطة على أبعاد جودة الخدمة التعليمية مجتمعة؛
- وجود علاقة طردية بين جودة الخدمة التعليمية ورضا الطلبة؛

- كما بينت النتائج أن بعد جودة العلية التدريسية وبعد التجهيزات والتسهيلات العلمية هي الأبعاد التي تؤثر على رضا الطلبة، في حين كل من بعد جودة هيئة التدريس، بعد جودة الطلبة، وبعد البرنامج الدراسي هي أبعاد لا تؤثر على رضا طلبة القطب الجامعي تاسوست.

6. دراسة زكية قصاص، فتيحة يعقوبي (2016) بعنوان: ترقية جودة الخدمات في الإقامة الجامعية دراسة

حالة الإقامة الجامعية 1000 سرير (القطب الطبي) خروبة

إن الهدف الأساسي من معالجة هذا الموضوع هو تقديم إطار نظري يحدد ويعرف مختلف المفاهيم المتعلقة بالجودة، باعتبارها مدخل إداري حديث وقد ركزت بصورة أساسية على جودة الخدمات من حيث خصائصها والأبعاد المحددة لها، بالإضافة إلى التطرق لرضا الزبون وأهم المعايير المؤثرة عليه من خلال جودة الخدمات وذلك لإيجاد العلاقة التي تربط بينهما.

وقد تم التطرق في الدراسة الميدانية إلى دراسة حالة الإقامات الجامعية باعتبارها مؤسسة خدمتية إذ تم التركيز من خلال الاستبيان على محددات جودة الخدمات التي تحقق رضا الطالب، وقد تبين أن من أهم هذه المحددات: الملموسية، الاعتمادية، الأمان، سرعة الاستجابة وأخيرا التعاطف.

توصلت الدراسة الدراسة إلى:

- تتمتع إقامة 1000 سرير خروبة (القطب الصحي) بسمعة جيدة من حيث جودة الخدمات المقدمة من طرفها؛
- يحرص موظفو إقامة 1000 سرير بخروبة على تقديم أفضل ما لديهم لتلبية طلبات الطلبة المقيمين داخل الإقامة؛
- تربط الطلبة مع الموظفين علاقة طيبة وجيدة وهو ما يعكس حالة الهدوء والنظام داخل الإقا؛
- تهتم إدارة الإقامة الجامعية 1000 سرير بحل جميع المشاكل التي تواجه الطلب، والعمل على إرضاء جميع الأطراف؛
- أغلب أفراد العينة راضون عن الخدمات المقدمة من طرف الإقامة الجامعية 1000 سرير خروبة وهو ما يدل على حسن أداء المهام داخل الإقامة؛

- توفر الإقامة جميع التاهيزات والمستلزمات التي توفر الراحة والأمان والرفاهية للطلبة وذلك للتخفيف من إحساس الطالب بالبعد عن مجتمعه الأصلي (عائلته).

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

سننتظر في هذا المطلب إلى بعض الدراسات الأجنبية المرتبطة بموضوع دراستنا.

1. دراسة اسماعيل صالح الفراء، رأفت محمد العوضي(2013) بعنوان : قياس جودة الخدمات التي تقدمها

الجامعات الفلسطينية في ضوء المتغيرات العالمية المعاصرة

هدفت الدراسة إلى قياس واقع جودة الخدمات التي تقدمها الجامعات الفلسطينية في ضوء المتغيرات العالمية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة، واتخذت من جامعة القدس المفتوحة بفروعها التعليمية في محافظات غزة نموذجاً للدارسة الميدانية، وقد تكونت عينة الدراسة من (348) طالب وطالبة وقد تم إختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية، وإتبع المنهج الوصفي التحليلي. استخدمت الدراسة مقياس الخدمات التي تقدمها الجامعة والمعروف بإسم (SERVQUAL) للتعرف على واقع جودة الخدمات التي تقدمها الجامعات الفلسطينية في ضوء المتغيرات العالمية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقدير طلبة كليات

التربية لدرجة جودة عناصر الخدمات المقدمة في جامعة القدس المفتوحة.

تم تفسير النتائج في ضوء أدبيات الدراسة وتم عرض عدد من التوصيات لتطوير جودة الخدمات التي تقدمها الجامعات الفلسطينية في ضوء المتغيرات العالمية المعاصرة.

2. دراسة محمد عبد الفتاح زهري (2015) بعنوان: قياس رضا الطلاب عن جودة خدمات الأغذية

والمشروبات المقدمة بالمدن الجامعية بجامعة المنصورة

هدفت الدراسة إلى قياس مستوى جودة خدمات الأغذية والمشروبات في المدن الجامعية من وجهة نظر الطلاب، وقد اعتمدت الدراسة مدخل الفجوة لقياس مستوى جودة خدمات الأغذية والمشروبات، والإعتماد على مقياس (SERVQUAL) للمقارنة بين الأداء المتوقع للخدمة والأداء الفعلي لها، ولقد تم إضافة بعد سادس على الأبعاد الخمسة المتعارف عليها لجودة الخدمة (الإعتمادية، الإستجابة، التعاطف، الأمان،

العناصر والملموسة) وهو بعد جودة الأغذية والمشروبات ليتناسب مع طبيعة عمل التغذية في المدن الجامعية.

أظهرت نتائج الدراسة انخفاض متوسطات الأبعاد الخمسة، مما يعني أن انخفاض مستوى جودة

الخدمة المقدمة في المدن الجامعية يؤدي إلى انخفاض مستوى رضا الطلاب.

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن هناك العديد من الملاحظات تقف حائلاً في تعزيز مفهوم

جودة خدمات الأغذية والمشروبات في المدن الجامعية كان من أبرزها:

- عدم تنوع قوائم الطعام المستخدمة في المدن الجامعية مع عدم إدخال أصناف جديدة ويتضح ذلك من إجابات المبحوثين في الفقرة الأولى لبعدها جودة الأغذية والمشروبات؛
- عدم توحيد الكميات والأوزان وأحجام التقطيع للأطعمة المقدمة في المدن الجامعية؛
- عدم توافر نظام للمتابعة المستمرة لمستوى رضا الطلاب وغياب الحل الفوري لمشاكل الطلاب وعدم وفاء الإدارة بالوعود التي تقطعها على نفسها تجاه الطلاب؛
- ضعف مستوى العاملين والتدريب لهم وعدم تعاملهم مع الطلاب بطريقة طيبة ولطيفة وبإبتسامة؛

3. دراسة محمد إبراهيم سلمان (2013) بعنوان: مستوى جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة

الأقصى بغزة طبقاً لمقياس جودة الخدمة (SERVPERF)

هدفت الدراسة الحالية إلى قياس جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة الأقصى بغزة

من خلال استخدام مقياس جودة الخدمة (Service Performance) أو الأداء الفعلي والذي يشار إليه

إختصاراً (ServPerf)، وقد قام الباحث بتصميم مقياس خاص بقياس جودة الخدمة، مكون من ستة

أبعاد ويشتمل على (40) فقرة، وتم تطبيق المقياس على عينة من طلبة جامعة الأقصى مكونة من

(380) طالب وطالبة، وقد تم معالجة المقياس بالطرق الإحصائية من خلال برنامج (SPSS) وقد بينت

نتائج الدراسة ما يلي :

- أن جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة الأقصى بين الضعيف والمتوسط في معظم أبعاد المقياس؛
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس بين الذكور والإناث ولصالح الإناث في مستوى جودة الخدمات الجامعية المدركة في جميع الأبعاد ما عدا بعد الأمان؛

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية وفي الأبعاد التالية العناصر الملموسة و الإستجابة لصالح التخصصات التطبيقية، في حين لا توجد فروق ذات دلالة في الأبعاد الأخرى (الإعتمادية، الأمان، التعاطف، خصوصية الجامعة)؛
 - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في جودة الخدمات الجامعية المدركة تبعاً لمتغير المستوى الدراسي (المستوى الأول المستوى الرابع).
4. دراسة حيدر سامي عبد الوهاب (2017) بعنوان: أثر جودة الخدمة على مستوى طلب الخدمة الجامعية بحث تطبيقي في كلية دجلة الجامعة الأهلية.
- هدفت الدراسة إلى قياس أثر جودة الخدمة الجامعية على مستوى طلبها، وتوضيح دى العلاقة بين تحسين جودة الخدمة الجامعية ومدى زيادة الطلب على منتجاتها وخدمات المنظمة التعليمية. تم الإعتماد على الاستبيان من أجل جمع المعلومات، حيث وزعت 100 استمارة على طلبة المرحلة الأولى، الثانية، الثالثة والرابعة في كلية دجلة.
- توصلت الدراسة إلى أنه توجد علاقة طردية بين أبعاد جودة الخدمة (الملموسية، الإستجابة، المعمولية، الموثوقية والأمان) و متغير الطلب على الخدمة، أي زيادة قيمة أحد الأبعاد بوحدة واحدة يؤدي إلى زيادة منغير الطلب بنفس المقدار.
5. دراسة علي الكساسبة (2019) بعنوان: أثر جودة الخدمات التعليمية على رضا الطلبة في جامعة مؤتة هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين جودة الخدمات التعليمية (الوظائف العامة، خدمات المكتبات، الخدمات الأكاديمية والتعليمية، خدمات المختبرات والعلاقات الخارجية) ورضا الطلبة في جامعة مؤتة وخلصت الدراسة إلى أن مستوى جودة الخدمات في جامعة مؤتة كان مرتفعا وتوصلت إلى أن هناك تأثير لكل أبعاد جودة الخدمات التعليمية على رضا طلاب جامعة مؤتة.
6. دراسة نسرين صالح محمد صلاح الدين بعنوان: تقييم جودة الخدمات الجامعية باستخدام نموذج الأداء الفعلي (SERVPERF) دراسة حالة كلية التربية جامعة عين شمس.
- يهدف البحث التوصل إلى إجراءات مقترحة لتحقيق جودة خدمات كلية التربية بجامعة عين شمس طبقا لنموذج الأداء الفعلي SERVPERF ، وذلك من خلال الوقوف على الأسس النظرية لتقييم جودة الخدمات الجامعية باستخدام نموذج الأداء الفعلي SERVPERF ، وكذلك التعرف على مستوى جودة

الخدمات الفعلية المدركة والمتوقعة بكلية التربية من قبل الطلاب طبقا لمقياس SERVPERF والفروق بينهما ومدى تأثير العوامل الديموغرافية عليها.

وتم استخدام المنهج الوصفي، علاوة على تطبيق مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة، وأعتمد البحث على نموذج SERVPERF ، الذي طوره كرونين وتايلور (1992) Cronin & Taylor ؛ حيث قامت الباحثة بترجمته وإعادة صياغة بعض عباراته بصورة تتناسب مع مجتمع الدراسة وعينته؛ وذلك لقياس وتقييم جودة خدمات كلية التربية بجامعة عين شمس طبقا لنموذج الأداء الفعلي SERVPERF، وتم تطبيق أداة البحث على عينة عشوائية تتكون من (524) من طلاب كلية التربية بجامعة عين شمس في مصر.

توصل البحث إلى نتائج لواقع جودة خدمات كلية التربية بجامعة عين شمس، والتي من بينها

مايلي:

- أن جودة الخدمات الجامعية بكلية التربية كما يدركها ويتوقعها طلاب الكلية متوسطة في كل أبعاد الاستبيان؛
- أن هناك فروق دالة بين إدراكات الطلاب لجودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة والمتوقعة بكلية التربية لصالح المتوقعة في كل الأبعاد والاستبيان ككل؛
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس في جميع أبعاد جودة خدمة كلية التربية وكذلك في الاستبيان ككل، وذلك لصالح الطالبات؛
- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الفرق الدراسية بالنسبة لجميع أبعاد الجودة ماعدا بعد الأمان وبالنسبة للاستبانة ككل.

المطلب الثالث: موضع دراستنا من الدراسات السابقة

سنحاول في هذا المطلب التطرق لمختلف الدراسات السابقة المرتبطع بموضوع دراستنا ومقارنتها بدراستنا الحالية من خلال إظهار أوجه الإختلاف والتشابه بينهما.

جدول 1: أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

الدراسة الحالية		الدراسات السابقة
أوجه الاختلاف	أوجه التشابه	
*مكان إجراء الدراسة الميدانية عين الدفلى؛ *الدراسة الميدانية طبقت على مديرية الخدمات الجامعية عين الدفلى؛	*تناولت موضوع جودة الخدمات الجامعية ورضا الطلبة؛ *إعتمدت على الاستبيان؛ *المنهج الوصفي التحليلي؛	دراسة مخفي حريزي، اسماعيل ربحان (2019)
*إجراء الدراسة على إقامتين؛ *مجتمع الدراسة يضم ذكور وإناث؛ *مكان إجراء الدراسة غيليزان؛	*تناولت موضوع رضا الطلبة وجودة الخدمات الجامعية؛ *إعتمدت على الاستبيان؛ *المنهج الوصفي التحليلي؛ * أجريت الدراسة الميدانية على الطلبة المقيمين؛	دراسة أحمد فلوح، سناء عبيدي (2019)
*المتغير الآخر هو الخدمات التعليمية؛ *مجتمع الدراسة يضم ذكور وإناث؛ *مكان إجراء الدراسة الجلفة والأغواط؛ *الدراسة الميدانية في جامعتين؛	* المتغير الأول هو رضا الطلبة؛ *إعتمدت على الاستبيان؛ * المنهج الوصفي التحليلي؛	دراسة عيشة علة، نوري الود (2017)
*المتغير الآخر هو عوامل الرضا؛ *الدراسة الميدانية كانت في عشر إقامات؛ *مكان إجراء الدراسة ورقلة؛ *الإعتماد أيضا على المقابلة؛	*تناولت موضوع جودة الخدمات الجامعية؛ *إعتمدت على الاستبيان؛ * المنهج الوصفي التحليلي؛ *أجريت الدراسة الميدانية على الطلبة المقيمين؛	دراسة خالد سهلي (2017)
*المتغير الآخر هو الخدمات التعليمية؛	*تناولت متغير رضا الطالب؛ *إعتمدت على الاستبيان؛	دراسة سهيلة كحال، شيماء بوخملة (2019)

<p>*الدراسة الميدانية كانت على مستوى جامعة جيجل قطب تاسوست؛</p>	<p>*المنهج الوصفي التحليلي؛ *مكان إجراء الدراسة جيجل؛</p>	
<p>*مكان إجراء الدراسة الميدانية الجزائر العاصمة؛</p>	<p>*تناولت متغير جودة الخدمات الجامعية ورضا الزبون؛ * إعتمدت على الاستبيان؛ *إجراء الدراسة الميدانية في إقامة جامعية؛</p>	<p>دراسة زكية قصاص، فتيحة يعقوبي (2016)</p>
<p>* تناولت متغير آخر وهو الخدمات التعليمية؛ *مكان إجراء الدراسة فلسطين؛ *تم إجراء الدراسة الميدانية على مستوى جامعة القدس؛ *توزيع الاستبيان بالطريقة العشوائية الطبقية؛</p>	<p>* تناولت متغير جودة الخدمات؛ *إعتمدت على الاستبيان؛ *المنهج الوصفي التحليلي؛</p>	<p>دراسة اسماعيل صالح الفر، رأفت محمد العوضي (2013)</p>
<p>*تم التركيز على خدمات الأغذية والمشروبات؛ *مكان إجراء الدراسة مصر؛</p>	<p>*تناولت موضوع رضا الطلبة وجودة الخدمات الجامعية؛ * إعتمدت على الاستبيان؛ *المنهج الوصفي التحليلي؛</p>	<p>دراسة محمد عبد الفتاح زهري (2015)</p>
<p>*متغير الخدمات التعليمية؛ *مكان الدراسة فلسطين؛ *من أبعاد جودة الخدمات خصوصية الجاعة؛ *إجراء الدراسة الميدانية في الجامعة؛</p>	<p>*تناولت موضوع جودة الخدمات؛ *عينة الدراسة طلبة جامعة الأقصى؛ *الإعتماد على الاستبيان والمنهج الوصفي التحليلي؛</p>	<p>دراسة محمد ابراهيم سلمان (2013)</p>
<p>*درست متغير آخر هو مستوى الطلب على الخدمة الجامعية؛</p>	<p>*تناولت متغير جودة الخدمة؛ *إعتمدت على الاستبيان؛</p>	<p>دراسة حيدر سامي عبد الوهاب (2017)</p>
<p>* تناولت متغير آخر هو جودة الخدمات التعليمية؛</p>	<p>* تناولت متغير جودة الخدمات ورضا الطلبة؛</p>	<p>دراسة علي الكساسبة (2019)</p>

* أجريت الدراسة في جامعة مؤتة؛ * مكان الدراسة في الأردن؛	* إعتمدت على الاستبيان؛	
* متغير آخر هو الخدمات التعليمية؛ * مكان الدراسة مصر؛ * أجريت الدراسة في جامعة عين شمس؛	* تناولت موضوع جودة الخدمات؛ * إعتمدت على الاستبيان؛	دراسة نسرین صالح محمد صالح الدين

المصدر: من إعداد الطالبين

من خلال عرض مختلف الدراسات المحلية والأجنبية وتبيان أوجه التشابه والاختلاف بالنسبة لدراستنا، تبين لنا أن دراستنا تتميز عن الدراسات السابقة بكونها:

- ✓ ركزت الدراسة على الخدمات الجامعية المقدمة في الإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي التابعة لمديرية الخدمات الجامعية لولاية جيجل؛
- ✓ ركزت الدراسة أيضا على الجانب الإجتماعي للطلبة من خلال تقييم جودة خدمات النقل، الإطعام، الإيواء، النشاطات الثقافية والترفيهية...؛
- ✓ تعتبر دراستنا إحدى الدراسات القليلة التي عالجت رضا الطلبة بجامعة جيجل؛
- ✓ تعتبر دراستنا أيضا الدراسة الأولى في الإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي التي كان هدفها تقييم جودة الخدمات الجامعية ومعرفة مدى رضا الطلبة عنها.

خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل تم التعرف على مختلف الجوانب النظرية المتعلقة بجودة الخدمة الجامعية ورضا الزبون، كما تم التطرق في الجانب المتعلق بجودة الخدمة الجامعية إلى مختلف الخدمات التي تقدم للطلبة الجامعيين متمثلة في الإقامة الجامعية وتحديد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة والمتمثلة في أهمية وأبعاد جودة الخدمة وطرق قياسها. ونظرا لأن الخدمات الجامعية كباقي الخدمات يصعب قياسها من أجل معرفة الخلل والنقص في الجودة وبهدف كسب رضا الزبون بالدرجة الأولى وذلك باعتباره الحكم الأساسي على جودة الخدمات المقدمة. أما في الجانب المتعلق برضا الزبون باعتبار الطالب زبون تم تحديد فيه مختلف المفاهيم المتعلقة برضا الزبون محدداته وطرق قياسه بالإضافة إلى العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون وفي الأخير تم عرض بعض الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع.

الفصل الثاني: رضا الطلبة المقيمين

حول جودة الخدمات الجامعية

المقدمة لهم من طرف الإقامة

الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن

المكي - جيجل -

تمهيد

بعد أن تناولنا في القسم النظري معالم جودة الخدمات الجامعية ورضا الزبون وكذلك الإشارة إلى العلاقة الموجودة بينهما، سنحاول في هذا الفصل إسقاط الدراسة النظرية ميدانيا من خلال دراسة وتقييم رضا الطلبة المقيمين لجودة الخدمات المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي جيجل.

وعلى ضوء ذلك إرتأينا إلى تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول تما التطرق فيه إلى تقديم تعريف للمؤسسة محل الدراسة، هيكلها التنظيمي ومختلف الخدمات التي تقدمها، أما المبحث الثاني فتناول الإطار المنهجي للدراسة حيث يتضمن منهج الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، إعداد وتصميم الاستبيان، دراسة صدق وثبات الاستبيان ومختلف الأساليب الإحصائية المستعملة، أما المبحث الثالث فتضمن عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة، عرض وتحليل فقرات الاستبيان واختبار الفرضيات.

هذا ما سنتعرف عليه في هذا الفصل من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: تقديم المؤسسة محل الدراسة؛

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة؛

المبحث الثالث: نتائج التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات.

المبحث الأول : تقديم المؤسسة محل الدراسة

في هذا المبحث سنتطرق إلى التعريف بالمؤسسة محل الدراسة والمتمثلة في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي، حيث سنقدم فيه تعريف عام للإقامة الجامعية، إضافة إلى تقديم الخدمات المقدمة في الإقامة وهيكلها التنظيمي.

المطلب الأول : التعريف بالإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي -جيجل-

الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي هي مؤسسة خدمتية تم إنشاؤها بمقتضى القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 2009/07/07، وافتتحت أبوابها في الموسم الجامعي 2010/2011، وهي إحدى الإقامات التابعة لمديرية الخدمات الجامعية لولاية جيجل.

تقع الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي في منطقة تاسوست في ولاية جيجل، بجانب جامعة محمد الصديق بن يحيى قطب تاسوست، تتربع على مساحة 18687متر مربع.

تضم الإقامة مجمعين لإيواء الطلبة D1 وD2 حيث تقدر طاقة استيعابها ب 2000 سرير. كما تتوفر الإقامة على عدة مرافق منها مطعم الإقامة حيث تقدر طاقة استيعابه ب500 طالب، إضافة إلى عيادة طبية، قاعة نشاطات، قاعة كمال الأجسام، مصلى، قاعة أنترنت والنادي.

المطلب الثاني: الخدمات المقدمة من طرف الإقامة الجامعية بويبيدي محمد الشريف بن المكي

تقدم الإقامة الجامعية خدمات عديدة ومتنوعة نذكر منها:

خدمة الإيواء: تعتبر خدمة الإيواء من الخدمات الأساسية للإقامة الجامعية، حيث تتوفر على مجمعين

بقدره استيعاب تقدر بحوالي 2000 سرير، وتقدم مختلف تجهيزات الغرف كالأفرشة والكراسي.

خدمة الإطعام: تحتوي الإقامة على مطعم يقدم خدماته للطلبة المقيمين، حيث يقدم الوجبات الرئيسية

اليومية الثلاثة مقابل مبلغ رمزي من خلال تذاكر المطعم، حيث تقدر طاقة استيعابه بـ 500 طالب.

خدمات النقل: خدمات النقل تابعة أساسا لمديرية الخدمات الجامعية، إلا أن هناك حافلات مخصصة

للطلبة المقيمين بالإقامة بغرض نقلهم إلى جامعة جيجل قطب جيجل، حيث خصصت للإقامة حوالي 8

حافلات.

خدمات الرعاية الصحية: تسهر الإقامة على تقديم جملة من الخدمات الصحية من خلال العيادة التابعة

لها وضعت تحت تصرف طبيب عام ومجموعة من الممرضين المساعدين.

خدمات النشاطات، الثقافية والرياضية: تحتوي الإقامة على هياكل ثقافية ورياضية مختلفة تحت تصرف

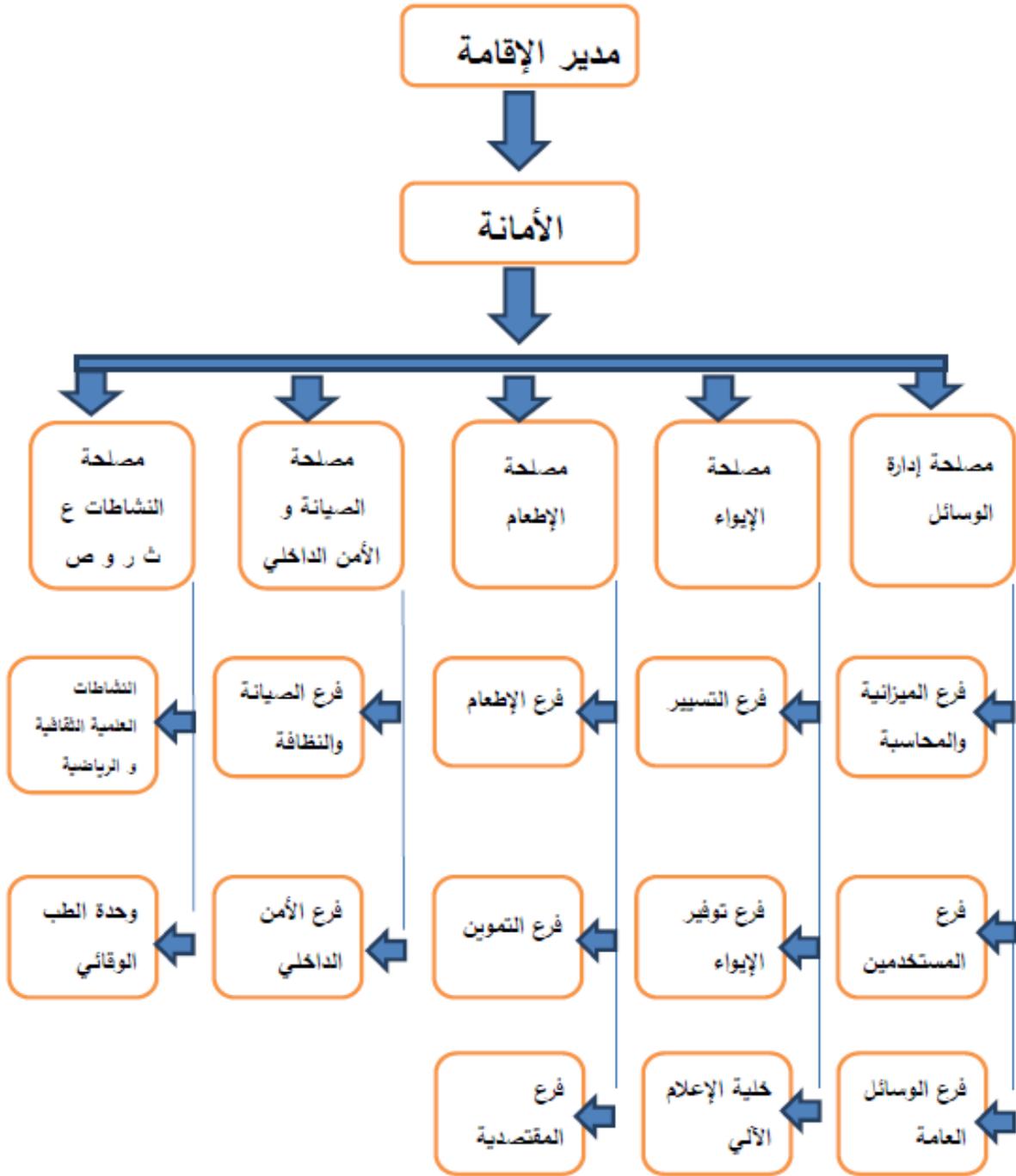
الطلبة، كقاعة النشاطات، قاعة رياضة، مكتبة وقاعة أنترنث، كما تعمل الإقامة على تنظيم رحلات

سياحية ومسابقات علمية، ثقافية ورياضية مختلفة.

كما توجد عدة خدمات تقدمها الإقامة للطلبة كخدمات الصيانة والأمن الداخلي والنظافة وغيرها.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للإقامة

الشكل 5 الهيكل التنظيمي للإقامة



المصدر: بالإعتماد على وثائق محصلة من إدارة الإقامة.

فيمايلي شرح لمختلف المصالح الإدارية للإقامة:

- **المدير:** تسيير الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي من طرف مدير يتم تعيينه من طرف المدير العام للديوان الوطني للخدمات الجامعية بقرار بناء على إقتراح من مدير الخدمات الجامعية لولاية جيجل.

من مهامه مايلي:

- السهر على أداء مختلف الخدمات التي تقدمها الإقامة (الإيواء، الإطعام، النشاطات ... وغيرها)؛
- المشاركة في إعداد النظام الداخلي للإقامات الجامعية والسهر على تطبيقه؛
- السهر على الإستعمال الرشيد للموارد والوسائل الموضوعة تحت تصرف الإقامة؛
- إعداد مشروع الميزانية بمساعدة رؤساء المصالح والفروع؛
- **مصلحة ادارة الوسائل:** تتفرع من هذه المصلحة ثلاث فروع (فرع المستخدمين، فرع الميزانية وفرع الوسائل العامة) وتعتبر هذه المصلحة من أهم مصالح الإقامة حيث يتم على مستواها متابعة سير عمل ومراقبة مستخدمي الإقامة من خلال فرع المستخدمين، متابعة صرف الميزانية المخصصة للإقامة عن طريق فرع الميزانية المالية، إضافة إلى إقتناء مختلف الوسائل والتجهيزات اللازمة لتسيير الإقامة وتسهيل عمل مختلف المصالح عن طريق فرع الوسائل العامة.
- **مصلحة الإيواء:** تحتوي هذه الصلحة على فرعين، فرع تسيير الإيواء وفرع توفير الإيواء، تعتبر هذه المصلحة حلقة وصل بين الطالب والإقامة حيث يستفيد الطالب بعد تسجيله في الجامعة من حق الإقامة بعد المرور على مصلحة الإيواء وذلك عن طريق الملف الذي يتم إيداعه من طرف المعني خلال فترة بداية السنة.
- **مصلحة الصيانة، النظافة والأمن الداخلي:** تعتبر هذه المصلحة من أهم المصالح في الهيكل التنظيمي، تقوم بحماية المؤسسة ومختلف مرافقها وممتلكاتها ويسهر على هذه العملية فرعين :
- **فرع النظافة والصيانة:** يهتم بتنظيف المرافق والهيكل داخل الإقامة وكذلك إصلاح مختلف الأعطاب اليومية على مستوى جناحي الإقامة، بالإضافة لمطعم الإقامة؛

- فرع الأمن الداخلي: دعمت الإقامة بأعوان أمن يسهرون على راحة وأمن الطالب داخل الإقامة الجامعية خلال الموسم الجامعي.
- مصلحة الإطعام: من المصالح الأساسية التي يحتاجها الطالب الجامعي في موسمه الدراسي والتي تسهر على توفير وجباته الغذائية بمعدل ثلاث وجبات في اليوم مقابل تذكرة الإطعام شرط استظهار البطاقة المغناطيسية. لها ثلاث فروع فرع وحدة الإطعام، فرع التموين وفرع المقتصدية.
- مصلحة النشاطات الثقافية، العلمية والوقاية الصحية: تحتوي هذه المصلحة على فرعين هما:
- مصلحة النشاطات الثقافية، العلمية والرياضية: تعد هذه المصلحة الفضاء الملائم لممارسة مختلف النشاطات إذ تتوفر على عدة مرافق رياضية وترفيهية توضع تحت تصرف الطلبة طيلة الموسم الجامعي للإستفادة منها والمساهمة في تفعيل وتطوير النشاط الثقافي، الرياضي والعلمي داخل الإقامة؛
- وحدة الطب الوقائي : تسهر هذه الوحدة على صحة الطالب، إذ توفر له عدة خدمات صحية ووقائية يستفيد منها خلال تواجده بالإقامة والقيام بحملات تحسيسية لتوعية الطالب بمختلف الأضرار والمخاطر الصحية.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

سننتظر في هذا المبحث إلى أهم الخطوات والإجراءات التي تم الإعتماد عليها في هذه الدراسة من خلال إبراز منهج الدراسة، مجتمع الدراسة وعينتها، بالإضافة إلى أداة الدراسة والأساليب المستعملة في المعالجة الإحصائية.

المطلب الأول: أسلوب الدراسة

1. **منهج الدراسة الدراسة :** يقصد بمنهج الدراسة الأسلوب أو الطريقة التي تتبع من أجل تحري الحقائق العلمية، ويعتبر الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة .

ولتحقيق هدف الدراسة والمتمثل في معرفة مدى رضا الطلبة حول جودة الخدمات الجامعية التي تتقدمها الإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لكونه المنهج المناسب للدراسة، وذلك بجمع البيانات والمعلومات عن طريق توزيع إستمارة استبيان وجهت لعينة من طلبة الإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي

2. **مجتمع الدراسة :** يقصد بمجتمع الدراسة "مجموعة من الناس أو الأحداث أو الأشياء التي يريد الباحث دراستها" أو هو "كل المفردات التي تكون محل الدراسة من قبل الباحث"، وبما أن هدف الدراسة هو معرفة رضا الطلبة المقيمين بالإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل حول جودة الخدمات الجامعية، فإن مجتمع الدراسة يشمل كافة الطلبة المقيمين بالإقامة.

3. **عينة الدراسة :** يقصد بعينة الدراسة "مجموعة الوحدات التي تم اختبارها من مجتمع الدراسة يشترط فيها أن تكون ممثلة لمجتمع الدراسة"، ونظرا لكبر مجتمع الدراسة قمنا بأخذ عينة عشوائية قدرت ب115 طالب مقيم بالإقامة، حيث قمنا بتوزيع 115 استبيان على الطلبة، وتم استرجاع منها 108، أيضا تم إلغاء 3 استبيانات وهذا لعدم إجابة الطلبة على كل الأسئلة الموجودة في الاستبيان، موضحة في الجدول الموالي:

جدول 2: الاستبيانات المقبولة

النسبة المئوية	عدد الاستبيانات	
91.4%	105	عينة الدراسة
6%	7	الاستمارات الغير مسترجعة

الاستمارات المستبعدة	3	2.6%
الاستمارات الموزعة	115	100%

المصدر: من إعداد الطالبين.

المطلب الثاني: إعداد وتصميم أداة الدراسة

1. أداة الدراسة: قصد تحقيق الهدف من الدراسة والمتمثل في تقييم رضا الطلبة لجودة الخدمات المقدمة لهم في الإقامة، استخدمنا الأسلوب الميداني كمصدر لذلك، وهذا من خلال تصميم استبيان واعتماده كأداة لجمع البيانات والمعلومات من مفردات عينة الدراسة، بإعتباره أكثر فعالية وملائمة لتحقيق أهداف الدراسة.

2. تصميم الاستبيان: قمنا بتقسيم الاستبيان إلى ثلاث محاور، هي:

- المحور الأول: يتضمن البيانات الشخصية للطلبة (السن، المستوى التعليمي، عدد السنوات التي قضاها في الإقامة وعدد الأيام التي يتواجد فيها بالإقامة أسبوعياً).

- المحور الثاني: يتضمن عبارات عن تقييم جودة الخدمات الجامعية المقدمة في الإقامة، حيث تم الإعتماد على أبعاد جودة الخدمات في تقسيم العبارات وكانت على النحو التالي:

✓ بعد التعاطف: يتضمن العبارات من 1 إلى 5؛

✓ بعد الأمان: يتضمن العبارات من 6 إلى 14؛

✓ بعد الملموسية: يتضمن العبارات من 15 إلى 22؛

✓ بعد الإعتمادية: يتضمن العبارات من 23 إلى 27؛

✓ بعد الإستجابة: يتضمن العبارات من 28 إلى 33.

- المحور الثالث: يتضمن عبارات بخصوص رضا الطلبة المقيمين حول الخدمات المقدمة لهم في الإقامة ويحتوي على خمس عبارات.

3. شكل الأسئلة: قد كانت العبارات الموضوعة في الاستبيان تأخذ عدة أشكال وكانت كالاتي:

الفصل الثاني رضا الطلبة المقيمين حول جودة الخدمات الجامعية المقدمة لهم من طرف الإقامة

- المحور الأول: يجد المستقصى منه عبارات وكل عبارة تحتوي على ثلاث خيارات يقوم باختيار واحدة فقط.

- المحور الثاني: تم الإعتماد على سلم ليكرت الخماسي كما نوضحها في الجدول الموالي:

جدول 3: سلم ليكرت الخماسي (درجات الموافقة)

1	2	3	4	5
غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما

المصدر: من إعداد الطالبين.

- المحور الثالث: تم أيضا الإعتماد على سلم ليكرت الخماسي كما هو موضح في الجدول الموالي:

جدول 4: سلم ليكرت الخماسي (درجات الرضا)

1	2	3	4	5
غير راضي تماما	غير راضي	محايد	راضي	راضي تماما

المصدر: من إعداد الطالبين.

كما تم تقسيم السلم إلى خمس مجالات لتحديد الحدود الدنيا والعليا لسلم ليكرت بحساب طول

الفئة، حيث أن:

- طول الفئة = المدى / عدد الفئات؛

- المدى = أعلى قيمة - أدنى قيمة ؛

$$\text{المدى} = 5 - 1 = 4$$

$$\text{ومنه طول الفئة} = 4/5 = 0.8$$

الجدول الموالي يمثل التوزيع لمقياس ليكرت الخماسي

جدول 5: مجال درجات الموافقة

الفئات	مقياس ليكرت	درجة الموافقة
[1 - 1.80]	غير موافق تماما	منخفضة جدا

منخفضة	غير موافق	[2.60 - 1.81]
متوسطة	محايد	[3.40 - 2.61]
مرتفعة	موافق	[4.20 - 3.41]
مرتفعة جدا	موافق تماما	[5 - 4.21]

المصدر: من إعداد الطالبين.

المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المعتمدة وثبات الاستبيان

1. الأساليب الإحصائية المستعملة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة وتجميع البيانات المحصلة من الدراسة الميدانية، تم الإعتماد على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS)، وتمت الإستعانة به لاستخراج بعض الأدوات الإحصائية، نذكرها في النقاط التالية:

- معامل ألفا كرونباخ للتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة؛

- النسب المئوية والتكرارات النسبية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية؛

- معامل الارتباط بيرسون؛

2. صدق وثبات الاستبيان:

يقصد به أنه في حالة توزيع الاستبيان أكثر من مرة فهل يعطي نفس النتائج، ومن أجل التحقق من صدق الاستبيان إستخدمنا طريقة ألفا كرونباخ وصدق الإتساق الداخلي.

- **الصدق الظاهري:** بعد الإنهاء من إعداد الاستبيان، تم عرضه على مجموعة من الأساتذة المختصين وذوي الخبرة في قسم العلوم التجارية بكلية العلوم الإقتصادية، التجارية وعلوم التسيير بجامعة جيجل قطب تاسوست، حيث طلب منهم تقديم آرائهم حول مدى وضوح عبارات الاستبيان، وقد تم إجراء تعديلات على العبارات على ضوء ما قدمه المحكمون من ملاحظات وتوجيهات، أنظر الملحق رقم (2)

- **الصدق الداخلي لفقرات الاستبيان:** ويقصد به مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبيان مع المجال الذي تنتمي إليه الفقرة، وبناء على نتائج الاستبيان وباستخدام برنامج (SPSS) تم حساب الإتساق الداخلي

الفصل الثاني رضا الطلبة المقيمين حول جودة الخدمات الجامعية المقدمة لهم من طرف الإقامة

لفقرات الاستبيان على عينة الدراسة وذلك بحساب معاملات الارتباط ومستوى الدلالة بين كل فقرة كما توضحه الجداول التالية:

أ. الصدق الداخلي لفقرات المحور الثاني (أبعاد جودة الخدمات الجامعية المقدمة في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي):

1. الصدق الداخلي لعبارات بعد التعاطف: يوضح الجدول الموالي معاملات الارتباط ومستويات الدلالة الخاصة بعبارات بعد التعاطف:

جدول 6: الصدق الداخلي لعبارات بعد التعاطف

الفقرات	رقم الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	يعاملني موظفوا مصلحة الإيواء معاملة حسنة	0.471**	0.000
2	يظهر مسؤول الإقامة معاملة حسنة عند إستقبالي	0.613**	0.000
3	يتعامل عمال مطعم الإقامة معي باحترام أثناء تقديم الوجبات الغذائية	0.425**	0.000
4	تهتم عيادة الإقامة بتقديم الخدمات الطبية اللازمة بأسلوب وطريقة مريحة	0.464**	0.000
5	يتحلى سائقوا حافلات النقل الخاصة بالإقامة باللباقة في التعامل معي أثناء تقديمهم للخدمة	0.358**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن مستوى الدلالة لكل فقرات بعد التعاطف أقل من (0.05)، كما أن معاملات الارتباط لكل الفقرات موجبة مما يدل على دقة الاستبيان أي أن فقرات هذا البعد صادقة لما وضعت لقياسه.

2. الصدق الداخلي لعبارات بعد الأمان:

جدول 7: الصدق الداخلي لعبارات بعد الأمان

الفقرات	رقم الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
---------	------------	----------------	---------------

الفصل الثاني رضا الطلبة المقيمين حول جودة الخدمات الجامعية المقدمة لهم من طرف الإقامة

0.000	0.503**	أشعر بالراحة والأمان عند استعمال لحافلات الإقامة	6
0.004	0.280**	توفر إدارة الإقامة إجراءات أمنية للحماية من السرقة والإعتداءات داخل الإقامة	7
0.000	0.354**	المنشآت والهياكل الرياضية الموجودة بالإقامة آمنة بالنسبة لي	8
0.000	0.490**	لم يحدث وأن سببت لي الوجبات المقدمة في المطعم تسمما غذائيا	9
0.000	0.471**	سعت إدارة الإيواء على توفير خدمة الإقامة لشخص واحد بالغرفة خلال فترة جائحة كورونا	10
0.001	0.332**	عملت حافلات النقل الجامعي للإقامة على تطبيق إجراءات صارمة للتباعد الجسدي بين الطلبة خلال فترة جائحة كورونا	11
0.095	0.164	يتم تطبيق إجراءات التباعد الجسدي بين الطلبة اثناء تقديم الوجبات اليومية للوقاية من فيروس كورونا	12
0.007	0.263**	يقدم الطاقم الطبي لعيادة الإقامة كل الإجراءات والنصائح اللازمة للوقاية من فيروس كورونا	13
0.001	0.323**	قامت إدارة الإقامة بحملات تحسيسية للوقاية من فيروس كورونا	14

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن مستوى الدلالة لجل فقرات بعد الأمان أقل من (0.05)، ماعدا العبارة رقم (12) حيث كانت أكبر من (0.05)، كما أن معاملات الارتباط لكل الفقرات موجبة، مما يدل على دقة الاستبيان أي أن فقرات هذا البعد صادقة لما وضعت لقياسه.

3. الصدق الداخلي لعبارات بعد الملموسية: يوضح الجدول الموالي معاملات الارتباط ومستويات الدلالة الخاصة بعبارات بعد الملموسية:

جدول 8: الصدق الداخلي لعبارات بعد الملموسية

رقم الفقرة	الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
15	حافلات النقل الجامعي الخاصة بالإقامة تمتاز بالتنوع الجيدة	0.587**	0.000
16	غرف الإقامة مناسبة لي من حيث المساحة والتجهيزات الموجودة فيها	0.381**	0.000
17	تحتوي الإقامة على مرافق عامة كافية (مرحاض، كهرباء، مياه....)	0.281**	0.004
18	تتوفر الإقامة على مختلف التجهيزات الأمنية ككميرات المراقبة لحماية الطلبة	0.164	0.095

الفصل الثاني رضا الطلبة المقيمين حول جودة الخدمات الجامعية المقدمة لهم من طرف الإقامة

0.000	0.374**	قامت الإقامة بتوفير كل الوسائل والمعدات الضرورية للتعميم والوقاية من فيروس كورونا	19
0.001	0.320**	يتوفر مطعم الإقامة على تجهيزات حديثة ومناسبة	20
0.045	0.196*	يقدم مطعم الإقامة وجبات ذات جودة عالية	21
0.001	0.329**	تتوفر لدى العيادة بالإقامة كل التجهيزات الضرورية لتلبية احتياجات الطلبة	22

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج spss.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن مستوى الدلالة لكل فقرات بعد الملموسية أقل من (0.05)، ما عدا العبارة رقم (18) حيث كانت أكبر من (0.05)، كما أن معاملات الارتباط لكل الفقرات موجبة، مما يدل على صدق العبارات واتساقها، أي أن فقرات هذا البعد صادقة لما وضعت لقياسه.

4. الصدق الداخلي لعبارات بعد الإعتمادية: يوضح الجدول الموالي معاملات الارتباط ومستويات الدلالة الخاصة بعبارات بعد الإعتمادية:

جدول 9: الصدق الداخلي لعبارات بعد الإعتمادية

رقم الفقرة	الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
23	تحتزم حافلات النقل الجامعي بالإقامة الجداول الزمنية لأوقات عملها وأماكن توقفها	0.757**	0.000
24	يقدم عمال الصيانة خدمات تصليح الغرف بطريقة جيدة	0.477**	0.000
25	يحترم عمال قاعة أنترنت الإقامة مواقيت العمل	0.350**	0.000
26	مواقيت تقديم الوجبات الغذائية في مطعم الإقامة مناسبة للطلبة	0.168	0.087
27	يتميز الطاقم الطبي لعيادة الإقامة بالكفاءة اللازمة في تقديم خدماتهم	0.304**	0.002

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن مستوى الدلالة لكل فقرات بعد الإعتمادية أقل من (0.05)، ما عدا العبارة رقم (26) حيث كانت أكبر من (0.05)، كما أن معاملات الارتباط لكل الفقرات موجبة، مما يدل على صدق العبارات واتساقها، أي أن فقرات هذا البعد صادقة لما وضعت لقياسه.

5. الصدق الداخلي لعبارات بعد الإستجابة: يوضح الجدول الموالي معاملات الارتباط ومستويات الدلالة الخاصة بعبارات بعد الإستجابة:

جدول 10: الصدق الداخلي لعبارات بعد الإستجابة

رقم الفقرة	الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
28	يسعى سائقوا حافلات النقل الجامعي بالإقامة الجامعية للإستجابة لإنشغالاتي	0.351**	0.000
29	يعمل مسؤول الإيواء على حل مشكلاتي والإستجابة لمتطلباتي	0.524**	0.000
30	يقوم أعوان الأمن بالتدخل السريع في حالة حدوث مناوشات داخل الإقامة	0.427**	0.000
31	يباشر عمال الصيانة تقديم خدماتهم لي فور الإبلاغ عن أعطاب الغرف	0.455**	0.000
32	يسعى عمال المطعم إلى تحسين نوعية الأطعمة فور إحتجائي لهم	0.216*	0.027
33	يتواجد عمال العيادة في أماكن عملهم دوما لتقديم كل الإحتياجات اللازمة	0.344**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن مستوى الدلالة لكل فقرات بعد الإستجابة أقل من (0.05)، كما أن معاملات الارتباط لكل الفقرات موجبة مما يدل على صدق العبارات واتساقها، أي أن فقرات هذا البعد صادقة لما وضعت لقياسه.

ب. الصدق الداخلي لفقرات المحور الثالث: رضا الطلبة

جدول 11: الصدق الداخلي لعبارات محور الرضا

رقم الفقرة	الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
34	أنت راض عن خدمات النقل الجامعي	0.709**	0.000
35	أنت راض عن الخدمات التي تقدمها لك مصلحة الإيواء	0.424**	0.000
36	أنت راض عن الوجبات المقدمة في مطعم الإقامة	0.263**	0.007
37	أنت راض عن مختلف النشاطات الرياضية والثقافية التي تنظمها الإقامة	0.415**	0.000
38	أنت راض عن الخدمات الصحية المقدمة من طرف عيادة الإقامة	0.464**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول نلاحظ أن مستوى الدلالة لكل فقرات محور الرضا أقل من (0.05)، كما أن معاملات الارتباط لكل الفقرات موجبة مما يدل على صدق العبارات واتساقها، أي أن فقرات هذا المحور صادقة لما وضعت لقياسه.

ثبات الاستبيان: يقصد بثبات الاستبيان أن يعطي الاستبيان نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، وللتحقق من ثبات الاستبيان تم استخدام معامل ألفا كرونباخ، حيث يكون هذا المقياس ذو دلالة إحصائية عندما يكون معامل ألفا كرونباخ أكبر أو يساوي (0.6)، وقد تم حساب معامل ألفا كرونباخ باستخدام برنامج (SPSS) وأظهر النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول 12: معامل ألفا كرونباخ

معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات	ثبات الاستبيان
0.624	5	محور أبعاد جودة الخدمات الجامعية
0.712	9	بعد التعاطف
0.639	8	بعد الأمان
0.591	5	بعد الملموسية
0.678	6	بعد الإعتماضية
0.869	33	بعد الإستجابة
0.657	5	معامل ثبات أبعاد جودة الخدمات الجامعية الكلية
0.894	38	محور رضا الطلبة
		الثبات الكلي للاستبيان

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم أعلاه نلاحظ أن معامل ألفا كرونباخ لأغلب أبعاد محور جودة الخدمات الجامعية تجاوز 0.6 ما عدا بعد الإعتماضية فقد بلغ 0.951 أما معامل ألفا كرونباخ الكلي لمحور أبعاد جودة الخدمات فقد بلغ 0.894، أما فيما يخص محور رضا الطلبة فقد بلغ معامل ألفا كرونباخ 0.657، وبالنسبة لمعامل الثبات الكلية لكامل الاستبيان فقد بلغ 0.894 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عالية

تشير إلى وجود ترابط وتناسق بين عبارات الاستبيان وإلى إمكانية الحصول على نفس النتائج في ظروف وأوقات مختلفة، مما يسمح بمتابعة مراحل التحليل المستعمل في الدراسة.

المبحث الثالث: نتائج التحليل الاحصائي واختبار الفرضيات

من خلال هذا المبحث سنتطرق إلى عرض وتحليل نتائج متغيرات الدراسة الميدانية والتي تتمثل في البيانات الشخصية، محور أبعاد جودة الخدمات الجامعية ومحور رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات المقدمة لهم بالإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي بجيجل.

المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة

يتضمن هذا المطلب التعرف على توزيع أفراد عينة الدراسة من خلال البيانات الشخصية.

1. توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي: يمثل الجدول رقم (13) والشكل (6) أدناه توزيع أفراد

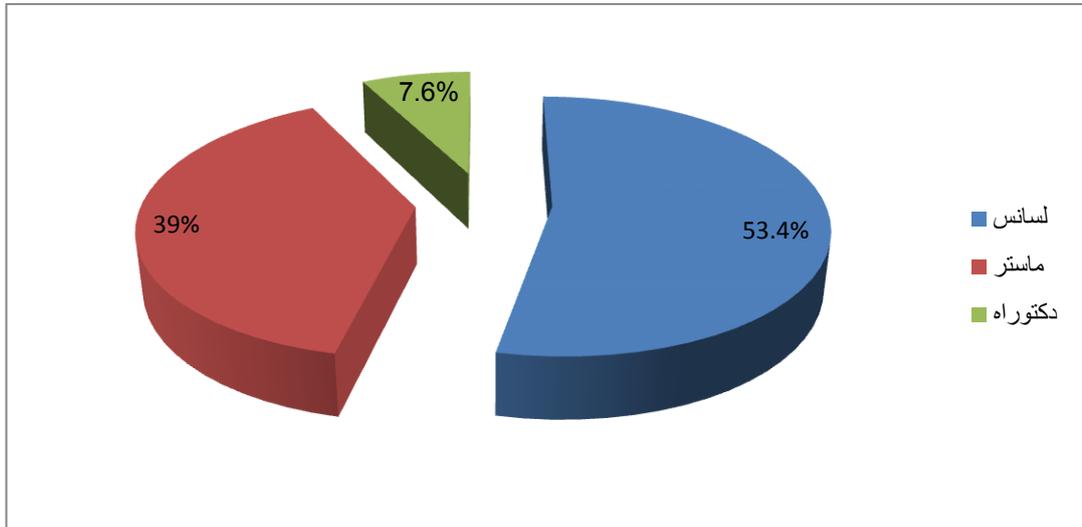
العينة حسب متغير المستوى التعليمي:

جدول 13: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
ليسانس	56	53.4%
ماستر	41	39.0%
دكتوراه	8	7.6%
المجموع	105	100%

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

الشكل 6 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلبية مفردات العينة هم طلبة الليسانس حيث بلغ عددهم 56 طالب أي ما نسبته 53.4% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، أما طلبة الماجستير فكان عددهم 41 طالب بنسبة 39%، في حين كان عدد طلبة الدكتوراه 8 طلبة ما نسبته 7.6% من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

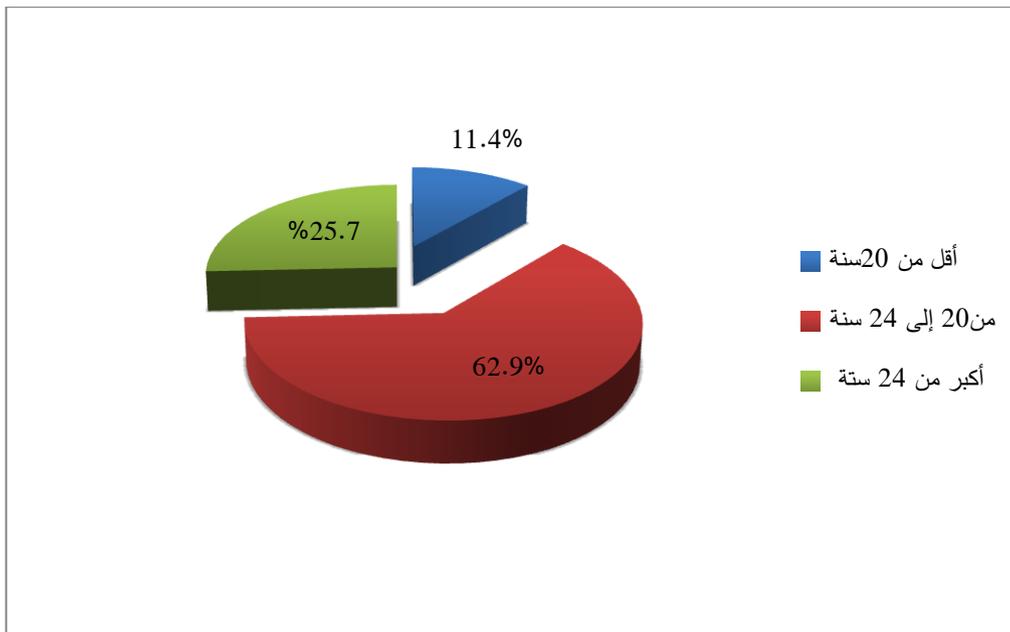
2. توزيع عينة الدراسة حسب السن: يمثل الجدول رقم (14) والشكل (7) أدناه توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

جدول 14: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
أقل من 20 سنة	12	11.4%
من 20 إلى 24 سنة	66	62.9%
أكبر من 24 سنة	27	25.7%
المجموع	105	100%

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

الشكل 7 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة كانت أعمارهم تتراوح بين 20 و 24 سنة حيث بلغ عددهم 66 طالب بنسبة قدرها 62.9%، أما النسبة التي تليها فكانت للطلبة التي تفوق أعمارهم 24 سنة حيث بلغ عددهم 27 طالب أي ما نسبته 25.7%، في حين كان عدد الطلبة الذين هم أقل من 20 سنة، 12 طالب بنسبة 11.4% من مجموع أفراد عينة الدراسة.

3. توزيع عينة الدراسة حسب عدد السنوات في الإقامة الجامعية: يمثل الجدول رقم (15) والشكل (8) أدناه

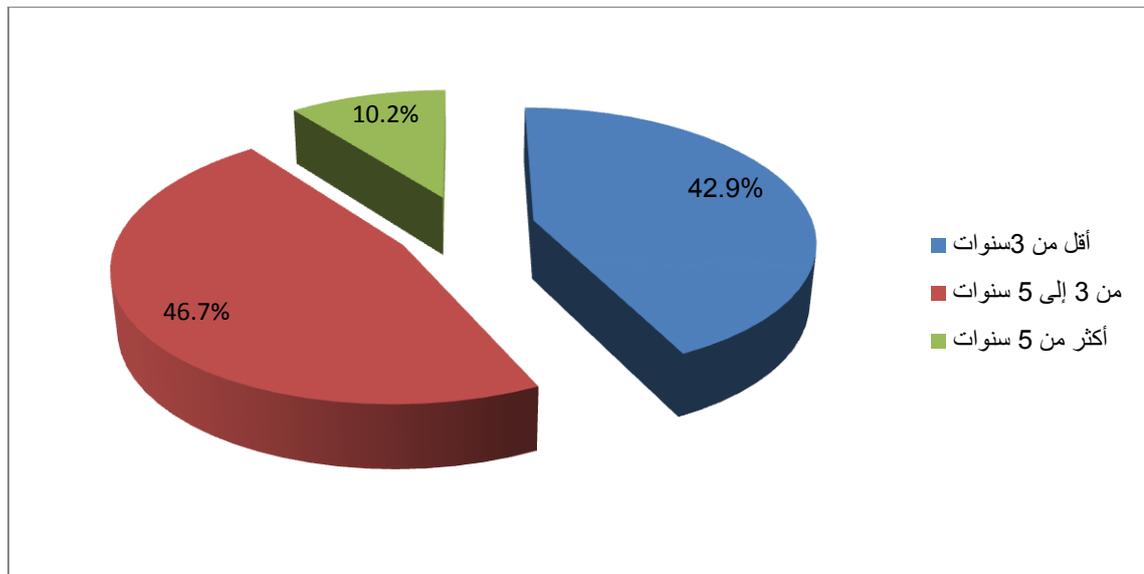
توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد السنوات في الإقامة

جدول 15: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد السنوات في الإقامة

البيان	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 3 سنوات	45	42.9
من 3 سنوات إلى 5 سنوات	49	46.7
أكثر من 5 سنوات	11	10.5
المجموع	105	100

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج SPSS.

الشكل 8: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد السنوات في الإقامة



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج SPSS.

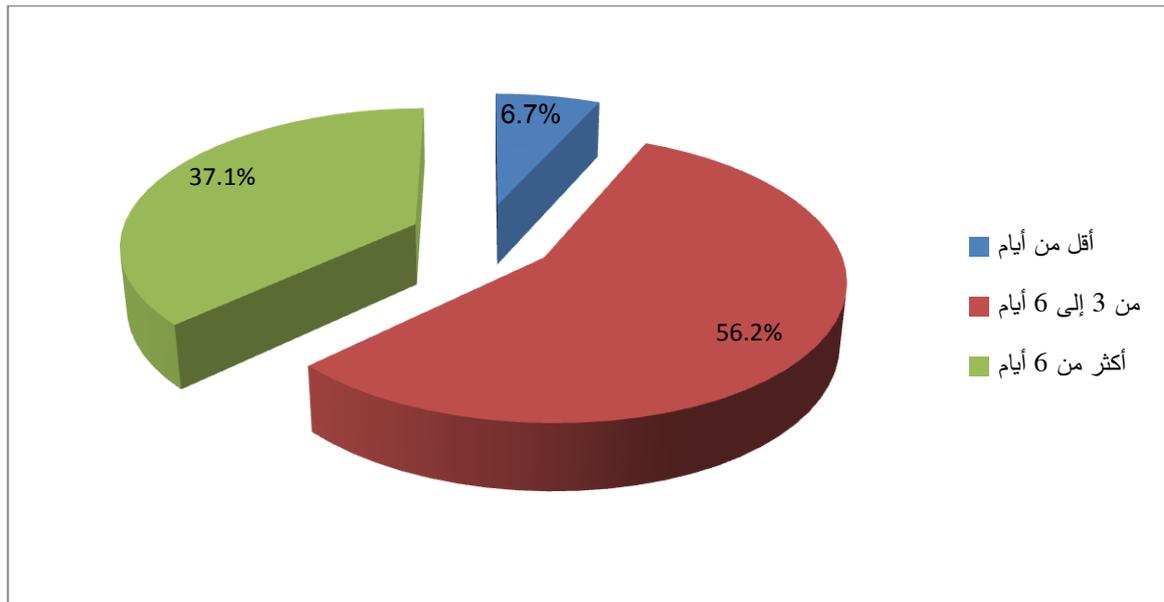
من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن 49 طالب كانت مدة إقامتهم في الإقامة الجامعية تتراوح بين 3 و5 سنوات بنسبة قدرها 46.7%، أما النسبة التي تليها فكانت للطلبة الذين كانت مدة إقامتهم أقل من 3 سنوات حيث بلغ عددهم 45 طالب أي ما نسبته 42.9%، بينما بلغ عدد الطلبة الذين كانت مدة إقامتهم في الإقامة أكثر من 5 سنوات، 11 طالب بنسبة 10.5% من مجموع أفراد عينة الدراسة.

4. توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المبيت في الإقامة الجامعية أسبوعياً: يمثل الجدول رقم (16) والشكل (9) أدناه توزيع أفراد العينة حسب عدد أيام المبيت في الإقامة الجامعية أسبوعياً جدول 16: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد أيام المبيت في الإقامة أسبوعياً

البيان	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من 3 أيام	7	6.7%
من 3 إلى 6 أيام	59	56.2%
أكثر من 6 أيام	39	37.1%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

الشكل 9 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد أيام المبيت في الإقامة أسبوعياً



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يقضون من 3 إلى 6 أيام أسبوعيا في الإقامة حيث بلغ عددهم 59 طالب بنسبة 56.2% من إجمالي أفراد العينة، ثم تأتي مجموعة من الطلبة تقضي كل أيام الأسبوع في الإقامة قدر عددهم ب 39 طالب وهم يمثلون 37.1% من مجموع أفراد عينة الدراسة، أما عدد الطلبة الذين يبيتون أقل من 3 أيام فقدر عددهم ب7 طلاب ويمثلون 6.7% من إجمالي أفراد عينة الدراسة.

المطلب الثاني: عرض وتحليل فقرات الاستبيان

سنعرض من خلال هذا المطلب نتائج التحليل الإحصائي الوصفي، بهدف معرفة آراء الطلبة حول ما إذا كان هناك تطبيق لأبعاد جودة الخدمات الجامعية في الإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي وكذا معرفة رضاهم حول هذه الخدمات، من خلال إستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات الطلبة.

1. عرض النتائج المتعلقة بمحور أبعاد جودة الخدمات الجامعية

- عرض النتائج المتعلقة ببعد التعاطف: يمثل الجدول التالي إتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد التعاطف.

جدول 17: إتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد التعاطف

العبارات	غير موافق تماما		محايد		موافق		موافق تماما		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات			
1	11.4	12	17.1	18	27.6	29	33.3	35	3.14	1.172	متوسطة
2	6,7	7	13,3	14	21.0	22	50.5	53	3.14	1.044	متوسطة
3	20.0	21	21.0	22	24.8	26	28.6	30	2.79	1.222	متوسطة
4	21.0	22	27.6	29	16.2	17	25.7	27	2.75	1.307	متوسطة
5	11.4	12	12.4	13	22.9	24	44.8	47	3.27	1.146	متوسطة
المجموع											متوسطة
									3.01	1.178	

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن:

العبارة رقم(1) كانت ذو انحراف معياري (1.172) ومتوسط حسابي (3.14) وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من سلم ليكرث الخماسي وهي فئة تكون فيها درجة الموافقة متوسطة

العبارة رقم(2) كانت ذو انحراف معياري (1.044) ومتوسط حسابي (3.14) وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من سلم ليكرث الخماسي وهي فئة تكون فيها درجة الموافقة متوسطة

العبارة رقم(3) كانت ذو انحراف معياري (1.222) ومتوسط حسابي (2.79) وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من سلم ليكرث الخماسي وهي فئة تكون فيها درجة الموافقة متوسطة

العبارة رقم(4) كانت ذو انحراف معياري (1.307) ومتوسط حسابي (2.75) وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من سلم ليكرث الخماسي وهي فئة تكون فيها درجة الموافقة متوسطة

العبارة رقم(5) كانت ذو انحراف معياري (1.146) ومتوسط حسابي (3.27) وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من سلم ليكرث الخماسي وهي فئة تكون فيها درجة الموافقة متوسطة

كما يبين الجدول أن المتوسط الحسابي العام لبعد التعاطف قدر ب (3.01) وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من سلم ليكرث الخماسي وهي فئة تكون فيها درجة الموافقة متوسطة لأفراد عينة الدراسة.

- عرض النتائج المتعلقة ببعد الأمان: يمثل الجدول التالي إتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد الأمان.

جدول 18: إتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد الأمان

العبارات	غير موافق تماما		محايد		موافق		موافق تماما		درجة الموافقة
	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
6	2.9	3	8.6	3	24.8	26	39.0	41	مرفعة
7	50.5	53	27.6	29	7.6	8	3.8	4	منخفضة
8	29.5	31	24.8	26	14.3	15	6.7	7	منخفضة
9	17.1	18	13.3	14	38.1	40	14.3	15	متوسطة
10	11.4	12	7.6	8	41.9	44	23.8	25	مرفعة

متوسطة	1.205	2.83	5.7	6	29.5	31	24.8	26	21.9	23	18.1	19	11
منخفضة	1.187	2.23	1.9	2	19	20	15.2	16	27.6	29	36.2	38	12
متوسطة	1.205	3.10	12.4	13	28.6	30	26.6	28	21.0	22	11.4	12	13
متوسطة	1.183	3.15	5.7	8	48.7	49	19.0	20	14.5	15	14.3	15	14
متوسطة	1.192	2.90	المجموع										

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

نلاحظ من خلال أعلاه أن اتجاهات أفراد العينة في العبارات (6) و (7) كانت ذات درجة موافقة مرتفعة حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارتين على التوالي (1.019) (1.253) وهما متوسطان يقعان في الفئة الرابعة من سلم ليكرث الخماسي وهي فئة تشير إلى الخيار "موافق"، مما يدل على أن حافلات النقل الجامعي الخاصة بالإقامة مريحة للطلبة، وأن الإقامة سعت جاهدة لتوفير غرفة واحدة لكل طالب في فترة جائحة كورونا.

أما العبارات (9)، (11)، (13) و (14) فكانت ذات درجة موافقة متوسطة بمتوسطات حسابية (3.19)، (2.83)، (3.10) و (3.15) على الترتيب وهي متوسطات تقع في الفئة الثالثة من سلم ليكرث الخماسي وهي فئة تشير إلى الخيار "محايد" وهذا ما يدل على تحفظ الطلبة تجاه التسمات الغذائية في مطعم الإقامة وأيضاً فيما يخص الإجراءات الوقائية ضد فيروس كورونا (التباعد الجسدي في الحافلات والحملات التحسيسية).

كما نلاحظ بالنسبة للعبارات (7)، (8) و (12) فكانت ذات درجة موافقة منخفضة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارات (1.87)، (2.44) و (2.23) على الترتيب وهي متوسطات تقع في الفئة الثانية من سلم ليكرث الخماسي وهي فئة تشير إلى الخيار "غير موافق" وهذا ما يدل على عدم توفير الإدارة للأمن من السرقة والإعتداءات داخل الإقامة، أما المنشآت الرياضية فيعتبرها الطلبة غير آمنة لهم، كذلك فشل الإدارة في تطبيق التباعد الجسدي في مطعم الإقامة، كما يظهر الجدول أن المتوسط الحسابي العام لبعده الأمان بلغ (2.90) والانحراف المعياري لهذا البعد بلغ (1.192) وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة لسلم ليكرث الخماسي وهي فئة تشير على الخيار "محايد" ودرجة موافقة متوسطة لأفراد عينة الدراسة فيما يخص بعد الأمان.

- عرض النتائج المتعلقة ببعد الملوسية: يمثل الجدول التالي اتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد الملوسية

جدول 19: اتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد الملوسية

العبارات	غير موافق تماما		موافق		محايد		غير موافق		موافق		درجة الموافقة
	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	
15	14	13.3	18	17.1	18	17.1	18	17.1	18	13.3	متوسطة
16	15	14.3	23	21.9	26	24.8	26	21.9	23	14.3	متوسطة
17	27	25.7	29	27.6	20	19.0	20	27.6	29	25.7	منخفضة
18	36	34.3	33	31.4	21	20.0	21	31.4	33	34.3	منخفضة
19	20	19.0	25	23.8	29	27.6	29	23.8	25	19.0	متوسطة
20	40	38.1	32	30.5	19	18.1	19	30.5	32	38.1	منخفضة
21	62	59.1	29	27.6	9	8.6	9	27.6	29	59.1	منخفضة جدا
22	33	31.4	25	23.8	28	24.8	28	23.8	25	31.4	منخفضة
المجموع											منخفضة

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي للعبارات (15)، (16) و(19) قدرت ب(3.24) (2.94) (2.08) على الترتيب وهي متوسطات تقع في الفئة الثالثة من سلم ليكرت الخماسي، مايعكس درجة موافقة متوسطة لهذه العبارات كما أن الفقرات (17)، (18)، (20) و(22) قدرت متوسطتها الحسابية (2.52)، (2.17)، (2.08)، (2.34) على الترتيب، وهي متوسطات تقع في الفئة الثانية من سلم ليكرت الخماسي مما يعكس درجة موافقة منخفضة لأفراد عينة الدراسة، هذا ما يدل على نقص واضح في التجهيزات بالإقامة.

أما العبارة (21) فقدرت متوسطها الحسابي(0.873) وهو متوسط يقع في الفئة الأولى من سلم ليكرت الخماسي، ما يعكس درجة موافقة منخفضة جدا لأفراد عينة الدراسة، هذا ما يدل على أن الوجبات

الفصل الثاني رضا الطلبة المقيمين حول جودة الخدمات الجامعية المقدمة لهم من طرف الإقامة

المقدمة في مطعم الإقامة ذات جودة سيئة تماما، أما فيما يخص المتوسط الحسابي الكلي والانحراف المعياري لبعدها الملموسية فكانا (2.45) و(1.003) على الترتيب، وهو متوسط يقع في الفئة الثانية من سلم ليكرث الخماسي مما يعكس درجة موافقة منخفضة، مما يدل على عدم اهتمام إدارة الإقامة بجانب الملموسية.

- عرض النتائج المتعلقة ببعدها الإعتماضية: يمثل الجدول التالي إتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد الإعتماضية:

جدول 20: إتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد الإعتماضية

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق تماما		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق تماما		العبارات
			التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	
مرتفعة	1.139	3.97	38.1	40	39.0	41	11.4	12	4.8	5	6.7	7	23
متوسطة	1.253	2.92	10.5	11	27.6	29	21.0	22	25.7	27	15.2	16	24
متوسطة	1.075	2.64	1.9	2	20.0	21	38.1	40	20.0	21	20.0	21	25
منخفضة	1.169	2.48	0.9	1	4.82	62	22.9	24	23.8	25	27.6	29	26
متوسطة	1.126	2.98	8.6	9	22.9	24	40.0	42	15.2	16	13.3	14	27
متوسطة	1.152	2.99	المجموع										

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المتوسطات الحسابية للعبارات (24)، (25)، و(27) قدرت ب(2.92)، (2.64) و(2.98)، وهي متوسطات تقع في الفئة الثالثة من سلم ليكرث الخماسي، مما يعكس درجة موافقة متوسطة لأفراد عينة الدراسة فيما يخص هذه العبارات.

أما العبارة (23) فقدر متوسطها الحسابي (3.97) وهو متوسط يقع في الفئة الرابعة لسلم ليكرث الخماسي، مما يعكس درجة موافقة مرتفعة لأفراد عينة الدراسة، وهذا يدل على أن حافلات النقل الجامعي تحترم الجداول الزمنية لأوقات عملها وأماكن توقفها.

أما العبارة (26) فقدر متوسطها الحسابي (2.48) وهو متوسط يقع في الفئة الثانية لسلم ليكرت الخماسي، مما يعكس درجة موافقة منخفضة وهذا ما يدل على أن مواقيت تقديم الوجبات الغذائية في مطع الإقامة غير مناسبة للطلبة، أما المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد الاعتمادية فكانت (2.99) و(1.152) على التوالي، وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة لسلم ليكرت الخماسي، مما يعكس درجة موافقة متوسطة لعينة الدراسة فيما يخص بعد الاعتمادية.

- عرض النتائج المتعلقة ببعد الإستجابة: يمثل الجدول التالي إتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد الإستجابة:

جدول 21: إتجاهات مفردات العينة حول الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة من ناحية بعد الإستجابة

العبارات	غير موافق تماما		موافق		محايد		غير موافق		موافق		درجة الموافقة
	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
28	26.7	28	14.3	15	40.0	42	14.3	15	23.8	25	منخفضة
29	23.8	25	22.9	24	17.1	18	22.9	24	23.8	25	متوسطة
30	36.2	38	21.9	23	19.0	20	21.9	23	36.2	38	منخفضة
31	29.5	31	23.8	25	16.2	17	23.8	25	29.5	31	منخفضة
32	57.1	60	20.0	21	17.1	18	20.0	21	57.1	60	منخفضة جدا
33	20.0	21	22.9	24	29.5	31	22.9	24	20.0	21	متوسطة
المجموع											متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن العبارتان (29) و(33) قدر متوسطهما الحسابي (2.78) و(2.70) على الترتيب، وهما متوسطان يقعان في الفئة الثالثة من سلم ليكرت الخماسي، مما يعكس درجة موافقة متوسطة.

أما العبارات (28)، (30)، (31) و(32) فقدر متوسطها الحسابي (2.56) (2.35) (2.56) (2.56) وهي متوسطات تقع في الفئة الثانية لسلم ليكرت الخماسي، مما يعكس درجة موافقة منخفضة.

الفصل الثاني رضا الطلبة المقيمين حول جودة الخدمات الجامعية المقدمة لهم من طرف الإقامة

أما العبارة (32) فقد متوسطه الحسابي (1.73) وهو متوسط يقع في الفئة الأولى لسلم ليكرث الخماسي، ما يعكس درجة موافقة منخفضة جدا وهذا ما يدل على أن عمال مطعم الإقامة لا يبذلوا أي جهد من أجل تحسين الأطعمة في حال إستياء الطلبة منها، أما فيما يخص المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الكلي لعبارة بعد الاستجابة فكانا (2.93) و(1.226) على الترتيب، وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة لسلم ليكرث الخماسي، ما يعكس درجة موافقة متوسطة لأفراد عينة الدراسة فيما يخص بعد الاستجابة.

2. عرض النتائج المتعلقة بمحور رضا الطلبة:

يمثل الجدول التالي تحليل الفقرات المتعلقة بمحور رضا الطلبة عن جودة الخدمات الجامعية المقدمة لهم بالإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي.

جدول 22: تحليل الفقرات المتعلقة بمحور رضا الطلبة عن جودة الخدمات الجامعية

العبارة	غير تماما		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق		درجة الموافقة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
34	7	6.7	15	14.3	14	13.4	14	13.4	15	14.3	مرتفعة
35	17	16.2	31	29.5	22	21.0	22	21.0	31	29.5	متوسطة
36	53	50.5	37	35.2	8	7.2	8	7.2	37	35.2	منخفضة جدا
37	32	30.5	26	24.8	26	24.8	26	24.8	26	24.8	منخفضة
38	21	20.0	16	15.2	31	29.5	31	29.5	16	15.2	متوسطة
المجموع											متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعبارة (34) كانا (3.51) و(1.102) على التوالي وهو متوسط يقع في الفئة الرابعة لسلم ليكرث الخماسي، ما يعكس درجة موافقة مرتفعة، وهذا ما يدل على رضا الطلبة فيما يخص خدمة النقل.

وأن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعبارة (35) كانا (2.75) و(1.158) على التوالي، وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة لسلم ليكرت الخماسي، ما يعكس درجة موافقة متوسطة.

وأن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعبارة (36) كانا (1.70) و(0.876) على التوالي وهو متوسط يقع في الفئة الأولى لسلم ليكرت الخماسي ما يعكس درجة موافقة منخفضة جداً، ما يدل على عدم رضا الطلبة تماماً فيما يخص خدمة الإطعام.

أما المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعبارة (37) كانا (2.36) و(1.153) على التوالي وهو متوسط يقع في الفئة الثانية لسلم ليكرت الخماسي ما يعكس درجة موافقة منخفضة وهذا ما يدل على عدم رضا الطلبة فيما يخص النشاطات الثقافية والرياضية.

أما المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعبارة (38) كانا (2.89) و(1.25) على التوالي وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة لسلم ليكرت الخماسي ما يعكس درجة موافقة متوسطة.

أما فيما يخص المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام لمحور الرضا فكانا على الترتيب (2.64) و(1.017) وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة لسلم ليكرت الخماسي ما يعكس درجة موافقة متوسطة لأفراد عينة الدراسة فيما يخص رضا الطلبة عن الخدمات الجامعية بشكل عام.

المطلب الثالث: إختبار الفرضيات

بعد عرض النتائج المحصل عليها من الاستبيان وتحليلها، ننتقل إلى هذا الجزء والمتعلق بفرضيات الدراسة، حيث سنقوم بتحليل النتائج المحصل عليها لإختبار هذه الفرضيات، حيث سيتم إختبارها باستخدام الإندار الخطي البسيط واختبار (ANOVA).

بالنسبة لمستوى الدلالة :

- إذا كانت sig المحسوبة أصغر من (0.05) نرفض الفرضية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1)؛
- إذا كانت sig المحسوبة أكبر من (0.05) نقبل الفرضية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1).

بالنسبة لقيمة T:

- إذا كانت T المحسوبة أكبر من T الجدولية نقبل الفرضية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1)؛

- إذا كانت T المحسوبة أصغر من T الجدولية نرفض الفرضية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1).
بالنسبة لقيمة R :
- إذا كانت R أصغر من 0.3 : لا يوجد إرتباط ومنه نقبل الفرضية (H_0) ونرفض الفرضية البديلة (H_1)؛
- إذا كان R محصور بين 0.3 و 0.5 : يوجد إرتباط ضعيف ومنه نرفض الفرضية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1)؛
- إذا كان R محصور بين 0.5 و 0.7 : يوجد إرتباط متوسط ومنه نرفض الفرضية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1)؛
- إذا كان R أكبر من 0.7 : إرتباط قوي ومنه نرفض الفرضية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1).

1. إختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

تنص الفرضية الرئيسية الأولى على أنه: " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة الجامعية المقدمة في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل على رضا الطلبة ".

لإختبار الفرضية الرئيسية لا بد أولاً من إختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة عنها.

- إختبار الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية الأولى: تنص هذه الفرضية على أنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعء التعاطف على رضا الطلبة عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل".

يمكن كتابة هذه الفرضية على الشكل التالي:

- H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعء التعاطف على رضا الطلبة عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل عند مستوى دلالة 0.05 ؛
- H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعء التعاطف على رضا الطلبة عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل عند مستوى دلالة 0.05 .

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الإنحدار الخطي البسيط، وتم التوصل إلى النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول 23: الإنحدار الخطي لبعء التعاطف

Beta	قيمة f	Sig	معامل التحديد R ²	قيمة T الجدولية	قيمة T المحسوبة	معامل الإنحدار	معامل الارتباط R	المعامل البعد
0.358	15.109	0.000	0.128	1.984	3.887	0.431	0.358	التعاطف

المصدر: من إعداد الطالبين باستخدام برنامج spss

من الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة sig المحسوبة (0.000) هي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وقيمة F المحسوبة (15.109)، مما يدل على ثبات معامل الإنحدار، وأن T المحسوبة (3.887) أكبر من T الجدولية (1.984)، ومنه توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين بعد التعاطف ورضا الطلبة عند مستوى الدلالة (0.05)، كما نلاحظ أن معامل الارتباط R (0.358) وهي قيمة موجبة تدل على وجود علاقة طردية بين بعد التعاطف ورضا الطلبة وهي علاقة ضعيفة حسب المجال "0.3-0.5".

ويمكن كذلك استخراج معادلة الإنحدار الخطي البسيط على الشكل التالي:

$$Y=AX_1+B$$

$$Y=0.431X_1+0.385$$

من خلال المعادلة يتبين أنه كلما تغير مستوى جودة الخدمة من ناحية بعد التعاطف بوحدة واحدة يتغير مستوى رضا الطلبة بمقدار 0.431.

كما نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة R^2 قدرت (0.128) مما يدل على أن بعد التعاطف يفسر ما نسبته 12.8% من التغيير في مستوى رضا الطلبة و 87.2% تعود لعوامل أخرى، وعلى هذا الأساس نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1)، أي أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعده التعاطف على رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي عند مستوى دلالة 0.05.

- إختبار الفرضية الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية الأولى: تنص هذه الفرضية على أنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعده الأمان على رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل ".

يمكن كتابة هذه الفرضية على الشكل التالي:

- H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعده الأمان على رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل عند مستوى دلالة 0.05؛
- H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعده الأمان على رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل عند مستوى دلالة 0.05.

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الإنحدار الخطي البسيط، وتم التوصل إلى النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول 24: الإنحدار الخطي لبعده الأمان

المعامل البعده	معامل الإرتباط R	معامل الإنحدار	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	معامل التحديد R^2	Sig	قيمة F	Beta
الأمان	0.329	0.400	3.531	1.984	0.106	0.001	12.468	0.329

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة sig المحسوبة (0.001) هي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وقيمة F المحسوبة (12.468)، مما يدل على ثبات معامل الإنحدار، وأن T المحسوبة (3.531) أكبر من T الجدولية (1.984)، ومنه توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين بعد الأمان ورضا الطلبة عند مستوى الدلالة (0.05)، كما نلاحظ أن معامل الارتباط R (0.329) وهي قيمة موجبة تدل على وجود علاقة طردية بين بعد الأمان ورضا الطلبة وهي علاقة ضعيفة حسب المجال "0.3-0.5".

ويمكن كذلك استخراج معادلة الإنحدار الخطي البسيط على الشكل التالي:

$$Y=AX_2+B$$
$$Y=0.400X_2+0.329$$

من خلال المعادلة يتبين أنه كلما تغير مستوى جودة الخدمة من ناحية بعد الأمان بوحدة واحدة يتغير مستوى رضا الطلبة بمقدار 0.400

كما نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة R^2 قدرت (0.106) مما يدل على أن بعد الأمان يفسر ما نسبته 10.6% من التغيير في مستوى رضا الطلبة و 89.4% تعود لعوامل أخرى، وعلى هذا الأساس نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1)، أي أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد الأمان على رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي عند مستوى دلالة 0.05.

- إختبار الفرضية الفرعية الثالثة للفرضية الرئيسية الأولى: تنص هذه الفرضية على أنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الملموسية ورضا الطلبة".

يمكن كتابة هذه الفرضية على الشكل التالي:

- H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الملموسية ورضا الطلبة على الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيبل عند مستوى دلالة 0.05؛
- H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الملموسية ورضا الطلبة عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيبل عند مستوى دلالة 0.05.

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الإنحدار الخطي البسيط، وتم التوصل إلى النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول 25: الإنحدار الخطي لبعء الملموسية

المعامل البعء	معامل الإرتباط R	معامل الإنحدار	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	معامل التحديد R ²	Sig	قيمة F	Beta
الملموسية	0.449	0.459	5.104	1.984	0.202	0.000	26.149	0.449

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة sig المحسوبة (0.000) هي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وقيمة F المحسوبة (26.149)، مما يدل على ثبات معامل الإنحدار، أن T المحسوبة (5.104) أكبر من T الجدولية (1.984)، ومنه توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين بعء الملموسية ورضا الطلبة عند مستوى الدلالة (0.05)، كما نلاحظ أن معامل الإرتباط R (0.449) وهي قيمة موجبة تدل على وجود علاقة طردية بين بعء الاعتمادية ورضا الطلبة وهي علاقة ضعيفة حسب المجال "0.3-0.5".

ويمكن كذلك استخراج معادلة الإنحدار الخطي البسيط على الشكل التالي:

$$Y=AX_3+B$$

$$Y=0.459X_3+0.449$$

من خلال المعادلة يتبين أنه كلما تغير مستوى جودة الخدمة من ناحية بعء الملموسية بوحدة واحدة يتغير مستوى رضا الطلبة بمقدار 0.459.

كما نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة R² كانت (0.202) مما يدل على أن بعء الملموسية يفسر ما نسبته 20.2% من التغيير في مستوى رضا الطلبة و 79.8% تعود لعوامل أخرى، وعلى هذا الأساس نرفض الفرضية الصفرية (H₀) ونقبل الفرضية البديلة (H₁)، أي أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعء الملموسية على رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بويبيدي محمد الشريف بن المكي عند مستوى دلالة 0.05.

- إختبار الفرضية الفرعية الرابعة للفرضية الرئيسية الأولى: تنص هذه الفرضية على أنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعء الإعتمادية على رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل ."

ويمكن كتابة هذه الفرضية على الشكل التالي:

- H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعء الإعتمادية على رضا الطلبة عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل عند مستوى دلالة 0.05.
- H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعء الإعتمادية على رضا الطلبة عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل عند مستوى دلالة 0.05.

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الإنحدار الخطي البسيط، وتم التوصل إلى النتائج

الموضحة في الجدول التالي:

جدول 26: الإنحدار الخطي لبعء الإعتمادية

Beta	قيمة F	Sig	معامل التحديد R^2	قيمة T الجدولية	قيمة T المحسوبة	معامل الإنحدار	معامل الارتباط R	المعامل البعد
0.449	34.000	0.000	0.249	1.984	5.838	0.577	0.499	الإعتمادية

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة sig المحسوبة (0.000) هي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وقيمة F المحسوبة (34.000)، مما يدل على ثبات معامل الإنحدار، أن T المحسوبة (5.838) أكبر من T الجدولية (1.984)، ومنه توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين بعد الاعتمادية ورضا الطلبة عند مستوى الدلالة (0.05)، كما نلاحظ أن معامل الارتباط R (0.499) وهي قيمة موجبة تدل على وجود علاقة طردية بين بعد الاعتمادية ورضا الطلبة وهي علاقة ضعيفة حسب المجال '05-0.3' .

ويمكن كذلك استخراج معادلة الإنحدار الخطي البسيط على الشكل التالي:

$$Y=AX_4+B$$

$$Y=0.577X_4+499$$

من خلال المعادلة يتبين أنه كلما تغير مستوى جودة الخدمة من ناحية بعد الملموسية بوحدة واحدة يتغير مستوى رضا الطلبة بمقدار 0.499

كما نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة R^2 كانت (0.249) مما يدل على أن بعد الإعتمادية يفسر ما نسبته 24.9% من التغيير في مستوى رضا الطلبة و 75.1% تعود لعوامل أخرى، وعلى هذا الأساس نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1)، أي أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد الإعتمادية على رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي عند مستوى دلالة 0.05.

- إختبار الفرضية الفرعية الخامسة للفرضية الرئيسية الأولى: تنص هذه الفرضية على أنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد الإستجابة على رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل ".

ويمكن كتابة هذه الفرضية على الشكل التالي:

- H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد الإستجابة على رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل عند مستوى دلالة 0.05؛

- H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد الإستجابة على رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل عند مستوى دلالة 0.05.

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الإنحدار الخطي البسيط، وتم التوصل إلى النتائج

الموضحة في الجدول التالي:

جدول 27: الإنحدار الخطي لبعء الإستجابة

Beta	قيمة F	Sig	معامل التحديد R ²	قيمة T الجدولية	قيمة T المحسوبة	معامل الإنحدار	معامل الارتباط R	المعامل البعد
0.448	32.252	0.000	0.238	1.984	5.679	0.443	0.488	الإستجابة

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة sig المحسوبة (0.000) هي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وقيمة F المحسوبة (32.252)، مما يدل على ثبات معامل الإنحدار، وأن T المحسوبة (5.679) أكبر من T الجدولية (1.984)، ومنه توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين بعد الاستجابة ورضا الطلبة عند مستوى الدلالة (0.05)، كما نلاحظ أن معامل الارتباط R (0.488) وهي قيمة موجبة تدل على وجود علاقة طردية بين بعد الاستجابة ورضا الطلبة وهي علاقة ضعيفة حسب المجال "0.3-0.5".

ويمكن كذلك استخراج معادلة الإنحدار الخطي البسيط على الشكل التالي:

$$Y = AX_5 + B$$

$$Y = 0.443X_5 + 0.488$$

من خلال المعادلة يتبين أنه كلما تغير مستوى جودة الخدمة من ناحية بعد الاستجابة بوحدة واحدة يتغير مستو رضا الطلبة بمقدار 0.443.

كما نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة R² كانت (0.249) مما يدل على أن بعد الإعتمادية يفسر ما نسبته 24.9% من التغيير في رضا الطلبة و 75.1% تعود لعوامل أخرى، وعلى هذا الأساس نرفض الفرضية الصفرية (H₀) ونقبل الفرضية البديلة (H₁)، أي أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعء الاستجابة على رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي عند مستوى دلالة 0.05.

- إختبار الفرضية الرئيسية الأولى: تنص هذه الفرضية على أنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات الجامعية المقدمة في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل على رضا الطلبة ".

يمكن كتابة هذه الفرضية على الشكل التالي:

- H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمات الجامعية ورضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل عند مستوى دلالة 0.05؛
- H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمات الجامعية ورضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة لهم في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي جامعة تاسوست جيجل عند مستوى دلالة 0.05.

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الإنحدار الخطي البسيط، وتم التوصل إلى النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول 28: الإنحدار الخطي لجودة الخدمات الجامعية

المعامل البعد	معامل الإرتباط R	معامل الإنحدار	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	معامل التحديد R ²	Sig	قيمة F	Beta
جودة الخدمات	0.414	0.724	4.616	1.984	0.171	0.000	21.312	0.414

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة sig المحسوبة (0.000) هي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وقيمة F المحسوبة (21.312)، مما يدل على ثبات معامل الإنحدار، وأيضا أن T المحسوبة (4.616) أكبر من T الجدولية (1.984)، ومنه توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الطلبة عند

مستوى الدلالة (0.05)، كما نلاحظ أن معامل الارتباط R (0.414) وهي قيمة موجبة تدل على وجود علاقة طردية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الطلبة وهي علاقة ضعيفة حسب المجال '05-0.3' .

ويمكن كذلك استخراج معادلة الإنحدار الخطي البسيط على الشكل التالي:

$$Y=AX+B$$
$$Y=0.431X+0.385$$

من خلال المعادلة يتبين أنه كلما تغير مستوى جودة الخدمة بوحدة واحدة يتغير مستوى رضا الطلبة بمقدار 0.431.

كما نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة R^2 قدرت (0.171) مما يدل على أن أبعاد جودة الخدمات الجامعية يفسر ما نسبته 17.1% من التغيير في مستوى رضا الطلبة و 82.9% تعود لعوامل أخرى، وعلى هذا الأساس نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1)، أي أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات الجامعية المقدمة في الإقامة الجامعية بويدي محمد الشريف بن المكي عل رضا الطلبة المقيمين عند مستوى دلالة 0.05.

2. إختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

تنص الفرضية الرئيسية الثانية على أنه: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى للخصائص الشخصية".

- إختبار الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية الثانية: تنص هذه الفرضية على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين رضا الطلبة تعزى لمتغير المستوى التعليمي".

يمكن كتابة هذه الفرضية على الشكل التالي:

- H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى الدلالة 0.05؛

- H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى الدلالة 0.05.

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب تحليل التباين الأحادي (ANOVA)، وتم التوصل إلى النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول 29: إختبار (ANOVA) لمتغير المستوى التعليمي

متغير الدراسة	مصادر الإختلاف	متوسط المربعات	مجموع	إختبار F	درجة المعنوية sig
رضا الطلبة	بين المجموعات	3.813		2.643	0.076
	داخل المجموعات	73.578			

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن متوسط مجموع المربعات داخل المجموعات أكبر منه بين المجموعات وأن القيمة الإحتمالية sig (0.076) أكبر من مستوى الدلالة (0.05) أي أن قيمة F (2.643) غير دالة إحصائياً، ومنه نقبل الفرضية الصفرية، أي أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا الطلبة وجودة الخدمة الجامعية تعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى الدلالة (0.05).

- إختبار الفرضية الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية الثانية: تنص هذه الفرضية على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير السن".

يمكن كتابة هذه الفرضية على الشكل التالي:

- H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير السن عند مستوى الدلالة 0.05.

- H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير السن عند مستوى الدلالة 0.05.

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب تحليل التباين الأحادي (ANOVA)، وتم التوصل إلى النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول 30 إختبار (ANOVA) لمتغير السن

متغير الدراسة	مصادر الإختلاف	متوسط المربعات	مجموع	إختبار F	درجة المعنوية sig
رضا الطلبة	بين المجموعات	0.701		0.466	0.629
	داخل المجموعات	76.689			

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن متوسط مجموع المربعات داخل المجموعات أكبر منه بين المجموعات وأن القيمة الإحتمالية sig (0.629) أكبر من مستوى الدلالة (0.05) أي أن قيمة F (0.466) غير دالة إحصائياً، ومنه نقبل الفرضية الصفرية أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير السن عند مستوى الدلالة (0.05).

- إختبار الفرضية الفرعية الثالثة للفرضية الرئيسية الثانية: تنص هذه الفرضية على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير عدد السنوات في الإقامة ".

يمكن كتابة هذه الفرضية على الشكل التالي:

- H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير عدد السنوات في الإقامة عند مستوى الدلالة 0.05؛
- H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير عدد السنوات في الإقامة عند مستوى الدلالة 0.05.

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب تحليل التباين الأحادي (ANOVA)، وتم التوصل إلى

النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول 31 إختبار (ANOVA) لمتغير عدد السنوات في الإقامة

متغير الدراسة	مصادر الإختلاف	متوسط المربعات	مجموع	إختبار F	درجة المعنوية sig

0.329	1.124	1.669	بين المجموعات	رضا الطلبة
		75.722	داخل المجموعات	

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن متوسط مجموع المربعات داخل المجموعات أكبر منه بين المجموعات وأن القيمة الإحصائية sig (0.329) أكبر من مستوى الدلالة (0.05) أي أن قيمة F (1.124) غير دالة إحصائياً، ومنه نقبل الفرضية الصفرية أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير عدد السنوات في الإقامة عند مستوى الدلالة (0.05).

- إختبار الفرضية الفرعية الرابعة للفرضية الرئيسية الثانية: تنص هذه الفرضية على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير عدد أيام المبيت أسبوعياً ".

يمكن كتابة هذه الفرضية على الشكل التالي:

- H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير عدد أيام المبيت أسبوعياً عند مستوى الدلالة 0.05؛
- H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير عدد أيام المبيت أسبوعياً عند مستوى الدلالة 0.05؛

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب تحليل التباين الأحادي (ANOVA)، تم التوصل إلى النتائج الموضحة في الجدول التالي:

جدول 32 إختبار (ANOVA) متغير عدد أيام المبيت أسبوعياً

متغير الدراسة	مصادر الإختلاف	متوسط مجموع المربعات	F إختبار	درجة المعنوية sig
رضا الطلبة	بين المجموعات	0.072	0.047	0.954
	داخل المجموعات	77.319		

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج برنامج (spss).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن متوسط مجموع المربعات داخل المجموعات أكبر منه بين المجموعات وأن القيمة الإحصائية sig (0.954) أكبر من مستوى الدلالة (0.05) أي أن قيمة F (0.047) غير دالة إحصائية، ومنه نقبل الفرضية الصفرية أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى لمتغير عدد أيام المبيت أسبوعياً عند مستوى الدلالة (0.05).

مما سبق نستنتج أنه لا توجد فروق علاقة ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزى للخصائص الشخصية عند مستوى الدلالة 0.05.

خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل الذي قمنا فيه بإجراء دراسة لمعرفة مدى رضا الطلبة عن جودة الخدمات الجامعية المقدمة من طرف الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف بن المكي، من أجل تحقيق ذلك اعتمدنا على الاستبان لجمع المعلومات، حيث تم استعمال 105 استمارات من أصل 115 وزعت على عينة من الطلبة المقيمين، وتم الإعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات وإختبار صحة فرضيات الدراسة. توصلنا إلى عدة نتائج نذكر منها:

- ✓ توصلت الدراسة إلى أن الخدمات المقدمة في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف ذات جودة متوسطة من ناحية بعد التعاطف، بعد الأمان، بعد الاعتمادية وبعد الاستجابة؛
- ✓ بينت الدراسة أن الخدمات المقدمة في الإقامة الجامعية ذات جودة منخفضة من ناحية بعد الملموسية؛
- ✓ كشفت الدراسة عن وجود درجة متوسطة من الرضا لدى الطلبة عن خدمات الإيواء، خدمة الرعاية الصحية ؛
- ✓ أظهرت الدراسة أن الطلبة غير راضون تماما عن خدمة الإطعام المقدمة في الإقامة؛
- ✓ بينت الدراسة أن الطلبة غير راضون عن مختلف النشاطات المقدمة في الإقامة؛
- ✓ كشفت الدراسة أن الطلبة راضون عن خدمات النقل؛
- ✓ توصلت الدراسة إلى أنه يوجد أثر لجودة الخدمة الجامعية على رضا الطلبة المقيمين؛
- ✓ أظهرت الدراسة أنه لا توجد فروق بين رضا الطلبة تعزى للبيانات الشخصية.

الخاتمة

أصبح وجود عنصر الجودة في الخدمات الجامعية المقدمة للطلبة ضرورة تتطلبها التغيرات الحاصلة في مجال الخدمات، لذا أصبح الاهتمام بجودة الخدمة وتحقيق رضا الطالب محور اهتمام ديوان الخدمات الجامعية، بحيث أصبح دائم البحث والتعرف على حاجات وتوقعات الطلبة والعمل على تقديم خدمات ترقى لتطلعاتهم وتحقق رضا الطلبة.

من خلال الدراسة الميدانية حاولنا معرفة مدى رضا الطلبة عن جودة الخدمات الجامعية المقدمة لهم من قبل إقامة بوبيدي محمد الشريف بن المكي، وذلك في مختلف المجالات (الإطعام، الإيواء، النقل، النشاطات الثقافية والرياضية)، حيث تم الاعتماد على المنهج التحليلي الوصفي من أجل تحقيق أهداف الدراسة.

خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكرها فيما يلي:

❖ النتائج النظرية

- ✓ يركز مفهوم جودة الخدمة على المحافظة على الزبائن وتحقيق رضاهم وذلك بتقديم المؤسسة لخدمات تتطابق مع توقعاتهم أو تفوقها؛
- ✓ يعتبر الطالب عنصرا فعالا في تقييم جودة الخدمات الجامعية؛
- ✓ تعتبر كل من التعاطف، الأمان، الملموسية، الإعتادية والإستجابة أهم أبعاد جودة الخدمات الجامعية؛
- ✓ هناك أبعاد ومؤشرات لقياس رضا الزبون عن جودة الخدمة منها أنها الفرق بين توقعات الزبون للخدمة والقيمة المدركة لها.

❖ النتائج التطبيقية

- تبن لنا من خلال النتائج المحصل عليها باستعمال برنامج التحليل الإحصائي spss ما يلي:
- ✓ توصلت الدراسة إلى أن الخدمات المقدمة في الإقامة الجامعية بوبيدي محمد الشريف ذات جودة متوسطة من ناحية بعد التعاطف، بعد الأمان، بعد الاعتمادية وبعد الاستجابة؛
- ✓ بينت الدراسة أن الخدمات المقدمة في الإقامة الجامعية ذات جودة منخفضة من ناحية بعد الملموسية؛
- ✓ كشفت الدراسة عن وجود درجة متوسطة من الرضا لدى الطلبة عن خدمات الإيواء، خدمة الرعاية الصحية ؛

- ✓ أظهرت الدراسة أن الطلبة غير راضون تماما عن خدمة الإطعام المقدمة في الإقامة؛
- ✓ بينت الدراسة أن الطلبة غير راضون عن مختلف النشاطات المقدمة في الإقامة؛
- ✓ كشفت الدراسة أن الطلبة راضون عن خدمات النقل؛
- ✓ توصلت الدراسة إلى أنه يوجد أثر لجودة الخدمة الجامعية على رضا الطلبة المقيمين؛
- ✓ أظهرت الدراسة أنه لا توجد فروق بين رضا الطلبة تعزى للبيانات الشخصية.

❖ مناقشة فرضيات الدراسة

- ✓ **الفرضية الرئيسية الأولى:** تنص الفرضية الرئيسية الأولى على أنه: " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة الجامعية ورضا الطلبة عند مستوى الدلالة 0.05"، من خلال نتائج التحليل الإحصائي تبين لنا أنه يوجد تأثير لأبعاد جودة الخدمات الجامعية على رضا الطلبة بنسبة 17.1%.
- ✓ **الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية الأولى:** تنص هذه الفرضية على أنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد التعاطف ورضا الطلبة عند مستوى الدلالة 0.05". من خلال نتائج التحليل الإحصائي تبين لنا أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد التعاطف ورضا الطلبة بنسبة 12.8%
- ✓ **الفرضية الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية الأولى:** تنص هذه الفرضية على أنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الأمان ورضا الطلبة عند مستوى الدلالة 0.05". من خلال نتائج التحليل الإحصائي تبين لنا أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الأمان ورضا الطلبة بنسبة 10.6%
- ✓ **الفرضية الفرعية الثالثة للفرضية الرئيسية الأولى:** تنص هذه الفرضية على أنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الملموسية ورضا الطلبة عند مستوى الدلالة 0.05". من خلال نتائج التحليل الإحصائي تبين لنا أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الملموسية ورضا الطلبة بنسبة 20.2%
- ✓ **الفرضية الفرعية الرابعة للفرضية الرئيسية الأولى:** تنص هذه الفرضية على أنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الاعتمادية ورضا الطلبة عند مستوى الدلالة 0.05". من خلال نتائج التحليل الإحصائي تبين لنا أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الاعتمادية ورضا الطلبة بنسبة 24.9%

- ✓ **الفرضية الفرعية الخامسة للفرضية الرئيسية الأولى:** تنص هذه الفرضية على أنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الاستجابة ورضا الطلبة عند مستوى الدلالة 0.05". من خلال نتائج التحليل الإحصائي تبين لنا أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الاستجابة ورضا الطلبة بنسبة 23.8%
- ✓ **الفرضية الرئيسية الثانية:** تنص الفرضية الرئيسية الثانية على أنه: " توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزي للخصائص الشخصية عند مستوى الدلالة 0.05". من خلال نتائج التحليل الإحصائي تبين لنا أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الطلبة تعزي للخصائص الشخصية؛
- ✓ **الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية الثانية:** تنص هذه الفرضية على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين رضا الطلبة تعزي لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى الدلالة 0.05". من خلال نتائج التحليل الإحصائي تبين لنا أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين رضا الطلبة تعزي لمتغير المستوى التعليمي؛
- ✓ **الفرضية الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية الثانية:** تنص هذه الفرضية على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين رضا الطلبة تعزي لمتغير السن عند مستوى الدلالة 0.05". من خلال نتائج التحليل الإحصائي تبين لنا أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين رضا الطلبة تعزي لمتغير السن؛
- ✓ **الفرضية الفرعية الثالثة للفرضية الرئيسية الثانية:** تنص هذه الفرضية على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين رضا الطلبة تعزي لمتغير عدد السنوات في الإقامة عند مستوى الدلالة 0.05". من خلال نتائج التحليل الإحصائي تبين لنا أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين رضا الطلبة تعزي لمتغير عدد السنوات في الإقامة؛
- ✓ **الفرضية الفرعية الرابعة للفرضية الرئيسية الثانية:** تنص هذه الفرضية على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين رضا الطلبة تعزي لمتغير عدد أيام المبيت في الإقامة أسبوعياً عند مستوى الدلالة 0.05". من خلال نتائج التحليل الإحصائي تبين لنا أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين رضا الطلبة تعزي لمتغير عدد أيام المبيت في الإقامة أسبوعياً؛
- ❖ **الإقتراحات:**

من خلال النتائج التي توصلنا إليها من الدراسة الميدانية، نقترح مايلي:

- ✓ ضرورة وضع مصالح الطالب ضمن أولى إهتمامات الإدارة؛
 - ✓ الإستماع إلى انشغالات الطلبة من خلال إقامة إجتماعات دورية؛
 - ✓ إعادة النظر في توقيت تقديم الوجبات الغذائية؛
 - ✓ الحرص على التحسين الدائم للوجبات الغذائية؛
 - ✓ ضرورة إنشاء وتحسين المرافق الرياضية؛
 - ✓ الإهتمام بعبادة الإقامة من خلال توفير أجهزة حديثة؛
 - ✓ ضرورة تطبيق الأنظمة والتقنيات الأمنية الحديثة لتوفير جو من الأمن للطلبة؛
- ❖ آفاق الدراسة:

للاغبين في مواصلة البحث في هذا المجال أو التوسع فيه، يمكنهم البحث في بعض المواضيع التي يمكنها أن تكون مكملة ومتممة لموضوعنا؛

- ✓ دراسة عوامل رضا الطلبة المقيمين؛
- ✓ دراسة أثر محددات جودة الخدمات على رضا الطلبة؛
- ✓ أثر جودة الخدمات التعليمية على رضا الطلبة

قائمة المراجع

أ. الكتب

1. أحمد محفوظ جودة، ادارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
2. ربحي مصطفى عليان، أسس التسويق المعاصر، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.
3. عاطف زاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
4. فادية حباري، أهمية جودة الخدمة في تحقيق رضا العملاء، مجلة الحقيقة، العدد43، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2018.
5. فريد كورتل، أمال كحيلة، الجودة وأنظمة الايزو، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2012.
6. محمد فريد الصحن، طارق طه أحمد، ادارة التسويق في بيئة العلوم والأترنت، دار منشئة المعارف، الاسكندرية، مصر، 2005.
7. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
8. منى شفيق، التسويق بالعلاقات، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، مصر، 2006.
9. نظام موسى سويدان، شفيق ابراهيم حداد، التسويق مفاهيم معاصرة، دار الحامد للنشر والتوزيع.
10. هاني حمد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الرابعة، عمان، 2008.

ب. رسائل دكتوراه

1. سهام مخلوف، دراسة تحليلية لرضا عن جودة خدمات النقل الحضري المؤسسة العمومية للنقل الحضري والشبه حضري لمدينة عنابة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص اقتصاد النقل الجماعي والامداد، جامعة الحاج لخضر، الجزائر.

ج. مذكرات ماجستير

2. بوحنان نور الدين، جودة الخدمة وأثرها على رضا العملاء، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماجستير، تخصص علوم التسيير، جامعة محمد بو ضياف، المسيلة، الجزائر 2007.
3. خدير نسيمة، أخلاقيات العمل وتأثيرها على رضا الزبون، مذكرة مقدمة لنيل درجة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2011.
4. صاوشي صونية، حوكمة الخدمات الجامعية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير عمومي، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة، 2015.

5. صليحة رقاد ، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون دراسة حالة مؤسسة البريد والمواصلات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية ، تخصص ادارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة الحاج لخصر، باتنة،2008.
6. عاصم رشاد محمد أبو فزع ،اختبار العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون، رسالة ماجستير تخصص ادارة أعمال، جامعة الشرق الاوسط.
7. مزيان عبد القادر، أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء دراسة حالة CNMA، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص تسويق دولي، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011/2012.
8. مزيان عبد القادر، أثر محددات جودة الخدمة على رضا العملاء دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير، تخصص تسويق دولي ،جامعة أبو بكر المقاييد، الجزائر، 2012.
9. نور محي الدين محمد سعد الله، جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا الزبائن، دراسة تكميلية لنيل درجة ماجستير، تخصص ادارة أعمال، جامعة شندي، السودان، 2017.

د. مذكرات ماستر

1. بوشكريط العيد، بوغلاف سيد علي، تقييم رضا مستعملي خدمات النقل الحضري الجماعي للمسافرين، مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة جيجل، 2020.
2. خالد سهلي، دراسة عوامل رضا الطلبة المقيمين على جودة الخدمات الجامعية المقدمة "عينة من طلبة الاقامات جامعة قاصدي مرباح"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي شعبة العلوم التجارية، تخصص تسويق، ورقلة، 2017.

هـ. المقالات العلمية

1. اكم جبوري الخفاجي، رضا الزبون كمتغير وسيط بين الجودة وولاء الزبون، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد25، السنة الثامنة، الكوفة.
2. بوزيان حسان، أثر جودة الخدمة على رضا الزبون دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة العلمة، مجلة رؤي اقتصادية، العدد السابع، جامعة قسنطينة، 2014.
3. بوعمره فتحي، الجودة المدركة للخدمة ورضا الزبون، مجلة الابداع، العدد السادس، المجلد السادس ، جامعة البليدة، ص124.

4. بوعلان نور الدين، تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون وأثرها على رضاه وولائه دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد السابع، جامعة سكيكدة، 2017.
5. حاكم جبوري الخفاجي، رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون دراسة حالة في مصرف بابل الأهلي، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، مصر.
6. حيدر سامي عبد الوهاب، أثر جودة الخدمة على مستوى طلب الخدمة الجامعية، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 12، الفصل 3، بغداد، 2017.
7. عبد الله أحمد العولقي، العلاقة بين تطبيق نظام ضمان الجودة والاعتماد الأكاديمي وتحسين مستوى رضا الطلاب عن الخدمة الجامعية، المجلة العربية للإدارة، مجلد 40، صناعاء، 2020.
8. عيسى مرزاق، سيهام مخلوف، أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد 12، باتنة، 2017.
9. قادري حليلة، جودة الحياة في الإقامة الجامعية من وجهة نظر الطلبة -دراسة ميدانية على عينة من الطلبة المقيمين بالأحياء الجامعية -، مجلة El-Khaldounia Journal of Human and Social Sciences، 2019-11-26.
10. محمد أمين، عبد الفتاح صالح خليفات، درجة رضا طلبة جامعة مؤتة عن الخدمات الجامعية من وجهة نظرهم، مجلة المنارة، المجلد 19، العدد 1، 2013.
11. محمد خثير أسماء مرايحي، العلاقة التفاعلية بين جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة الاقتصادية للأعمال، العدد السابع، 2017.
12. محمد عبد الفتاح زهري، قياس رضا الطلاب عن خدمات الاغذية والمشروبات المقدمة بالمدن الجامعية بجامعة المنصورة، مجلة كلية السياحة والفنادق، المجلد 9، العدد (1/2).
13. منير سرور وآخرون، تسويق الخدمات الجامعية مدخل لتحسين التعليم الجامعي، صمن متطلبات مادة قاعة البحث، تخصص الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة المنوفية، محافظة المنوفية.
14. نسرين صالح محمد صلاح الدين، تقييم جودة الخدمات الجامعية باستخدام نموذج الأداء الفعلي، جامعة عين شمس، مصر.

قائمة الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



الملحق رقم (1) الاستبيان:

إستبانة

يشرفنا أن نضع بين أيديكم الاستبيان التالية والمعدة في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر تخصص تسويق الخدمات تحت عنوان: "تقييم رضا الطلبة حول جودة الخدمات الجامعية المقدمة في الإقامة الجامعية " بويبيدي محمد الشريف بن المكي" تاسوست 4 -جامعة جيجل-"، نرجوا منكم التفضل بالإجابة على الأسئلة المرفقة بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة، ونحيطكم علما بأن المعلومات تستخدم لغرض البحث لا غير، وشكرا مسبقا على تعاونكم.

من إعداد الطالبين:

- خنيفر سيف الدين
- حشوش منصور

السنة الجامعية: 2021/2020

المحور الأول: البيانات الشخصية.

الرجاء وضع العلامة (x) في الخانة المناسبة:

✓ المستوى التعليمي:

- ليسانس
- ماستر
- دكتوراه

✓ العمر :

- أقل من 20 سنة
- من 20 إلى 24 سنة
- أكبر من 24 سنة

✓ عدد السنوات التي قضيتها في الإقامة:

- أقل من ثلاث سنوات
- من ثلاث سنوات إلى خمس سنوات
- أكثر من خمس سنوات

✓ عدد أيام المبيت في الإقامة أسبوعياً:

- أقل من 3 أيام
- من 3 إلى 6 أيام
- كل أيام الأسبوع

المحور الثاني : واقع جودة الخدمات على مستوى الإقامة الجامعية "بويدي محمد الشريف بن المكي".

سلم الإجابات الموافقة					العبارات	الرقم
موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما		
بعد التعاطف						
					يتحلى سائقوا حافلات النقل الخاصة بالإقامة باللباقة في التعامل معي أثناء تقديمهم للخدمة	1
					يعاملني موظفوا مصلحة الإيواء معاملة حسنة	2
					يظهر مسؤول الإقامة معاملة حسنة عند إستقبالي	3
					يتعامل عمال مطعم الإقامة معي بإحترام أثناء تقديم الوجبات الغذائية	4
					تهتم عيادة الإقامة بتقديم الخدمات الطبية اللازمة بأسلوب وطريقة مريحة	5
بعد الأمان						
					أشعر بالراحة والأمان عند استعمالني لحافلات الإقامة	6
					توفر إدارة الإقامة إجراءات أمنية للحماية من السرقة والإعتداءات داخل الإقامة	7
					المنشآت والهياكل رياضية الموجودة بالإقامة آمنة بالنسبة لي	8
					لم يحدث وأن سببت لي الوجبات المقدمة في المطعم تسما غذائيا	9
					سعت إدارة الإيواء على توفير خدمة الإقامة لشخص واحد	10

					بالغرفة خلال فترة جائحة كورونا	
					عملت حافلات النقل الجامعي للإقامة على تطبيق إجراءات صارمة للتباعد الجسدي بين الطلبة خلال فترة جائحة كورونا	11
					يتم تطبيق إجراءات التباعد الجسدي بين الطلبة اثناء تقديم الوجبات اليومية للوقاية من فيروس كورونا	12
					يقدم الطاقم الطبي لعيادة الإقامة كل الإجراءات والنصائح اللازمة للوقاية من فيروس كورونا	13
					قامت ادارة الإقامة بحملات تحسيسية للوقاية من فيروس كورونا	14
بعد الملموسية						
					حافلات النقل الجامعي الخاصة بالإقامة تمتاز بالنوعية الجيدة	15
					غرف الإقامة مناسبة لي من حيث المساحة والتجهيزات الموجودة فيها	16
					تحتوي الإقامة على مرافق عامة كافية (مراحيض، كهرباء، مياه....)	17
					تتوفر الإقامة على مختلف التجهيزات الأمنية ككميرات المراقبة لحماية الطلبة	18
					قامت الإقامة بتوفير كل الوسائل والمعدات الضرورية للتنعيم والوقاية من فيروس كورونا	19
					يتوفر مطعم الإقامة على تجهيزات حديثة ومناسبة	20
					يقدم مطعم الإقامة وجبات ذات جودة عالية	21
					تتوفر لدى العيادة بالإقامة كل التجهيزات الضرورية لتلبية احتياجات الطلبة	22
بعد الإعتمادية						
					تحتترم حافلات النقل الجامعي بالإقامة الجداول الزمنية لأوقات عملها وأماكن توقفها	23

					يقدم عمال الصيانة خدمات تصليح الغرف بطريقة جيدة	24
					يحترم عمال قاعة أنترنت الإقامة مواقيت العمل	25
					مواقيت تقديم الوجبات الغذائية في مطعم الإقامة مناسبة للطلبة	26
					يتميز الطاقم الطبي لعيادة الإقامة بالكفاءة اللازمة في تقديم خدماتهم	27
بعد الإستجابة						
					يسعى سائقوا حافلات النقل الجامعي بالإقامة الجامعية للإستجابة لإنشغالاتي	28
					يعمل مسؤول الإيواء على حل مشكلاتي والإستجابة لمتطلباتي	29
					يقوم أعوان الأمن بالتدخل السريع في حالة حدوث مناوشات داخل الإقامة	30
					يباشر عمال الصيانة تقديم خدماتهم لي فور الإبلاغ عن أعطاب الغرف	31
					يسعى عمال المطعم إلى تحسين نوعية الأطعمة فور إحتجائي لهم	32
					يتواجد عمال العيادة في أماكن عملهم دوما لتقديم كل الإحتياجات اللازمة	33

المحور الثالث : رضا الطلبة حول الخدمات المقدمة لهم من طرف الإقامة الجامعية
"بوبيدي محمد الشريف بن المكي".

سلم الإجابات الموافقة					العبارات	الرقم
راضي تماما	راضي	محايد	غير راضي	غير راضي تماما		
					أنت راض عن خدمات النقل الجامعي	34
					أنت راض عن الخدمات التي تقدمها لك مصلحة الإيواء	35
					أنت راض عن الوجبات المقدمة في مطعم الإقامة	36
					أنت راض عن مختلف النشاطات الرياضية والثقافية التي تنظمها الإقامة	37
					أنت راض عن الخدمات الصحية المقدمة من طرف عيادة الإقامة	38

الملحق رقم (2) قائمة الأساتذة المحكمين:

الجامعة	الأستاذ	الرقم
جامعة جيجل	شعور أسماء	1
جامعة جيجل	بوغرة لطفي	2
جامعة جيجل	ليتيم خالد	3
جامعة جيجل	زعباط عزالدين	4
جامعة جيجل	مرغيت عبد الحميد	5
جامعة جيجل	كبيش جمال	6

الملحق رقم (3) معامل الثبات:

1. بعد التعاطف:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	105	100,0
Observations Exclus ^a	0	,0
Total	105	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de	Nombre
Cronbach	d'éléments
,624	5

2. بعد الأمان:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	105	100,0
Observations Exclus ^a	0	,0
Total	105	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,712	9

3. بعد الملموسية:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	105	100,0
Observations Exclus ^a	0	,0
Total	105	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,639	8

4. بعد الإعتمادية:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	105	100,0
Observations Exclus ^a	0	,0
Total	105	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de	Nombre
Cronbach	d'éléments
,591	5

5. بعد الإستجابة:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	105	100,0
Observations Exclus ^a	0	,0
Total	105	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de	Nombre
Cronbach	d'éléments
,678	6

6. محور الجودة:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	105	100,0
Observations Exclus ^a	0	,0
Total	105	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de	Nombre
Cronbach	d'éléments
,869	33

7. محور الرضا:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	105	100,0
Observations Exclus ^a	0	,0
Total	105	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,657	5

8. معامل الثبات الكلي:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	105	100,0
Observations Exclus ^a	0	,0
Total	105	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,894	38

الملحق رقم (4) صدق الاتساق الداخلي:

1. بعد التعاطف:

Corrélations

	q1	q2	q3	q4	q5	التعاطف	
q1	Corrélation de Pearson	1	,227*	,431**	,212*	,021	,471**
	Sig. (bilatérale)		,020	,000	,030	,828	,000
	N	105	105	105	105	105	105
q2	Corrélation de Pearson	,227*	1	,377**	,392**	,318**	,613**
	Sig. (bilatérale)	,020		,000	,000	,001	,000
	N	105	105	105	105	105	105
q3	Corrélation de Pearson	,431**	,377**	1	,250*	,171	,425**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,010	,082	,000
	N	105	105	105	105	105	105
q4	Corrélation de Pearson	,212*	,392**	,250*	1	,128	,464**
	Sig. (bilatérale)	,030	,000	,010		,193	,000
	N	105	105	105	105	105	105
q5	Corrélation de Pearson	,021	,318**	,171	,128	1	,358**
	Sig. (bilatérale)	,828	,001	,082	,193		,000
	N	105	105	105	105	105	105
التعاطف	Corrélation de Pearson	,471**	,613**	,425**	,464**	,358**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105	105	105

*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

2. بعد الامان:

Corrélations

	q6	q7	q8	q9	q10	
q6	Corrélation de Pearson	1	,197*	,387**	,250**	,263**
	Sig. (bilatérale)		,044	,000	,010	,007
	N	105	105	105	105	105
q7	Corrélation de Pearson	,197*	1	,202*	,173	,166
	Sig. (bilatérale)	,044		,039	,077	,090
	N	105	105	105	105	105
q8	Corrélation de Pearson	,387**	,202*	1	,230*	,271**
	Sig. (bilatérale)	,000	,039		,018	,005
	N	105	105	105	105	105

q9	Corrélacion de Pearson	,250**	,173	,230*	1	,210*
	Sig. (bilatérale)	,010	,077	,018		,032
	N	105	105	105	105	105
q10	Corrélacion de Pearson	,263**	,166	,271**	,210*	1
	Sig. (bilatérale)	,007	,090	,005	,032	
	N	105	105	105	105	105

*. La corrélacion est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

**.. La corrélacion est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélacions

	q11	q12	q13	q14	الأمان	
q11	Corrélacion de Pearson	1	,438**	,323**	,309**	,332**
	Sig. (bilatérale)		,000	,001	,001	,001
	N	105	105	105	105	105
q12	Corrélacion de Pearson	,438**	1	,422**	,187	,164
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,056	,095
	N	105	105	105	105	105
q13	Corrélacion de Pearson	,323**	,422**	1	,340**	,263**
	Sig. (bilatérale)	,001	,000		,000	,007
	N	105	105	105	105	105
q14	Corrélacion de Pearson	,309**	,187	,340**	1	,323**
	Sig. (bilatérale)	,001	,056	,000		,001
	N	105	105	105	105	105
الأمان	Corrélacion de Pearson	,332**	,164	,263**	,323**	1
	Sig. (bilatérale)	,001	,095	,007	,001	
	N	105	105	105	105	105

**.. La corrélacion est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

3. بعد الملموسية:

Corrélacions

	q15	q16	q17	q18	
q15	Corrélacion de Pearson	1	,311**	,141	,042
	Sig. (bilatérale)		,001	,151	,668
	N	105	105	105	105
q16	Corrélacion de Pearson	,311**	1	,184	,045
	Sig. (bilatérale)	,001		,061	,651
	N	105	105	105	105
q17	Corrélacion de Pearson	,141	,184	1	,139
	Sig. (bilatérale)	,151	,061		,158

	N	105	105	105	105
	Corrélation de Pearson	,042	,045	,139	1
q18	Sig. (bilatérale)	,668	,651	,158	
	N	105	105	105	105

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

	q19	q20	q21	q22	الملموسية
Corrélation de Pearson	1	,328**	,133	,213*	,374**
q19 Sig. (bilatérale)		,001	,175	,029	,000
N	105	105	105	105	105
Corrélation de Pearson	,328**	1	,516**	,363**	,330**
q20 Sig. (bilatérale)	,001		,000	,000	,001
N	105	105	105	105	105
Corrélation de Pearson	,133	,516**	1	,303**	,196*
q21 Sig. (bilatérale)	,175	,000		,002	,045
N	105	105	105	105	105
Corrélation de Pearson	,213*	,363**	,303**	1	,329**
q22 Sig. (bilatérale)	,029	,000	,002		,001
N	105	105	105	105	105
Corrélation de Pearson	,374**	,330**	,196*	,329**	1
الملموسية	,000	,001	,045	,001	
q22 Sig. (bilatérale)					
N	105	105	105	105	105

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

4. بعد الإعتمادية:

Corrélations

	q23	q24	q25	q26	q27	الإعتمادية
Corrélation de Pearson	1	,308**	,227*	,184	,119	,757**
q23 Sig. (bilatérale)		,001	,020	,061	,225	,000
N	105	105	105	105	105	105
Corrélation de Pearson	,308**	1	,265**	,097	,258**	,477**
q24 Sig. (bilatérale)	,001		,006	,324	,008	,000
N	105	105	105	105	105	105
Corrélation de Pearson	,227*	,265**	1	,154	,439**	,350**
q25 Sig. (bilatérale)	,020	,006		,118	,000	,000
N	105	105	105	105	105	105
q26 Corrélation de Pearson	,184	,097	,154	1	,211*	,168

	Sig. (bilatérale)	,061	,324	,118		,030	,087
	N	105	105	105	105	105	105
	Corrélation de Pearson	,119	,258**	,439**	,211*	1	,304**
q27	Sig. (bilatérale)	,225	,008	,000	,030		,002
	N	105	105	105	105	105	105
	Corrélation de Pearson	,757**	,477**	,350**	,168	,304**	1
الإعتمادية	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,087	,002	
	N	105	105	105	105	105	105

** La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

5. بعد الإستجابة:

Corrélations

	q28	q29	q30	q31	q32	q33	q34	Istijaba
Corrélation de Pearson	1	,209*	,204*	,287**	,269**	,183	,416**	,351**
q28 Sig. (bilatérale)		,032	,037	,003	,006	,062	,000	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105
Corrélation de Pearson	,209*	1	,329**	,526**	,202*	,168	,037	,524**
q29 Sig. (bilatérale)	,032		,001	,000	,039	,087	,707	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105
Corrélation de Pearson	,204*	,329**	1	,414**	,301**	,368**	,027	,427**
q30 Sig. (bilatérale)	,037	,001		,000	,002	,000	,787	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105
Corrélation de Pearson	,287**	,526**	,414**	1	,034	,202*	,082	,455**
q31 Sig. (bilatérale)	,003	,000	,000		,732	,039	,405	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105
Corrélation de Pearson	,269**	,202*	,301**	,034	1	,094	,151	,216*
q32 Sig. (bilatérale)	,006	,039	,002	,732		,340	,123	,027
N	105	105	105	105	105	105	105	105
Corrélation de Pearson	,183	,168	,368**	,202*	,094	1	,123	,344**
q33 Sig. (bilatérale)	,062	,087	,000	,039	,340		,212	,000
N	105	105	105	105	105	105	105	105
Corrélation de Pearson	,416**	,037	,027	,082	,151	,123	1	,300**
q34 Sig. (bilatérale)	,000	,707	,787	,405	,123	,212		,002
N	105	105	105	105	105	105	105	105
Corrélation de Pearson	,351**	,524**	,427**	,455**	,216*	,344**	,300**	1
Istijaba Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,027	,000	,002	

N

105

105

105

105

105

105

105

105

*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

**.. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الملحق رقم (5) الخصائص الشخصية لأفراد العينة:

1. حسب المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
licence	56	53,3	53,3	53,3
master	41	39,0	39,0	92,4
doctorah	8	7,6	7,6	100,0
Total	105	100,0	100,0	

2. حسب السن:

age

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أقل من 20 سنة	12	11,4	11,4	11,4
من 20 إلى 24 سنة	66	62,9	62,9	74,3
أكبر من 24 سنة	27	25,7	25,7	100,0
Total	105	100,0	100,0	

3. حسب السنوات في الإقامة:

عدد السنوات في الإقامة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أقل من 3 سنوات	45	42,9	42,9	42,9
من 3 إلى 5 سنوات	49	46,7	46,7	89,5
أكثر من 5 سنوات	11	10,5	10,5	100,0
Total	105	100,0	100,0	

4. حسب عدد أيام المبيت في الإقامة:

عدد أيام المبيت في الإقامة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أقل من 3 أيام	7	6,7	6,7	6,7
من 3 إلى 6 أيام	59	56,2	56,2	62,9
كل أيام الأسبوع	39	37,1	37,1	100,0
Total	105	100,0	100,0	

الملحق رقم (6) تحليل إجابات أفراد العينة:

بعد التعاطف:

q1

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	12	11,4	11,4	11,4
غير موافق	18	17,1	17,1	28,6
محايد	29	27,6	27,6	56,2
موافق	35	33,3	33,3	89,5
موافق تماما	11	10,5	10,5	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q2

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	7	6,7	6,7	6,7
غير موافق	14	13,3	13,3	20,0
محايد	22	21,0	21,0	41,0
موافق	53	50,5	50,5	91,4
موافق تماما	9	8,6	8,6	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q3

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé

غير موافق تماما	21	20,0	20,0	20,0
غير موافق	22	21,0	21,0	41,0
محايد	26	24,8	24,8	65,7
موافق	30	28,6	28,6	94,3
موافق تماما	6	5,7	5,7	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q4

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	22	21,0	21,0	21,0
غير موافق	29	27,6	27,6	48,6
محايد	17	16,2	16,2	64,8
موافق	27	25,7	25,7	90,5
موافق تماما	10	9,5	9,5	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q5

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	12	11,4	11,4	11,4
غير موافق	13	12,4	12,4	23,8
محايد	24	22,9	22,9	46,7
موافق	47	44,8	44,8	91,4
موافق تماما	9	8,6	8,6	100,0
Total	105	100,0	100,0	

بعد الأمان:

q6

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	3	2,9	2,9	2,9
غير موافق	9	8,6	8,6	11,4
محايد	26	24,8	24,8	36,2
موافق	41	39,0	39,0	75,2

موافق تماما	26	24,8	24,8	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q7

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	53	50,5	50,5	50,5
غير موافق	29	27,6	27,6	78,1
محايد	11	10,5	10,5	88,6
موافق	8	7,6	7,6	96,2
موافق تماما	4	3,8	3,8	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q8

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	31	29,5	29,5	29,5
غير موافق	26	24,8	24,8	54,3
محايد	26	24,8	24,8	79,0
موافق	15	14,3	14,3	93,3
موافق تماما	7	6,7	6,7	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q9

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	18	17,1	17,1	17,1
غير موافق	14	13,3	13,3	30,5
محايد	18	17,1	17,1	47,6
موافق	40	38,1	38,1	85,7
موافق تماما	15	14,3	14,3	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q10

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	12	11,4	11,4	11,4
غير موافق	8	7,6	7,6	19,0

محايد	16	15,2	15,2	34,3
موافق	44	41,9	41,9	76,2
موافق تماما	25	23,8	23,8	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q11

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	19	18,1	18,1	18,1
غير موافق	23	21,9	21,9	40,0
محايد	26	24,8	24,8	64,8
موافق	31	29,5	29,5	94,3
موافق تماما	6	5,7	5,7	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q12

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	38	36,2	36,2	36,2
غير موافق	29	27,6	27,6	63,8
محايد	16	15,2	15,2	79,0
موافق	20	19,0	19,0	98,1
موافق تماما	2	1,9	1,9	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q13

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	12	11,4	11,4	11,4
غير موافق	22	21,0	21,0	32,4
محايد	28	26,7	26,7	59,0
موافق	30	28,6	28,6	87,6
موافق تماما	13	12,4	12,4	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q14

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé

غير موافق تماما	15	14,3	14,3	14,3
غير موافق	15	14,3	14,3	28,6
محايد	20	19,0	19,0	47,6
موافق	49	46,7	46,7	94,3
موافق تماما	6	5,7	5,7	100,0
Total	105	100,0	100,0	

بعد الملموسية:

q15

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	14	13,3	13,3	13,3
غير موافق	18	17,1	17,1	30,5
محايد	18	17,1	17,1	47,6
موافق	39	37,1	37,1	84,8
موافق تماما	16	15,2	15,2	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q16

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	15	14,3	14,3	14,3
غير موافق	23	21,9	21,9	36,2
محايد	26	24,8	24,8	61,0
موافق	35	33,3	33,3	94,3
موافق تماما	6	5,7	5,7	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q17

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	27	25,7	25,7	25,7
غير موافق	29	27,6	27,6	53,3
محايد	20	19,0	19,0	72,4

موافق	25	23,8	23,8	96,2
موافق تماما	4	3,8	3,8	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q18

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	36	34,3	34,3	34,3
غير موافق	33	31,4	31,4	65,7
محايد	21	20,0	20,0	85,7
موافق	12	11,4	11,4	97,1
موافق تماما	3	2,9	2,9	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q19

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	20	19,0	19,0	19,0
غير موافق	25	23,8	23,8	42,9
محايد	29	27,6	27,6	70,5
موافق	27	25,7	25,7	96,2
موافق تماما	4	3,8	3,8	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q20

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	40	38,1	38,1	38,1
غير موافق	32	30,5	30,5	68,6
محايد	19	18,1	18,1	86,7
موافق	13	12,4	12,4	99,0
موافق تماما	1	1,0	1,0	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q21

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	62	59,0	59,0	59,0
غير موافق	29	27,6	27,6	86,7

محايد	9	8,6	8,6	95,2
موافق	4	3,8	3,8	99,0
موافق تماما	1	1,0	1,0	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q22

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	33	31,4	31,4	31,4
غير موافق	25	23,8	23,8	55,2
محايد	26	24,8	24,8	80,0
موافق	20	19,0	19,0	99,0
موافق تماما	1	1,0	1,0	100,0
Total	105	100,0	100,0	

بعد الإعتمادية:

q23

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	7	6,7	6,7	6,7
غير موافق	5	4,8	4,8	11,4
محايد	12	11,4	11,4	22,9
موافق	41	39,0	39,0	61,9
موافق تماما	40	38,1	38,1	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q24

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	16	15,2	15,2	15,2
غير موافق	27	25,7	25,7	41,0
محايد	22	21,0	21,0	61,9
موافق	29	27,6	27,6	89,5
موافق تماما	11	10,5	10,5	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q25

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	21	20,0	20,0	20,0
غير موافق	21	20,0	20,0	40,0
محايد	40	38,1	38,1	78,1
موافق	21	20,0	20,0	98,1
موافق تماما	2	1,9	1,9	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q26

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	29	27,6	27,6	27,6
غير موافق	25	23,8	23,8	51,4
محايد	24	22,9	22,9	74,3
موافق	26	24,8	24,8	99,0
موافق تماما	1	1,0	1,0	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q27

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	14	13,3	13,3	13,3
غير موافق	16	15,2	15,2	28,6
محايد	42	40,0	40,0	68,6
موافق	24	22,9	22,9	91,4
موافق تماما	9	8,6	8,6	100,0
Total	105	100,0	100,0	

بعد الاستجابة:

q28

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé

غير موافق تماما	28	26,7	26,7	26,7
غير موافق	15	14,3	14,3	41,0
محايد	42	40,0	40,0	81,0
موافق	15	14,3	14,3	95,2
موافق تماما	5	4,8	4,8	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q29

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	25	23,8	23,8	23,8
غير موافق	24	22,9	22,9	46,7
محايد	18	17,1	17,1	63,8
موافق	25	23,8	23,8	87,6
موافق تماما	13	12,4	12,4	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q30

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	38	36,2	36,2	36,2
غير موافق	23	21,9	21,9	58,1
محايد	20	19,0	19,0	77,1
موافق	17	16,2	16,2	93,3
موافق تماما	7	6,7	6,7	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q31

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	31	29,5	29,5	29,5
غير موافق	25	23,8	23,8	53,3
محايد	17	16,2	16,2	69,5
موافق	23	21,9	21,9	91,4
موافق تماما	9	8,6	8,6	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q32

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	60	57,1	57,1	57,1
غير موافق	21	20,0	20,0	77,1
محايد	18	17,1	17,1	94,3
موافق	4	3,8	3,8	98,1
موافق تماما	2	1,9	1,9	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q33

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	21	20,0	20,0	20,0
غير موافق	24	22,9	22,9	42,9
محايد	31	29,5	29,5	72,4
موافق	24	22,9	22,9	95,2
موافق تماما	5	4,8	4,8	100,0
Total	105	100,0	100,0	

الرضا

q34

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	7	6,7	6,7	6,7
غير موافق	15	14,3	14,3	21,0
محايد	14	13,3	13,3	34,3
موافق	55	52,4	52,4	86,7
موافق تماما	14	13,3	13,3	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q35

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	17	16,2	16,2	16,2
غير موافق	31	29,5	29,5	45,7
محايد	22	21,0	21,0	66,7
موافق	31	29,5	29,5	96,2
موافق تماما	4	3,8	3,8	100,0

Total	105	100,0	100,0	
-------	-----	-------	-------	--

q36

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	53	50,5	50,5	50,5
غير موافق	37	35,2	35,2	85,7
Validé محايد	8	7,6	7,6	93,3
موافق	7	6,7	6,7	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q37

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	32	30,5	30,5	30,5
غير موافق	26	24,8	24,8	55,2
Validé محايد	26	24,8	24,8	80,0
موافق	19	18,1	18,1	98,1
موافق تماما	2	1,9	1,9	100,0
Total	105	100,0	100,0	

q38

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق تماما	21	20,0	20,0	20,0
غير موافق	16	15,2	15,2	35,2
Validé محايد	31	29,5	29,5	64,8
موافق	28	26,7	26,7	91,4
موافق تماما	9	8,6	8,6	100,0
Total	105	100,0	100,0	

الملحق رقم (7) إختبار الفرضيات

✓ الإنحدار الخطي البسيط

1. بعد التعاطف

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,358 ^a	,128	,119	,80947

a. Valeurs prédites : (constantes), التعاطف

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression	9,900	1	9,900	15,109	,000 ^b
	Résidu	67,491	103	,655		
	Total	77,390	104			

a. Variable dépendante : الرضا

b. Valeurs prédites : (constantes), التعاطف

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		A	Erreur standard			
1	(Constante)	2,148	,464		4,633	,000
	التعاطف	,431	,111	,358	3,887	,000

a. Variable dépendante : الرضا

2. بعد الأمان

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,329 ^a	,108	,099	,81868

a. Valeurs prédites : (constantes), الأمان

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression	8,357	1	8,357	12,468	,001 ^b
	Résidu	69,034	103	,670		
	Total	77,390	104			

a. Variable dépendante : الرضا

b. Valeurs prédites : (constantes), الأمان

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2,179	,500		4,355	,000
الأمان	,400	,113	,329	3,531	,001

a. Variable dépendante : الرضا

3. بعد الملموسية

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,449 ^a	,202	,194	,77440

a. Valeurs prédites : (constantes), الملموسية

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	15,622	1	15,622	26,049	,000 ^b
Résidu	61,769	103	,600		
Total	77,390	104			

a. Variable dépendante : الرضا

b. Valeurs prédites : (constantes), الملموسية

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2,086	,368		5,669	,000
الملموسية	,459	,090	,449	5,104	,000

a. Variable dépendante : الرضا

4. بعد الإعتمادية

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,499 ^a	,249	,241	,75137

a. Valeurs prédites : (constantes), الإعتمادية

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	19,240	1	19,240	34,080	,000 ^b
1 Résidu	58,150	103	,565		
Total	77,390	104			

a. Variable dépendante : الرضا

b. Valeurs prédites : (constantes), الإعتماضية

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	1,447	,431		3,360	,001
1 الإعتماضية	,577	,099	,499	5,838	,000

a. Variable dépendante : الرضا

5. بعد الإستجابة

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,488 ^a	,238	,231	,75644

a. Valeurs prédites : (constantes), الإستجابية

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	18,454	1	18,454	32,252	,000 ^b
1 Résidu	58,936	103	,572		
Total	77,390	104			

a. Variable dépendante : الرضا

b. Valeurs prédites : (constantes), الإستجابية

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2,225	,308		7,225	,000
1 الإستجابية	,443	,078	,488	5,679	,000

a. Variable dépendante : الرضا

6. محاور الجودة الكلية

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,414 ^a	,171	,163	,78902

a. Valeurs prédites : (constantes), الجودة

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	13,268	1	13,268	21,312	,000 ^b
1 Résidu	64,123	103	,623		
Total	77,390	104			

a. Variable dépendante : الرضا

b. Valeurs prédites : (constantes), الجودة

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	,547	,736		,743	,459
1 الجودة	,724	,157	,414	4,616	,000

a. Variable dépendante : الرضا

✓ إختبار ANOVA

1. متغير المستوى التعليمي

ANOVA à 1 facteur

الرضا

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	3,813	2	1,906	2,643	,076
Intra-groupes	73,578	102	,721		
Total	77,390	104			

2. متغير السن

ANOVA à 1 facteur

الرضا

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,701	2	,351	,466	,629
Intra-groupes	76,689	102	,752		
Total	77,390	104			

3. متغير عدد السنوات في الإقامة

ANOVA à 1 facteur

الرضا

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1,669	2	,834	1,124	,329
Intra-groupes	75,722	102	,742		
Total	77,390	104			

4. متغير عدد أيام المبيت أسبوعيا

ANOVA à 1 facteur

الرضا

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,072	2	,036	,047	,954
Intra-groupes	77,319	102	,758		
Total	77,390	104			