

# العوامل المؤثرة في رضا الطلبة وإدراكهم لسمعة الجامعة

دارسه تطبيقية على طلبة الدراسات العليا في جامعة الشرق الأوسط

إعداد

عمر فاروق محمد الشمري

إشراف

الدكتور

ليث سلمان الربيعي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في  
إدارة الأعمال

قسم إدارة الأعمال

كلية الأعمال

جامعة الشرق الأوسط

مايو / 2011 م

**تفويض**

أنا الموقع أدناه "عمر فاروق محمد الشمري" أفوض جامعة الشرق الأوسط

بتزويد نسخ من رسالتي المنظمات الجامعية أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص  
المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: عمر فاروق محمد الشمري

التوقيع:



2011 / 5 / م

التاريخ:

## قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها:  
العوامل المؤثرة في رضا الطلبة وإدراكهم لسمعة الجامعة: دارسه  
تطبيقية على طلبة الدراسات العليا في جامعة الشرق الأوسط

وأجيزت بتاريخ 2011 / 5 / 22 م

وأجيزت بتاريخ 2011 / 5 / 22 م

التوقيع	الجامعة	أعضاء لجنة المناقشة
	الشرق الأوسط	مشرفاً ورئيساً الدكتور ليث سلمان الربيعي
	الشرق الأوسط	مشرفاً الدكتور حمزة خريم
	البترا	عضواً خارجياً الدكتور عبد النعم شلتوني

## شكر وتقدير

الحمد لله على فضله وإحسانه، أسبغ علينا نعمه ظاهرة وباطنة ، فله الحمد في الأولى والآخرة، وله الشكر والثناء الحسن، والصلاة والسلام على حبيبنا ونبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم.

كما يطيب لي والمقام هنا لرد الفضل لأهله والتقدم بالشكر والعرفان للدكتور ليث سلمان الربيعي على تكرمه بالإشراف على هذه الرسالة وتوجيهاته السديدة، وتصويباته المفيدة

بالرغم من إنشغاله وكثرة ارتباطاته العلمية والعملية حفظه الله على حرصه نحو الارتقاء العلمي بطلبته. وإلى أصحاب السعادة أعضاء لجنة المناقشة لتفضلهم بالموافقة على مناقشة رسالتي والحكم عليها وأخص منهم بالذكر الدكتور محمد عبد العال النعيمي.

والشكر موصول لأساتذة جامعة الشرق الأوسط والعاملين فيها وعلى الأخص أساتذة كلية الأعمال وقسم إدارة الأعمال الكرام. وإلى العراق الحبيب الذي.

وإن أنسى فلا أنسى شكر جميع من أعانني بجهده أو وقته أو دعائه سواء من الأقارب أو الأصدقاء أو الأحباب أو الزملاء سائلاً الله العلي الكريم أن يجعل كل ما قدمه أولئك في موازين حسناتهم وأن يجزل لهم الأجر والمثوبة.

**عمر فاروق محمد الشمري**

## الإهداء

أهدى هذا الجهد والعمل إلى .....

**العراق الحبيب**

**والدي ووالدتي** أطال الله في عمرهما وجزأهما الله خير الجزاء

**جميع الأهل والأقارب** الذين كان لهم الدور الكبير في إتمام هذه الدراسة وفقهم الله في

حياتهم وأدعو الله العلي القدير أن يحفظهم من كل مكروه

**الحاضر الغائب** من كان له الفضل بمساعدتي في إتمام هذا العمل

عمر فاروق محمد الشمري

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	تفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	شكر وتقدير
هـ	الإهداء
و	قائمة المحتويات
ط	قائمة الجداول
ك	قائمة الأشكال
ل	قائمة الملاحق
م	الملخص باللغة العربية
س	الملخص باللغة الإنجليزية
1	<b>الفصل الأول: الإطار العام للدراسة</b>
2	(1 - 1) المقدمة
5	(2 - 1) مشكلة الدراسة وأسئلتها
6	(3 - 1) أهداف الدراسة
7	(4 - 1) أهمية الدراسة
8	(5 - 1) فرضيات الدراسة
9	(6 - 1) نموذج الدراسة

10	(1 - 7): حدود الدراسة
11	(1 - 8): محددات الدراسة
11	(1 - 9): التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
13	<b>الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة</b>
14	(2 - 1): المقدمة
15	(2 - 2): الخدمة التعليمية وجودة الخدمة التعليمية
32	(2 - 3): رضا الطلبة
35	(2 - 4): سمعة الطلبة
37	(2 - 5): ولاء الطلبة
40	(2 - 6): الدراسات السابقة العربية والأجنبية
52	(2 - 7): ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة
53	<b>الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات</b>
54	(3 - 1): المقدمة
54	(3 - 2): منهج الدراسة
55	(3 - 3): مجتمع الدراسة وعينتها
55	(3 - 4): المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة
57	(3 - 4): أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات
59	(3 - 5): المعالجة الإحصائية المستخدمة
60	(3 - 6): صدق أداة الدراسة وثباتها

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
62	الفصل الرابع: نتائج التحليل وإختبار الفرضيات
63	(4 - 1): المقدمة
63	(4 - 2): التحليل الوصفي لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الدراسة
74	(4 - 3): اختبار فرضيات الدراسة
92	الفصل الخامس: الإستنتاجات والتوصيات
93	(5 - 1): المقدمة
93	(5 - 2): النتائج
98	(5 - 3): الاستنتاجات
100	(5 - 4): التوصيات
102	قائمة المراجع
103	أولاً: المراجع العربية
107	ثانياً: المراجع الأجنبية
114	قائمة الملاحق

## قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع	الفصل – الجدول
--------	---------	----------------

27	معايير تقييم جودة الخدمة التعليمية	1 - 2
56	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديمغرافية	1 - 3
61	معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (مقياس كرونباخ ألفا)	2 - 3
64	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى الأهمية لجودة الخدمة التعليمية	1 - 4
66	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى الأهمية للتسهيلات التكنولوجية	2 - 4
68	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى الأهمية لرضا الطلبة	3 - 4
70	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى الأهمية لسمعة الجامعة	4 - 4
72	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى الأهمية للولاء الجامعة	5 - 4
75	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد للتأثير الموجب والمباشر لخصائص الخدمة الجامعية على رضا طلبة الجامعة	6 - 4
77	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير جودة الخدمة التعليمية على رضا طلبة الجامعة	7 - 4
78	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير التسهيلات التكنولوجية على رضا طلبة الجامعة	8 - 4
79	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد للتأثير الموجب والمباشر لخصائص الخدمة الجامعية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة	9 - 4

## قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع	الفصل - الجدول
81	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير جودة الخدمة التعليمية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة	10 - 4
82	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير التسهيلات التكنولوجية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة	11 - 4
84	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير رضا الطلبة على	12 - 4



	ولائهم للجامعة	
85	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير لسمعة الجامعة على ولاء الطلبة للجامعة	13 – 4
88	نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من أثر خصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة كمتغير وسيط	14 – 4
91	نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من أثر خصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال سمعة الجامعة كمتغير وسيط	15 – 4

## قائمة الأشكال

الصفحة	الموضوع	الفصل - الشكل
9	أنموذج الدراسة	1 – 1
33	الإطار المنطقي لآلية عمل نظام رضا الطلبة	2 – 2

## قائمة الملاحق

الصفحة	الموضوع	رقم الملحق
114	قائمة بأسماء المحكمين	1
115	أداة الدراسة (الاستبانة)	2

# العوامل المؤثرة في رضا الطلبة وإدراكهم لسمعة الجامعة

دارسه تطبيقية على طلبة الدراسات العليا في جامعة الشرق الأوسط

إعداد

عمر فاروق محمد الشمري

إشراف

الدكتور

ليث سلمان الربيعي

## الملخص باللغة العربية

هدفت هذه الدراسة إلى بيان العوامل المؤثرة في رضا الطلبة وإدراكهم لسمعة جامعة الشرق الأوسط من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا. ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بتصميم استبانة شملت (50) فقرة لجمع المعلومات الأولية من طلبة الدراسات العليا في جامعة الشرق الأوسط. وفي ضوء ذلك جرى جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات. وبعد إجراء عملية التحليل لبيانات الدراسة وفرضياتها توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها: توسط مستويات كل من جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات التكنولوجية والذي إنعكس في توسط مستوى رضا الطلبة. إضافة إلى تأثير الدراسة توسط مستوى إدراك الطلبة لسمعة الجامعة الأمر الذي ترتب عليه انخفاض مستوى ولاء الطلبة. وبينت الدراسة وجود أثر موجب ومباشر لجودة الخدمة التعليمية على رضا طلبة الدراسات العليا عند مستوى دلالة (0.05). كما بينت وجود أثر موجب ومباشر للتسهيلات التكنولوجية على رضا طلبة الدراسات العليا عند مستوى دلالة (0.05). وأكدت الدراسة وجود أثر موجب ومباشر لجودة الخدمة التعليمية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة عند مستوى دلالة (0.05). وبينت وجود أثر موجب ومباشر للتسهيلات

التكنولوجية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة عند مستوى دلالة (0.05). وأكدت وجود أثر موجب ومباشر لرضا طلبة الدراسات العليا على ولائهم لجامعة الشرق الأوسط عند مستوى دلالة (0.05). وأشارت إلى وجود أثر موجب ومباشر لسمعة الجامعة على ولاء الطلبة لجامعة الشرق الأوسط عند مستوى دلالة (0.05). وبينت وجود أثر غير مباشر لخصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة كمتغير وسيط عند مستوى دلالة (0.05). وأكدت وجود أثر غير مباشر لخصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال سمعة الجامعة كمتغير وسيط عند مستوى دلالة (0.05).

وقد إنتهت الدراسة إلى الخروج ببعض التوصيات، والتي في مقدمتها ضرورة سعى إدارات الجامعة إلى إيلاء جودة الخدمة والتسهيلات التكنولوجية أهمية عالية للعمل على رفعها أو تطويرها وبما يتفق وتلبية حاجات الطلبة الدارسين، إضافة إلى ضرورة تطوير معايير خاصة لمدخلات وجودة العملية التعليمية ومخرجاتها في جامعات الدراسات العليا. وضرورة توافر آلية للتعاون العلمي (بحوث مشتركة ، ودورات تدريب ، وتبادل خبرات) مع الجامعات العالمية لتعزيز قدرات طلاب وأساتذة برنامج الدراسات العليا.

## **ABSTRACT**

### **Factor Affecting Students' Satisfaction and Perception of Universities Reputation**

An applied study on post graduate students at MEU

Prepared by

Omar Farouk Mohammed

Supervisor

Dr.

Laith Salman Al-Rubaie

This study aimed to investigate the Factor Affecting Students' Satisfaction and Perception University Reputation from post graduate students at MEU Pointview.

In order to achieve the objectives of the study, the researcher designed a questionnaire consisting of (50) paragraphs to gather the primary information from the study sample. The statistical package for social sciences (SPSS) were used to analyze and examine the study hypotheses. The researcher used many statistical methods to achieve study objectives, such as simple, multi regression and Path Analysis. The main conclusions of the study were: there is Low levels of educational service quality and technological facilities that reflected in decreased student's satisfaction level. In addition the study marking a reduction of student's awareness level to university reputation, which resulted in the decreased students loyalty level. There was a significant direct and positive effect of Educational Service Quality on University Students' Satisfaction at level (0.05). There was a significant direct and positive effect of Facilities on University Students' Satisfaction at level (0.05). There was a significant direct and positive effect of Educational Service Quality on Students' Perception to University Reputation at level (0.05). There was a significant

direct and positive effect of Technology Facilities on Students' Perception to University Reputation at level (0.05). There was a significant direct and positive effect of Students' Satisfaction on MEU loyalty at level (0.05). There was a significant direct and positive effect of University Reputation on MEU loyalty at level (0.05). There was a significant indirect effect of University Service Characteristics on Students' loyalty through Students' Satisfaction as a Moderator variables at level (0.05). There was a significant indirect effect of University Service Characteristics on Students' loyalty through University Reputation as a Moderator variables at level (0.05).

The main recommendations of the study were: the university departments should strive to give quality service and technological facilities high importance to work lifting or development, in line with the needs of students. In addition, the need to develop special criteria for inputs and educational process quality and outputs at the universities of Graduate Studies and need for a mechanism for scientific cooperation (joint research, and training courses, experience exchange) with international universities to enhance the capabilities of students and professors of the graduate program.

# الفصل الأول

## الإطار العام للدراسة

- (1 - 1): المقدمة
- (2 - 1): مشكلة الدراسة وأسئلتها
- (3 - 1): أهداف الدراسة
- (4 - 1): أهمية الدراسة
- (5 - 1): فرضيات الدراسة
- (6 - 1): أنموذج الدراسة
- (7 - 1): حدود الدراسة
- (8 - 1): محددات الدراسة
- (9 - 1): التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

(1 - 1): المقدمة

تواجه مؤسسات التعليم العالي ضغوطاً لتحسين قيمة أنشطتها ( Heck & Johnsrud, 2000). وذلك لأن تعزيز القيمة التعليمية يحتاج إلى نفقات كبيرة لاستمرار الجهد في تحسين الخدمة، والتركيز على مصالح أصحاب المؤسسة، وزيادة رضا الطلبة. وغالباً ما تستخدم هذه القيم لتقييم مدى رضا الطالب عن جودة الخدمة التعليمية، وذلك للعمل على تلبية الاحتياجات الإستراتيجية وذات الأهمية القصوى للطلبة (Cheng, 1990). ويمكن القول أن جودة الخدمة التعليمية تتحدد بمدى تلبية احتياجات الطلبة وتوقعاتهم. لذلك تم وضع عدد من المفاهيم والنماذج التي تستطيع المؤسسة من خلالها قياس مدى رضا الطلبة عن الخدمة التعليمية المقدمة لهم.

وقد تزايد الاهتمام بجودة التعليم الجامعي في النصف الأخير من القرن العشرين وبخاصة في عقد الثمانينات، وذلك بسبب الانفجار العلمي والتكنولوجي، وما صحبه من تغيرات اقتصادية وتوسع تعليمي، وضغوط اجتماعية جديدة على مؤسسات التعليم العالي، وزيادة الدافعية للتعليم الأكاديمي، حتى صار السعي وراء تحقيق الجودة في المؤسسات التعليمية مطلباً ضرورياً، يستلزم وضع مؤشرات ومعايير لها، يمكن استخدامها في الحكم على مستوى الجودة في هذا النمط من التعليم من أجل تحسينه وتطويره (حمود، 2000).

كما ساهم إزدياد المنافسة العالمية بين مؤسسات التعليم العالي لجذب الطلبة إليها والتحاقهم بها على تحقيق أهمية كبيرة لهذه المؤسسات (Elliot & Healy, ; Kotler & Fox, 1995). وخصوصاً بعد ازدياد عدد الطلبة المتسربين من الجامعات قبل إكمال البرامج الأكاديمية المفروضة عليهم (Schertzer & Schertzer, 2004; Hugstad, 1997). ونظراً لأن الاحتفاظ بالطلبة له تأثير إيجابي على الأداء المالي للجامعة (Ryals, 2002; Reichheld, 1996)، أصبح هذا الموضوع متزايد الأهمية للمؤسسات التي تقدم التعليم العالي (Tinto, 1993; Sauer & O'Donnell, 2006; Hennig-Thurau, Lager, & Hansen, 2001).



وتعد سمعة الجامعة أحد أهم العوامل التي يتوجب على الجامعة الحرص على المحافظة عليها وعلى مستواها، إذ أن السمعة الجيدة للجامعة تجذب أكبر عدد من الطلبة، وتقوم سمعة الجامعة على عدة عوامل أهمها جودة ونوعية الخدمات التعليمية المقدمة، حيث تعكس هذه الخدمات المستوى الحقيقي للجامعة. وسمعة الجامعة هي مزيج من سمعة كلياتها ومبانيها وإدارتها وموظفيها (عشية، 1999) كما تعتمد سمعة الجامعة على حجم وجودة وإنتاجية الجامعة بالإضافة إلى تميز خدماتها التعليمية، حيث أن عمق وقوة الإدارة والكليات والبرامج التعليمية في كافة المراحل تؤثر بشكل كبير في سمعة الجامعة (أحمد، 2003). وتعتمد سمعة الجامعة أيضا على مدى إنجازاتها في المجالات الأكاديمية المتنوعة، كما يتم قياس تغيراتها وتطوراتها ومتابعتها للتطورات التكنولوجية. ويعد مشروع التخرج عاملا مهما ووسيلة من شأنها أن تقدم الجامعة للأفواج اللاحقة بشكل وأسلوب متميز يشجع الطلبة على دخولها وإتمام دراستهم فيها، لذلك ينبغي على الجامعة أن تولي اهتماما خاصا بمشاريع التخرج (Young, 2002).

وحيث إن معظم مؤسساتنا التربوية لم تصل بعد إلى المستوى المطلوب من الجودة التي يطمحها القائمون على هذه المؤسسات، فإن هذه الدراسة تهدف إلى إثارة الاهتمام بموضوع الجودة، والإسهام في بناء معايير ومؤشرات لها بهدف تطوير آلية عمل يمكن من خلالها زيادة جودة مؤسسات التعليم العالي، إيمانا من الباحث أن هذه المؤسسات هي الوحدة الأساسية التي بدونها يستحيل إحداث الإصلاح التربوي المنشود (عباس، 2005).

ولما كان التوسع في التعليم وزيادة الإقبال عليه في جميع مراحلها بما في ذلك التعليم الجامعي والعالي سمة هذا العصر، فإن ذلك ما دفع التربويين للاهتمام بالجودة، وقد نجم عن هذا التوسع في نشر التعليم زيادة في الكثافة الطلابية بالجامعات، صاحبها أوجه قصور تمثلت في عدم التناسب بين أعضاء هيئة التدريس فيها وأعداد الطلبة، كما ترتب عن ذلك أشياء تقلل وتخفف من مستوى جودة التعليم في هذه المؤسسات (Bemowaski, 1991: 38).

إن تحديد مفهوم الزبون في سياق مؤسسة تعليمية ليست عملية بسيطة. حيث من الممكن تحديده بمختلف الأصعدة، بما في ذلك الطلبة وأرباب العمل والأسر والمجتمع )

(Marzo-Navarro, Pedraja-Iglesias, & Rivera-Torres, 2005). تقوم هذه الدراسة على توضيح الطالب بإعتباره الزبون الرئيسي للمؤسسة التعليمية، كما أشارت الدراسة إلى أن هناك ارتباط بين فهم التسويق بالعلاقات مع الطلبة ومفهوم الولاء.

ووفقاً لـ (Ravald & Grnroos, 1996) فإن العمل لا يقدر بمدى تنسيق الخدمة، ولكن يتعداه ليشمل تنظيم توريد المنتج أو الخدمة، والعمليات المختلفة في خلق القيمة الحقيقية للعملاء. حيث أن كلاً من رضا الزبون وسمعة المنظمة عوامل مهمة تساهم في ولاء العملاء، وخاصة لمقدمي الخدمات المهنية (Sevier, 1994; Bush, Ferrell, & Thomas, 1998; Cetin, 2003) عن طريق تخصيص أماكن للأنشطة التي تعتبر مهمة للطلبة والمديرين مما يؤدي إلى زيادة قيمة المنظمة، وبالتالي زيادة معدل الطالب الاحتفاظ به.

إن الغرض من هذه الدراسة هو تحليل العلاقات بين رضا الطلبة، وتصورات الطلبة لسمعة المؤسسة التعليمية، وولاء الطلبة، فضلاً عن العلاقات التي تنتج بين رضا الطلبة وسمعة المؤسسة التعليمية. وذلك من خلال معرفة إذا كان زيادة رضا الطلبة يزيد من ولائهم للجامعة، وإذا كان ازدياد سمعة الجامعة تقوي من ولائهم، وإذا كان ازدياد سمعة الجامعة يزيد رضاهم.

## (1-2): مشكلة الدراسة وأسئلتها

ارتبط اتساع عدد الجامعات بانخفاض مستويات الخدمات المقدمة للطلبة (Alexandris, et.. al, 2008). حيث أصبحت العديد من جوانب الحياة الطلابية، بما في ذلك الجوانب الأكاديمية والدعم الاجتماعي والمالي والرعاية البسيطة، تعاني من صعوبة في كيفية فهم وإدارة النمو الكبير في أعداد الطلبة. كما لعب ازدياد الضغط الخارجي على النشاط الأكاديمي، دوراً كبيراً على تهميش رعاية الطلبة من قبل الإدارات الأكاديمية حيث تم الاهتمام برعاية الطلبة عن طريق وكالات متخصصة.

أثر إدراك هذه المشكلة على مختلف المبادرات التي تهدف إلى تحسين نوعية الرعاية الطلابية (Johnston & McLean, 1998) أو رعاية الأمور التي تم تحديدها على أنها أكثر عرضة لخطر الفشل (Rickinson & Rutherford, 1996). مثل هذه المبادرات، على الرغم من شمولية أهدافها إلا أنها لازالت تعاني من قلة الوعي بأهمية توفير الرفاهية في البيئة التعليمية (Ramsden, 1979). ولذلك يجب العمل على تحسين نوعية تجربة الطلبة من خلال إجراء تعديلات على ملامح السلوكية السلبية التي تظهر في البيئة التعليمية، لجعلها تساهم بشكل إيجابي في رفاهيتهم.

وبهذا فإن مشكلة الدراسة تتمحور حول العلاقة بين رضا الطلبة وإدراكهم لسمعة الجامعة في بيئة جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بهدف التعرف على العوامل المشجعة على زيادة رضا الطلبة وارتفاع سمعة الجامعة، واستناداً لما ذكر آنفاً، يمكن إظهار مشكلة الدراسة بصورة أكثر جلاء من خلال إثارة الأسئلة الرئيسية التالية:

**أولاً:** إلى أي مدى تؤثر خصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) في رضا طلبة جامعة الشرق الأوسط؟

**ثانياً:** إلى أي مدى تؤثر خصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) في إدراك الطلبة لسمعة جامعة الشرق الأوسط؟

**ثالثاً:** إلى أي مدى يؤثر رضا الطلبة على ولائهم لجامعة الشرق الأوسط؟

**رابعاً:** إلى أي مدى تؤثر سمعة الجامعة على ولائهم لجامعة الشرق الأوسط؟

**خامساً:** إلى أي مدى تؤثر خصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة كمتغير وسيط؟

**سادساً:** إلى أي مدى تؤثر خصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على ولاء الطلبة من خلال سمعة الجامعة كمتغير وسيط؟

## (1-3): أهداف الدراسة

إن الغرض الرئيسي لهذه الدراسة يتركز في التعرف على طبيعة العلاقة بين رضا الطلبة وإدراكهم لسمعة الجامعة، وذلك بالتعرف على الدوافع المباشرة وغير المباشرة لخصائص الخدمة الجامعية والاثار اوالنتائج المترتبة على التغيير في رضا الطلبة وسمعة الجامعه والمتمثلة بالولاء.

إذ تتمثل الاهداف التي تسعى هذه الدراسه الى تحقيقها بكل مايلي :

1. دراسة أثر خصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على رضا الطلبة.
2. تحديد أثر خصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة.
3. اختبار أثر رضا الطلبة على ولائهم للجامعة.
4. تحديد أثر سمعة الجامعة على ولاء الطلبة للجامعة.
5. دراسة أثر خصائص الخدمة التعليمية الجامعية على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة كمتغير وسيط.
6. اختبار أثر خصائص الخدمة التعليمية على ولاء الطلبة من خلال سمعة الجامعة كمتغير وسيط.

## (1-4): أهمية الدراسة

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من أهمية موضوع الدراسة الذي يتمثل في متغيراته الثلاث: رضا الطلبة، وسمعة الجامعة وولاء الطلبة للجامعة، كما تتمثل أهمية الدراسة في النتائج التي سوف تسفر عنها الدراسة إذ يمكن أن يستفيد من نتائج الدراسة، بما يعزز من جهودها لزيادة رضا الطلبة وتحسين ورفع سمعة جامعة الشرق الأوسط، كما يمكن أن تقدم الدراسة إطار نظري شامل يتعلق بموضوع معرفة دور العوامل المختلفة كالجودة

والتسهيلات والعوامل الاجتماعية في تحسين سمعة الجامعة وتحقيق رضا الطلبة وولائهم للجامعة.

## (1-5): فرضيات الدراسة

إستناداً إلى مشكلة الدراسة تمت صياغة الفرضيات التالية الرئيسية، التي سيجري اختبارها:

### الفرضية الرئيسية الاولى $H_1$

يوجد أثر موجب ومباشر لخصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على رضا طلبة الجامعة عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

### الفرضية الرئيسية الثانية $H_2$

يوجد أثر موجب ومباشر لخصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

### الفرضية الرئيسية الثالثة $H_3$

يوجد أثر موجب ومباشر لرضا الطلبة على ولائهم للجامعة عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

### الفرضية الرئيسية الرابعة $H_4$

يوجد أثر موجب ومباشر لسمعة الجامعة على ولاء الطلبة للجامعة عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

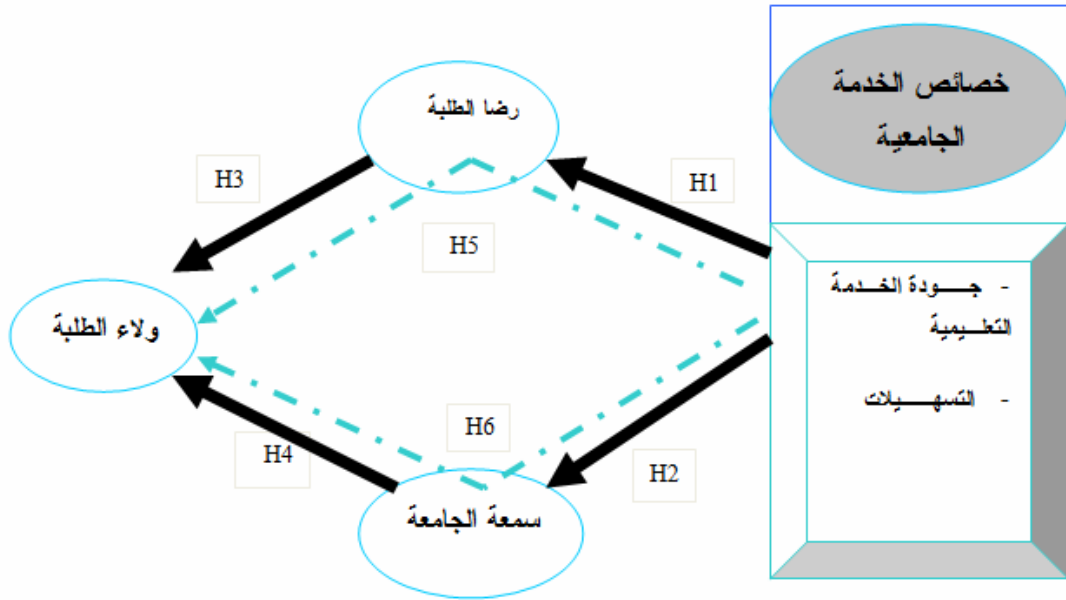
### الفرضية الرئيسية الخامسة $H_5$

يوجد أثر غير مباشر لخصائص الخدمة التعليمية الجامعية على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة كمتغير وسيط عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

## الفرضية الرئيسية السادسة H<sub>6</sub>

يوجد أثر غير مباشر لخصائص الخدمة التعليمية على ولاء الطلبة من خلال سمعة الجامعة كمتغير وسيط عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

## (6-1): أنموذج الدراسة



شكل (1 - 1)

أنموذج الدراسة

من إعداد الباحث

إن الغرض الرئيسي من أنموذج الدراسة هو اختيار المتغيرات المهمة للطلبة والتي تشير على وجه الدقة إلى ما ينبغي عمله لزيادة قيمة المال. وقد تم افتراض أن السمات التالية قد استطاعت تحديد قيمة الطالب التي تضمنتها هذه الدراسة جودة الخدمة والتسهيلات. وقد

تم قياس كافة المتغيرات التي تضمنتها الدراسة بواسطة عدد من البنود الموجودة، ويفترض أن تكون جميعها ذات علاقة برضا الطالب وسمعته، كما هو مبين في الشكل (1 – 1).

## (1-7): حدود الدراسة

تكون نطاق الدراسة على النحو الآتي:  
**الحدود المكانية:** تتمثل الحدود المكانية لهذه الدراسة في جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.

**الحدود البشرية:** تتمثل الحدود البشرية في طلبة الدراسات العليا في جامعة الشرق الأوسط.  
**الحدود الزمانية:** المدة الزمنية التي أستغرقت لإنجاز الدراسة وهي العام الدراسي 2010/2011.

**الحدود العلمية:** إستناداً إلى النتائج التي فرزتها الدراسات السابقة فقد افترضت هذه الدراسة التركيز على الخصائص أو السمات الرئيسية للخدمة الجامعية والمتمثلة بكل من الجودة والتسهيلات باعتبارها من العوامل المؤثرة في تحقيق أو زيادة رضا الطلبة ورفع سمعة الجامعة والتي نتج عنها زيادة ولاء الطلبة للجامعة، وسيتم الاعتماد على كل من الدراسات التالية ( Oliver, 1997, Seth et al, 2004, Willims, Schnake & Fredenberger, 2005 ) لقياس كل من المتغيرات التالية (جودة الخدمة والتسهيلات) ورضا الطلبة ، وسمعة الجامعة وولاء الطلبة للجامعة (Schreiner, 2009; Helgesen, 2008; Arambewela Hall, 2008; Marzo-Navarro (et al, 2005; Audin et al, 2003; Ellio & Healy, 2001).

## (1-8): محددات الدراسة

نظراً لكون جامعة الشرق الأوسط تمثل المجال التطبيقي للدراسة لذلك فإن النتائج الدراسية ستبقى محددة في نطاق الجامعة باعتبارها حاله دراسيه وبالتالي فان اي نتائج لايمكن

تعميمها على جامعات او مؤسسات اخرى.اضافة الى ذلك فان الدراسه قد شملت طلبة الدراسات العليا في الجامعة لهذا فان نتائجها لايمكن تعميمها حتى على بقية طلبة الجامعة.

## (1-9): التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

**خصائص الخدمة الجامعية:** وهي تتضمن كافة الخصائص والسمات المميزة للخدمة الجامعية والمتمثلة لأغراض هذه الدراسة من جودة الخدمة والتسهيلات والتي افترضت الدراسات السابقة تأثيرها على رضا الطلبة وسمعه الجامعة (Helgesen, 2008).

**رضا الطلبة:** حالة الشعور المرضية من الطلبة نتيجة لنجاح المؤسسة التعليمية في تحقيق رغباتهم واحتياجاتهم، وهي التوقعات والتصورات من قبل الطلبة عن الخدمات التعليمية المقدمة لهم (Zhang, et..al, 2008: 47).

**سمعة الجامعة:** الصورة الذهنية أو الانطباع الذهني لدى المتعاملين معها وعن خدماتها وسياساتها وأنظمتها سواء كانوا من العملاء، أو الحكومة، أو المنافسين، أو النقابة، أو غير ذلك من المؤسسات والأشخاص الذين تتضمنهم البيئة الخارجية التي تتعامل فيها الجامعة (الخطيب، 2000).

**ولاء الطلبة:** يعبر ولاء الجامعة عن عنصرى الموقف والسلوك، ويشير إلى المواقف الإيجابية والمعرفية تجاه المؤسسة التعليمية، والتي توفر لمتلقي الخدمة التعليمية الحافز الأساسي لبقائه واتصاله معها (Hennig-Thurau, et..al, 2001: 333).



## الفصل الثاني

### الإطار النظري والدراسات السابقة

- (1-2): المقدمة
- (2-2): الخدمة التعليمية وجودة الخدمة التعليمية
- (3-2): رضا الطلبة
- (4-2): سمعة الطلبة
- (5-2): ولاء الطلبة
- (6-2): الدراسات السابقة العربية والأجنبية
- (7-2): ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

## (1-2): المقدمة

يعد التعليم من اهم قطاعات صناعة الخدمة لاسيما التعليم العالي، إضافة الى تأخر الباحثين في الغالب في تطبيق المفاهيم الإدارية الحديثة في منظمات تلك الصناعة ، لاسيما المنظمات التعليمية، وتعتبر الجودة احد أهم الوسائل والأساليب لتحسين نوعية التعليم والارتقاء بمستوى أدائه في العصر الحالي الذي يطلق عليه بعض المفكرين بأنه عصر الجودة، فلم تعد الجودة ترفاً ترنو إليه المؤسسات التعليمية او بديلاً تأخذ به او تتركه الأنظمة التعليمية ، بل أصبح ضرورة ملحة تمليها حركة الحياة المعاصرة ، وهى دليل على بقاء الروح وروح البقاء لدى المؤسسة التعليمية (Firdaus, 2005).

فالجودة مدخل جديد في أداء العمل يتطلب تجديد الأساليب الإدارية التقليدية والعمل الجماعي المتمثل في مشاركة جميع أفراد المؤسسة، وهذا يعني في جوهره التغيير في فلسفة الإدارة الحالية، ولهذا يحارب من قبل العديد من المسؤولين خوفاً مما يترتب على هذا التغيير، حتى ولو كان هذا من أجل الوصول إلى حلول جذرية لمشكلة تدني مستوى المخرجات التعليمية (Kulski & Barbare, 2004).

وقد تزايد هذا الاهتمام بجودة التعليم الجامعي في النصف الأخير من القرن العشرين وبخاصة في عقد الثمانينات، وذلك بسبب الانفجار العلمي والتكنولوجي، وما صحبه من تغيرات اقتصادية وتوسع تعليمي، وضغوط اجتماعية جديدة على مؤسسات التعليم العالي، وزيادة الدافعية للتعليم الأكاديمي، حتى صار السعي وراء تحقيق الجودة في المؤسسات

التعليمية مطلباً ضرورياً، يستلزم وضع مؤشرات ومعايير لها، يمكن استخدامها في الحكم على مستوى الجودة في هذا النمط من التعليم من أجل تحسينه وتطويره (Wright & O'Neill, 2002). وتعد الجودة مهمة لتحسين المحصلة النهائية للخدمات، فالجميع يريد تزويد أفضل خدمات ممكنة للمستفيدين من المؤسسة والوصول إلى أحسن النتائج لهم، كما أنها مهمة لزيادة حوافز العاملين في المؤسسة، فكل إنسان بحاجة إلى أن يشعر بأنه يعمل في مؤسسة تتمتع بالسمعة الحسنة، وعليه العمل بجد حتى لا يجعل هذه المؤسسة تخسر سمعتها الحسنة. وكذلك تعد الجودة مهمة لجعل الخدمات التي تقدم أكثر فعالية، فشعور المستفيدين بالرضا أو عدم الرضا يعتمد كلياً على جودة الخدمات وتجاربهم ذات العلاقة. وأخيراً تعد أيضاً مهمة لتقليل الأخطاء والمضاعفات والشكاوي، لأن هذه الشكاوي والمضاعفات تستخدم كمؤشرات لقياس جودة الخدمات سواء كانت جيدة أو سيئة، وبتخفيض نسبة حدوث هذه المشاكل، فهذه يعني استثمار الجهد في تحسين جودة الخدمات المقدمة (Warn & Tranter, 2001: 191).

## (2-2): الخدمة التعليمية وجودة الخدمة التعليمية

عرفت الخدمة بأنها أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر وتكون أساساً غير ملموسة، ولا تنتج عنها أية ملكية، وإن إنتاجها وتقديمها قد يكون مرتبطاً بمنتج مادي ملموس أو لا يكون (الضمور، 2005: 18). وعرفت بأنها منتج غير ملموس يقدم فوائد ومنافع مباشرة للعميل كنتيجة لتطبيق أو استخدام جهد أو طاقة بشرية أو آلية فيه على أشخاص أو أشياء معينة ومحددة والخدمة لا يمكن حيازتها أو إستهلاكها مادياً (أبو رمان؛ والديوه جي، 2000: 4). وأشار إليها (العجارمة، 2005: 20) نشاط يرافقه عدد من العناصر غير الملموسة والتي تتضمن بعض التفاعل مع الزبائن أو مع خاصية الحيازة، وليس نتيجة لانتقالها للمالك. مما سبق، يلاحظ بأن الخدمة عبارة عن نشاط إنساني يتم من خلال تقديم منافع، بحيث يكون هذا النشاط غير ملموس لا يتم حيازته وإملاكه.

تشكل الجودة عاملاً أساسياً لنجاح المنظمات، وذلك لما لها من دور في استغلال الموارد وتحقيق موقع تنافسي في السوق مبتعدة في ذلك عن خسارة الزبون وما يتبعه من

تكلفة ، فضلا عن تكلفة تقديم الخدمة مرة أخرى أو ما يسمى بالتعويضات التي تتحملها المؤسسة نتيجة الفشل في تطبيق إستراتيجية الجودة كمنهج عمل مع المستفيدين. فالتنافس على جودة الخدمات لضمان تلبية احتياج المستفيدين لابد وأن يكون أمراً صعباً وشاقاً، نتيجة لما تتصف به هذه الخدمات من خصائص، مما يجعل الأمر أكثر صعوبة عند تحديد معايير ومقاييس واضحة لتحقيق جودة الخدمات وبما يتناسب وبشكل كبير مع حاجات المستفيدين، إلا أنه قد يكون من السهل تحقيق مستوى ثابت من الجودة في مجال السلع والبضائع نتيجة السهولة في استحداث صيغة عمل ثابتة توجه أداء المنتج في اتجاه محدد ومن ثم تصنيع هذا المنتج في شكل متناسق وثابت، مما يضمن تحقيق الجودة وبمستويات عالية، إلا أن هذا الحديث لا ينطبق إلى حد كبير نسبياً على الكثير من الخدمات (Warn & Tranter, 2001: 191).

بدء الاهتمام بجودة الخدمة بعد أن وصف بعض الباحثين الجودة بمدى خدمة المنتج لأغراض المستخدم بنجاح وذلك في مفهومه الواسع النطاق للجودة "الموائمة للاستخدام" فيما أضاف باحث آخر الخدمة إلى مفهوم الجودة عداً جودة السلعة والخدمة توليفة كلية لخصائص هندسة، وتصنيع، وتسويق، وصيانة السلعة والخدمة أثناء الاستخدام، وبما يلبي توقعات الزبون (Reeves & Bednar, 1994:424-425).

وقد تنامي الاهتمام بمفهوم جودة الخدمة في منظمات صناعة السلعة، كمرتكز أساسي في بناء ميزة تنافسية مستدامة يصعب مضاهاتها تساهم في نجاح، ونمو، وبقاء المنظمات. ثم ازداد تركيز ذلك الاهتمام في العقدين الأخيرين على أهمية الجودة في قطاع الخدمة تحديداً، ومع اختلاف وتعدد مفاهيم جودة السلعة، تزداد صعوبة تحديد مفهوم جودة الخدمة باختلاف الأفراد، والوقت، والموقف. ويعزى ذلك إلى طبيعة خصائص الخدمة، ومن أهمها الزوال Perishability لعدم إمكانية تخزينها، واللاملموسية Intangible إذ لا ينتج عنها تملك شيء، ولا تنتقل حيازتها، كذلك عدم الانفصال Inseparability الخدمة عن مقدمها كونها تقدم وتستهلك في الوقت ذاته، ومن ثم التباين Variability أو عدم التجانس Heterogeneity لاعتماد الخدمة على من يقدمها. وكونها غير معيارية تزداد صعوبة قياس جودتها. لا سيما وأن الزبون يشكل جزءاً أساسياً من عملية إنتاج وتقديم ومن ثم تقييم تلك الجودة. ويعد

الطالب عميلاً طويلاً الأمد في عملية التعليم ، كونه مدخلاً إليها ومخرجاً منها، يشارك بفاعلية في تصميم وإنتاج منتج المنظمة التعليمية ممثلاً بالخدمة التعليمية ( Wright & O'Neill, 2002: 25).

هذا وقد اختلفت تعريفات الجودة باختلاف آراء الكثير من الباحثين والكتاب، إذ تناول الباحثون في دراستهم موضوع الجودة وناقشوه وعالجوه الكثير، وهذا أدى إلى تنوع وتعدد التعريفات الخاصة بهذا المفهوم. ومن أشهر تعريفات الجودة هو تعريف الجمعية الأمريكية للجودة. كما عرفت بأنها هي الحالة المتحركة أو الديناميكية المتغيرة والمتعلقة بالخدمات والمنتجات والأفراد والعمليات والبيئة لغرض سد حاجة أو مواجهة متطلبات متوقعة (Bonser, 1999:507).

حيث عرفها البعض بأنها الأداء بالمستوى الذي يتوقعه العملاء (إبراهيم، 2007). والبعض الآخر عرفها بأنها تلبية احتياجات ومتطلبات الزبون منذ اللحظة الأولى وفي كل الأوقات، وأنها تقديم السلع والخدمات لتلبية احتياجات وتوقعات العملاء بحيث تتوافق معها توافقاً متناسقاً ومنسجماً (أدريس، والمرسي، 1993). وهنا تبرز أهمية الأنظمة الداخلية (إدارة المنظمة) والخارجية (المستفيدين) والتي إذا ما استخدمت معاً بالشكل الصحيح، فإن من شأنها أن تحدد وتعين الفرص التنافسية والحالات المتأثرة بها، وكذلك فإنها تقدم اتجاهات صحيحة ومثمرة للعمل فالأنظمة الخارجية تحدد المعايير القياسية التي تهم الزبون فعلياً فضلاً عن أفكار الزبون وملاحظاته عن المستوى النسبي لأداء المنظمة بالنسبة لتلك المعايير وأن هذا المنهج الخارجي يعتمد في أساسه على فكرة الجودة النسبية الملموسة لدى الزبون ويقاس هذا المنهج الجودة على أساس كونها تمثل قدرة هذه المنظمات في تلبية احتياجات الزبون و إشباعها بشكل أفضل من المنافسين، أما النظام الداخلي فإنه يؤسس التوجه نحو تلبية المعايير القياسية للخدمة والالتزام بالمواصفات التي تضعها الهيئة الإدارية (إدريس، والمرسي، 1995). فالمنهج الداخلي للمنظمات مثلاً يكون من خلال التزام هذه المنظمات بالمواصفات

والمقاييس وحسب تعريف الجودة "التطابق مع المواصفات" التي تحددها مواصفات المنظمات العالمية. إذ أن هذه الأجزاء والفقرات الأساس والملموسة مادياً والخاضعة للمعايير القياسية نسبياً تسمح بتقييم الجودة من خلال معرفة مدى تلبيتها للمواصفات القياسية الموضوعية، وعليه فإن هناك الكثير من الخصائص تنقاد إلى تعريف المطابقة مع المواصفات، ومن ثم يمكن قياس وتعزيز مدى تلبية هذه المواصفات بدون معرفة المستفيد نسبياً وبعيداً عنه. أما المنهج القائم على تحديد الجودة من وجهة نظر المستفيدين (المنهج الخارجي) فيعتمد على تلبية توقعات المستفيدين وطلباتهم وحسب تعريف الجودة " المدى الذي يمكن أن تصل إليه جودة الخدمة في تلبية توقعات المستفيدين أو التفوق عليها". إن هذا التعريف يعطي مجالاً واسعاً للمنافسة بين المنظمات أكثر من التعريف السابق؛ ذلك لأن توقعات العملاء والتفوق عليها تعد بحد ذاتها تعريفاً يتركز تركيزاً خارجياً على الجودة (إدريس، 1996).

أن تطوير التعليم العالي أصبح مسألة تحظى باهتمام بالغ من جميع دول العالم وحتى الدول المتقدمة وأصبح التعليم وتطويره الشغل الشاغل للولايات المتحدة الأمريكية منذ صدور التقرير الشهير بعنوان (أمة في خطر) وكذلك الأمر بالنسبة للأحزاب في بريطانيا التي ترفع شعار إصلاح وتطوير التعليم عندما تخوض الانتخابات، وكذلك الحال في ألمانيا واليابان ولا شك أننا في عالمنا العربي بحاجة لإصلاح أنظمة التعليم وتطويرها والتحدي الراهن والمستقبلي لإصلاح وتطوير التعليم في العالم العربي يتطلب قدره غير مسبوقه للتعامل معه ويتطلب ذلك دراسة وضع أعضاء هيئة التدريس وإمكانية تطوير مهاراتهم ومعلوماتهم، ووضع المناهج، ومدى مناسبتها مع الاتجاهات الحديثة في الحقول المعرفية التي تنتمي إليها هذه المناهج وحاجة سوق العمل وكذلك دراسة وضع الطلاب ومدى تفاعلهم مع التطور الحادث مهارياً ومعلوماتياً. وهذا يتطلب الإهتمام بالجودة وضمانها كآلية لتحقيق الأهداف التعليمية والتطويرية الشاملة في قطاع التعليم العالي. ووردت (الرشيد، 1995: 4) بأنها ترجمة احتياجات توقعات الطلبة إلى خصائص محددة تكون أساساً في تعليمهم وتدريبهم لتعميم

الخدمة التعليمية وصياغتها بأهداف بما يوافق تطلعات الطلبة المتوقع أو هي الوفاء بمتطلبات العمل التربوي وبتوقعات الطلبة وأطراف معينين آخرين.

وبين (مصطفى والأنصاري، 2002: 20) أن أهم متطلبات تطبيق الجودة في المنظمات

التعليمية تتمثل في:

1. قناعة ودعم وتأييد الإدارة العليا لأدارة الجودة الشاملة.
2. تبني الإدارة والعاملين فلسفة إدارة الجودة الشاملة وتعاونهما في تطبيقها.
3. وجود أهداف محددة مشتقة من احتياجات الفئات المستهدفة وسعي الإدارة والعاملينمعا لتحقيقها.
4. منح العاملين الثقة وتشجيعهم على أداء العمل وتقدير المتميز منهم دون التدخل في كل كبيرة وصغيرة.
5. الابتعاد كلياً عن سياسة التخويف والترهيب.

وحدد (فتحي وزيدان، 2004: 89-99) أن تطبيق الجودة في الجامعات يتطلب:

1. رسم سياسة الجودة وتشمل (من المسؤول على إدارة الجودة وتطبيقها) كيف يتم مراقبة ومراجعة نظام إدارة الجودة الشاملة من جانب الإدارة، تحديد المهام التي يجب أن تتم الإجراءات المحدد لها، كيفية مراقبة تلك الإجراءات، كيفية القيام بالعمل التصحيحي في حالة الإخفاق في الالتزام بالإجراءات.
2. تحديد الإجراءات التي تشمل (التوثيق والتسجيل، تقديم المشورة، تخطيط المناهج وتطويرها، التقويم ، مواد التعليم، اختيار وتعيين الموارد البشرية الأكاديمية الإدارية وتطويرهم.
3. توضيح ونشر تعليمات العمل ويجب أن تكون هذه التعليمات واضحة وقابلة للتطبيق.
4. القدرة على القيام بالعمل التصحيحي ويشمل تصحيح ما تم إغفاله أو عمله بطريقة غير صحيحة.

وحدد (خضير، 2002: 83-84) أن فوائد تطبيق تطبيق الجودة في التعليم العالي

تتضمن:

1. تطوير النظام الإداري في الجامعة نتيجة وضوح الأدوار وتحديد المسؤوليات.
  2. الإرتقاء بمستوى الخدمات التعليمية المقدمة للطلاب التي تنعكس على جوانب شخصياتهم.
  3. زيادة الكفاءة التعليمية ورفع مستوى الأداء لجميع الأكاديميين والإداريين.
  4. الوفاء بمتطلبات الطلاب والمجتمع والبحث العلمي والوصول إلى رضاهم.
  5. توفير جو من التفاهم والتعاون والعلاقات الإنسانية السليمة بين العاملين.
  6. تمكين إدارة الجامعة من حل المشكلات بالطرق العلمية الصحيحة والتعامل معها من خلال الإجراءات التصحيحية والوقائية لمنع حدوثها مستقبلاً.
  7. رفع مستوى الوعي لدى المستفيدين من خدمات الجامعة من خلال إبراز الالتزام بنظام الجودة.
  8. الترابط والتكامل بين جميع الأكاديميين والإداريين في الجامعة والعمل بروح الفريق الواحد.
  9. تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة يمنح الجامعة احتراماً وتقديراً وصورة ذهبية إيجابية.
- استناداً على ذلك، أكد (عبد الرحمن، 2004: 65) على أن جودة التعليم تنقسم إلى عدة مراحل مثلها بالآتي:

**المرحلة الأولى (مرحلة التقييم)**، ويتم بموجبها التعرف على الوضع القائم بالكلية من حيث الإمكانيات المادية والبشرية والطريقة التي يطبق بها النظام التعليمي ونتائج التحصيل العلمي للطلبة ومدى العلاقة بين الكلية والمجتمع وتقييم عناصر العملية التعليمية.

**المرحلة الثانية (مرحلة تطوير وتوثيق نظام الجودة)**، ويتم فيها تطوير النظام من خلال تنفيذ خطة تطويرية شاملة لاستيفاء متطلبات الجودة من خلال إنشاء دليل الجودة وإجراءاتها وتعليمات العمل وخطته من أجل ضمان الحصول على نظام الجودة المطلوب وذلك بالتعاون مع موظفي الكلية ومن ثم اعتماده من الإدارة العليا.

**المرحلة الثالثة (مرحلة تطبيق نظام الجودة)**، يتم تطبيق نظام الجودة في الكليات وأقسامها العلمية وحتى وحداتها الإدارية والفنية، وتقوم الشركة المؤهلة وفريق العمل بإدارة التعليم بالمتابعة والتأكد من تنفيذ وتطبيق إجراءات وتعليمات نظام الجودة.



**المرحلة الرابعة (مرحلة إعداد برامج ومواد التدريب)،** حيث يتم في هذه المرحلة بإعداد مواد التدريب والتعليم لمختلف المستويات الإدارية خلال فترة تطبيق النظام مع توزيع هذه المواد على جميع العاملين في الكلية للإطلاع عليها تمهيداً للتدريب عليها.

**المرحلة الخامسة (مرحلة التدريب)،** ويتم في هذه المرحلة تدريب مجموعة من منتسبي الكلية على نظام الجودة (الأيزو 9002) وتطبيقاته ويقوم هؤلاء بتنفيذ التدريب لاحقاً لبقية العاملين ويركز التدريب على الطريقة المثلى لإجراء المراجعة الداخلية.

**المرحلة السادسة (مرحلة المراجعة الداخلية)،** وتتم عن طريق فريق العمل في الجامعة المطبق بها نظام الجودة، وتهدف المراجعة الداخلية إلى التأكد من قيام جميع الأقسام العلمية من تطبيق متطلبات المواصفة العالمية (الأيزو 9002) تليها المراجعة للتحقق من تطبيق النظام وتفعيله ميدانياً.

**المرحلة السابعة (مرحلة المراجعة الخارجية)،** حيث أن الجهة المانحة للشهادة تقوم بالمراجعة من استيفاء نظام الجودة لمتطلبات المواصفة واكتشاف حالات عدم المطابقة واتخاذ الإجراءات التصحيحية والوقائية لمعالجتها.

**المرحلة الثامنة (مرحلة الترخيص)،** والتي تتم بعد إتمام المراجعة الخارجية من الجهة المانحة للشهادة يتم اتخاذ القرار بشأن منح شهادة الجودة العالمية (الأيزو 9002) في حالة المطابقة التامة للمواصفة.

وفي الدراسة الحالية لجأ الباحث في تحديد الخصائص أو السمات الرئيسية للخدمة الجامعية والمتمثلة بكل من الجودة والتسهيلات بالإعتماد على ( Oliver, 1997, Seth, et..al, ) (2004, Willims, Schnake & Fredenberger, 2005) باعتبار أن الجودة والتسهيلات تعتبر من العوامل المؤثرة في تحقيق أو زيادة رضا الطلبة ورفع سمعة الجامعة والتي نتج عنها زيادة ولاء الطلبة للجامعة.

## (2-2-1): جودة الخدمة التعليمية

أشار (الطائي وقداة، 2003: 275) لجودة التعليم بأنها عبارة عن عملية توثيق البرامج والإجراءات وتطبيق للأنظمة واللوائح والتوجيهات، تهدف إلى تحقيق نقلة نوعية في عملية التعليم والارتقاء بمستوى الطلبة في جميع الجوانب العقلية والجسمية والنفسية والاجتماعية والثقافية، ولا يتحقق ذلك إلا بإتقان الأعمال وحسن إدارتها.

يقصد بجودة التعليم أن يكون التعليم ممتعاً وذو بهجة، وان يكون التدريسي يفظاً باستمرار لجذب انتباه الطالب إلى المناقشة (Tribus, 1991:5-6). ويأخذ مفهوم الجودة عند تطبيقه في التعليم العالي أبعاداً أوسع. وتهتم إدارة الجودة في التعليم بتحسين عمليات كل من التدريس Teaching والتعليم Learning. ويحدث الأول عند توضيح التدريسي كيفية حل المشكلة إلى الطالب. فيما يحدث الثاني عندما يتعلم الطالب كيفية حل تلك المشكلة (Tribus, 1991:7). وقد تمّ تحديد أربع مشاكل معوقة في التعليم وهي: عدم التأكيد المناسب على المواضيع الأكاديمية، ونقص في المعايير، والتدريس الضعيف، وغياب القيادة (Goldberg & Cole, 2002:9). في حين أشار أحد الباحثين إلى ربط مفاهيم إدارة الجودة في التعليم بين العملية ومخرجاتها، وذلك بعد تشخيص جانب التصميم كسبب رئيس للإخفاقات في التعليم، وعد إدارة الجودة العملية النظامية المثالية لإدارة التغيير في التعليم (Goldberg & Cole, 2002: 9). ويرى دونالد كرامب أن الجودة ليست كلاماً يقال ولكن ما نفعله، وأن العنصر الرئيسي في تعريفها يكمن في خدمة العملاء (الطلبة) فالجودة لا تشتق من حجم المنح والميزانيات،

ومعدلات أعضاء هيئة التدريس للطلاب، وعدد المجلدات في المنظمة، وروعة الأبنية والمرافق في الجامعة فحسب، بل من الاهتمام بخدمة حاجات العملاء (الطلبة) سواء كانوا من داخلها أو من خارجها في المجتمع المحيط بها ويعتقد أن الجودة يمكن قياسها. ولقد وضع أستن Austin معيارين لتعريف الجودة وبخاصة في التعليم العالي، المعيار الأول: يرى أن مفهوم الجودة في التعليم العالي يجب أن يركز على سمعة وشهرة المؤسسة أو مصادرها، فعلى سبيل المثال المؤسسة التي لديها تسهيلات أفضل غالباً ما تكون جيدة، أما المعيار الثاني فيعتقد أن تعريف الجودة في التربية يجب أن يعزز ويقوى عن طريق تطبيق فلسفة تحسين الجودة (زيدان، 1998).

ولقد ارتبط المفهوم التقليدي لجودة التعليم الجامعي بعمليات الفحص والرفض والتركيز على الاختبارات النهائية دون مراجعة القدرات والمهارات الإدراكية والحركية والمنطقية والتحليلية والسلوكية، لذلك تحول هذا المفهوم التقليدي للجودة في التعليم العالي إلى مفهوم توكيد جودة التعليم العالي والذي يستند بالدرجة الأولى على ضرورة اختيار معدلات نمطية للأداء وبناء منظومات لإدارة الجودة للتعليم العالي، ومع صعوبات التطبيق ظهرت أهمية بالغة لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي والتي تحتاج مشاركة من الجميع لضمان البقاء والاستمرارية لمؤسسات التعليم العالي وهو أسلوب لتحسين الأداء بكفاءة أفضل (النجار، 2000: 73).

فجودة التعليم العالي تعني مقدرة مجموع خصائص ومميزات المنتج التعليمي على تلبية متطلبات الطالب، وسوق العمل والمجتمع وكافة الجهات الداخلية والخارجية المنتفعة، إننا نعرف جيداً أن تحقيق جودة التعليم يتطلب توجيه كل الموارد البشرية والسياسات والنظم والمناهج والعمليات والبنية التحتية من أجل خلق ظروف مواتية للابتكار والإبداع في ضمان تلبية المنتج التعليمي للمتطلبات التي تهيبها الطالب لبلوغ المستوى الذي نسعى جميعاً لبلوغه (الجسر، 2004: 2).

إن ثقافة الجودة وبرامجها تؤدي إلى اشتراك كل فرد وإدارة ووحدة علمية وطالب وعضو هيئة تدريس ليصبح جزءاً من هذا البرنامج، وبالتالي فإن الجودة هي القوة الدافعة

المطلوبة لدفع نظام التعليم الجامعي بشكل فعال ليحقق أهدافه ورسائله المنوطة به من قبل المجتمع والأطراف العديدة ذات الاهتمام بالتعليم الجامعي (Jones, 2003: 224).

إن الاتجاهات الحديثة في قياس وإدارة الجودة تعمل على تفتيح النظرة والعمل على قياس مخرجات التعليم الجامعي المتمثلة في توافر خصائص اتجاهية ومعرفية ومهارية وسلوكية في الخريجين فحسب، بل يمتد قياس جودة الخدمة إلى جودة عناصر تقديم الخدمة التعليمية على مستوى البكالوريوس، ولقد قامت وزارة التعليم العالي البريطانية بتشكيل لجنة دائمة لتقييم جودة تلك العناصر على مستوى الدرجة الجامعية الأولى في الجامعات البريطانية في عام 1992، كما انشأ مجلس أعلى لتقييم جودة الدراسة في مرحلة البكالوريوس في الجامعات الأمريكية في عام 1995. ولقد اتفقت اللجنتان في اجتماع مشترك عقد بين ممثليهم في أكتوبر 1995 في جامعة ستانفورد على المعايير الواجب إتباعها لتقييم جودة الخدمة وجاءت هذه العناصر ومعايير تقييمها كما هو موضح في الجدول (2 - 1) ( Srikanthan &

(Dalrymple, 2002: 215-221).

جدول (2 - 1) معايير تقييم جودة الخدمة التعليمية

العنصر	نواحي الجودة
المنهج العلمي	- درجة تغطية الموضوعات الأساسية. - التناسب مع قدرة استيعاب الطالب في هذه المرحلة. - الارتباط بالواقع العملي. - الإلمام بالمعارف الأساسية. - إعداد الطالب لعصر العولمة من خلال تعلم لغة أجنبية.

<ul style="list-style-type: none"> <li>- درجة المستوى العلمي والموثوقية.</li> <li>- شكل وأسلوب إخراج المرجع العلمي.</li> <li>- وقت توافر المرجع العلمي.</li> <li>- سعر المرجع العلمي.</li> <li>- امتداد الاستفادة من المرجع العلمي.</li> <li>- أصالة المادة العلمية.</li> <li>- نوع الاتجاهات التي ينمىها المرجع العلمي.</li> </ul>	<b>المرجع العلمي</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- المستوى العلمي والخلفية المعرفية.</li> <li>- إدراك احتياجات الطلاب.</li> <li>- الانتظام في العملية التعليمية.</li> <li>- الالتزام بالمنهج العلمي.</li> <li>- تقليل التغذية الراجعة.</li> <li>- العمل على تنمية المهارات الفكرية التنافسية.</li> <li>- تنمية الحس الوطني والوازع الأخلاقي.</li> <li>- الهدف من أسلوب التدريس المستخدم.</li> <li>- تنمية الاتجاه التحليلي.</li> <li>- تنمية النظرة المتعمقة.</li> <li>- درجة التفاعل الشخصي.</li> <li>- الوعي بدور القدرة العلمية والخلقية.</li> </ul>	<b>أعضاء هيئة التدريس</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- درجة الموضوعية والاتساق.</li> <li>- درجة الموثوقية والشمول.</li> <li>- عدم التركيز على التلقين.</li> <li>- التركيز على القدرة التحليلية.</li> <li>- التركيز على التفكير الإبتقادي.</li> </ul>	<b>أسلوب التقييم</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- توافر المعلومات اللازمة لتشغيل وإدارة النظام.</li> <li>- التوجه نحو سوق العمل.</li> <li>- المناخ الجيد لممارسة الأنشطة الرياضية والفنية.</li> <li>- كفاءة وفعالية النظام الإداري.</li> <li>- تلقي الشكاوى والتعامل معها.</li> </ul>	<b>النظام الإداري</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- تناسبها مع طبيعة العملية التعليمية.</li> <li>- تنمية وإشباع الناحية الجمالية.</li> </ul>	<b>التسهيلات المادية</b>

Source: Srikanthan, G & Dalrymple, John F, (2002), "Developing a Holistic Model for Quality in Higher Education", **Quality in Higher Education**, Vol. 8, No. 3: 215-224

## (2-2-2): التسهيلات

وتتضمن كل من الخدمات والتسهيلات والنشاطات الاجتماعية والتسهيلات التكنولوجية، وتشمل التسهيلات في الجامعات تقديم الخدمات في المجالات الاجتماعية والصحية والتعليمية، وتلعب هذه التسهيلات دوراً مهماً في تقدم الجامعة وتطورها، بالإضافة إلى أثرها الإيجابي على الطلبة وعلى تحصيلهم الأكاديمي، كما يؤثر وجود هذه التسهيلات أو عدم وجودها على رضا الطلبة وولائهم للجامعة، وينبغي الحرص على متابعة تقديم هذه التسهيلات والخدمات وتطويرها بما يتلاءم مع احتياجات الطلبة، وعلى نحو تحقق فيه هذه التسهيلات الفائدة المرجوة لكل من الجامعة والطلبة (Aktin, 2009).

ومن الأمثلة على التسهيلات التعليمية التي يحقق وجودها الكثير من الفائدة خدمات الانترنت، والمنظمة التي تشمل قاعات المناقشات، وقاعة استخدام الحاسوب، وغيرها، بالإضافة إلى وجود المختبرات والغرف الدراسية المجهزة بكافة الأدوات التعليمية اللازمة. وتعد العيادات الطبية مثالا على الخدمات الصحية، أما بالنسبة للخدمات الاجتماعية فتشمل المطاعم، ووسائل النقل (Forsythe, 2000).

ومن التسهيلات أيضا النشاطات الاجتماعية فتشتمل على تنظيم الرحلات الترفيهية والميدانية، إقامة المعارض والندوات وحضورها، واستقبال الوفود، بالإضافة إلى الزيارات الرسمية وكل ما له علاقة بتنمية قدرات الطالب واستغلال مهاراته، والتأثير بشكل إيجابي على رضاه وولائه للجامعة (Luhman, 1995).

كما وتلعب النشاطات الاجتماعية دورا مهما في تنمية مهارات الطلبة واستغلال قدراتهم وإمكاناتهم ووقتهم، بالإضافة إلى ما توفره من ترفيه للطلبة مما يؤدي إلى ارتفاع درجة رضا الطالب وولائه للجامعة، وتشمل هذه النشاطات، تنظيم الرحلات، والزيارات الرسمية، وإقامة معارض وندوات وحضورها، واستقبال الوفود من الخارج، بالإضافة إلى القيام بالأعمال التطوعية، كزيارة دار الأيتام، وكبار السن، وتنظيم رحلات ميدانية للتعرف على القضايا والمشاكل المحلية في كافة المناطق (Luhman, 1995).

كما وتعتبر تكنولوجيا المعلومات من التسهيلات وتعني كل ما يستخدم في مجال التعليم من تقنية معلوماتية، كاستخدام الحاسب الآلي وشبكاتة المحلية والعالمية (الإنترنت) وذلك بهدف تخزين ومعالجة واسترجاع المعلومات كل وقت وفي أي وقت. وعلى هذا تكون تكنولوجيا المعلومات في أوسع معانيها تخطيطا، وإعدادا، وتطويرا، وتنفيذا، وتقويما كاملا للعملية التعليمية من مختلف جوانبها، ومن خلال وسائل تقنية متنوعة تعمل جميعها بشكل منسجم مع العناصر البشرية لتحقيق أهداف التعليم (شاهين، 2000).

ظهرت تكنولوجيا المعلومات بسبب أن العملية التربوية تواجه في النصف الثاني من القرن العشرين عدة ضغوطات وتحديات. فالتفجر المعرفي والانفجار السكاني وثورة

المواصلات والاتصالات والثورة التكنولوجية وما يترتب عليها من سرعة انتقال المعرفة، كلها عوامل تضغط على المؤسسة التربوية من أجل مزيد من الفعالية والاستحداث والتجديد لمجاراة هذه التغيرات. ولقد لجأت دول العالم إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات بدرجات متفاوتة لمواجهة هذه الضغوط والتحديات (الكلوب، 1999).

ويمكن تلخيص دور تكنولوجيا المعرفة لمواجهة هذه الضغوط والتحديات بما يلي (الطيبي، 1991: 44-46):

1. لقد رافق الزيادة المضطردة في عدد السكان خاصة العالم الثالث إقبال شديد على التعليم، وزيادة عدد الطلبة، فلم تكن المؤسسة التربوية قادرة على توفير الأبنية والمرافق والتجهيزات اللازمة، فساهمت تقنيات التعليم من خلال الإفادة من الامكانيات التي تقدمها وسائل الاتصال الجماهيري في تقديم حلول لهذه المشكلة بتعليم المجموعات الكبيرة.
2. أمكن التغلب على مشكلة النقص في أعداد المدرسين وخاصة ذوي الكفاءة باستخدام الدائرة التلفازية المغلقة في التعليم.
3. لم يعد التعليم محتكراً على أبناء طبقة دون أخرى أو على مؤسسة دون غيرها، فأصبح التعليم مفتوحاً أمام فئات من الناس لا تتمكن من الالتحاق بالدراسة النظامية كالمعوقين وربات البيوت وأصحاب المهن وغير المتفرغين من الطلبة وسكان المناطق النائية والأرياف.
4. أثر استخدام وسائل الاتصال والتقنيات الحديثة في تطوير برامج التعليم المستمر والتعليم المفتوح.
5. تقدم تقنيات التعليم خدمات هامة وأساسية للتربية العملية لتحسين التدريس، وفي برامج التدريب المهني، من استخدام أسلوب التعليم المصغر ومن خلال الاستعانة بأشرطة الفيديو واستخدام المحاكاة لتحسين الأداء العملي للطلاب.
6. تغير دور المعلم والطلاب من خلال تطبيق المنحى النظامي لتقنيات التعليم، حيث أصبح الطالب محور التركيز في العملية التعليمية، ولم يعد دور المعلم قاصر على نقل المعلومات والتلقين، وأصبحت العملية التعليمية التعليمية تشاركية بين الطالب والمعلم.

7. وفرت تقنيات التعليم بدائل وأساليب تعليمية متعددة كالتعليم المبرمج، والكمبيوتر التعليمي مما أتاح للمتعلم فرصة التعليم الذاتي، والتغذية الراجعة.
  8. وفرت تقنيات التعليم إمكانات جيدة لتطوير المناهج والكتب وأساليب التعليم.
  9. لعبت تقنيات التعليم دورا مميذا في استيعاب ما نم عن الثورة المعرفية.
  10. وفرت تقنيات التعليم شكليات مصغرة وأوعية متعددة لحفظ المعلومات.
- وبهذا يمكن القول إن تقنيات التعليم تلعب دورا كبيرا في (Tam, 2001: 49):

1. تحسين نوعية التعليم والوصول به إلى درجة الإتقان.
2. تحقيق الأهداف التعليمية بوقت وإمكانات أقل.
3. زيادة العائد من عملية التعليم.
4. خفض تكاليف التعليم دون تأثير على نوعيته.

## (2-3): رضا الطلبة

الرضا هو الشعور بالسعادة والابتهاج الذي يحصل عليهما الإنسان نتيجة إشباع حاجة أو رغبة عنده، فالإشباع في مجال الأعمال والخدمات، كرضا المستهلك هو ما يحققه من منفعة من خلال استهلاكه لسلعة ما أو انتفاعه من خدمة ما. ويمكن أن يعرف رضا الزبون بأنه درجة إدراكه لمدى فاعلية المنظمة، في تقديم المنتجات أو الخدمات التي تلبي توقعاته و حاجاته. فالرضا هو دالة على الأداء المدرك والمتوقع من قبل الزبون، ففي حالة عجز الأداء عن المتوقع فإن الزبون يكون في حالة عدم السرور أو الاستياء، وفي حالة تطابق الأداء مع



المتوقع فإن الزبون سيشعر بالسعادة والرضا، أما في الحالة التي يتجاوز فيها الأداء ما هو متوقع من قبل الزبون، فإن الزبون يتحول من الرضا إلى الولاء للمنظمة، وسيرتبط ارتباطاً وثيقاً بها، وهي الحالة التي تبحث عنها منظمات القرن الحادي والعشرين. وعليه يمكن صياغة درجات الرضا حسب المعادلات الآتية: (Kotler, 2001: 36)

الأداء < المتوقع والسعادة ← الإرتباط الوثيق والولاء للمنظمة.  
الأداء = المتوقع والرضا ← ويمكن ترتيبه في ثلاث درجات ضعيف؛ ومقبول؛  
وجيد  
الأداء > المتوقع والإستياء ← البحث عن بديل آخر.

إن قياس رضا الطلبة أمر استراتيجي بالنسبة للجامعات، لأنه شبيه بحساب الأرباح والخسائر للمؤسسات، فإذا كان معدل الرضا.

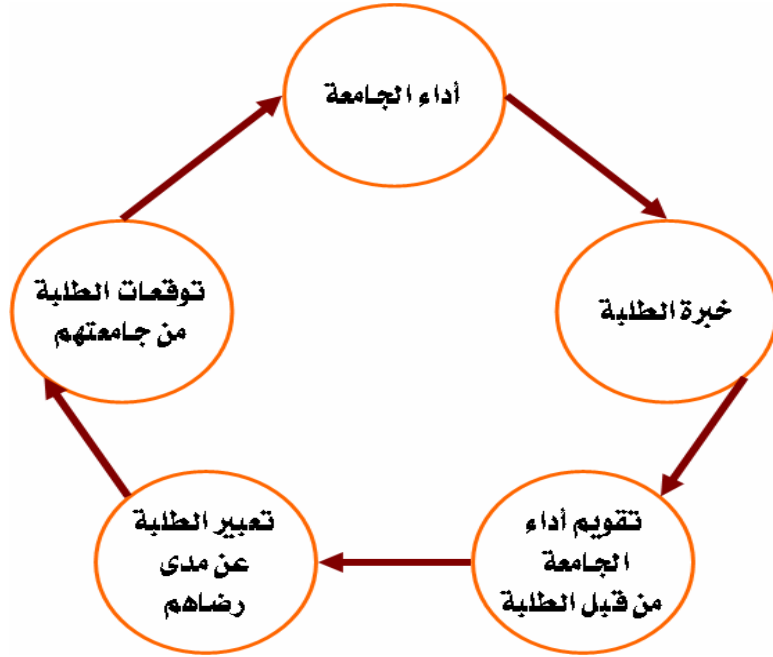
■ أعلى مما يتوقعه الطالب، وهي حالة نادرة، فإن الجامعة تكون في حالة ربح متفوق، لأن الجامعة حققت أهدافها بإكساب الطالب المعارف والقيم والمهارات المستهدفة، وسيكون الطالب مسروراً ومبتهجاً بتحصيله العلمي وحياته المهنية، ويتحدث عن الجامعة بشكل إيجابي.

■ أقل من المتوقع، فإن الجامعة في حالة خسارة، لأن الجامعة لم تحقق أهدافها ولا توقعات الطالب، وقد ينسحب الطالب من الدراسة، أو ينتقل إلى جامعة أخرى، أو يبقى في الجامعة يتعامل معها بشكل سلبي.

■ مساوي لما يتوقعه الطالب، فالجامعة في حالة استقرار وربح معتدل، نتيجة الاحتمال الكبير لاستمرارية دراسة الطلبة، ويجب عليها المحافظة على هذا الرضا المقبول، وأن تطمح للوصول إلى الرضا المتفوق.

والشكل (2 - 1) يوضح الإطار المنطقي لآلية عمل نظام رضا الطلبة.

الشكل (2 - 1) الإطار المنطقي لآلية عمل نظام رضا الطلبة



المصدر: التقي، وآخرون، (2008)، "انطباعات الطلبة عن جودة الخدمة في جامعة الكويت والتعليم التطبيقي والجامعات الخاصة، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 36، العدد 3.

يقصد برضا الطالب اقتناعه بجودة الخدمات التعليمية المقدمة له في البيئة الجامعية، وثقته بها وتفاعله معها واستجابته لها على الوجه الذي يحقق الكثير من النتائج والإيجابيات، على المستوى الأكاديمي والنفسي، كما يمكن أن تعني توقعات الطالب حول شكل ونوع وجودة الخدمات التعليمية التي سيحظى بها في الجامعة، حيث يملك الطالب قبل دخوله للجامعة العديد من التصورات التي يتوقع رؤيتها حقيقة في الجامعة، وبالتالي فإن عدم تحقيق تصوراتته قد يؤدي إلى إصابته بالخيبة التي ستؤثر تلقائياً على تفاعله وعلى تحصيله وعلى مستواه الأكاديمي، أما في حين كانت الخدمات الجامعية المتوفرة متوافقة إلى حد ما مع تصورات الطالب وتوقعاته فإنه سيشعر بالرضا وسينعكس رضاه على تفاعله الجامعي وتحصيله الأكاديمي (Astin, 1993). والجدير بالذكر أن رضا الطالب يعد من أهم العوامل التي تقيس وتقيم تطوره ونموه الأكاديمي، والتي تقيم أيضاً مستوى الجامعة ومستوى الخدمات المقدمة فيها.

وتختلف معايير رضا الطالب من جامعة لأخرى ومن طالب لآخر ومن نمط تعليمي لنمط تعليمي آخر، حيث أن الرضا عند بعض الطلبة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالنمط التعليمي، فالبعض يفضل النمط التعليمي التقليدي، ويشعر بالرضا بشكل أكبر حين يكون هناك تواصل مباشر بين الطالب ومعلمه، بينما يتحقق الرضا عند طلبة آخرين بتطبيق التعليم الإلكتروني. ورضا الطالب يعني تفاعله مع مجموعة عوامل أهمها الجامعة ككل، وكليته، ومواده، والأدوات التعليمية المستخدمة، وعضو هيئة التدريس والطلبة الآخرين ( Bolliger & Martindale, 2004). ونظراً لأهمية رضا الطالب ينبغي على الجامعات الحرص والعمل لتحقيق هذا الرضا، وذلك لتتمكن الجامعة من اكتساب أكبر عدد من الطلبة والمحافظة على وجودهم، مما يؤدي إلى تطورها ونموها في مختلف المجالات الأكاديمية. ولهذا فإن قياس رضا الطلبة يحدد بموضوعية مدى إدراك الطلبة لما تقدمه الجامعة من خدمات تعليمية وإدارية، ويفسح المجال أمامها لاتخاذ القرارات المناسبة لإغلاق الفجوة الحاصلة بين إدراك الطلبة لجودة الخدمات وبين واقع الخدمات الحقيقي، فالمعلومات المتأتية من البحوث هي الوقود الفعلي للخيارات المستقبلية.

## (2-4): سمعة الجامعة

تشير السمعة *Reputation* إلى الانطباعات الخارجية عن المنظمة ومستويات أدائها (Dutton, et.al., 1994). وهي تعتبر بعداً من أبعاد صورة المنظمة *Corporate Image* (Mason, 1993). إذ حدد (Levitt, 1965) سمعة المنظمة بأنها مصطلح يتضمن مجموعة الإتجاهات تجاه الخدمات التي تقدمها المنظمة، وهي مجموعة مدركات المستفيدين المتضمنة معرفة الجيد من السيء، الموثوق، المعتمد، حسن السمعة، ويتحلى بالصدق. وقد عرفها (Weigelt & Camerer, 1988) بأنها مجموعة من الإتجاهات الإقتصادية وغير الإقتصادية ترتبط بالمنظمة. وحددها (Yoon, et.al, 1993) بأنها تعكس تاريخ المنظمة لأفعالها السابقة. وبين (Sullivan, 1990) أن

سمعة المنظمة تظهر من خلال الخبرات المباشرة وغير المباشرة والمعلومات المستحصلة من قبل المستفيدين. ويحدد (Fombrun & Shanley, 1990) بأن السمعة يمكن تشكيلها من خلال تجربة المستفيدين بشكل مباشر على المدى البعيد، وأن هذه السمعة يتم الحصول عليها من خلال الأسماء؛ السوق Market؛ المؤسسات Institutional. وأضاف (Rao, 1994) جانب الشرعية Legitimation لذلك وغالبا من خلال شكل من أشكال التأييد، بوصفها وسيلة لتوليد مزيد من السمعة الجيدة.

وتعد السمعة أصلاً غير ملموس وغير قابل للنقل، إذ تعزز هذه السمعة المصادقية (Ganesan, 1994).

أما سمعة الجامعة فهي الصورة الذهنية أو الانطباع الذهني لدى المتعاملين معها عن خدماتها وسياساتها وأنظمتها سواء كانوا من الداعمين، أو المقترضين، أو العاملين، أو العملاء، أو الموردين، أو الحكومة، أو المنافسين أو غير ذلك من المنظمات والأشخاص الذين تتضمنهم البيئة الداخلية والخارجية التي تتعامل فيها المنظمة. وكلما كان رأى هؤلاء الأطراف إيجابياً في تعاملها معهم كلما حرص أطراف التعامل على استمرار العلاقة وتدعيمها والقضاء على السلبيات التي تعوق استمرارها ونموها، أما إذا حدث العكس فإن هذه الأطراف تحاول أن تحقق أكبر استفادة في علاقتها مع المنظمة باعتبار أن كل معاملة معها قد تكون المعاملة الأخيرة ويمثل الوضع الأخير نقطة ضعف خطيرة بالنسبة للمنظمة (Sung & Yang, 2006)، وقد يؤثر ذلك سلباً على المنظمة حيث تنعدم الثقة المتبادلة بينها وبين المجتمع فلا تستطيع الحصول على تمويل لاحتياجاتها، ولا تستطيع ضمان الاستقرار والاستمرار في أوقات الأزمات ويصبح من السهل تحول الداعمين والمستفيدين إلى جهات أخرى إذا كانت الفرصة متاحة.

## (2-5): ولاء الطلبة

يُعبّر عن الولاء لخدمة معين، متجر معين، أو شركة معينة بدرجات مختلفة من الولاء. وقد عُرف بأنه التزام عميق لإعادة الشراء أو لإعادة التعامل مع متجر أو شركة أو لمنهج ما بالرغم من التأثيرات والجهود التسويقية من المنافسين التي لديهم القدرة على تغيير السلوك والتحويل (Kolter & Keller, 2006: 143).

ويعد ولاء العميل الركن الأساسي لنجاح أي منظمة والتكامل مع باقي العناصر الأخرى حيث تعد عملية الاحتفاظ بالعميل من القضايا الصعبة جداً بسبب التغيرات الخاصة ببيولوجية العملاء وسلوكهم، ويستخدم الولاء كإثارة إلى تفضيل العملاء لطلب خدمات منظمه ومحدده دون سواها (Baron, 2003).

ويعبّر (Dowling, 2004: 325) بأن أسهل طريقة لزيادة الولاء هي من خلال زيادة القيمة المدركة، فالقيمة العالية التي يحصل عليها المستفيد تعطي نتائج حسنة مثل المحافظة على وإعادة الإستقطاب للمستفيدين، فالقيمة المدركة تعنى بأن الجهود يجب أن توجه لـ:

- فهم وتعلم حاجات المستفيد المعلنة والضمنية.
- تحسين المنتج - الجودة, المواصفات, .... الخ.
- تقليل التكلفة التي تؤدي إلى تقليل السعر على المستفيد.

وضمن مفهوم الولاء، ينظر الباحثون للولاء على أنه علاقة بين الموقف الشخصي للفرد تجاه المنظمة (ماركة، خدمة، متجر، أو حتى بائع) وسلوك إعادة التعامل. والموقف الشخصي للفرد يحتوي على بعدين، قوة موقف المستفيد ودرجة اختلاف مواقف المستفيد اتجاه الخدمات المنافسة، فالمستفيد ذو الموقف الشخصي العال أو كما يعرف بارتباط عال ودرجة عالية من سلوك إعادة الشراء يطلق عليه ولاء عالي للخدمة. أما المستفيد ذي الارتباط المنخفض ودرجة عالية من إعادة الشراء يسمى ولاء قسري (Dick & Kunal, 1994:99).

إن إدامة الولاء لأغلب العملاء الحاليين قد يكون متناقضاً مع تحسين ربحية الأعمال في السوق، فولاء العملاء يصبح أكثر ربحية مع مرور الوقت. فالمنظمة لا تتجنب فقط التكاليف

العالية المرافقة لاكتساب العميل الجديد، ولكن تكسب المنافع النموذجية بسبب ولاء العملاء حيث (Frederick, 1994: 10-21):

- يتجه العملاء إلى تكثيف مشترياتهم التي تقود إلى قيم عالية وتكاليف توزيعية وبيعية أقل.
- يعطون كلمة منطوقة إيجابية للعملاء الآخرين.
- ربما يكونوا راغبين في دفع أسعار عالية لقيم يدركونها.

ويؤكد (Kuusik, 2007:11) من خلال استعراض مجموعة من الدراسات بأن هناك

اتصالا وثيقا بين رضي المستفيدين وولائهم: فالمستفيدين الراضون يصبحون عملاء موالين والمستفيدين المستاءون ينتقلون إلى بائع آخر. ولكن هنالك عدة عوامل تؤثر على ولاء المستفيد ومنها مظهر المنتج وهو إحدى أكثر العوامل تعقيدا، يؤثر هذا العامل على الولاء على الأقل في طريقتين. أولا، المستفيد قد يستعمل تفضيلاته لتقديم صورته الخاصة. الذي قد يحدث كلا في الضمير والمستوى اللاشعوري. ثانيا، طبقا لنظرية الطبقة الاجتماعية، يميل الناس إلى تصنيف أنفسهم إلى أصناف اجتماعية مختلفة. الذي يؤدي إلى تقييم الأهداف والقيم في مجموعات مختلفة الشركة بالمقارنة بقيم وأهداف المستفيد الخاصة.

ويرى البعض أن ولاء المستفيدين حدد على أساس عادات المستفيد الشرائية فيقال أن هذا العميل يدين بالولاء للمنظمة اذا ما دأب على التعامل معها و على شراء منتجاتها، بالرغم من تقديم المنظمات المنافسة منتجات أفضل و أرخص، و يمكن تقسيم الولاء إلى الأنواع التالية، إذ يقسم الولاء إلى (توفيق، 2007: 24):

- **ولاء الاحتكار**، و ذلك في حال عدم وجود بدائل أمام العميل.
- **الولاء الخامل**، وتعني كسل أو عدم رغبة العميل في البحث عن بديل آخر.
- **ولاء الملائمة**، مثل أن يكون موقع المنظمة قريب من سكن العميل وملائم له.
- **ولاء السعر**، و هو أن يعرف العميل أسعار المنتجات البديلة ويحرص على شراء الأرخص.

▪ **الولاء المحفز**، مستمد من تقديم جوائز للعملاء الأكثر شراء أو ولاء.

▪ **الولاء العاطفي**، وهو الولاء لاسم تجاري معين.

ويؤكد (Seybold, 2007) أن ولاء المستفيد وقيّمته لمدى الحياة معياران أساسيان

يسمحان بتحقيق النجاح في اقتصاد المستفيدين.

ويعد مفهوم ولاء الطلبة تحديدا للسلوك أكثر منه تحديدا كموقف وبشكل عام يمكن تعريف الولاء على أنه تكرار عملية تعامل الطالب مع الجامعة، أو تكرار تردده عليها (العلاق، 2002).

ويتحدد ولاء الطالب على أساس عاداته السلوكية، فيقال إن هذا الطالب يدين بالولاء للجامعة إذ ما دأب على التعامل معها باستمرار.

لقد أعدت غالبية المنظمات المسوقة للخدمات برامج لتطوير الولاء كجزء من أنشطتها لبناء العلاقات مع العملاء وتطويرها، وكما هو الحال لمفهوم التسويق بالعلاقات فقد تباينت وجهات نظر الباحثين في توضيح مفهوم ولاء العملاء (AL-Rubaiee & AL-Nazer, 2010).

## (2-6): الدراسات السابقة العربية والأجنبية

### (2-6-1): الدراسات العربية

- دراسة (الصارمي، وزايد، 2006) بعنوان "مدى رضا طلبة كلية التربية بجامعة السلطان قابوس عن الإشراف الأكاديمي وطبيعة توقعاتهم منه". هدفت إلى التعرف على مدى رضا طلاب كلية التربية عن خدمات الإشراف الأكاديمي المقدمة لهم، وكذلك استطلاع توقعاتهم منها. تكونت عينة الدراسة من (501) طالبا وطالبة مسجلين بكلية التربية، وتم بالإضافة إلى المقياس توجيه مجموعة من الأسئلة لجمع بعض البيانات

الديموغرافية. وقد كشفت نتائج الدراسة أن طلبة كلية التربية غير راضين بدرجة كافية عن الإشراف الأكاديمي، وبينت أيضا أنه مع زيادة عدد مرات مقابلة المشرف يزداد رضا الطلبة عن الإشراف الأكاديمي، وأن الطلبة الذين يتولى الإشراف عليهم أساتذة من داخل الكلية أكثر رضا عن الإشراف الأكاديمي مقارنة بأقرانهم الذين يتولى الإشراف عليهم أساتذة من خارج الكلية. وأظهرت النتائج أيضا أن الطلبة يريدون مشرفين أكاديميين يمتلكون المعرفة بخطط الدراسة وأنظمة الجامعة. كما أظهرت النتائج أيضا أن مع تقدم الطلبة في الدراسة فإنهم يصبحون أقل رضا عن خدمات الإشراف الأكاديمي، وأن الطلبة الذين يشرف عليهم أساتذة عمانيين أكثر رضا عن الإشراف الأكاديمي من الطلبة الذين يشرف عليهم أساتذة من جنسيات أخرى. وأخيرا فقد كشفت النتائج أن طلبة كلية التربية أكثر رضا من أسلوب تعامل المشرفين مقارنة برضاهم عن المعلومات التي يمتلكها أولئك المشرفين.

- دراسة (آل فيحان، 2007) بعنوان "تقييم جودة الخدمة التعليمية باستخدام أداة نشر وظيفة الجودة QFD دراسة تحليلية لآراء طلبة مرحلة الدكتوراه في قسم إدارة الأعمال بكلية الإدارة والاقتصاد في جامعة بغداد". هدفت تقييم جودة الخدمة التعليمية الجامعية العليا ممثلة ببرنامج مرحلة الدكتوراه في قسم إدارة الأعمال - جامعة بغداد، أستاذنا" الى تقييم الزبون (طالب الدكتوراه) لاداء القسم ومنافسه ممثلا" بقسم إدارة الأعمال - الجامعة المستنصرية في تلبية متطلباته الاساسية التي تعكس توقعاته من النظام التعليمي العالي. وقد استخدمت تقانة أداة نشر وظيفة الجودة - QFD - في بناء بيت الجودة حول (13) متطلب مستهدف للطالب حددت أستاذنا" الى مقابلات نوعية معمقة مع الطلبة المتميزين في برنامج الدكتوراه بعد تصميم أستبانة لهذا الغرض، و(12) خاصية جودة (متطلبات فنية) مطلوبة لتلبيتها وذلك اعتمادا" على رأي مجموعة التركيز. وقد نجم عن تحليل وتقييم مستوى العلاقة بين متطلبات الطالب المفضلة والمتطلبات الفنية اللازمة لانجازها، تحديد المجموعة الأقل من خصائص الجودة ذات الأهمية الأعلى في تلبية أكبر ما



يمكن من المتطلبات المتنوعة للطالب، مع تشخيص مناطق التحسين الجوهرية في تلك الخصائص، وهي كل من (استراتيجيات تدريس وتعليم واضحة، والتأكيد على تدريب وتطوير الملاك، ومنهاج دراسي متجدد ومتطور، وملاك تعليمي كفوء) بما يساهم في تجهيز جودة خدمة تعليمية متفوقة.

- دراسة (الغيثي، 2007) بعنوان "مدى تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة في الجامعات الخاصة من وجهة نظر الطلبة في سلطنة عمان". هدفت إلى التعرف على مدى تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة في الجامعات الخاصة من وجهة نظر الطلبة في سلطنة عمان وأثر ذلك على رضا وولاء الطلبة. تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة السنة الثانية والثالثة في جامعة صحار ونزوى وظفار في الفصل الأول للعام الجامعي 2006-2007. والذي بلغ عددهم (2834) طالبا وطالبة بجميع الكليات الإنسانية والعلمية. أما عينة الدراسة فقد بلغت (278) طالبا وطالبة أخذت بطريقة العينة العشوائية الطبقية وبنسبة (10%) من مجتمع الدراسة. وأظهرت نتائج الدراسة أن أعلى تقديرات للطلبة لمدى تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة في الجامعات الخاصة في سلطنة عمان كانت في مجال الخدمات، والحوافز المادية والمعنوية، والإداري، ونظم المعلومات، ورضا الطلبة، كما أن تقديرات الطلبة لمدى تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة في الجامعات الخاصة في سلطنة عمان كانت متوسطة.

- دراسة (عاشور، والعبادلة، 2007) بعنوان "قياس جودة الخدمات التعليمية في الدراسات العليا: حالة برنامج MBA في الجامعة الإسلامية بغزة". هدفت إلى تقييم دور الجامعات الفلسطينية في تقديم خدمات التعليم العالي من خلال دراسة حالة برنامج الماجستير إدارة الأعمال في الجامعة الإسلامية بغزة، وذلك بتطبيق نظرية الفجوة، حيث تقوم مشكلة الدراسة على محاولة تقييم جودة الخدمة التعليمية المقدمة من خلال برنامج

الماجستير، من حيث الفرق ما بين ما يتوقعه الطلبة من خدمة تعليمية وبين ما يتلقونه فعلاً. تم جمع بيانات البحث باستخدام الاستبانة، وتم استخدام أسلوب الحصر الشامل، وقد أمكن جمع خمسين استبانة صالحة للتحليل أي بنسبة 67% من أفراد المجتمع الأصلي. وقد توصلت الدراسة إلى أن الجامعة استطاعت تحقيق 83% من توقعات الطلبة، مما يعني أن هناك مجالاً لتحسين الأداء.

- دراسة (أبو وردة، 2007) بعنوان "نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات

التعليمية بالتطبيق علي مؤسسات التعليم العالي في مصر". هدفت إلى تطوير مقياس يصلح لقياس جودة الخدمة بقطاع التعليم العالي، يسمى مقياس HedPERF. وتتمثل المساهمة الرئيسية لهذا البحث في تحويله إلى مقياس نموذجي يصلح لقياس جودة الخدمة في مؤسسات التعليم في مصر، حيث قامت الباحثة بإجراء بعض التعديلات علي هذا المقياس تبعاً لمستوى ثقافة الطلاب في مؤسسات التعليم العالي في مصر (سواء كانت حكومية أو خاصة)، وتبعاً لنتائج اختبارات الصدق والثبات لهذا المقياس. ولقد أظهرت النتائج درجات عالية من الصلاحية والجودة والكفاءة للمقياس المعدل طبقاً للتقديرات الناتجة من تحليل البيانات، وهذا يشير إلى إمكانية الاعتماد على أداء الأبعاد الأربعة الواردة بالمقياس الذي توصلت إليه الدراسة الحالية في القياس والتنبؤ بجودة الخدمة في مؤسسات التعليم العالي في مصر، وأن أكثر الأبعاد قدرة على تفسير الجودة هو الجوانب الأكاديمية يليها الشهرة أو الصيت ثم الجوانب غير الأكاديمية وأخيراً تسهيلات الوصول.

- دراسة (السعد، ومنهل، 2007) بعنوان "جودة العملية التعليمية الجامعية

ومتطلبات تحسينها: دراسة حالة في جامعة البصرة". هدفت إلى التعرف على متطلبات تحسين العملية الجامعية وانعكاسها على مستوى جودة المخرجات المتوقعة لهذه العملية، أتبع البحث منهج دراسة الحالة، وطور لأغراض الاستقصاء الميداني للواقع الفعلي للعملية التعليمية في جامعة البصرة نموذجاً، تضمن المتطلبات الأساسية لتحسين جودة العملية التعليمية في جامعة البصرة ومكوناتها الفرعية، وقدرت مدى استجابة الجامعة لأي منها على

وفق نسبة مئوية من الاستجابة المثالية للمتطلب، وطبق النموذج على كليات جامعة البصرة البالغة (14) كلية. أظهرت النتائج تباين استجابة الجامعة للمتطلبات، وإن النسبة الأقل جدا من مجموع الكليات (2 كلية) هي التي كانت استجابتها شبه كاملة للمتطلبات، في حين أن معظم الكليات كانت استجابتها نسبية، وقد انعكس المستوى الضعيف للاستجابة على خفض واضح في مستوى جودة المخرجات المستهدفة .

- دراسة (المحاميد، 2008) بعنوان "دور إدارة المعرفة في تحقيق ضمان جودة

التعليم العالي: دراسة تطبيقية في الجامعات الأردنية الخاصة". هدفت إلى بيان أثر تطبيق مفهوم إدارة المعرفة في ضمان الجودة في الجامعات الأردنية الخاصة، بالأعتماد على خصائص الهيئات التدريسية العاملة فيها وخصائص البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في تلك الجامعات، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النشاطات العلمية التي تنجزها الهيئة التدريسية وضمن الجودة في الجامعات الأردنية الخاصة، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الترقيات العلمية (الأستاذ المشارك؛ الأستاذ المساعد) والسعي للحصول عليها من قبل الهيئة التدريسية وضمن الجودة في الجامعات الأردنية الخاصة، وعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الترقيات العلمية (الأستاذ؛ المدرس) والسعي للحصول عليها من قبل الهيئة التدريسية وضمن الجودة في الجامعات الأردنية الخاصة، وعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحوافز والتكريمات التي تحص عليها الهيئات التدريسية وضمن الجودة في الجامعات الأردنية الخاصة.

- دراسة (الربيعة، 2008) بعنوان "عوامل جذب الطلبة الأجانب في استهداف

الجامعة للأسواق الدولية، دراسة تحليلية لاتجاهات الطلبة الوافدين في جامعة البترا". هدفت إلى التعرف على الأسباب الدافعة لاختيار الطلبة الأجانب الجامعة. أجريت الدراسة على (243) طالب وطالبة بمختلف التخصصات والمراحل الدراسية في جامعة البترا. تضمنت الدراسة مرحلتين، الأولى استطلاعية لتحديد أسباب ودوافع اختيار الطلبة

للجامعة، والمرحلة الثانية التحليل الوصفي من خلال استبانة صممت في ضوء نتائج الدراسة الاستطلاعية. كما أشارت الدراسة وجود سبعة عوامل رئيسية لجذب الطلبة في ضوء التحليل العاملي من ضمنها العوامل الخاصة بالبيئة الاجتماعية والتوجهات والنشاطات الاجتماعية الترفيهية.

- دراسة (الحسني، 2009) بعنوان "مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة

حلب عن مستوى الأداء الإداري والأكاديمي لكليتهم: دراسة مسحية". هدفت إلى قياس مستوى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب عن الأداء الإداري والأكاديمي لكليتهم، وقد استخدمت الاستبانة كأداة للقياس على عينة مؤلفة من 290 طالباً وطالبة من السنوات الأربع والدراسات العليا، وقد بينت النتائج أن المستوى العام للرضا عن المجالات العشرة المدروسة كان يتراوح بين الجيد في مجال أداء أعضاء الهيئة التدريسية، ومقبول في مجال البحث العلمي، وضعيف في المجالات الأخرى جميعها، كما بينت النتائج أنه لا توجد فروقات جوهرية في مستوى الرضا تعود إلى المتغيرات الديموغرافية والدراسة، باستثناء بعض الأسئلة المحددة.

- دراسة (الربيعي، 2011) بعنوان " أثر جودة الخدمة التعليمية وجودة الأشراف

على رضا طلبة الدراسات العليا في الجامعات الأردنية الخاصة". هدفت الدراسة الحالية الى التعرف على العلاقة بين جودة الخدمة التعليمية المدركة وجودة الأشراف ورضا طلبة الدراسات العليا في الجامعات الخاصة الأردنية. حيث شملت الدراسة كل من جامعة الشرق الأوسط وجامعة عمان العربية وجامعة جدارا لكونها متخصصة بالدراسات العليا. وتم اعتماد التحليل الإحصائي بالإستعانة بالبرنامج الإحصائي SPSS وإستخدام عدد من الأدوات والإساليب الإحصائية منها تحليل الإنحدار إضافة إلى تحليل المسار Path Analysis بإستخدام برنامج AMOS 7. وقد تم التحقق من صدق و ثبات أداة الدراسة و تأكد الإتساق الداخلي لكافة

المقاييس المعتمدة بالدراسة. و قد بينت نتائج التحليل الإحصائي انخفاض واضح في مستوى جودة الخدمة التعليمية المدركة من قبل طلبة الدراسات العليا في كل من الجامعات الأردنية الخاصة موضوع الدراسة. وان هذا الضعف قد شمل كافة أبعاد جودة الخدمة الخمسة: الملموسية, الموثوقية, التعاطف, الأعمادية والاستجابة. كما أشرت الدراسة ضعف في مستوى جودة الاشراف على الرسائل. الأمر الذي انعكس بشكل واضح في انخفاض مستوى رضا الطلبة المتحقق في هذه الجامعات. وقد بينت الدراسة وجود أثر لكل من جودة الخدمة التعليمية وجودة الأشراف على رضا الطلبة وكذلك وجود أثر لجودة الخدمة التعليمية على جودة الأشراف. وقد أكدت الدراسة الدور الفاعل لجودة الأشراف كوسيط في تعزيز أثر جودة الخدمة التعليمية على الرضا. كما بينت الدراسة ابعاد جودة الخدمة الأكثر تأثيرا في جودة الأشراف و تحقيق رضا الطلبة وهي الأعمادية والاستجابة.

## (2- 6 - 2): الدراسات الاجنبية

- دراسة (Wright, 2000) بعنوان " *Students Evaluation and Consumer Orientation of Universities* " -

هدفت إلى اختبار تقييم الطلبة للمحاضرين لتحديد كيف أن زيادة الاستجابة تؤثر على إيصال الخدمة للمستفيد. تكونت عينة الدراسة من (116) طالب في عدة مدارس متخصصة بإدارة الأعمال. وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر دال إحصائياً لزيادة الاستجابة على إيصال الخدمة للمستفيدين من الخدمات التعليمية.

- دراسة (Widrick, 2002) بعنوان " *Measuring Students Satisfaction at a UK University* " -

هدفت إلى قياس أبعاد الجودة (جودة التصميم، جودة المطابقة، وجودة الأداء) في التعليم العالي. تكونت عينة الدراسة من كافة القيادة العاملة في معهد Rochester Institute of Technology. ناقشت الدراسة العديد من الأمور منها تقييم جودة البحث العلمي: واليات تطوير المنهاج والأدوات اللازمة لذلك. توصلت نتائج الدراسة إلى العديد من النتائج، من

أبرزها أن الاعتماد على أبعاد الجودة الثلاث سابقة الذكر يؤدي إلى تخطيط وتطبيق درجة معاصرة في المعايير بالإضافة إلى تطوير نظام معاصر للعوائد.

- دراسة (Audin, et..al, 2003) بعنوان " *University Quality of Life and Learning* "

."(UNIQoLL): *an approach to student well-being, satisfaction and institutional change*

هدفت إلى تقييم رضا وولاء الطلبة في الجامعات عن جودة الخدمة المقدمة لهم، حيث ركزت الدراسة على وصف المناهج والأدوات التعليمية والأنشطة التي من شأنها أن تعمل على جذب انتباه الطالب وتنمية مهاراته الأكاديمية. وأشارت النتائج إلى أهمية دور كل من الإشراف والتقييم في تطوير الأدوات والأنشطة والمناهج وتوجيهها بما يخدم الطلبة، إذ أن ذلك ينعكس على رضا الطالب وولائه تماما كما ينعكس على تحصيله وأدائه الأكاديمي.

- دراسة (Tan & Kek, 2004) بعنوان " *Service Quality in Higher Education Using an*

*Enhanced SERVQUAL Approach* ". هدفت إلى معرفة مدى تأثير جودة الخدمة على رضا

وولاء الطلبة في الجامعات من خلال تقديم نظرة متقدمة ومعززة لاستخدام منهج سيرفكوال. أجريت الدراسة باستخدام مسح بين تأثير عدد من العوامل على ولاء ورضا الطالب، وتم اختبار المنهج في جامعتين محليتين. وأشارت النتائج إلى أن التحليلات الدقيقة أثبتت ووضحت فائدة المنهج في إثارة انتباه الطلبة ومنحهم قدرا أكبر من الفائدة التي ستعكس على رضاهم وولائهم للخدمات التعليمية المقدمة لهم.

- دراسة (Gudlaugsson, 2005) بعنوان " *The effect of Competition on Expectation,*

*Perception and Loyalty of University students* ". هدفت إلى اختبار فيما إذا كانت للمنافسة

أثر على تصورات الطلبة وتوقعاتهم وولائهم للجامعة، كما هدفت إلى قياس تصورات الطلبة وتوقعاتهم حول جودة الخدمات التعليمية التي يتوقعون وجودها في الجامعة كالمباني، والأنشطة، والأدوات، ومصداقية الخدمات المقدمة. استخدمت الدراسة مسحا شمل (1200) طالبا في جامعة أيسلندا، كما استخدمت مقياس سيرفكوال. وخلصت الدراسة إلى أن

تصورات الطلبة حول جودة ونوعية الخدمات التي يتوقعون وجودها في الجامعة لا تختلف من كلية إلى أخرى، كما أشارت إلى أنه يمكن تعزيز ولاء الطالب ورضاه بتوفير الخدمات التعليمية التي تتناسب مع تصوراته وتوقعاته، إضافة إلى التأكيد على الدور الذي تلعبه المنافسة في تحفيز الخدمات التعليمية ورفع جودتها وبالتالي تحقيق مستويات أعلى لرضا الطالب وولائه.

- دراسة (Douglas, et al, 2006) بعنوان "*The art and science of marketing-marketing*

*for marketing managers*". هدفت إلى تقديم تقرير تلخيصي عن تصميم واستخدام استبيان

لقياس رضا الطلبة في كلية الأعمال والقانون في جامعة Liverpool John Moores. تكونت عينة الدراسة من (100) طالب يدرسون في هذه الكلية. توصلت الدراسة إلى أن هناك العديد من الجوانب المرتبطة بالعملية التعليمية والتعلم، وأن الجوانب الأقل أهمية هي المرتبطة بالجوانب المادية.

- دراسة (Arambewela & Hall, 2008) بعنوان "*A Model of Student Satisfaction:*

*International Postgraduate Students from Asia*". هدفت إلى تقييم العوامل التي تحقق

رضا طلبة الدراسات العليا في الجامعات في أستراليا، كما وهدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تؤثر على اختيار أستراليا كوجهة للدراسة وآراء الطلبة في ذلك، بالإضافة إلى فحص العلاقة بين رضا الطالب وجودة المناهج التعليمية، بالإضافة إلى بيان الإجراءات الإستراتيجية التي ينبغي على الجامعة اتخاذها لتحقيق رضا الطالب وكسب ولاءه. واستخدمت الدراسة مقياس سيرفكوال لتقييم وجهات نظر الطلبة وآرائهم حول العملية التعليمية في الجامعات والمنظمات التعليمية الأخرى. وخلصت الدراسة إلى أن سبب اختيار الجامعات الأسترالية هو أن العديد من طلبة الدراسات العليا ينظرون إلى معظم الجامعات الأسترالية على أنها الصورة المثالية التي تحقق غايات التدريس مقارنة بالجامعات الآسيوية، إضافة إلى أنها تقدم الخدمات التعليمية التي ترضي الطالب وتنمي مهاراته الأكاديمية، كما أشارت الدراسة إلى ضرورة رفع جودة التعليم لغاية تحقيق رضا الطالب. وأظهرت أن

الصعوبات التي تواجه الجامعات في كسب رضا الطالب يتمثل بوجود فجوة بين الجامعات التقليدية القديمة وبين ميول واتجاهات الطلبة الحديثة.

- دراسة (Prsech, et..al, 2008) بعنوان " *The student orientation of a college of* "

*business: an empirical look from the student's perspective* ". هدفت إلى بيان مدى تبني

وتطبيق (Collegiate Student Orientation Scale, CSOS) في كلية الأعمال AACSB. تكونت

الدراسة من (482) مشاركا مقسمين على (270) طالبة و(205) طالب. توصلت نتائج الدراسة

إلى العديد من النتائج، أبرزها: على الرغم من أن النتائج الأولية بينت ملائمة مقياس

(CSOS) إلا أن هناك بعض النتائج النفسية لهذا المقياس من وجهة نظر الآخرين.

- دراسة (Schreiner, 2009) بعنوان " *Linking Student Satisfaction and Retentio* "

هدفت إلى بيان تأثير جودة الخدمة التعليمية على رضا الطالب و ضرورة الاهتمام برضا

الطالب كعنصر أساسي وغاية أساسية من غايات العملية التعليمية، وذلك عن طريق سعي

الجامعة والكليات لتطوير أسس وإجراءات التعليم بما يتناسب مع توقعات الطالب وقدراته

وبالشكل الذي يساعد على تنمية مهارات الطالب و رفع تحصيله الأكاديمي، كما بينت

الدراسة أن الجامعات والكليات لا تنظر إلى رضا الطالب كغاية فحسب وإنما كمعنى للعملية

التعليمية، وقد سعت خطط التعليم العالي إلى توجيه الخدمات التعليمية بما يعمل على

المحافظة على رضا الطالب نظرا لتأثير عامل الرضا على دوافع الطلبة والاحتفاظ بها.

أجريت الدراسة على عينة من الطلبة عددها (27819) طالبا، واشترك في البرنامج (65)

مؤسسة تعليمية لمدة أربع سنوات، وتم استخدام أداتين تحليل لمعرفة واختبار عوامل القدرة

على الاحتفاظ بالطالب.

- دراسة (Frick, et..al, 2009) بعنوان " *College Student Perceptions of Teaching and* "

*Learning Quality* ". هدفت إلى بيان كيف ينظر الطلبة وكيف يتعاملون مع جودة التعليم

والتدريس التي يختبرونها في الجامعات، وأثر ذلك على ولائهم. وأجريت الدراسة بتطوير



مسحا إلكترونيا يحتوي تقييما لستة مقاييس هدفت جميعا إلى بحث العلاقة بين جودة خدمة التعليم المقدمة للطلبة وبين رضا الطلبة وولائهم. وأشارت النتائج إلى أن هناك علاقة وثيقة بين جودة التعليم ورضا الطالب، فكلما قدمت الخدمات التعليمية للطالب فائدة أكبر كلما كان رضاه وولائه أكبر.

- دراسة (Serenko, 2010) بعنوان " *Student satisfaction with Canadian music education programs: the application of the American Customer Satisfaction Model in higher education* ". هدفت إلى قياس مستوى برامج رضا الطالب وتقييم الآثار الناتجة عن تحقيق الرضا في الجامعات الكندية. ولأغراض الدراسة تم عمل مسحا شمل (276) طالبا يدرسون الموسيقى في الجامعة الكندية. وأشارت النتائج إلى أن رضا الطالب يتأثر بدرجة أولى بجودة الخدمات والبرامج التعليمية التي تقدمها الجامعة للطالب، كما أشارت إلى أن تحقيق رضا الطالب يؤدي إلى تحقيق عامل الولاء لديه كما ويؤثر على توجهاته السلوكية. وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك تحديات حقيقية تواجه العملية التعليمية في الجامعات للمحافظة على رضا الطالب، ويمكن تجاوزها بالعمل على تطوير وتحسين الخدمة التعليمية والمحافظة على جودتها. كما أشارت الدراسة إلى اختلاف نسبة الرضا ودرجته من فئة إلى أخرى وربطت بين رضا الطالب واستمرار وجوده في الجامعة وبالتالي المحافظة عليه.

## (2-7): ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تناولت الدراسات السابقة عدد من المتغيرات وقد ركزت العديد منها على دراسة متغيرين أو ثلاثة متغيرات، أما هذه الدراسة فقد تناولت مجموعة متغيرات لم يجر تناولها بهذا الشكل في الدراسات السابقة. حيث تناولت مجموعة من العوامل المؤثرة أو الدافعة لتحقيق الرضا وبناء السمعة، ثم تناولت أثر ذلك على ما يحققه من نتائج، والممثلة بالنتائج السلوكية لما يعرف بالولاء.

## الفصل الثالث الطريقة والإجراءات

- (3 - 1): المقدمة  
(3 - 2): منهج الدراسة  
(3 - 3): مجتمع الدراسة وعينتها  
(3 - 4): المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة  
(3 - 5): أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات  
(3 - 6): المعالجة الإحصائية المستخدمة  
(3 - 7): صدق أداة الدراسة وثباتها

## (3 - 1): المقدمة

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين رضا الطلبة وإدراكهم لسمعة الجامعة، وذلك بالتعرف على الدوافع المباشرة وغير المباشرة لخصائص الخدمة الجامعية والاثار اوالنتائج المترتبة على التغير في رضا الطلبة وسمعة الجامعة والمتمثلة بالولاء. ولتحقيق هذا الهدف أتبع الباحث المنهج الوصفي والتحليلي عبر استخدام الأسلوب التطبيقي المتضمن استخدام العديد من الطرق والمعالجات الإحصائية ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

ويتضمن هذا الفصل على منهج الدراسة المتبع، ومجتمع الدراسة وعينتها، ووصف المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، وأدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات، والمعالجات الإحصائية المستخدمة وكذلك فحص صدق أداة الدراسة وثباتها.

### (3-2): منهج الدراسة

استخدم الباحث لإغراض استكمال هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي المرتكز على الدراسة الميدانية للحصول على البيانات من مصادرها الرئيسية واختبار صحة الفرضيات للإجابة على تساؤلاتها بهدف التعرف على دور جودة الخدمة في تعزيزات لتوجه العملاء على الرضا والولاء في بيئة جامعة الشرق الأوسط، من خلال الاعتماد على استبانة تم تصميمها وفقا للخطوات العلمية المتعارف عليها.

### (3-3): مجتمع الدراسة وعينتها

عمد الباحث إلى إختيار كافة طلبة الدراسات العليا في جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا مجتمع لدراسته الحالية حيث تم توزيع 450 إستبانة على طلبة الدراسات العليا من مختلف التخصصات وفي مرحلة كتابة الرسائل أو من أنجزوا كتابة الرسائل و/أو مناقشتها، أستردها منها ما مجمله (213)، أستبعد منها (13) لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي، وبهذا يصبح عدد الإستبانات الصالحة لعملية التحليل (200) استبانة فقط بنسبة (44.4%) من الإستبانات الموزعة.

### (3-4): المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة

الجدول (3 – 1) يبين المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة (العمر ، الجنس ، الكلية، ومرحلة الدراسة)، حيث يتضح أن 94.5% هم من الذين تتراوح أعمارهم بين أقل من 30 سنة إلى 39. وأن 5.5% هم ممن تراوحت أعمارهم من 40 سنة فأكثر. وظهرت النتائج أن 65.5% هم من الذكور وما نسبته 34.5% هم من الإناث. وتبين أن 8% من المبحوثين هم

من كلية الآداب والعلوم، وأن 6.5% هم من كلية الإعلام، وأن 39% هم من كلية الأعمال. وأوضحت النتائج أن 10.5% هم من كلية الحقوق، وأن 21.5% هم من كلية تكنولوجيا المعلومات، وأخيراً، تبين أن 14.5% هم من كلية العلوم التربوية. وأخيراً، ما يتعلق بمرحلة الدراسة، فقد أظهرت النتائج أن ما نسبته 29% هم ممن في السنة الأولى (مقرارات الدراسة)؛ وأن 48% هم ممن في السنة الثانية (مقرارات + مشروع بحث)؛ وأن 23% هم ممن في مرحلة إنجاز الرسالة أو من إنتهى منها.

### الجدول (3 - 1)

يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديمغرافية

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
1	العمر	أقل من 30 سنة	127	63.5
		من 30 - 34 سنة	40	20
		من 35 - 39 سنة	22	11
		40 سنة فأكثر	11	5.5
2	الجنس	ذكور	131	65.5
		أنثى	69	34.5
3	الكلية	الآداب والعلوم	16	8
		الإعلام	13	6.5
		الأعمال	78	39
		الحقوق	21	10.5
		تكنولوجيا المعلومات	43	21.5
		علوم تربوية	29	14.5
4	مرحلة الدراسة	السنة الأولى (مقرارات الدراسة)	58	29
		السنة الثانية (مقرارات + مشروع بحث)	96	48
		مرحلة إنجاز الرسالة أو من إنتهى منها	46	23

### (3-5): أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات

بغية تحقيق هدف الدراسة ، تم الاعتماد على الأدوات التالية للحصول على البيانات والمعلومات القابلة للوصف والتحليل:

1. المعلومات المتعلقة بالجانب النظري من الدراسات ، والمقالات ، والرسائل الجامعية ، والكتب العلمية الاجنبية والعربية المتخصصة بموضوع الدراسة.
2. الاستبانة: لغرض توفير البيانات المتعلقة بالدراسة فقد صممت الاستبانة بعد الأخذ بأراء مجموعة من الباحثين والكتاب في مجال موضوع الدراسة ، والتي استهدفت الحصول على البيانات الأولية لاستكمال الجانب التطبيقي للدراسة ، وتضمنت الاستبانة ستة أربعة أجزاء، هي:

أولاً: الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لعينة الدراسة من خلال (4) متغيرات وهي (العمر ؛ والجنس ؛ والكلية ؛ ومرحلة الدراسة) لغرض وصف عينة الدراسة وإجراء بعض المقارنات لاستجابة أفراد العينة على المتغيرات موضوع الدراسة في ضوء المتغيرات الديمغرافية.

ثانياً: تضمن جودة الخدمة التعليمية و(19) فقرة لقياسها. وتراوح مدى الاستجابة من

(1 – 7) وفق مقياس *LiKert* وكالاتي:

لا أتفق إطلاقاً	لا أتفق	لا أتفق بعض الشيء	محايد	أتفق بعض الشيء	أتفق	أتفق كلياً
1	2	3	4	5	6	7

ثالثاً: تضمن هذا الجزء التسهيلات التكنولوجية و(9) فقرات لقياسها. وتراوح مدى

الاستجابة من (1 – 7) وفق مقياس *LiKert* وكالاتي:

لا أتفق إطلاقاً	لا أتفق	لا أتفق بعض الشيء	محايد	أتفق بعض الشيء	أتفق	أتفق كلياً
1	2	3	4	5	6	7

رابعاً: تضمن هذا الجزء رضا الطلبة من خلال (9) فقرات لقياسها. وتراوح مدى

الاستجابة من (1 – 7) وفق مقياس *LiKert* وكالاتي:

غير راضي إطلاقاً	غير راضي	غير راضي بعض الشيء	محايد	راضي بعض الشيء	راضي	راضي جداً
1	2	3	4	5	6	7

خامساً: تضمن هذا الجزء سمعة الجامعة من خلال (5) فقرات لقياسها. وتراوح مدى

الاستجابة من (1 – 7) وفق مقياس *LiKert* وكالاتي:

سيئة جداً	سيئة	مقبولة	متوسطة	جيدة	جيدة جداً	ممتازة
1	2	3	4	5	6	7

سادساً: تضمن هذا الجزء الولاء للجامعة من خلال (8) فقرات لقياسها. وتراوح مدى

الاستجابة من (1 – 7) وفق مقياس *LiKert* وكالاتي:

لا أتفق إطلاقاً	لا أتفق	لا أتفق بعض الشيء	محايد	أتفق بعض الشيء	أتفق	أتفق كلياً
1	2	3	4	5	6	7

وبهذا تكون المقياس من (50) فقرة تراوح مدى الاستجابة من (1 – 7) وفق مقياس

*LiKert*.

### (3-6): المعالجة الإحصائية المستخدمة

للإجابة عن أسئلة الدراسة وإختبار فرضياتها لجأ الباحث إلى الرزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية Statistical Package for Social Sciences – SPSS – بالإضافة إلى استخدام

البرنامج الإحصائي Statistica ومن خلاله قام الباحث بإستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- معامل كرونباخ ألفا Cronbach Alpha للتأكد من درجة ثبات المقياس المستخدم.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بهدف الإجابة عن أسئلة الدراسة ومعرفة الأهمية النسبية لكل فقرة من أبعاد الدراسة.
- إختبار T لعينة واحدة وذلك للتحقق من معنوية الفقرة.
- تحليل الانحدار المتعدد والبسيط لمعرفة العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة.
- تحليل المسار Path Analysis بإستخدام برنامج AMOS 16 لبيان الأثر المباشر وغير المباشر والكلي للأنموذج المقترح في الدراسة.
- الأهمية النسبية، الذي تم تحديده طبقاً للمقياس الآتي:

$$\text{مستوى الأهمية} = \frac{\text{العلامة القصوى} - \text{العلامة الدنيا}}{3}$$
$$\text{مستوى الأهمية} = \frac{1 - 7}{3} = 2$$

وبذلك تكون الأهمية المنخفضة من 1 – لغاية 3

والأهمية المتوسطة من أكثر من 3 لغاية 5

والأهمية المرتفعة أكثر من 5.

### (3-7): صدق إدارة الدراسة وثباتها



## أ) الصدق الظاهري

تم عرض الإستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (4) أساتذة من أعضاء الهيئة التدريسية متخصصين في إدارة الأعمال والتسويق ونظم المعلومات وتحليل البيانات وأسماء المحكمين بالملحق رقم (1)، وقد تم الاستجابة لآراء المحكمين وتم إجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية كما موضح بالملحق رقم (2).

## ب) ثبات أداة الدراسة

قام الباحث بتطبيق صيغة Cronbach Alpha لغرض التحقق من ثبات أداة الدراسة على درجات أفراد العينة ، وعلى الرغم من ان قواعد القياس في القيمة الواجب الحصول عليها غير محددة ، إلا أن الحصول على ( $\text{Alpha} \geq 0.60$ ) يعتبر في الناحية التطبيقية للعلوم الادارية والانسانية بشكل عام أمراً مقبولاً (Sekaran, 2003). والجدول (3 — 2) يبين نتائج أداة الثبات لهذه الدراسة.

الجدول (3 — 2)

معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (مقياس كرونباخ ألفا)

ت	البعد	قيمة ( $\alpha$ ) ألفا
1	جودة الخدمة التعليمية	0.939

0.882	التسهيلات التكنولوجية	2
0.950	خصائص الخدمة الجامعية	
0.882	رضا الطلبة	3
0.934	سمعة الجامعة	4
0.956	الولاء للجامعة	5
0.970	الإستبانة ككل	

وتدل مؤشرات كرونباخ ألفا أعلاه على تمتع إدارة الدراسة بصورة عامة بمعامل ثبات عال ويقدرتها على تحقيق أغراض الدراسة وفقاً لـ (Sekaran, 2003).

## الفصل الرابع

### نتائج التحليل وإختبار الفرضيات

- (4-1): المقدمة
- (4-2): التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة عن أسئلة الدراسة
- (4-3): إختبار فرضيات الدراسة

## (4-1): المقدمة

يستعرض هذا الفصل التحليل الاحصائي لنتائج استجابة أفراد عينة الدراسة للمتغيرات التي اعتمدت فيها من خلال عرض المؤشرات الاحصائية الأولية لإجاباتهم من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل متغيرات الدراسة والاهمية النسبية، كما يتناول الفصل اختبار فرضيات الدراسة والدلالات الاحصائية الخاصة بكل منها.

## (4-2): التحليل الوصفي لإجابات عينة الدراسة عن متغيرات الدراسة

أولاً: جودة الخدمة التعليمية

لوصف مستوى جودة الخدمة التعليمية في جامعة الشرق الأوسط محل الدراسة، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والإختبار التائي "t" للتحقق من معنوية الفقرة وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجدول (4 - 1).

جدول (4 - 1): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى الأهمية لجودة الخدمة التعليمية

ت	جودة الخدمة التعليمية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	المعدات في الجامعة مسابرة للعصر وحديثة	5.35	1.21	18.746	0.000	3	مرتفعة
2	الإمكانيات المتاحة بالجامعة مناسبة وجذابة	5.21	1.29	14.323	0.000	4	مرتفعة
3	يتميز العاملون في الجامعة بحسن المظهر وأنافة الملابس	5.25	1.19	17.996	0.000	2	مرتفعة
4	تتلاءم القاعات الدراسية مع طبيعة الخدمة التعليمية المقدمة	5.39	1.40	14.086	0.000	1	مرتفعة
5	تلتزم الجامعة بتقديم خدماتها بالوقت المحدد	4.97	1.51	9.104	0.000	11	متوسطة
6	لدى الجامعة إستعداد دائم لمساعدة الطلبة عند حدوث مشكلة	4.39	1.65	3.356	0.001	19	مرتفعة
7	يتم أداء الخدمة التعليمية بشكل فوري	5.08	1.41	11.867	0.000	6	مرتفعة
8	يلتزم العاملین وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة بتقديم الخدمة بالوقت المحدد	5.05	1.46	11.122	0.000	7	مرتفعة
9	العاملين في الجامعة وأعضاء هيئة التدريس غير مشغولين عن تلبية إحتياجات الطلبة	4.91	1.49	8.596	0.000	14	متوسطة
10	الإستعداد الدائم لدى العاملين وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة لمساعدة الطلبة	4.93	1.56	8.425	0.000	13	متوسطة
11	الإستعداد الدائم لدى العاملين وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة لتوضيح أية موضوع مثار تساؤل الطلبة	5.02	1.40	11.230	0.000	8	مرتفعة
12	سلوك العاملين وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة يبعث الثقة في نفوس الطلاب	5.07	1.54	9.836	0.000	9	مرتفعة
13	الشعور بالأمان عند التعامل مع العاملين في الجامعة	5.05	1.45	12.175	0.000	5	مرتفعة

متوسطة	15	0.000	6.336	1.60	4.72	سلوك العاملين وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة يتسم بالشفافية والوضوح	14
متوسطة	12	0.000	9.051	1.47	4.94	العاملين وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة لديهم قدرة عالية ومعرفة للإجابة عن استفسارات الطلبة	15
متوسطة	10	0.001	8.606	1.60	4.98	توفر الجامعة أوقات ملائمة لظروف الطلبة	16
متوسطة	18	0.000	3.373	1.66	4.4	تهتم الجامعة بمشكلات الطلبة بشكل فردي	17
متوسطة	16	0.000	6.228	1.48	4.65	تلتزم الجامعة والعاملين فيها بتقديم أفضل الخدمات لطلبتها	18
متوسطة	17	0.000	5.166	1.52	4.56	تتفهم الجامعة لل احتياجات المحددة للطلبة	19
						<b>المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لجودة الخدمة التعليمية</b>	
						4.94	1.47

قيمة (t) الجدولية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  (1.652).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالإستناد إلى الوسط الإفتراضي للفقرة والبالغ (4).

يشير الجدول (4 - 1) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بجودة الخدمة التعليمية. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (4.39 — 5.39). بمتوسط مقداره (4.94) على مقياس ليكرت السباعي والذي يشير إلى المستوى المتوسط لجودة الخدمة التعليمية. فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة " تتلاءم القاعات الدراسية مع طبيعة الخدمة التعليمية المقدمة" بمتوسط حسابي بلغ (5.39) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (4.94)، وانحراف معياري بلغ (1.40)، فيما حصلت الفقرة " لدى الجامعة إستعداد دائم لمساعدة الطلبة عند حدوث مشكلة" على المرتبة التاسعة عشر والأخيرة بمتوسط حسابي (4.39) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.94) وانحراف معياري (1.65).

ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات افراد عينة الدراسة حول متغير جودة الخدمة التعليمية بفقراته وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول أهمية جودة الخدمة التعليمية. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، حيث نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم يكن هناك إختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لمتغير جودة الخدمة التعليمية حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية

جودة الخدمة التعليمية في جامعة الشرق الأوسط محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة  
كان متوسطة.

### ثانياً: التسهيلات التكنولوجية

لوصف مستوى التسهيلات التكنولوجية في جامعة الشرق الأوسط محل الدراسة، لجأ  
الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والإختبار التائي "t"  
للتحقق من معنوية الفقرة وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجدول (4 - 2).

جدول (4 - 2): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى الأهمية  
للتسهيلات التكنولوجية

ت	التسهيلات التكنولوجية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
20	سهولة الحصول والوصول إلى قواعد البيانات في الجامعة	5.26	1.53	11.623	0.000	2	مرتفعة
21	وجود قاعدة إتصال وتواصل بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس	4.94	1.44	9.247	0.000	5	متوسطة
22	توفر الجامعة أجهزة حاسوب كافية للطلبة للولوج إلى قواعد البيانات	4.80	1.68	6.732	0.000	6	متوسطة
23	توفر الجامعة خدمات الإنترنت للطلبة بشكل دائم	4.99	1.76	7.924	0.000	4	متوسطة
24	توفر الجامعة كافة الوسائل التعليمية الضرورية لإنجاز اهداف العملية التعليمية	4.99	1.51	9.384	0.000	3	متوسطة
25	توفر الجامعة قاعات دراسية كافية ومناسبة لأعداد الطلبة	5.41	1.53	12.982	0.001	1	مرتفعة
26	تتوفر في مكتبة الجامعة الكتب الضرورية والدوريات اللازمة لمساعدة الطلبة	4.39	1.62	7.820	0.000	8	متوسطة
27	توفر الجامعة نشاطات خاصة بالطلبة	4.17	1.78	3.057	0.003	9	متوسطة
28	توفر الجامعة بيئة إجتماعية مناسبة	4.69	1.50	6.512	0.000	7	متوسطة
	<b>المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للتسهيلات التكنولوجية</b>	<b>4.85</b>	<b>1.59</b>				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى (0.05 ≤ α) (1.652).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالإستناد إلى الوسط الإفتراضي للفقرة و البالغ (4).  
يشير الجدول (4\_2) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالتسهيلات  
التكنولوجية. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (4.17 — 5.41). بمتوسط  
مقداره (4.85) على مقياس ليكرت السباعي والذي يشير إلى المستوى المتوسط للتسهيلات  
التكنولوجية. فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "توفر الجامعة قاعات دراسية كافية ومناسبة  
لأعداد الطلبة" بمتوسط حسابي بلغ (5.41) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (4.85)،  
وانحراف معياري بلغ (1.21)، فيما حصلت الفقرة "توفر الجامعة نشاطات خاصة بالطلبة" على  
المرتبة التاسعة والأخيرة بمتوسط حسابي (4.17) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي  
والبالغ (4.85) وانحراف معياري (1.78).

ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات افراد عينة الدراسة حول متغير  
التسهيلات التكنولوجية بفقراته وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة  
حول أهمية التسهيلات التكنولوجية. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات  
الحسابية، حيث نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم يكن هناك إختلافات في وجهات  
نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لمتغير التسهيلات التكنولوجية حيث كانت  
كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية  
التسهيلات التكنولوجية في جامعة الشرق الأوسط محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة  
كان متوسطة.

ثالثاً: رضا الطلبة

لوصف مستوى رضا الطلبة في جامعة الشرق الأوسط محل الدراسة، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والإختبار التائي "t" للتحقق من معنوية الفقرة وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجدول (4 – 3).

جدول (4 – 3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى الأهمية لرضا الطلبة

ت	رضا الطلبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
29	مستوى الرضا عن المعدات المتوفرة	5.27	1.29	13.914	0.000	2	مرتفعة
30	مستوى الرضا عن المنظمة ومحتوياتها من المراجع والمجلات	4.57	1.76	4.537	0.000	8	متوسطة
31	مستوى الرضا عن إجراءات التسجيل	4.65	1.69	5.453	0.000	7	متوسطة
32	مستوى الرضا عن المقررات الدراسية	4.89	1.53	8.193	0.000	5	متوسطة
33	مستوى الرضا عن العملية التعليمية	5.14	1.49	10.778	0.000	3	مرتفعة
34	مستوى الرضا عن الهيئة التدريسية	5.12	1.57	10.025	0.000	4	مرتفعة
35	مستوى الرضا عن القاعات الدراسية	5.29	1.46	12.510	0.000	1	مرتفعة
36	مستوى الرضا عن التسهيلات التكنولوجية والمرافق الجامعية	4.72	1.67	6.101	0.000	6	متوسطة
37	مستوى الرضا عن النشاطات الجامعية	4.30	1.65	2.571	0.011	9	متوسطة
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لرضا الطلبة		4.88	1.57				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  (1.652).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالإستناد إلى الوسط الإفتراضي للفقرة والبالغ (4).

يشير الجدول (4 – 3) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة برضا الطلبة.

حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (4.30 – 5.29). بمتوسط مقداره (4.88) على مقياس ليكرت السباعي والذي يشير إلى المستوى المتوسط لرضا الطلبة والذي يعد إنعكاس واضح إلى تقييم الطلبة لجودة الخدمة التعليمية. فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "مستوى الرضا عن القاعات الدراسية" بمتوسط حسابي بلغ (5.29) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (4.88)، وانحراف معياري بلغ (1.46)، فيما حصلت الفقرة "مستوى الرضا



عن النشاطات الجامعية" على المرتبة التاسعة والأخيرة بمتوسط حسابي (4.30) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.88) وانحراف معياري (1.65).

ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات افراد عينة الدراسة حول متغير رضا الطلبة بفقراته وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول أهمية رضا الطلبة. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، حيث نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم يكن هناك إختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لمتغير رضا الطلبة حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية رضا الطلبة في جامعة الشرق الأوسط محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطة.

#### رابعاً: سمعة الجامعة

لوصف مستوى سمعة الجامعة في جامعة الشرق الأوسط محل الدراسة، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والإختبار التائي "t" للتحقق من معنوية الفقرة وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجدول (4 - 4).

جدول (4 - 4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى الأهمية لسمعة الجامعة

ت	سمعة الجامعة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
38	أدرك سمعة الجامعة من خلال العاملين وأعضاء هيئة التدريس فيها	5.23	1.39	13.527	0.000	1	مرتفعة
39	أدراك سمعة الجامعة من خلال المعارف والأصدقاء	4.96	1.41	10.000	0.000	3	متوسطة
40	أدراك سمعة الجامعة من خلال أوساط الجمهور العام	4.87	1.38	8.837	0.000	4	متوسطة
41	جامعة الشرق الأوسط تتميز باسمها في سوق التعلم العالي في الأردن	5.01	1.52	9.375	0.000	2	مرتفعة

متوسطة	5	0.000	7.981	1.51	4.85	الخطط الدراسية والمقتنيات التعليمية 42 في الجامعة تعكس سمعة الجامعة المتميزة
				1.44	4.98	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لسمعة الجامعة

قيمة (t) الجدولية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  (1.652).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالإستناد إلى الوسط الإفتراضي للفقرة والبالغ (4).

يشير الجدول (4—4) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بسمعة الجامعة. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (4.85 — 5.23). بمتوسط مقداره (4.98) على مقياس ليكرت السباعي والذي يشير إلى المستوى المتوسط لسمعة الجامعة. فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "أدرك سمعة الجامعة من خلال العاملين وأعضاء هيئة التدريس فيها" بمتوسط حسابي بلغ (5.23) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (4.98)، وانحراف معياري بلغ (1.39)، فيما حصلت الفقرة "الخطط الدراسية والمقتنيات التعليمية في الجامعة تعكس سمعة الجامعة المتميزة" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (4.85) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.98) وانحراف معياري (1.51).

ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات افراد عينة الدراسة حول متغير سمعة الجامعة بفقراته وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول أهمية سمعة الجامعة. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، حيث نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم يكن هناك إختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لمتغير سمعة الجامعة حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية سمعة جامعة الشرق الأوسط محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطة.

## خامساً: الولاء للجامعة

لوصف مستوى الولاء لجامعة الشرق الأوسط محل الدراسة، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والإختبار التائي "t" للتحقق من معنوية الفقرة وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجدول (4 - 5).

جدول (4 - 5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى الأهمية للولاء للجامعة

ت	الولاء للجامعة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
43	تتمتع جامعة الشرق الأوسط بالمصداقية بالنسبة لي	4.80	1.69	6.685	0.000	2	متوسطة
44	أفضل التعامل مع جامعة الشرق الأوسط لثقتي الكبيرة بها	4.71	1.63	6.146	0.000	4	متوسطة
45	أشعر بأن جامعة الشرق الأوسط تحرص على المشاركة الاجتماعية وتقديم المساعدات	4.62	1.58	5.536	0.000	6	متوسطة
46	أوجه أصدقائي و أقاربي لجامعة الشرق الأوسط لأنها تلبي احتياجاتهم	4.55	1.87	4.167	0.000	7	متوسطة
47	أدافع عن جامعة الشرق الأوسط عندما ينتقدها البعض بشكل خاطئ أو ظالم	4.94	1.74	7.589	0.000	1	متوسطة
48	أشعر بولائي لانتمائي لجامعة الشرق الأوسط لأنها جامعة وطنية ومتميزة	4.77	1.74	6.243	0.000	3	متوسطة

متوسطة	5	0.000	5.106	1.91	4.69	أقوم بتوصية زملائي بالتسجيل بالجامعة التي أدرس بها	49
متوسطة	8	0.009	2.624	2.02	4.38	إذا ما فكرت بالدراسة مرة أخرى بتخصص آخر فإنني أقوم بالتسجيل بنفس الجامعة	50
					1.77	4.68	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للولاء للجامعة

قيمة (t) الجدولية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  (1.652).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالإستناد إلى الوسط الإفتراضي للفقرة والبالغ (4).

يشير الجدول (4—5) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالولاء للجامعة. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (4.38 — 4.94). بمتوسط مقداره (4.68) على مقياس ليكرت السباعي والذي يشير إلى المستوى المتوسط للولاء للجامعة والذي يمثل إنعكاس واضح لتقييم الطلبة لمستوى جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات التكنولوجية ومستوى رضا الطلبة. فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "أدافع عن جامعة الشرق الأوسط عندما ينتقدها البعض بشكل خاطئ أو ظالم" بمتوسط حسابي بلغ (4.94) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (4.68)، وانحراف معياري بلغ (1.74)، فيما حصلت الفقرة "إذا ما فكرت بالدراسة مرة أخرى بتخصص آخر فإنني أقوم بالتسجيل بنفس الجامعة" على المرتبة الثامنة والأخيرة بمتوسط حسابي (4.38) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.68) وانحراف معياري (2.02).

ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات افراد عينة الدراسة حول متغير الولاء للجامعة بفقراته وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول أهمية الولاء للجامعة. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، حيث نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم يكن هناك إختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لمتغير الولاء للجامعة حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل

من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية الولاء لجامعة الشرق الأوسط محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطة.

#### (4-3): إختبار فرضيات الدراسة

تتناول هذه الفقرة اختبار فرضيات الدراسة الرئيسة والفرعية من خلال استخدام اختبار تحليل الانحدار المتعدد والبسيط وتحليل المسار Path Analysis لمعرفة العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة.

#### الفرضية الرئيسة الاولى $H_1$

يوجد أثر موجب ومباشر لخصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على رضا طلبة الجامعة عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الإنحدار المتعدد للتحقق من الأثر الموجب والمباشر لخصائص الخدمة الجامعية على رضا طلبة الجامعة، وكما هو موضح بالجدول (4

– (6).

جدول (4-6)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد للتأثير الموجب والمباشر لخصائص الخدمة الجامعية على رضا طلبة الجامعة

Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	$\beta$ معامل الانحدار	Sig* مستوى الدلالة	DF درجات الحرية	F المحسوبة	(R <sup>2</sup> ) معامل التحديد	(R) الارتباط	المتغير التابع
0.000	5.463	0.352	0.000	2	200.920	0.671	0.819	رضا طلبة الجامعة
		جودة الخدمة		بين المجاميع				
		التسهيلات التكنولوجية		البواقي				
0.000	9.701	0.555		197				
				199				

\* يكون التأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ )

يوضح الجدول (4 - 6) الأثر الموجب والمباشر لخصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على رضا طلبة الجامعة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير موجب ومباشر ذي دلالة إحصائية لخصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على رضا طلبة الجامعة، إذ بلغ معامل الارتباط  $R$  (0.819) عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ). أما معامل التحديد  $R^2$  فقد بلغ (0.671)، أي أن ما قيمته (0.671) من التغيرات في مستوى رضا طلبة الجامعة ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام بخصائص

الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات)، كما بلغت قيمة درجة التأثير  $\beta$  (0.352) لجودة الخدمة التعليمية، (0.555) للتسهيلات التكنولوجية. وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بخصائص الخدمة الجامعية يؤدي إلى زيادة في مستوى رضا طلبة الجامعة بقيمة (0.352) لجودة الخدمة التعليمية، (0.555) للتسهيلات التكنولوجية. ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة  $F$  المحسوبة والتي بلغت (200.920) وهي دالة عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ .

وهذا يؤكد صحة قبول الفرضية الرئيسة الأولى، التي تنص على:

وجود أثر موجب ومباشر لخصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على رضا طلبة الجامعة عند مستوى دلالة (0.05)

وللتحقق من أثر كل مكون من مكونات خصائص الخدمة الجامعية على رضا الطلبة، تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط، وكما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى  $H_{1-1}$

يوجد أثر موجب ومباشر لجودة الخدمة التعليمية على رضا طلبة الجامعة عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط للتحقق من أثر جودة الخدمة التعليمية على رضا طلبة الجامعة، وكما هو موضح بالجدول (4 - 7).

جدول (4 - 7)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير جودة الخدمة التعليمية على رضا طلبة الجامعة

Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	$\beta$ معامل الانحدار	Sig* مستوى الدلالة	DF درجات الحرية	F المحسوبة	(R <sup>2</sup> ) معامل التحديد	(R) الارتباط	المتغير التابع
0.000	14.468	0.796	0.000	1 الإنحدار	209.310	0.514	0.717	رضا طلبة الجامعة
			198	البواقي				
			199	المجموع				

\* يكون التأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ )

يوضح الجدول (4 - 7) الأثر الموجب والمباشر لجودة الخدمة التعليمية على رضا طلبة الجامعة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير موجب ومباشر ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمة التعليمية على رضا طلبة الجامعة، إذ بلغ معامل الارتباط  $R(0.717)$  عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ). أما معامل التحديد  $R^2$  فقد بلغ  $(0.514)$ ، أي أن ما قيمته  $(0.514)$  من التغيرات في مستوى رضا طلبة الجامعة ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام بجودة الخدمة التعليمية، كما بلغت قيمة درجة التأثير  $\beta(0.796)$ . وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بجودة الخدمة التعليمية يؤدي إلى زيادة في مستوى رضا طلبة الجامعة بقيمة  $(0.796)$ . ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة  $F$  المحسوبة والتي بلغت  $(209.310)$  وهي دالة عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ).

وجود أثر موجب ومباشر لجودة الخدمة التعليمية على رضا طلبة الجامعة عند مستوى دلالة  $(0.05)$



## الفرضية الفرعية الثانية H<sub>1-2</sub>

يوجد أثر موجب ومباشر للتسهيلات التكنولوجية على رضا طلبة الجامعة عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر التسهيلات التكنولوجية على رضا طلبة الجامعة، وكما هو موضح بالجدول (4 - 8).

### جدول (4 - 8)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير التسهيلات التكنولوجية على رضا طلبة الجامعة

المتغير التابع	(R)	(R <sup>2</sup> ) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	$\beta$ معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
رضا طلبة الجامعة	0.788	0.621	324.692	1	الانحدار	0.777	18.019	0.000
				198	البواقي			
				199	المجموع			

\* يكون التأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ )

يوضح الجدول (4 - 8) الأثر الموجب والمباشر للتسهيلات التكنولوجية على رضا طلبة الجامعة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير موجب ومباشر ذي دلالة إحصائية للتسهيلات التكنولوجية على رضا طلبة الجامعة، إذ بلغ معامل الارتباط  $R(0.788)$  عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ). أما معامل التحديد  $R^2$  فقد بلغ ( $0.621$ )، أي أن ما قيمته ( $0.621$ ) من التغيرات في مستوى رضا طلبة الجامعة ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام بالتسهيلات التكنولوجية، كما بلغت قيمة درجة التأثير  $\beta(0.777)$ . وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بالتسهيلات التكنولوجية يؤدي إلى زيادة في مستوى رضا طلبة الجامعة

بقيمة (0.777). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة  $F$  المحسوبة والتي بلغت (324.692) وهي دالة عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ).

وجود أثر موجب ومباشر للتسهيلات التكنولوجية على رضا طلبة الجامعة عند مستوى دلالة (0.05)

### الفرضية الرئيسية الثانية $H_2$

يوجد أثر موجب ومباشر لخصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).  
 لإختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من الأثر الموجب والمباشر لخصائص الخدمة الجامعية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة، وكما هو موضح بالجدول (4 – 9).

#### جدول (4 – 9)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد للتأثير الموجب والمباشر لخصائص الخدمة الجامعية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة

المتغير التابع	(R)	(R <sup>2</sup> )	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	$\beta$ معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
إدراك الطلبة لسمعة الجامعة	0.634	0.402	66.152	2	بين الجامعات	0.441	4.461	0.000
				197	البواقي			
				199	المجموع			
						0.377	4.297	0.000
						جودة الخدمة		
						التسهيلات التكنولوجية		

\* يكون التأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ )

يوضح الجدول (4 – 9) الأثر الموجب والمباشر لخصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير موجب ومباشر ذي دلالة إحصائية لخصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة، إذ بلغ معامل الارتباط  $R$  (0.634) عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ . أما معامل التحديد  $R^2$  فقد بلغ (0.402)، أي أن ما قيمته (0.402) من التغيرات في مستوى إدراك الطلبة لسمعة الجامعة ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام بخصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات)، كما بلغت قيمة درجة التأثير  $\beta$  (0.441) لجودة الخدمة التعليمية، (0.377) للتسهيلات التكنولوجية. وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بخصائص الخدمة الجامعية يؤدي إلى زيادة في مستوى إدراك الطلبة لسمعة الجامعة بقيمة (0.441) لجودة الخدمة التعليمية، (0.377) للتسهيلات التكنولوجية. ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة  $F$  المحسوبة والتي بلغت (66.152) وهي دالة عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ .

وهذا يؤكد صحة قبول الفرضية الرئيسية الثانية، التي تنص على:

وجود أثر موجب ومباشر لخصائص الخدمة الجامعية (جودة الخدمة التعليمية والتسهيلات) على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة عند مستوى دلالة (0.05)

وللتحقق من أثر كل مكون من مكونات خصائص الخدمة الجامعية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة، تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط، وكما يلي:

## الفرضية الفرعية الأولى H<sub>2-1</sub>

يوجد أثر موجب ومباشر لجودة الخدمة التعليمية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر جودة الخدمة التعليمية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة، وكما هو موضح بالجدول (4 – 10).

### جدول (4 – 10)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير جودة الخدمة التعليمية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة

المتغير التابع	(R)	(R <sup>2</sup> ) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	$\beta$ معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
إدراك الطلبة لسمعة الجامعة	0.588	0.346	104.612	1	0.000	0.743	10.228	0.000
				الانحدار				
				البواقي				
				199				

\* يكون التأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$

يوضح الجدول (4 – 10) الأثر الموجب والمباشر لجودة الخدمة التعليمية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير موجب ومباشر ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمة التعليمية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.588) عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ . أما معامل التحديد R<sup>2</sup> فقد بلغ (0.346)، أي أن ما قيمته (0.346) من التغيرات في مستوى إدراك الطلبة لسمعة الجامعة ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام جودة الخدمة التعليمية، كما بلغت قيمة درجة التأثير  $\beta$  (0.743). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بجودة الخدمة التعليمية يؤدي إلى زيادة في

مستوى إدراك الطلبة لسمعة الجامعة بقيمة (0.777). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة  $F$  المحسوبة والتي بلغت (104.612) وهي دالة عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ).

وجود أثر موجب ومباشر لجودة الخدمة التعليمية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة عند مستوى دلالة (0.05)

### الفرضية الفرعية الثانية H2-2

يوجد أثر موجب ومباشر للتسهيلات التكنولوجية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر التسهيلات التكنولوجية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة، وكما هو موضح بالجدول (4 – 11).

#### جدول (4 – 11)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير التسهيلات التكنولوجية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة

المتغير التابع	(R)	(R <sup>2</sup> ) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	$\beta$ معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
إدراك الطلبة لسمعة الجامعة	0.584	0.341	102.608	1	الانحدار	0.656	10.130	0.000
				198	البواقي			
				199	المجموع			

\* يكون التأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ )

يوضح الجدول (4 – 11) الأثر الموجب والمباشر للتسهيلات التكنولوجية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير موجب ومباشر ذي دلالة إحصائية للتسهيلات التكنولوجية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة، إذ بلغ معامل الارتباط  $R$  (0.584) عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ). أما معامل التحديد  $R^2$  فقد بلغ (0.341)، أي أن ما

قيمته (0.341) من التغيرات في مستوى إدراك الطلبة لسمعة الجامعة ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام بالتسهيلات التكنولوجية، كما بلغت قيمة درجة التأثير  $\beta$  (0.656). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بالتسهيلات التكنولوجية يؤدي إلى زيادة في مستوى إدراك الطلبة لسمعة الجامعة بقيمة (0.656). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة  $F$  المحسوبة والتي بلغت (102.608) وهي دالة عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ .

وجود أثر موجب ومباشر للتسهيلات التكنولوجية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة عند مستوى دلالة (0.05)

### الفرضية الرئيسية الثالثة $H_3$

يوجد أثر موجب ومباشر لرضا الطلبة على ولائهم للجامعة عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر رضا الطلبة على ولائهم للجامعة، وكما هو موضح بالجدول (4 - 12).

### جدول (4 - 12)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير رضا الطلبة على ولائهم للجامعة

Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	$\beta$ معامل الانحدار	Sig* مستوى الدلالة	DF درجات الحرية	F المحسوبة	(R <sup>2</sup> ) معامل التحديد	(R) الارتباط	المتغير التابع
0.000	10.345	0.816	0.000	1 الانحدار	107.019	0.351	0.592	ولائهم للجامعة
				198 البواقي				

\* يكون التأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$

يوضح الجدول (4 – 11) الأثر الموجب والمباشر لرضا الطلبة على ولائهم للجامعة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير موجب ومباشر ذي دلالة إحصائية لرضا الطلبة على ولائهم للجامعة، إذ بلغ معامل الارتباط  $R$  (0.592) عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ . أما معامل التحديد  $R^2$  فقد بلغ (0.351)، أي أن ما قيمته (0.351) من التغيرات في مستوى ولاء الطلبة للجامعة ناتج عن التغيير في مستوى الإهتمام برضا الطلبة، كما بلغت قيمة درجة التأثير  $\beta$  (0.816). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام برضا الطلبة يؤدي إلى زيادة في مستوى ولاء الطلبة للجامعة بقيمة (0.816). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة  $F$  المحسوبة والتي بلغت (107.019) وهي دالة عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ .

وجود أثر موجب ومباشر لرضا الطلبة على ولائهم لجامعة الشرق الأوسط عند مستوى دلالة (0.05)

#### الفرضية الرئيسية الرابعة $H_4$

يوجد أثر موجب ومباشر لسمعة الجامعة على ولاء الطلبة للجامعة عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر لسمعة الجامعة على ولاء الطلبة للجامعة، وكما هو موضح بالجدول (4 – 13).

#### جدول (4 – 13)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير لسمعة الجامعة على ولاء الطلبة للجامعة

المتغير	(R)	(R <sup>2</sup> )	F	DF	Sig*	$\beta$	T	Sig*
---------	-----	-------------------	---	----	------	---------	---	------

التابع	الارتباط	معامل التحديد	المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة	معامل الانحدار	المحسوبة	مستوى الدلالة
ولاء الطلبة للجامعة	0.719	0.517	211.726	1	الانحدار	0.870	14.551	0.000
				198	البواقي			
				199	المجموع			

\* يكون التأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$

يوضح الجدول (4 - 13) الأثر الموجب والمباشر لسمعة الجامعة على ولاء الطلبة للجامعة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير موجب ومباشر ذي دلالة إحصائية لسمعة الجامعة على ولاء الطلبة للجامعة، إذ بلغ معامل الارتباط  $R$  (0.719) عند مستوى  $\alpha$  ( $\leq 0.05$ ). أما معامل التحديد  $R^2$  فقد بلغ (0.517)، أي أن ما قيمته (0.517) من التغيرات في مستوى ولاء الطلبة للجامعة ناتج عن التغير في مستوى الإهتمام بسمعة الجامعة، كما بلغت قيمة درجة التأثير  $\beta$  (0.870). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بسمعة الجامعة يؤدي إلى زيادة في مستوى ولاء الطلبة للجامعة بقيمة (0.870). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة  $F$  المحسوبة والتي بلغت (211.726) وهي دالة عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ .

وجود أثر موجب ومباشر لسمعة الجامعة على ولاء الطلبة لجامعة الشرق الأوسط عند مستوى دلالة (0.05)

### الفرضية الرئيسية الخامسة $H_5$

يوجد أثر غير مباشر لخصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة كمتغير وسيط عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .



لإختبار هذه الفرضية تم الاستعانة بتحليل المسار Path Analysis باستخدام برنامج Amos 16 المدعوم ببرنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وكما يلي:

يوضح الجدول (4 - 14) نتائج تحليل المسار لتأثير خصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذي دلالة إحصائية لخصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة، إذا بلغت قيمة  $\chi^2$  المحسوبة (8.933)، وهي ذي دلالة عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$ . وبلغت قيمة Goodness of Fit Index (GFI) وهو مؤشر ملاءمة الجودة ما قيمته (0.972) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح (الملائمة التامة). وبنفس السياق بلغ مؤشر المواءمة المقارن Comparative Fit Index (CFI) (0.973) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح. وبلغ الجذر التربيعي لمتوسطات الخطأ التقريبي Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) (0.020) وهي مقاربة لقيمة الصفر. وهذا ما يعكس التحليل العاملي التوكيدي Confirmatory Factor Analysis أي المواءمة التامة. فيما بلغ التأثير المباشر لتأثير خصائص الخدمة الجامعية على رضا الطلبة (0.911)، وهو ما يشير إلى أن خصائص الخدمة الجامعية تؤثر على رضا الطلبة، وبالتالي فإن زيادة الاهتمام بخصائص الخدمة الجامعية من شأنه توليد تأثير على رضا الطلبة. وبذات السياق بلغ التأثير المباشر لرضا الطلبة على ولاء الطلبة لجامعة الشرق الأوسط (0.816)، وهو ما يشير إلى أن لرضا الطلبة تأثير على ولاء الطلبة، وبالتالي فإن زيادة الاهتمام برضا الطلبة من شأنه توليد تأثير على ولائهم لجامعة الشرق الأوسط. وقد بلغ التأثير غير المباشر لخصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة كمتغير وسيط (0.744)، وهو ما يؤكد أن رضا الطلبة يلعب دوراً في تأثير خصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة لجامعة الشرق الأوسط. وهذه النتيجة تشير

إلى أن هناك تأثير لخصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة كمتغير وسيط. إذ أن زيادة الاهتمام بخصائص الخدمة الجامعية من قبل جامعة الشرق الأوسط في ظل وجود رضا الطلبة من شأنه التأثير في ولائهم للجامعة، وهي نتيجة عملية تساهم بتحقيق جزء من أهداف الدراسة. وعليه تقبل الفرضية الرئيسة الخامسة التي تنص على:

وجود أثر غير مباشر لخصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة كمتغير وسيط عند مستوى دلالة (0.05)

جدول (4 - 14)

نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من أثر خصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة كمتغير وسيط

Sig* مستوى الدلالة	Indirect Effect التأثير غير المباشر	Direct Effect التأثير المباشر	RMSEA	CFI	GFI	Chi <sup>2</sup> المحسوبة	البيان
0.003	*0.744	0.911	0.020	0.973	0.972	8.933	خصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة
		0.816					

Root Mean Square Error of Approximation must Proximity to Zero (RMSEA)  
Goodness of Fit Index must Proximity to one (GFI)  
Comparative Fit Index must Proximity to one (CFI)

الجذر التربيعي لمتوسطات الخطأ التقريبي ويجب أن يقترب من الصفر  
مؤشر ملاءمة الجودة ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح  
مؤشر الموازنة المقارن ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح

## الفرضية الرئيسية السادسة H<sub>6</sub>

يوجد أثر غير مباشر لخصائص الخدمة التعليمية على ولاء الطلبة من خلال سمعة الجامعة كمتغير وسيط عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

لإختبار هذه الفرضية تم الاستعانة بتحليل المسار Path Analysis باستخدام برنامج Amos 16 المدعوم ببرنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وكما يلي:

يوضح الجدول (4 – 15) نتائج تحليل المسار لتأثير خصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال سمعة الجامعة. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذي دلالة إحصائية لخصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال سمعة الجامعة، إذا بلغت قيمة  $\chi^2$  المحسوبة (10.260)، وهي ذي دلالة عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ). وبلغت قيمة

Goodness of Fit Index (GFI) وهو مؤشر ملاءمة الجودة ما قيمته (0.968) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح (الملائمة التامة). وبنفس السياق بلغ مؤشر المواءمة

المقارن Comparative Fit Index (CFI) (0.963) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح. وبلغ

الجذر التربيعي لمتوسطات الخطأ التقريبي Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) (0.021) وهي مقاربة لقيمة الصفر. وهذا ما يعكس التحليل العاملي التوكيدي

Confirmatory Factor Analysis أي المواءمة التامة. فيما بلغ التأثير المباشر لخصائص الخدمة الجامعية على سمعة الجامعة (0.820)، وهو ما يشير إلى أن خصائص الخدمة الجامعية تؤثر

على سمعة الجامعة، وبالتالي فإن زيادة الاهتمام بخصائص الخدمة الجامعية من شأنه توليد تأثير على سمعة الجامعة. وبذات السياق بلغ التأثير المباشر لسمعة الجامعة على ولاء الطلبة

جامعة الشرق الأوسط (0.870)، وهو ما يشير إلى أن لسمعة الجامعة تأثير على ولاء

الطلبة، وبالتالي فإن زيادة الاهتمام بسمعة الجامعة من شأنه توليد تأثير على ولائهم لجامعة الشرق الأوسط. وقد بلغ التأثير غير المباشر لخصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة

من خلال سمعة الجامعة كمتغير وسيط (0.714)، وهو ما يؤكد أن سمعة الجامعة تلعب دوراً في تأثير خصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة لجامعة الشرق الأوسط. وهذه النتيجة تشير إلى أن هناك تأثير لخصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال سمعة الجامعة كمتغير وسيط. إذ أن زيادة الاهتمام بخصائص الخدمة الجامعية من قبل جامعة الشرق الأوسط في ظل وجود سمعة جيدة للجامعة من شأنه التأثير في ولائهم للجامعة، وهي نتيجة عملية تساهم بتحقيق جزء من أهداف الدراسة. وعليه تقبل الفرضية الرئيسية الخامسة التي تنص على:

وجود أثر غير مباشر لخصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال سمعة الجامعة كمتغير وسيط عند مستوى دلالة (0.05)

جدول (4 - 15)

نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من أثر خصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال سمعة الجامعة كمتغير وسيط

Sig* مستوى الدلالة	Indirect Effect التأثير غير المباشر	Direct Effect التأثير المباشر	RMSEA	CFI	GFI	Chi <sup>2</sup> المحسوبة	البيان
0.001	*0.714	0.820	0.021	0.963	0.968	10.260	خصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال سمعة الجامعة
		0.870					

Root Mean Square Error of Approximation must Proximity to Zero (RMSEA)  
Goodness of Fit Index must Proximity to one (GFI)  
Comparative Fit Index must Proximity to one (CFI)

الجذر التربيعي لمتوسطات الخطأ التقريبي ويجب أن يقترب من الصفر  
مؤشر ملاءمة الجودة ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح  
مؤشر الموازنة المقارن ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح

## الفصل الخامس الإستنتاجات والتوصيات

- (1-5): المقدمة
- (2-5): النتائج
- (3-5): الإستنتاجات
- (4-5): التوصيات

### (1-5): المقدمة

يُكرس هذا الفصل لإستعراض أهم النتائج المستندة على ما تقدم من تحليل وتحقق عملي، وهو ما تختص به فقرة النتائج. وفي ضوء النتائج تأتي الإستنتاجات والتوصيات وما يعتقده الباحث صواباً.

## (5-2): النتائج

1. أظهرت النتائج أن مستوى تقييم جودة الخدمة التعليمية في جامعة الشرق الأوسط من وجهة نظر الطلبة عينة الدراسة متوسطة.
2. تبين أن مستوى تقييم التسهيلات التكنولوجية في جامعة الشرق الأوسط من وجهة نظر الطلبة عينة الدراسة متوسطة.
3. أشارت النتائج أن مستوى رضا الطلبة في جامعة الشرق الأوسط من وجهة نظر الطلبة عينة الدراسة متوسطة.
4. بينت النتائج أن مستوى إدراك سمعة جامعة الشرق الأوسط من وجهة نظر الطلبة عينة الدراسة متوسطة.
5. أظهرت النتائج أن مستوى ولاء الطلبة لجامعة الشرق الأوسط كان متوسط.
6. وجود أثر موجب ومباشر لجودة الخدمة التعليمية على رضا طلبة الجامعة عند مستوى دلالة (0.05). وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (الغيثي، 2007) التي أظهرت أن أعلى تقديرات للطلبة لمدى تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة في الجامعات الخاصة في سلطنة عمان كانت في مجال الخدمات، والحوافز المادية والمعنوية، والإداري، ونظم المعلومات، ورضا الطلبة، كما أن تقديرات الطلبة لمدى تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة في الجامعات الخاصة في سلطنة عمان كانت متوسطة. ودراسة (الربيعي، 2011) التي بينت وجود أثر لكل من جودة الخدمة التعليمية وجودة الأشراف على رضا الطلبة وكذلك وجود أثر لجودة الخدمة التعليمية على جودة الأشراف. وقد أكدت الدراسة الدور الفاعل لجودة الأشراف كوسيط في تعزيز أثر جودة الخدمة التعليمية على الرضا. كما بينت الدراسة ابعاد جودة الخدمة الأكثر تأثيراً في جودة الأشراف و تحقيق رضا الطلبة وهي الأعمادية والاستجابية. ودراسة ( Audin, et..al, 2003) التي بينت أهمية ودور كل من الإشراف والتقييم في تطوير الأدوات والأنشطة والمناهج وتوجيهها بما يخدم الطلبة، إذ أن ذلك ينعكس على رضا الطالب وولائه تماماً كما



ينعكس على تحصيله وأدائه الأكاديمي. ودراسة (Gudlaugsson, 2005) الموضحة إلى أن تصورات الطلبة حول جودة ونوعية الخدمات التي يتوقعون وجودها في الجامعة لا تختلف من كلية إلى أخرى، كما أشارت إلى أنه يمكن تعزيز ولاء الطالب ورضاه بتوفير الخدمات التعليمية التي تتناسب مع تصوراته وتوقعاته، إضافة إلى التأكيد على الدور الذي تلعبه المنافسة في تحفيز الخدمات التعليمية ورفع جودتها وبالتالي تحقيق مستويات أعلى لرضا الطالب وولائه. ودراسة (Arambewela & Hall, 2008) التي بينت أن سبب اختيار الجامعات الأسترالية هو أن العديد من طلبة الدراسات العليا ينظرون إلى معظم الجامعات الأسترالية على أنها الصورة المثالية التي تحقق غايات التدريس مقارنة بالجامعات الآسيوية، إضافة إلى أنها تقدم الخدمات التعليمية التي ترضي الطالب وتنمي مهاراته الأكاديمية، كما أشارت الدراسة إلى ضرورة رفع جودة التعليم لغاية تحقيق رضا الطالب. وأظهرت أن الصعوبات التي تواجه الجامعات في كسب رضا الطالب يتمثل بوجود فجوة بين الجامعات التقليدية القديمة وبين ميول واتجاهات الطلبة الحديثة. ودراسة (Frick, et.al, 2009) التي أشارت إلى أن هناك علاقة وثيقة بين جودة التعليم ورضا الطالب، فكلما قدمت الخدمات التعليمية للطلاب فائدة أكبر كلما كان رضاه وولؤه أكبر.

7. وجود أثر موجب ومباشر للتسهيلات التكنولوجية على رضا طلبة الجامعة عند مستوى دلالة (0.05). وهذه الدراسة تتفق مع نتيجة دراسة (أبو وردة، 2007) التي كان من نتائجها أن أكثر الأبعاد قدرة على تفسير الجودة هو الجوانب الأكاديمية يليها الشهرة أو الصيت ثم الجوانب غير الأكاديمية وأخيراً تسهيلات الوصول.

8. وجود أثر موجب ومباشر لجودة الخدمة التعليمية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة عند مستوى دلالة (0.05). وهذه الدراسة تتفق مع نتيجة دراسة (الربيعي، 2011) التي بينت وجود أثر لكل من جودة الخدمة التعليمية وجودة الأشراف على رضا الطلبة وكذلك وجود أثر لجودة الخدمة التعليمية على جودة الأشراف. وقد أكدت الدراسة الدور الفاعل لجودة الأشراف كوسيط في تعزيز أثر جودة الخدمة التعليمية على الرضا. كما بينت الدراسة ابعاد

جودة الخدمة الأكثر تأثيراً في جودة الأشراف و تحقيق رضا الطلبة وهي الاعتمادية والاستجابة.

9. وجود أثر موجب ومباشر للتسهيلات التكنولوجية على إدراك الطلبة لسمعة الجامعة عند مستوى دلالة (0.05). وهذه الدراسة تتفق مع نتيجة دراسة (الربيعي، 2011) التي بينت وجود أثر لكل من جودة الخدمة التعليمية وجودة الأشراف على رضا الطلبة وكذلك وجود أثر لجودة الخدمة التعليمية على جودة الأشراف. وقد أكدت الدراسة الدور الفاعل لجودة الأشراف كوسيط في تعزيز أثر جودة الخدمة التعليمية على الرضا. كما بينت الدراسة ابعاد جودة الخدمة الأكثر تأثيراً في جودة الأشراف و تحقيق رضا الطلبة وهي الاعتمادية والاستجابة.

10. وجود أثر موجب ومباشر لرضا الطلبة على ولائهم لجامعة الشرق الأوسط عند مستوى دلالة (0.05). وهذه الدراسة تتفق مع نتيجة دراسة (Audin, et.al, 2003) التي أظهرت أهمية ودور كل من الإشراف والتقييم في تطوير الأدوات والأنشطة والمناهج وتوجيهها بما يخدم الطلبة، إذ أن ذلك ينعكس على رضا الطالب وولائه تماماً كما ينعكس على تحصيله وأدائه الأكاديمي.

11. وجود أثر موجب ومباشر لسمعة الجامعة على ولاء الطلبة لجامعة الشرق الأوسط عند مستوى دلالة (0.05).

12. وجود أثر غير مباشر لخصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال رضا الطلبة كمتغير وسيط عند مستوى دلالة (0.05). وهذه النتيجة تتفق مع دراسة كلاً من (Tan & Kek, 2004) التي أشارت إلى أن التحليلات الدقيقة أثبتت ووضحت فائدة المنهج في إثارة انتباه الطلبة ومنحهم قدراً أكبر من الفائدة التي ستعكس على رضاهم وولائهم للخدمات التعليمية المقدمة لهم. ودراسة (Serenko, 2010) التي اوضحت أن رضا الطالب يتأثر بدرجة أولى بجودة الخدمات والبرامج التعليمية التي تقدمها الجامعة للطلاب، كما أشارت إلى أن تحقيق رضا الطالب يؤدي إلى تحقيق عامل الولاء لديه كما ويؤثر على توجهاته السلوكية.

وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك تحديات حقيقية تواجه العملية التعليمية في الجامعات للمحافظة على رضا الطالب، ويمكن تجاوزها بالعمل على تطوير وتحسين الخدمة التعليمية والمحافظة على جودتها. كما أشارت الدراسة إلى اختلاف نسبة الرضا ودرجته من فئة إلى أخرى وربطت بين رضا الطالب واستمرار وجوده في الجامعة وبالتالي المحافظة عليه.

13. وجود أثر غير مباشر لخصائص الخدمة الجامعية على ولاء الطلبة من خلال سمعة الجامعة كمتغير وسيط عند مستوى دلالة (0.05). وهذه النتيجة تتفق مع دراسة كلاً من ( Tan & Kek, 2004) التي بينت أن التحليلات الدقيقة أثبتت ووضحت فائدة المنهج في إثارة انتباه الطلبة ومنحهم قدراً أكبر من الفائدة التي ستعكس على رضاهم وولائهم للخدمات التعليمية المقدمة لهم. ودراسة (Gudlaugsson, 2005) التي أوضحت أن تصورات الطلبة حول جودة ونوعية الخدمات التي يتوقعون وجودها في الجامعة لا تختلف من كلية إلى أخرى، كما أشارت إلى أنه يمكن تعزيز ولاء الطالب ورضاه بتوفير الخدمات التعليمية التي تتناسب مع تصوراتهم وتوقعاتهم، إضافة إلى التأكيد على الدور الذي تلعبه المنافسة في تحفيز الخدمات التعليمية ورفع جودتها وبالتالي تحقيق مستويات أعلى لرضا الطالب وولائه. ودراسة (Frick, et.al, 2009) المبيّنة أن هناك علاقة وثيقة بين جودة التعليم ورضا الطالب، فكلما قدمت الخدمات التعليمية للطلاب فائدة أكبر كلما كان رضاه وولائه أكبر. ودراسة (الربيعي، 2011) التي بينت وجود أثر لكل من جودة الخدمة التعليمية وجودة الأشراف على رضا الطلبة وكذلك وجود أثر لجودة الخدمة التعليمية على جودة الأشراف. وقد أكدت الدراسة الدور الفاعل لجودة الأشراف كوسيط في تعزيز أثر جودة الخدمة التعليمية على الرضا. كما بينت الدراسة أبعاد جودة الخدمة الأكثر تأثيراً في جودة الأشراف وتحقيق رضا الطلبة وهي الأتمادية والاستجابة.

## (5-3): الاستنتاجات

1. أن جودة الخدمة التعليمية عامل أساسي في تحقيق رضا الطلبة والذي يعزز ذلك توفر جوانب داعمة لجودة الخدمة التعليمية والمتمثلة بتوفير التسهيلات التكنولوجية كمراكز الحاسوب والإنترنت والتسهيلات الإجتماعية كساحات ممارسة النشاطات الرياضية. وبالتالي فإن السعي لتحقيق مستوى رضا عال للطلبة يرتكز على جهود الجامعة في توفير خدمة تعليمية عالية الجودة ولكافة الأبعاد وبحسب الدراسات التي ظهرت لنا مع توفير الجوانب التكميلية.

2. تنعكس جودة الخدمة التعليمية على سمعة الجامعة بشكل ايجابي، إذ أن توفير خدمة تعليمية عالية الجودة بوجود تسهيلات متكاملة يحقق مستويات عالية من رضا الطلبة وهو ما يؤدي بدوره إلى بروز سمعة طيبة للجامعة.

3. تتوجه المنظمات التعليمية صوب تلبية متطلبات الطالب من أجل البقاء والنمو ، لذا ينبغي تحشيد جهود تحسين جودة الخدمة التعليمية المقدمة في برنامج الماجستير صوب الأهتمام بتوقعات الطالب التي أحرزت معدل الأهمية الأعلى من وجهة نظره، والتي تمتلك التأثير القوي في قابلية الخدمة التعليمية المقدمة على جذب الطالب وامكانية تعزيز الموضوع التنافسي، وهي كل من (أدارة كفاءة وساندة، وتعزيز روح الفريق، وتأسيس ثقافة مشتركة، والحصول على معرفة متخصصة متقدمة، وتنمية القدرات التحليلية، وتطوير المهارات الفردية والتفاعلية) لاسيما في ظل وجود حيز مهم للتحسين بعد أن أنخفضت قابلية القسم الحالية على أشباع تلك المتطلبات درجة واحدة عن معدل الأهمية التي يرغب بها الطالب لكل مطلب مما يجعلها فرصا" اساسية ذات أسبقيات مهمة للتحسين.

4. ينبغي ان تأخذ متطلبات طالب الدراسات العليا الاسبقية في تخطيط تحسين جودة الخدمة المقدمة للحصول على أفضل النتائج مقارنة مع المنافس بأستخدام بيانات التقييم التنافسي السوقي.

5. أهمية أدراك إدارة الجامعات للاداء العالي لبرنامج الدراسات العليا وتفوقه في تلبية غالبية متطلبات الطالب مقارنة مع المنافس، والمحافظة على وتعزيز ذلك التفوق، لاسيما التقييم والإدراك العالي لطالب الدراسات العليا لمستوى توافر متطلبات خبرة تعليمية متميزة.
6. ضرورة تخصيص الموارد المالية اللازمة وتوفير المناخ الملائم للحفاظ على خصائص الجودة الأكثر أهمية في تلبية متطلبات الطالب التي تشكل قدرات القسم ومصدر تميزه التنافسي الواضح على المنافس وفي مقدمتها ملاك تعليمي كفوء، ذلك ان الحفاظ على هذا المتطلب الفني أسهل بكثير من اعادة اكتسابه في ظل الصعوبة التنظيمية الملازمة للحصول عليه، كما وأن التمايز في خاصية الجودة هذه يعزز التفوق على المنافس في خاصيتي منهاج دراسي متجدد ومتطور، واستراتيجيات تدريس وتعليم واضحة، ويحافظ على مستوى الأداء الفني المتميز في خاصية التأكيد على تدريب وتطوير الملاك ذات الأهمية الفنية الثانية نتيجة الارتباط القوي بين خصائص الجودة هذه، مقارنة" مع خصائص الجودة ذات التأثير الأقل في تلبية متطلبات الطالب والتي قد تستدعي إعادة تصميم لخصائص جودة الخدمة التعليمية .
7. التركيز على إن الطالب أصبح اليوم يشكل مركز العملية التعليمية – التعليمية لذلك فإن قياس رضا الطلبة يشكل ركناً أساسياً من أركان الجودة والإعتمادية على مستوى المعايير المحلية والدولية.
8. أن تتفهم الإدارة الجامعية على مستوياتها المختلفة وذلك لأهمية الإستجابة السريعة لحاجات الطلبة وتوقعاتهم وتأخذ آراءهم ومقترحاتهم على محمل الجد وتعددهم شركاء أساسيين في عملية التطوير ورفع مستوى جودة الخدمة التعليمية والأداء الأكاديمي ولا سيما تجاه المقارنة بالجامعات الأخرى.
9. إعتداد مبدأ الشفافية في التعامل مع الطلبة وذلك من خلال الحرص على تقديم وعود واقعية للطلبة والإعلان الواضح عن النتائج المحققة فعلاً إن كانت سلبية أو إيجابية وإصدار الأدلة والمطلوبات والتعليمات الإرشادية الواضحة وجعلها متاحة أمام جميع الطلبة لمساعدتهم على الاندماج في بيئة الجامعة.

## (4-5): التوصيات

1. ضرورة قيام الجامعة بوضع خطة متكاملة للتحسين تتضمن كل أساليب ومتطلبات التحسين الممكنة.
2. ضرورة قيام الجامعة بتبنى برنامج عالمي معترف به لتحسين جودة عملياتها التعليمية.
3. ضرورة عمل الجامعة على تبني نظام حاسوبي مبرمج لحفظ وثائقها ومتطلبات تحسين عملياتها التعليمية الأخرى.
4. ضرورة عمل الجامعة على تبني نظام واضح وجيد لتنظيم إجراءات عملياتها التعليمية.
5. ضرورة توافر آلية للتعاون العلمي (بحوث مشتركة ، ودورات تدريب ، وتبادل خبرات) مع الجامعات العالمية لتعزيز قدرات طلاب وأساتذة برنامج الدراسات العليا.
6. ضرورة تطوير معايير خاصة لمدخلات جودة العملية التعليمية ومخرجاتها في الجامعات المتخصصة.
7. ضرورة قيام جميع الكليات بوضع نظام معايير فعال لمتابعة الأداء الأكاديمي والإداري الذاتي وتقييمه وأن يكون قياس رضا الطلبة واحداً من هذه المعايير.

## قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية  
ثانياً: المراجع الأجنبية

## أولاً: المراجع العربية

1. إبراهيم ، محمد فتحي وآخرون، (2007)، "السمات الشخصية وعلاقتها بجودة بعض الخدمات ومستوي التحصيل الدراسي لطلاب كلية النقل البحري"، التعليم الجامعي وتحديات المستقبل، مؤتمر استراتيجيات تطوير مؤسسات التعليم العالي بالوطن العربي في ضوء التحديات المعاصرة، الإسكندرية: الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا، الفترة 28 – 30 يوليو.
2. أبو رمان؛ أسعد حامد والديوه جي، أبي سعد، (2000)، "التسويق السياحي والفندقي"، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان: الأردن.
3. أبو وردة، شيرين حامد محمد، (2007)، "نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات التعليمية: بالتطبيق علي مؤسسات التعليم العالي في مصر"، ورقة عمل، نوفمبر: 1 – 51.
4. أحمد، إبراهيم أحمد، (2003)، "الجودة الشاملة في الإدارة التعليمية والمدرسية"، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر.



5. إدريس، ثابت عبد الرحمن، (1996)، "قياس جودة الخدمة باستخدام مقاييس الفجوة بين الادراكات والتوقعات: دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمات الصحية بدولة الكويت"، **المجلة العربية للعلوم الإدارية**، المجلد الرابع، العدد الأول، جامعة الكويت.
6. إدريس، ثابت عبد الرحمن، والمرسي، جمال الدين محمد، (1993)، "قياس جودة الخدمة وتحليل العلاقة بينهما وبين كل من الشعور بالرضا والميل للشراء"، **مجلة التجارة والتمويل**، العدد الأول، جامعة طنطا، كلية التجارة.
7. إدريس، ثابت عبد الرحمن، والمرسي، جمال الدين محمد، (1995)، "جودة خدمة المعلومات الفنية وأثرها على رضا مندوب البيع دراسة تطبيقية لمفاهيم ومقاييس جودة الخدمة والتسويق الداخلي"، **المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة**، العدد الثاني، جامعة عين شمس: كلية التجارة.
8. آل فيحان، ايثار عبد الهادي، (2007)، "تقييم جودة الخدمة التعليمية بأستخدام أداة نشر وظيفة الجودة: دراسة تحليلية لآراء طلبة مرحلة الدكتوراه في قسم ادارة الاعمال – كلية الادارة والاقتصاد – جامعة بغداد"، **مجلة الإدارة والاقتصاد**، جامعة بغداد، العدد السابع والستون: 81 – 120.
9. التقي، عبد المحسن، وآخرون، (2008)، "انطباعات الطلبة عن جودة الخدمة في جامعة الكويت والتعليم التطبيقي والجامعات الخاصة"، **مجلة العلوم الاجتماعية**، المجلد 36، العدد 3.
10. توفيق، عمرو عبد الرحمن، (2007)، "علاقات العملاء"، القاهرة: مركز الخبرات المهنية للإدارة.
11. الحسني، سليم إبراهيم، (2009)، "مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب عن مستوى الأداء الإداري والأكاديمي لكليتهم: دراسة مسحية"، **مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية**، المجلد 25، العدد 2: 285 – 312.
12. حمود، خضير كاظم، (2000)، "إدارة الجودة الشاملة"، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان: الأردن.

13. خضير، كاظم محمود، (2002)، "إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء"، دار المسيرة، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية.
14. الخطيب، أحمد، (2000)، "إدارة الجودة الشاملة: تطبيقات في الإدارة الجامعية"، مجلة اتحاد الجامعات العربية، المجلد 3: 82.
15. الربيعي، ليث، (2008)، "عوامل جذب الطلبة الأجانب في استهداف الجامعة للأسواق الدولية، دراسة تحليلية لاتجاهات الطلبة الوافدين في جامعة البترا"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد السادس عشر.
16. السعد، مسلم علاوي، ومنهل، محمد حسين، (2007)، "جودة العملية التعليمية الجامعية ومتطلبات تحسينها: دراسة حالة في جامعة البصرة"، ورقة عمل.
17. شاهين، شريف، (2000)، "مصادر المعلومات الالكترونية في المكتبات ومراكز المعلومات"، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
18. الصارمي، عبدالله، وزايد، كاشف، (2006)، "مدى رضا طلبة كلية التربية بجامعة السلطان قابوس عن الإشراف الأكاديمي وطبيعة توقعاتهم منه"، مجلة كلية التربية، جامعة الإمارات العربية المتحدة السنة الحادية والعشرون، العدد (23): 59 - 88.
19. الضمور، هاني حامد، (2005)، "تسويق الخدمات"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان: الأردن
20. الطاني، رعد، قداة، عيسى، (2003)، "إدارة الجودة الشاملة: مفهوم وإطار للتطبيق في الجامعات وآليات العلوم الإدارية لتطوير وتحسين مستويات الأداء"، مؤتمر كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية الثاني، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن.
21. الطيطي، عبد الجواد فائق، (1991)، "تقنيات التعليم بين النظرية والتطبيق"، اربد: دار قدسية.
22. عاشور، يوسف حسي، والعبادلة، طلال عثمان، (2007)، "قياس جودة الخدمات التعليمية في الدراسات العليا: حالة برنامج MBA في الجامعة الإسلامية بغزة"، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي عشر، العدد الأول، يناير: 98 - 128.

23. عبد الرحمن، توفيق، (2004)، "المناهج التدريسية المتكاملة: منهج إدارة الجودة الشاملة"، مركز الخبرات المهنية للإدارة (PMEC)، الطبعة الثانية، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
24. عشبية، فتحى درويش محمد، (1999)، "الجودة الشاملة وإمكانية تطبيقها في التعليم الجامعي المصري"، دراسة مقدمة لندوة إشكالية المنهج وطرق التدريس في كليات العلوم الإنسانية والاجتماعية بدول مجلس التعاون، جامعة البحرين.
25. العلاق، بشير، (2002)، "التسويق عبر العلاقات المستندة للتكنولوجي"، بحث مقدم في الملتقى الأول للتسويق في الوطن العربي: الواقع وآفاق التطوير، الإمارات.
26. الغيثي، هاني، (2007)، "مدى تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة في الجامعات الخاصة من وجهة نظر الطلبة في سلطنة عمان"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، عمان
27. فتحى، شاكراً أحمد ؛ زيدان، همام بدر اوي، (2004)، "تقويم أداء كليات التربية في ضوء إدارتها الفعالة: تصور مقترح"، بحث مقدم للمؤتمر التربوي الدولي الثالث (نحو إعداد أفضل لمعلم المستقبل)، كلية التربية، جامعة السلطان قابوس، مسقط، سلطنة عُمان.
28. الكلوب، عبد الحليم، (1999)، "التكنولوجيا في عملية التعلم والتعليم"، الطبعة الثانية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان: الأردن.
29. المحاميد، ربا جزا جميل، (2008)، "دور إدارة المعرفة في تحقيق ضمان جودة التعليم العالي: دراسة تطبيقية في الجامعات الأردنية الخاصة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان: الأردن.
30. مصطفى، أحمد؛ الأنصاري، محمد، (2002)، "برنامج إدارة الجودة الشاملة وتطبيقاتها في المجال التربوي"، قطر، المركز العربي للتدريب التربوي لدول الخليج.

## ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Alexandris, K., Douka, S, Papadopoulps, P, Kaltsatous, A. (2008), "Testing the role of service quality on the development of brand association and brand loyalty", **Managing and Service Quality**, Vol.18, No.3: 239-254.
2. Al-Rubaiee, L. & Al-Nazer, N. (2010), "Investigate the Impact of Relationship Marketing Orientation on Customer Loyalty: The Customer's Perspective", **International Journal of Marketing Studies**, Vol. 2, No.1: 155-160.
3. Arambewela, R. & Hall, J. (2008). "A Model of Student Satisfaction: International Postgraduate Students from Asia", **Unpublished Dissertation, Deakin University**, Australia.
4. Astin, A. (1993), "**What matters in college? Four critical years revisited**". San Francisco, CA: Jossey-Bass.
5. Audin, K.; Davy, J. & Barkham, M. (2003), "University Quality of Life and Learning (UNIQoLL): an approach to student well-being, satisfaction and institutional change", **Journal of Further and Higher Education**, Vol.27, No.4: 365-382.
6. Atkin, B. & Brooks, A. (2009), "**Total Facilities Management**", 3<sup>rd</sup> edition, Wiley-Blackwell, Oxford and New York.
7. Baron, R & Norbert, K (2003), "**Group Process, Group Decision, Group Action**", 2<sup>rd</sup> edition. Buckingham: Open University Press.
8. Bolliger, D. & Martindale, T. (2004), "Key Factors for Determining Student Satisfaction in Online Courses", **International Journal of E-Learning**, Vol.3, No.1:61-67.
9. Bush, V.; Ferrell, O. & Thomas Jr, (1998), "Marketing the business school: An exploratory investigation", **Journal of Marketing Education**, Vol.20, No.1: 16-23.
10. Cheng, Y. (1990), "Conception of school effectiveness and models of school evaluation: a dynamic perspective", **Education Journal**, Vol.18, No.1: 47-62.

11. Dick, A.S & Kunal, B, (1994), "Customer loyalty : toward an integrated conceptual framework", **Journal of the Academy of Marketing Science**, Vol.22, No.2, Spring: 99-113.
12. Douglas, J.; Alex, D. & Barnes, B. (2006), "**The art and science of marketing-marketing for marketing managers**", NY-U.S.A, Oxford University Press, Inc.
13. Dowling, G.R, (2001), "**Creating Corporate Reputations**", Oxford University Press: Oxford.
14. Dutton, J.E.; Dukerich, J.M & Harquail, C.V. (1994), "Organization images and member identification", **Administrative Science Quarterly**, No. 39: 239-63.
15. Elliot, K. M. and Healy, M. A. (2001), "Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention", **Journal of Marketing for Higher Education**, Vol.10, No.4: 1-11.
16. Fombrun, C. & Shanley, M. (1990), "What's in a name? Reputation building and corporate strategy", **Academy of Management Journal**, Vol. 33 No. 2: 233-258.
17. Forsythe, Kevin (2000), "The Stadium Game Pittsburgh Style: Observations Of The Latest Round Of Publicly Financed Sports Stadia In Steel Town", **USA: And Comparisons With 28 Other Major League Teams**.
18. Frick, T; Chadha, R. & Watson, C. (2009), "College student perceptions of teaching and learning quality", **Educational Technology Research and Development**, Vol.1, No.58.
19. Goldberg, J. & Cole, B. (2002), "Quality Management in Education : Building Excellence & Equity in Student Performance", **QMJ** , Vol.9, No.4: 8-22.
20. Gudlaugsson, T, (2005), "The effect of Competition on Expectation, Perception and Loyalty of University students", **Unpublished Dissertation**, University of Iceland.
21. Heck, R. & Johnsrud, L, (2000), "Administrative effectiveness in higher education: improving assessment procedures", **Research in Higher Education**, Vol.41, No.6: 663–85.
22. Helgesen, Q. (2008), "Marketing for higher education: a relationship marketing approach", **Journal of marketing for higher education**, Vol.18, No.1: 50- 75.

23. Henning-Thurau, T., Lager, M.F. and Hansen, U. (2001), "Modelling and managing student loyalty: An approach based on the concept of relationship quality", **Journal of Service Research**, Vol.3, No.1:331–344.
24. Hugstad, P. (1997), "Marketing the marketing Major", **Journal of Marketing Education**: 4-13.
25. Johnston, B. & McLean, L. (1998), "Quality assessment, student need, and personal care at the University of Strathclyde", **Pastoral Care**, June: 36-44.
26. Jones, Sandra, (2003), "Measuring the Quality of Higher Education: linking teaching quality measures at the delivery level to administrative measures at the university level", **Quality in Higher Education**, Vol. 9, No. 3, November: 223-229
27. Kotler, Philip & Keller, Kiven Lane, (2006), "**Marketing Management**", 12<sup>th</sup> Ed., Prentice Hall,
28. Kotler, P. and Fox, K. F. A. (1995), "**Strategic marketing for educational institutions**", 2<sup>nd</sup> edition, Prentice Hall , Englewood Cliffs, NJ.
29. Kotler, P, (2001), "**Marketing Management: Analysis Planning, Implement and Control**", India,Prntice Hall, Inc.
30. Levitt, T. (1965), "**Industrial Purchasing Behavior: A Study of Communications Effects**", **Division of Research**", Harvard Business School, Boston, MA.
31. Luhmann, N. (1995), "**Social System**", Stanford University Press, Stanford.
32. Marzo-Navarro, M. , Pedraja-Iglesias, M. and Rivera-Torres, P. (2005), "Measuring customer satisfaction in summer courses", **Quality Assurance in Education**, Vol.13, No.1: 53-65.
33. Mason, C.J, (1993), "What image do you project?", **Management Review**, No. 82, November: 10-16.
34. Oliver, R. L. (1997), "**Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer**", McGraw-Hill , Columbus, OH

35. Prsech, M; Robert, C.; Kenneth, S. & Dennis, B. (2008), "The student orientation of a college of business: an empirical look from the student's perspective", **The Marketing Management Journal**, Vol.18, No.1: 100-108.
36. Ramsden, P. & Entwistle, N. (1981), "Effects of academic departments on students' approaches to studying", **British Journal of education psychology**, Vol.51: 368-383.
37. Ramsden, P. (1979), "Student learning and perceptions of the academic environment", **Higher Education**, Vol.8: 411-427.
38. Rao, H. (1994), "The social construction of reputation: certification contests, legitimation and the survival of organizations in the American automobile industry 1895-1912", **Strategic Management Journal**, Vol. 15, Winter: 29-44.
39. Ravald, A. and Grnroos, C. (1996), "The value concept and relationship marketing", **European Journal of Marketing**, Vol.30, No.2: 19-30.
40. Reeves, C., Bednar ,D. (1994), "Defining Quality: Alternatives & Implications", **Academy of Management Review**, Vol.19, No.3: 419-445.
41. Reichheld, F. (1996), "**The loyalty effect: The hidden force behind growth, profits, and lasting value**", Boston: Harvard Business School Press.
42. Rickinson, B. & Rutherford, D. (1996), "Systematic monitoring of the adjustment to university of undergraduates: a strategy for reducing withdrawal rates", **British Journal of guidance and Counseling**, Vol.24: 213-225.
43. Ryals, L. (2002), "Are your customers worth more than money?", **Journal of Retailing and Consumer Services**, Vol.7: 241-251.
44. Sauer, P. L. & O'Donnell, J. B. (2006), "The impact of new major offerings on student retention", **Journal of Marketing for Higher Education**, Vol.16, No.2: 135-155.
45. Schertzer, C. & Schertzer, S. (2004), "Student satisfaction and retention: A conceptual model", **Journal of Marketing for Higher Education**, Vol.14, No.1: 79-91.

46. Schreiner, L (2009), "Linking Student Satisfaction and Retention: Research Study", **Azusa Pacific University**.
47. Sekaran, Uma, (2003), "**Research Methods for Business**", John Wiley & Sons, U.S.A.
48. Serenko, A (2010), "Student satisfaction with Canadian music programs: the application of the American Customer Satisfaction Model in higher education", **Assessment & Evaluation in Higher Education**, First Article: 1–19.
49. Seth, N. , Deshmukh, S. G. and Vrat, P. (2004), "Service quality models: A review", **International Journal of Quality & Reliability Management**, Vol.22, No.9: 913-949.
50. Sevier, R. (1994), "Image is everything", **College and University**: 60-75.
51. Srikanthan, G & Dalrymple, John F, (2002), "Developing a Holistic Model for Quality in Higher Education", **Quality in Higher Education**, Vol. 8, No. 3: 215-224
52. Sullivan, M. (1990), "Measuring image spillovers in umbrella branded products", **Journal of Business**, Vol. 63 No. 3: 309-329.
53. Sung, M. and Yang, S. (2006), "Student-University Relationships and Reputation: A Study on the Links between Key Factors Fostering Students' Supportive Behavioral Intentions towards the University", **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association**, Dresden International Congress Centre, Dresden.
54. Tan, K & Kek. S (2004), "Service Quality in Higher Education Using an Enhanced SERVQUAL Approach", **Quality in Higher Education**, Vol.10, No. 1.
55. Tinto, V. (1993), "**Leaving college: Rethinking the causes and cures of student attrition**", 2<sup>nd</sup> edition, The University of Chicago Press , Chicago
56. Tribus , M. (1991), "**Total Quality in Schools of Business & of Engineering**", Exergy , CA : Inc. Hayward :1-26.
57. Warn, James & Tranter, Paul, (2001), "Measuring Quality in Higher Education: a competency approach", **Quality in Higher Education**, Vol. 7, No. 3: 191-198



58. Weigelt, K. and Camerer, C. (1988), "Reputation and corporate strategy: a review of recent theory and applications", **Strategic Management Journal**, No. 9: 443-554.
59. Widrick, S.; Erhan, M. & Develing, G, (2002), "Measuring the dimensions of quality in higher education's", **Measuring the Dimensions of Quality**, Vol.13, No.1: 123-131.
60. Willims, Robert J; Schnake, Mel E & Fredenberger, William, (2005), "The Impact of Corporate Strategy on a Firm's Reputation", **Corporate Reputation Review**, Vol. 8, No.3: 187-197.
61. Wright, Christine & O'Neill, Martin, (2002), "Service Quality Evaluation in the Higher Education Sector: An Empirical Investigation of Students' Perceptions", **Higher Education Research & Development**, Vol. 21, No.1: 23-39.
62. Wright, R. (2000), "Student Evaluation and Consumer Orientation of Universities", **Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing**, Vol.8: 33-40.
63. Yoon, E., Guffey, H.J. and Kijewski, V. (1993), "The effects of information and company reputation on intentions to buy a business service", **Journal of Business Research**, No. 27: 215-28.
64. Young, C. (2002), "The University of Florida Strategic Plan", **Journal of marketing for higher education**, Vol.21, No.1: 102-124.
65. Zhang, L, Han, Z & Gau, Q (2008), "Empirical Study on the Student Satisfaction Index in Higher Education", **International Journal of Business and Management**, Vol.3, No.9: 46-51.

## قائمة الملاحق

أولاً: قائمة بأسماء محكمي الاستبانة  
ثانياً: أداة الدراسة (الاستبانة)

**الملحق (1)**  
**قائمة بأسماء المحكمين**

الجامعة	التخصص	اللقب العلمي والاسم	الرقم
الشرق الأوسط	نظم معلومات وتحليل بيانات	أ.د. محمد عبد العال النعيمي	1
الشرق الأوسط	إدارة أعمال	د. صباح حميد آغا	2
الشرق الأوسط	إدارة أعمال	د. علي جبرين	3
الشرق الأوسط	إدارة أعمال	د. علي عباس	4

## الملحق (2)

استبانة بحث ميداني خاص بالطلبة  
الأخ المستجيب / الأخت المستجيبة

### تحية طيبة

تهدف هذه الاستبانة إلى دراسة "العوامل المؤثرة في رضا الطلبة وإدراكهم لسمعة الجامعة: دراسة تطبيقية على طلبة الدراسات العليا في جامعة الشرق الاوسط"، نرجو التفضل بقراءة بنود وفقرات الاستبانة بدقة وتوخي الدقة في إختبار الإجابة المناسبة من وجهة نظركم، وأن هذه الدراسة سرية لا تحتاج لذكر الاسم وهي لأغراض البحث العلمي راجي بالتفضل بالإطلاع والإجابة على كافة أسئلة الاستبانة. مع خالص الشكر والتقدير.  
المشرف: الدكتور ليث الربيعي  
الطالب: عمر فاروق

محمد الشمري

### الخصائص الديمغرافية

#### (1) العمر

- |                          |                |                          |                |
|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | أقل من 30 سنة  | <input type="checkbox"/> | من 30 – 34 سنة |
| <input type="checkbox"/> | من 35 – 39 سنة | <input type="checkbox"/> | 40 سنة فأكثر   |

#### (2) الجنس

- |                          |     |                          |      |
|--------------------------|-----|--------------------------|------|
| <input type="checkbox"/> | ذكر | <input type="checkbox"/> | أنثى |
|--------------------------|-----|--------------------------|------|

#### (3) الكلية

- |                          |                     |                          |                 |
|--------------------------|---------------------|--------------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | الأداب والعلوم      | <input type="checkbox"/> | الإعلام         |
| <input type="checkbox"/> | الأعمال             | <input type="checkbox"/> | الحقوق          |
| <input type="checkbox"/> | تكنولوجيا المعلومات | <input type="checkbox"/> | العلوم التربوية |

#### (4) مرحلة الدراسة

السنة الأولى (مقرارات الدراسة)

السنة الثانية (مقرارات + مشروع بحث)

مرحلة إنجاز الرسالة أو من إنتهى منها

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات جودة الخدمة التعليمية

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		أتفق كلياً	أتفق	اتفق بعض الشيء	محايد	لا أتفق بعض الشيء
1	المعدات في الجامعة مسايرة للعصر وحديثة					
2	الإمكانيات المتاحة بالجامعة مناسبة وجذابة					
3	يتميز العاملون في الجامعة بحسن المظهر وأنافة الملابس					
4	تتلاءم القاعات الدراسية مع طبيعة الخدمة التعليمية المقدمة					
5	تلتزم الجامعة بتقديم خدماتها بالوقت المحدد					
6	لدى الجامعة إستعداد دائم لمساعدة الطلبة عند حدوث مشكلة					
7	يتم أداء الخدمة التعليمية بشكل فوري					
8	يلتزم العاملين وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة بتقديم الخدمة بالوقت المحدد					
9	العاملين في الجامعة وأعضاء هيئة التدريس غير مشغولين عن تلبية إحتياجات الطلبة					
10	الإستعداد الدائم لدى العاملين وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة لمساعدة الطلبة					
11	الإستعداد الدائم لدى العاملين وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة لتوضيح أية موضوع مثار تساؤل الطلبة					
12	سلوك العاملين وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة يبعث الثقة في نفوس الطلاب					
13	الشعور بالأمان عند التعامل مع العاملين في الجامعة					
14	سلوك العاملين وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة يتسم بالشفافية والوضوح					
15	العاملين وأعضاء هيئة التدريس في الجامعة لديهم قدرة عالية ومعرفة للإجابة عن إستفسارات الطلبة					
16	توفر الجامعة أوقات ملائمة لظروف الطلبة					
17	تهتم الجامعة بمشكلات الطلبة بشكل فردي					
18	تلتزم الجامعة والعاملين فيها بتقديم أفضل الخدمات لطلبتها					
19	تتفهم الجامعة للإحتياجات المحددة للطلبة					

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات التسهيلات التكنولوجية والخدمات الإجتماعية

ت	الفقرة	بدائل الإجابة					
		أتفق كلياً	أتفق	اتفق بعض الشيء	محايد	لا أتفق بعض الشيء	لا أتفق إطلاقاً
20	سهولة الحصول والوصول إلى قواعد البيانات في الجامعة						
21	وجود قاعدة إتصال وتواصل بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس						
22	توفر الجامعة أجهزة حاسوب كافية للطلبة للولوج إلى قواعد البيانات						
23	توفر الجامعة خدمات الإنترنت للطلبة بشكل دائم						
24	توفر الجامعة كافة الوسائل التعليمية الضرورية لإنجاز اهداف العملية التعليمية						
25	توفر الجامعة قاعات دراسية كافية ومناسبة لأعداد الطلبة						
26	تتوفر في مكتبة الجامعة الكتب الضرورية والدوريات اللازمة لمساعدة الطلبة						
27	توفر الجامعة نشاطات خاصة بالطلبة						
28	توفر الجامعة بيئة إجتماعية مناسبة						

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات رضا الطلبة

ت	الفقرة	بدائل الإجابة					
		راضي جداً	راضي	راضي بعض الشيء	محايد	غير راضي بعض الشيء	غير راضي إطلاقاً
29	مستوى الرضا عن المعدات المتوفرة						
30	مستوى الرضا عن المنظمة ومحتوياتها من المراجع والمجلات						
31	مستوى الرضا عن إجراءات التسجيل						
32	مستوى الرضا عن المقررات الدراسية						
33	مستوى الرضا عن العملية التعليمية						
34	مستوى الرضا عن الهيئة التدريسية						
35	مستوى الرضا عن القاعات الدراسية						
36	مستوى الرضا عن التسهيلات التكنولوجية والمرافق الجامعية						
37	مستوى الرضا عن النشاطات الجامعية						

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات  
سمعة الجامعة

بدائل الإجابة							الفقرة	ت
ممتازة	جيدة جداً	جيدة	متوسطة	مقبولة	سيئة	سيئة جداً		
							أدراك سمعة الجامعة من خلال العاملين وأعضاء هيئة التدريس فيها	38
							أدراك سمعة الجامعة من خلال المعارف والأصدقاء	39
							أدراك سمعة الجامعة من خلال أوساط الجمهور العام	40
							جامعة الشرق الأوسط تتميز باسمها في سوق التعلم العالي في الأردن	41
							الخطط الدراسية والمقننات التعليمية في الجامعة تعكس سمعة الجامعة المتميزة	42

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات  
ولاء الجامعة

بدائل الإجابة							الفقرة	ت
لا أتفق إطلاقاً	لا أتفق	لا أتفق بعض الشيء	محايد	أتفق بعض الشيء	أتفق	أتفق كلياً		
							تتمتع جامعة الشرق الأوسط بالمصداقية بالنسبة لي	43
							أفضل التعامل مع جامعة الشرق الأوسط لثقفتي الكبيرة بها	44
							أشعر بأن جامعة الشرق الأوسط تحرص على المشاركة الاجتماعية وتقديم المساعدات	45
							أوجه أصدقائي و أقاربي لجامعة الشرق الأوسط لأنها تلبى احتياجاتهم	46
							أدافع عن جامعة الشرق الأوسط عندما ينتقدها البعض بشكل خاطئ أو ظالم	47
							أشعر بولائي لانتمائي لجامعة الشرق الأوسط لأنها جامعة وطنية ومتميزة	48
							أقوم بتوصية زملائي بالتسجيل بالجامعة التي أدرس بها	49
							إذا ما فكرت بالدراسة مرة أخرى بتخصص آخر فإنني أقوم بالتسجيل بنفس الجامعة	50