

# تقييم جودة الخدمات التعليمية وفق نموذج (Servqual) المعدل دراسة استطلاعية لعينة من طلبة كلية الإدارة والاقتصاد/ جامعة بغداد

م.م صباح عبد الحسن أَلجَلبي  
جامعة بغداد/ كلية الإدارة والاقتصاد  
قسم ادارة الاعمال

## المستخلص

يهدف البحث إلى تطبيق نموذج (SERVQUAL) معدل لتقييم جودة الخدمات التعليمية من خلال إجراء دراسة استطلاعية لعينة من طلبة كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة بغداد. قام الباحث بتوزيع استبانته من جزئين على عينة حجمها (72) طالب من أصل 720 طالب بقسم إدارة الأعمال من طلبة المراحل الثانية والثالثة والرابعة للدراسات المسائية للعام الدراسي 2008 – 2009 لغرض قياس تطلعاتهم وإدراكاتهم لجودة خدمة التعليم تم تحليل خمسة أبعاد رئيسية شملت (22) متغير. توصلت الدراسة إلى أن هناك (13) متغير فيها التطلعات دون الإدراكات و (9) متغيرات تمكنت الكلية من خلالها تحقيق الرضا للطلاب، أما البعد الخامس فكان في الترتيب الأول من حيث الأهمية والبعد الثالث في الترتيب الثاني إلا أن البعد الخامس كان الأقل أهمية من بين جميع الأبعاد الخمسة.

## Abstract

The research aims to apply a modified SERVQUAL model to evaluate the quality of the educational services via conducting exploratory research for students from the College of Administration and Economics- Department of Business Administration- Evening studies at the University of Baghdad. Questionnaire of two parts was distributed to a sample of (72) students out of (720) students of the 2<sup>nd</sup>., 3<sup>rd</sup>. and 4<sup>th</sup>. year in the beginning of the second semester of the year 2008-2009 to measure the expectations and perceptions to the quality of the educational services. Five major dimensions were analyzed to see the gaps for (22) variables. The study concluded that there were (13) variables confirmed that the expectations were below the perceptions while (9) variables were satisfying to the students. The fifth dimension was the first in the importance and the third one was the second, whereas the first one was the least in the importance for all of them.

## مقدمة

يبدو أن التعليم العالي في العراق كان بصورة عامة ولفترة طويلة بعيداً عن تطبيق مفاهيم ونظريات الإدارة. وبما لا يقبل الشك فإن مؤسسات التعليم العالي هي منظمات بحد ذاتها لا تختلف من حيث الهياكل التنظيمية عن أي من الشركات العامة. وبما أن مؤسسات التعليم العالي لا تختلف عن الشركات التي تقدم منتجات أو خدمات في سوق تنافسية وبالأخص في مجال الدراسات المسانية، فإنها تواجه تحديات أمكانية استمرارها في العطاء وبشكل متميز ومتواصل في ضوء تقويم نتائج الخدمات التعليمية والتدريسية التي تقدمها.

إن مؤسسات التعليم العالي في العالم بحاجة متزايدة إلى أن تكون تنافسية مع بعضها البعض الآخر بهدف خلق الفرق الذي يميزها عن مثيلاتها وذلك من خلال جودة التعليم العالي الذي تقدمه والسمعة الطيبة التي تتمتع بها. أن هبة واعتبار أي مؤسسة تعليمية تبنى في ضوء قدرتها على تحقيق أهداف الجودة في خدمات التعليم، إذ يعد الطلبة في الدراسة المسانية كزبائن إذا ما نظرنا لمؤسسة التعليم العالي كمنظمات مقدمة للخدمة التعليمية ولذا فإن الطلبة من حقهم المطالبة بخدمة تعليم ذات جودة عالية مقابل الأجور التي يدفعونها عن هذه الخدمة. فمن حقهم المطالبة باستخدام الأجهزة والمعدات الحديثة في التعليم والاتصال وأن تكون المؤسسة قادرة على الاستجابة بسرعة لمتطلبات الطلبة وكذلك المطالبة بمهارات وكوادر علمية متمكنة من تقديم المعرفة المعبرة عن جودة التعليم كما أن لهم حق الاختيار للمؤسسة التعليمية التي تتمتع بسمعة طيبة. لذا فإن مؤسسة التعليم العالي بحاجة إلى أن تميز نفسها عن منافسيها وأنها أصبحت الآن وبصورة متزايدة مهتمة بإيجاد أنظمة إدارة الجودة استجابة للمطالب المفروضة من قبل بيئة معقدة وغامضة.

(Athigaman and O'Donnell, 1994; Jenkins, 1994, Sallis and Hingley, 1991)

إن على مؤسسات التعليم العالي أن تتكيف وتتغير بخطى أسرع من السابق، أن المنافسة وربما أيضاً البقاء مستقبلاً سوف يعتمد إلى درجة كبيرة على الإستراتيجيات المطبقة في إدارة التغيير (Jenkins , 1994,p15). ولغرض زيادة التنافس وضمان البقاء في المستقبل فإن على مؤسسات التعليم العالي أن تكون ملتزمة بشرط الجودة وينمط تقديم أفضل الخدمات للطلبة باعتبارهم زبائن. (Sallis & Hingley, 1991; 12).

أولاً: منهجية البحث

## 1-1 مشكلة البحث

لكي تحتل مؤسسات التعليم العالي في العراق موقعاً تنافسياً لاسيما مع الجامعات في البلدان المجاورة لما يتطلب من هذه المؤسسات المحافظة على أصالتها وعمقها التاريخي المتجذر. فهي بحاجة إلى إجراء تغييرات عاجلة في أنظمتها التعليمية في كلياتها ومعاهدها. ويتحقق هذا الهدف من خلال تطبيق نموذج إداري حديث يتمحور حول جودة الخدمات التعليمية المقدمة للزبائن. أن هدف هذا البحث هو التوكيد على معرفة مشكلة تطبيق سياسات الجودة في مؤسسات التعليم العالي وعلى كيفية قياسها وبالأخص في مجال الدراسات المسانية. وبالنظر لكون مثل هذه الدراسة عادة ما تكون واسعة جداً وشاملة، لذا يقتصر هدفنا على تحديد خصائص الخدمات الضرورية لطلبة الدراسات المسانية لنتمكن من تقديم دليل عمل يفيد التخطيط الإستراتيجي لكلية الإدارة والاقتصاد- جامعة بغداد- الدراسات المسانية كمرحلة أولى. وتتمحور مشكلة البحث في التساؤلات الآتية:-

- 1- هل أن للتعليم العالي نفس الأبعاد الخمسة لجودة الخدمات التي وضعت من قبل Parasuraman et al؟
- 2- ما هي المتغيرات التي تكون فيها الإدراكات دون التطلعات ضمن الأبعاد الخمسة؟
- 3- ما هي المتغيرات التي تكون فيها الكلية قادرة على تحقيق الرضا للطلبة في الدراسات المسانية ضمن الأبعاد الخمسة؟
- 4- هل أن للأبعاد نفس الأهمية النسبية للدراسات المسانية بالكلية؟

## 2-1 أهداف البحث

يسعى البحث لتحقيق الأهداف الآتية:-

- 1- التأكد من إمكانية تطبيق مقياس جودة الخدمة في التعليم العالي من خلال قياس الفجوة بين تطلعات وإدراكات الطلبة.
- 2- إجراء مقارنة بين النتائج التي توصلت إليها دراسة (Alves & Vieira) حول الأهمية النسبية للأبعاد الخمسة للمقياس.
- 3- الكشف عن نقاط قوة خدمة التعليم في كلية الإدارة والاقتصاد الدراسات المسائية بهدف تعزيزها وكذلك الكشف عن نقاط ضعف الخدمة بهدف معالجتها ضمن الخطط الإستراتيجية للكلية.
- 4- تقديم أداة قياس للتقويم الدوري لخدمة التعليم في الكلية.
- 5- مد المعنيين بالكلية بالمعرفة اللازمة للقيام بدور المكتشف لتطلعات الزبائن في ضوء التطورات البيئية.

## 3-1 منهج وطريقة البحث

تم إتباع المنهج الإحصائي الوصفي حيث اعتمد التحليل الإحصائي للبيانات المجمعة من طلبة الدراسات المسائية بكلية الإدارة والاقتصاد ميدانياً واستخدام أسلوب جمع البيانات من خلال تصميم استبيانه اشتملت على نفس المتغيرات المعدلة التي اتبعت في دراسة (Alves & Vieira 2006;p13) لقياس مستوى تطلعات وإدراكات الطلبة لهذه الخدمة وكذلك لمعرفة مدى الفرق بين ما يتطلع إليه الطلبة وبين ما يدركونه فعلاً. إن الاستبانة محكمة ومختبرة صدقيتها وهي استبانة معدلة عن الاستبانة المستخدمة في قياس الفجوة بين التطلعات والإدراكات وتضمنت خمسة أبعاد احتوت هذه الأبعاد على (22) متغير لقياس مدى جودة التعليم في مؤسسات التعليم العالي. أن متغيرات المقياس عدلت تماماً لتلائم الدراسة وأهدافها وطبيعة مجالها ويبين الجدول (1) متغيرات وأبعاد الدراسة.

جدول رقم (1) متغيرات أبعاد الدراسة

ت	تفصيل البعد الرئيس	المتغيرات الفرعية للبعد	عدد المتغيرات
1	ظهور الوسائل الطبيعية ومواد الاتصال	الأول، الثاني، الثالث، الرابع.	4
2	قدرة مؤسسة التعليم العالي في الاستجابة لمتطلبات الطلبة	الخامس عشر، التاسع عشر.	2
3	مهارات الكوادر العلمية والإدارية.	العاشر، الحادي عشر، الثاني عشر، الثالث عشر، الرابع عشر، السابع عشر.	6
4	الثقة المقدمة من قبل الكادر التعليمي والكادر الإداري.	الخامس، السادس، السابع، الثامن، التاسع.	5
5	جودة التعليم وسمعة المؤسسة	السادس عشر، الثامن عشر، العشرون، الحادي والعشرون، الثاني والعشرون.	5
22	المجموع الكلي للمتغيرات حسب الاستبانة		

وأعدت استبيانين لغرض قياس الفجوة الخامسة التي تقيس الفرق بين الإدراكات والتطلعات لدى الطلبة كانت الاستبانة (أ) تعبر عن تطلعات الطلبة بخدمة التعليم أما الاستبانة (ب) فكانت تعبر عن الإدراكات الفعلية لطلبة كلية الإدارة والاقتصاد- الدراسات المسائية- لتلك الأبعاد وقد سئل الطلبة المشمولين ضمن عينة البحث وضع تصوراتهم حول الخدمة المتوقعة وكذلك آرائهم حول خدمة التعليم الفعلية وفقاً لمقياس (Likert) (المتدرج من حيث الأهمية إلى سبع درجات وكالاتي:-

جدول رقم (2) سلم مقياس Likert

7	6	5	4	3	2	1
اتفق تماماً	اتفق	اتفق نوعاً ما	محايد	لا اتفق نوعاً ما	لا اتفق	لا اتفق تماماً

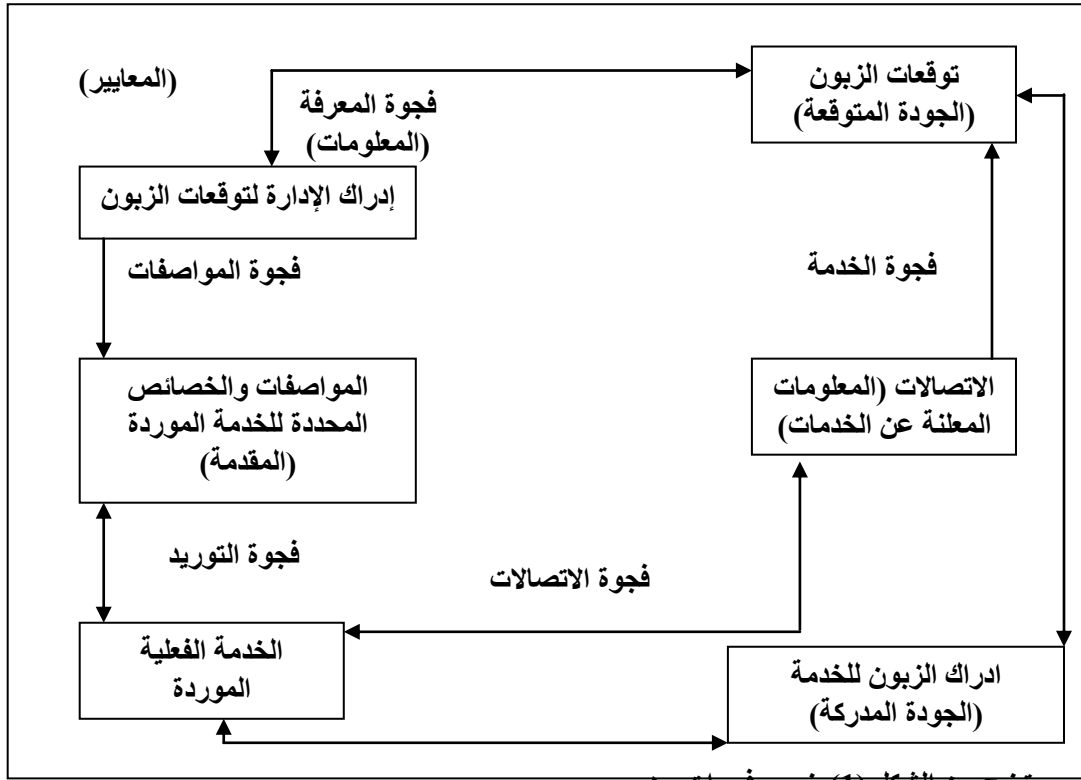
ثانياً: الخلفية النظرية

## 2-1 فجوات الخطأ في جودة الخدمة ورضا الزبائن

### Failure Gaps is Service quality and customer satisfaction

تواجه المختصين في دراسة وتقويم جودة الخدمة صعوبات عديدة الأسباب والتي تحدد بمجموعتين هما:-  
 1- العوامل المتعلقة بإدراك الجودة والمرتبطة بمقارنة توقعات الزبائن عن الخدمات أو الخدمة المستلمة، فإذا كانت الخدمة المستلمة أدنى من توقعات الزبائن فأنها تشير إلى ضعف الخدمة أو رداءتها بالنسبة للزبون.  
 2- بالمقارنة مع تسويق السلع، إذ يقوم الزبائن في تقييم المنتج النهائي (السلع المادية) لوحده، أما في جانب الخدمات يقوم الزبون بتقييم الخدمة كعملية كاملة (Process) إضافة إلى مخرجاتها. أن الزبون يقوم بتقييم كافة العوامل والمتغيرات المحيطة بتقديم الخدمة بما في ذلك أسلوب المعاملة من قبل العاملين أو مقدمي الخدمة فضلاً عن الجوانب المادية الملموسة المكتملة للخدمة ومنها الأجهزة والمعدات والأبنية.  
 يمكن اختبار أو دراسة عملية جودة الخدمة (Service quality process) من خلال الفجوات (gaps) ما بين توقعات الزبائن للخدمة (Service Expectations) وإدراكهم للخدمة المستلمة فعلاً (Service Perceptions) وكما يتضح من الشكل خمس فجوات وهي كما يأتي:-

شكل ( 1 ) نموذج جودة الخدمة وفجوات الخطأ



يتضح من الشكل (1) خمس فجوات وهي:-

### 1- فجوة الخدمة (Service gap)

وهي الفجوة ما بين توقعات الزبائن عن الخدمة المقدمة والخدمة المستلمة فعلاً إذ تسعى المنظمة المقدمة للخدمة إلى غلق هذه الفجوة أو على الأقل تقليصها لأدنى حد ممكن، وهنا لا بد من الأخذ بنظر الاعتبار جودة الخدمة التي تركز على الاتجاهات المتراكمة (المتجمعة) للزبائن تجاه المنظمة والتي يعمل الزبون على تجميعها من تجارب سابقة لخدمات ناجحة وغير ناجحة (فاشلة) وأن سعي المنظمة لغلق هذه الفجوة يتطلب منها أولاً غلق أو تضيق كل من الفجوات الأربعة التالية وكما موضحة في الشكل (1).



## 2- فجوة المعرفة (المعلومات) Knowledge gap

وهي الفرق بين ما يتوقعه الزبائن من الخدمة وما تدرکه الإدارة لتوقعات الزبائن.

## 3- فجوة المعايير (The Standards gap)

وهي الفرق بين ما تستلمه الإدارة عن ما يتوقعه المستهلكون وخصائص ومواصفات جودة الخدمة المقدمة.

## 4- فجوة التوريد (The Deliver gap).

وهي الفرق بين مواصفات وخصائص الجودة للخدمة الموردة وجودة الخدمة الحقيقية الموردة (المقدمة).

## 5- فجوة الاتصالات (The Communication gap)

وهي الفرق ما بين الجودة الفعلية للخدمة الموردة وجودة الخدمة الموصوفة (المحددة خصائصها) في الاتصالات الخارجية للمنظمة على سبيل المثال الإعلانات في وسائل النشر المختلفة وإصداراتها من نشرات خاصة بالمنظمة.

وهنا تفسير لفجوة الخدمة بأنها دالة لكل من فجوة المعلومات وفجوة المواصفات (المعايير) وفجوة التوريد وفجوة الاتصالات إذ أن توسيع أو تقليص هذه الفجوات سيؤثر بالتالي على توسيع وتقليص فجوة الخدمة بنفس الاتجاه.

ويتضح من العرض السابق أن تقييم الجودة من وجهة نظر الزبون هي عملية ناتجة من خلال المقارنة ما بين مستوى أو خصائص الجودة التي يتوقعها الزبون وجودة الخدمة التي يدرکہ المستهلك والتي تمثل الخدمة المستلمة فعلاً، إذ تكون الخدمة عالية الجودة عندما تتساوى الجودة المتوقعة للخدمة مع جودة الخدمة المدركة الأمر الذي يحقق رضا الزبون عن الخدمة المقدمة والعكس صحيح، يكون الزبون غير راض عندما تكون جودة الخدمة المستلمة أدنى مما يتوقعه الزبون عن خصائص الخدمة حيث يلعب رضا الزبون دوراً هاماً في الحكم على جودة الخدمات المقدمة ومنها جودة خدمات التعليم موضوع الدراسة. وبشكل عام فإن رضا الزبون يعد من العوامل الهامة بالنسبة للمنظمات المختلفة حيث يعد من أكثر العوامل أهمية في تحقيق نجاح أية مؤسسة من المؤسسات سواء منها الهادفة لتحقيق الربح أو تلك التي لا تهدف إلى تحقيق الربح. الدراسات السابقة

ويمكن تحديد حالات الرضا من عدمها وفقاً لمقياس أُلـ (Servqual) (Krisana.K. 2004;p16) بالحالات التالية:-

- 1- إذا كان الأداء المدرك أكبر من المتوقع فإنه ينتج مستوى عال من الرضا.
- 2- إذا كان الأداء المدرك مساوي للمتوقع فإنه بالكاد ينتج رضا الزبون.
- 3- إذا كان الأداء المدرك أقل من المتوقع فإن ذلك يعني عدم رضا الزبون.

لذا فقد عرف كل من (Kotler & Clarke, 1978;p 25) الرضا بأنه حالة الشعور من قبل الشخص الذي مارس إنجازاً أو كونه حصيلة تنفيذ توقعه. الرضا هو دالة المستوى النسبي للتوقعات وللاداء المدرك. أن التوقع ربما يذهب بعيداً حتى قبل دخول الطلبة إلى التعليم العالي مقترحاً بأنه من المهم بالنسبة للباحثين هو أن يحددوا أولاً ما يتوقعه الطلبة قبل دخول الجامعة (Placio, meneses and Perez, 2002;p502). وعلى النقيض فإن كل من (Carey, Cambiano and Devore, 2002;p92) يعتقدون بأن الرضا هو حقيقة يغطي قضايا أدراك الطلبة وممارساتهم خلال السنوات الكلية.

في الوقت الذي معظم دراسات رضا الطالب تركز على منظور الزبون فإن الباحثين يواجهون مشكلة خلق تعريف معياري لرضا الطالب وبالتالي فإنهم يقدمون حاجة إلى نظرية رضا الزبون في أن يتم اختيارها وتعديلها وبما يمكنها من شرح معنى رضا الطالب (Hom,2002;p14). بالرغم من أنه يمثل خطورة في أن نعتبر الطلبة كزبائن ولكن عند النظر إلى المناخ الحالي لمكان سوق التعليم العالي فإن هنالك تفوق أو امتياز معنوي جديد هو أن الطالب أصبح زبوناً ولذلك ولأنه دافع للأجور يمكن وبصورة معقولة أن يطلب في أن تسمع وجهات نظره وأن يعمل بموجبها (William, 2002;p18).



وبقدر تعلق الأمر بموضوع بحثنا هذا فبالرغم من أن نموذج (SERVQUAL) قد طبق أول الأمر على قياس الفجوة ما بين توقعات وإدراكات الزبائن في مختلف قطاعات الخدمة (Parasuraman) إلا أن هنالك دراسات كثيرة تطرقت إلى استخدام نموذج (SERVQUAL) كأداة تسويق في مجال التعليم العالي ومن بين هذه الدراسات هي ما مبين في الجدول رقم (3) الآتي:-

جدول رقم (3) بعض الدراسات السابقة لجودة التعليم

المؤلف وسنة الدراسة	الأداة المستخدمة	المجال الجامعي الذي استخدم فيه	سبب الاستخدام أو التعليقات على استخدام الأدوات والنتائج من هذه الدراسات
Wright & O'neill 2003	مقابلات لمجموعتين وأداة استفتاء كمي (اكمال ذاتي لـ 18 مفردة) مقياس لكرت رقم 1 = لا أوافق بقوة ورقم 5 = أوافق بقوة كبيرة على 22 مفردة لمقياس (SERVQUAL) الأصلي لكنها عدلت لتناسب وضع التعليم العالي.	خدمات المكتبة (On Line) في جامعة WA مستخدمة الطالب الذي يمكنه الدخول بسهولة.	استخدمت المرحلة الكمية لتطوير الاستبانة لتعريف المواقف حول أهمية أبعاد محددة لممارسة الخدمة وتقييمهم لأداء كل من الأبعاد.
O'Neill, wright and fitz 2001.	تقنية الأهمية والأداء مشتملاً على مقابلة مجموعتين واستبانة أداة استفتاء 18 مفردة أخذت من 22 مفردة لاستبانته ومقاييس طورت من نموذج الأهمية / الأداء.	بيئة خدمة الأون لاين	القدرة على تعريف خصائص الخدمة التي ينبغي الحفاظ عليها في المستويات الحالية وتلك التي سوف يكون لها تحسين المهمة والتي سوف يكون لها تأثير قليل.
Slade, Harker se Harker 2000	أداة (SERVQUAL) مكيفة بـ 19 مفردة و 1-9 مقياس ليكرت. إن المستبانيين سألوا ليقيموا أدراكتهم للخدمة لجامعتهم بالمقارنة بجامعة ممتازة وجامعة فيها الحد الأدنى من المعيار تحليل الفجوة استخدم لاحقاً.	الفروقات في ادراكات الطلبة الذين لا يكملون كورسات الجامعة والذين يكملونها.	إن أداة الـ SERVQUAL استخدمت لقياس جودة الخدمة عبر رقم كبير من ساعات الخدمة بما في ذلك التعليم العالي.
Galloway 1998	أداة SERVQUAL معدلة	قياس الجودة المدركة في مجموعتين متميزتين ضمن بيئة مكتب الكادر الجامعي	اكتشف بأن التوقعات لا تساهم بأي شيء في القيمة المتنبأ بها للبيانات مقترحة بأن الأدراكات المحددة ربما تتغير أيضاً بمرور الوقت.
Soutear & McNeil 1996	الشكل المختلف لأداة الـ SERVQUAL مناقشات مع الطلبة اقترحت كذلك أسئلة إضافية اشتملت في البحث أن الرضا الكلي مع الجامعة تم اختباره كذلك كبيانات سكانية	بعدد من الوحدات المختلفة في جامعة استرالية كبيرة.	تبين بأنه مقياس ملائم بعد إجراء بعض التعديلات.
Cuthbert 1996	نسخة معدلة من الـ SERVQUAL	طلبة لثلاث شهادات في الجامعة البريطانية.	تم التوصية بأن جودة الخدمة ينبغي أن تنقح مع أداة محددة للتعليم العالي.

أما الدراسة التي تم التركيز عليها في مجال بحثنا هذا فهي تلك التي تقدم بها كل من (Alves & Vieira, 2006) والموسومة بالـ (SERVQUAL كأداة تسويقية لقياس جودة الخدمة في مؤسسات التعليم العالي) والتي استخدم فيها الباحث مقياس معدلاً يتماشى مع بيئة التعليم العالي وتم تطبيقه على طلبة كلية إدارة الأعمال المسماة (Setubal Polytechnic Institute) (ESCE \_ IPS) حيث أجريا دراستهما على طلبة المراحل الثانية والثالثة والرابعة في بداية الفصل الدراسي الثاني 2004 - 2005 إذ تركزت الدراسة للإجابة على أربعة تساؤلات هي:-

أولاً هل أن الجودة في التعليم لها خمسة أبعاد كما وضعت من قبل Parasuraman et al لجودة الخدمة؟  
ثانياً هل أن ترتيب هذه الأبعاد هو نفسه من حيث الأهمية كما وضع من قبل Parasuraman et al في تطبيقات أخرى لـ الـ SERVQUAL ؟  
ثالثاً هل أن للأبعاد نفس الأهمية النسبية؟

رابعاً ما هي الأبعاد الأكثر أهمية بالنسبة لإجمالي جودة الخدمة في مؤسسة (ESCE)؟ لذا فإن البحث سيركز على استخدام نموذج SERVQUAL معدل على كلية الإدارة والاقتصاد لقياس تطلعات وإدراكات الطلبة لجودة الخدمة المقدمة من قبل هذه الكلية في الدراسات المسانبة.



### ثالثاً/ الجانب التطبيقي

تم تطبيق نموذج (Servqual) معدل على كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة بغداد لقياس تطلعات وإدراكات طلبة الدراسات المسائية لجودة الخدمة المقدمة من قبل هذه الكلية. أن عملية التقييم تمت لتكون مطابقة لعينة تتكون من (72) طالباً من أصل جميع طلبة قسم إدارة الأعمال للمراحل الثانية والثالثة والرابعة في الكلية للعام الدراسي 2008-2009 والبالغ عددهم (444) من أصل (720) طالب من جميع مراحل القسم العلمي. وأنجزت عملية توزيع الاستبانة في مطلع الفصل الثاني من العام الدراسي المذكور واحتسبت فجوات المتغيرات (وهي تلك الفروقات بين الإدراكات والتطلعات) وطبق أسلوب تحليل العناصر الأساسية (Principal Components Analysis) وعدلت البيانات بالنسبة لتطبيق أسلوب (PCA) من خلال استخدام طريقة التدوير المسماة بـ (Varimax with Kaiser Normalization) وأن التدوير يميل إلى الالتقاء عند أحد عشر تكرار بالنسبة لمتغيرات التطلعات وثمانية تكرارات بالنسبة للإدراكات. صدق المقياس

ولغرض قياس معامل المصدقية لجميع المتغيرات تم استخدام معامل كرونباخ لتحليل التماسك الداخلي لسلم المقياس (Scale) لكل المتغيرات وتبين بأن (Cronbach's Alpha) كان يعادل 0,934 بالنسبة لمفردات المتغيرات الخاصة بالتطلعات والبالغة (22) متغير لـ (72) استبانته و 0,906 بالنسبة لمفردات المتغيرات الخاصة بالإدراكات والتي هي بنفس العدد

لـ (72) استبانته أيضاً. تكون المعاملات مقبولة إذا كانت أكبر أو تساوي 0.7 (Nunnally, 1988) وبما أن القيم الناتجة لـ (Alpha of Chronbah) لكل من (22) بمفردة هي 0,934 بالنسبة للتطلعات و 0,906 بالنسبة للإدراكات فإن هاتين القيمتان تشيران بأن المفردات يمكن أن تستخدم للتحليل وبمصدقية مقبولة. تفسير وتحليل النتائج

3-1- محور ظهور الوسائل الطبيعية ومواد الاتصال في الكلية:- وتنطوي تحت هذا المحور أربعة متغيرات حيث سنقوم ومن خلال الجدول رقم (4) المبين في أدناه بتحديد الفجوات لهذه المتغيرات وكما يأتي:-  
جدول رقم (4) تشخيص الفجوة بين متغيرات المحور الأول المرغوبة والمدركة في ضوء نتائج مصفوفة

العناصر المدورة (Rotated Component Matrix)

رقم المتغير	تفصيل المتغير	نسبة التشبع		الفجوة	النسبة المنوية للفجوة
		المرغوبة	المدركة		
1	إن الأجهزة والمعدات الموجودة في كلية الإدارة والاقتصاد متماشية مع التطور.	0.823	0.794	-0.029	-3.5%
2	إن التسهيلات الطبيعية في كلية الإدارة والاقتصاد هي جذابة بصورة ظاهرة للعيان من حيث المباتى والحدائق.	0.832	0.759	-0.073	-8.8%
3	إن كلية الإدارة والاقتصاد فيها منشآت (مواقف للسيارات، مركز حاسبات إلكترونية) بالمقدار المناسب لعدد الطلبة.	0.765	0.631	-0.134	-17.5%
4	إن المواد ذات العلاقة بخدمات التدريب في كلية الإدارة والاقتصاد (ملخصات دعم المحاضرات، مواد الدعم التعليمي، البرمجيات، مواقع الإنترنت) هي بارزة وظاهرة للعيان.	0.806	0.687	-0.119	-14.7%
	النسبة المنوية لفجوة المحور				-11.1%

- يظهر في الجدول (4) الآتي:-
- 1- إن هنالك فجوة غير مرغوب فيها ضمن المتغير (1) والخاص بالأجهزة والمعدات الموجودة في الكلية وتساوي (0.029) وهذا يعني بأن تلك الأجهزة والمعدات لم تكن متجانسة مع روح العصر وبصورة طفيفة حيث تعادل 3.5%.
  - 2- كما أن هنالك فجوة بالمتغير الثاني والذي يذكر كون التسهيلات الطبيعية في الكلية جذابة بصورة ظاهرة للعيان، مقدارها (0.073) وهي دون التطلع، أي أن تلك التسهيلات لم تكن جذابة بصورة ظاهرة للعيان وبصورة أكثر أهمية حيث تعادل 8.8%.
  - 3- كذلك الحال توجد فجوة غير مرغوب فيها مقدارها (0.134) في المتغير (3) والخاص بمواقف السيارات ومركز الحاسبة الإلكترونية حيث إنها لم تكن بالمقدار المناسب لعدد الطلبة وهي فجوة كبيرة نسبياً حيث تعادل 17.5%.
  - 4- وفيما يتعلق بمتغير المواد ذات العلاقة بخدمات التدريس في الكلية في المتغير (4) والتي تشمل على ملخصات دعم المحاضرات ومواد الدعم التعليمي والبرمجيات وخدمات الإنترنت فلها فجوة غير مرغوب فيها مقدارها 0.119 وهذا يعني بأن تلك الخدمات لم تكن بارزة أو ظاهرة للعيان كما ينبغي وبصورة كبيرة نوعاً ما حيث بلغت نسبتها المنوية 14.7%.
- يتضح مما ذكر بأن جميع متغيرات هذا المحور هي دون الطموح وبدرجات متفاوتة تراوحت فجواتها ما بين 0.029 و 0.134 وأن النسبة المنوية لفجوة المحور ككل بلغت 11.1%.
- 2-3 محور قدرة الكلية في الاستجابة لمتطلبات الطلبة:- يتكون هذا المحور من متغيرين وكما مبين في الجدول رقم (5)

الجدول (5) تشخيص الفجوة بين متغيرات المحور الثاني المرغوبة والمدركة في ضوء نتائج مصفوفة العناصر المدورة (Rotated Component Matrix)

رقم المتغير	تفصيل المتغير	نسبة التشبع		الفجوة	النسبة المنوية للفجوة
		المرغوبة	المدركة		
15	إن الطلبة في كلية الإدارة والاقتصاد يبلغون فوراً بالتواريخ المهمة مثل تواريخ الامتحانات ومواعيد التسجيل والغيابات وجداول المحاضرات.	0.140	0.734	0.594	424.0%
19	إن الكلية لها أوقات دروس وساعات مكتبية ملائمة لكل الطلبة	0.508	0.392	-0.116	-22.8%
	النسبة المنوية لفجوة المحور				399.2%

- يبين الجدول (5) ما يأتي:-
- 1- إن هناك فجوة مرغوب فيها ضمن المتغير (15) الخاص بكون الطلبة في الكلية يبلغون فوراً بالتواريخ المهمة كتواريخ الامتحانات ومواعيد التسجيل والغيابات وجداول المحاضرات حيث تبلغ تلك الفجوة المحببة (0.594) وهذا يعني بأن تلك التواريخ تحقق الرضا للطلبة كون المدرك منها يفوق المرغوب فيه وأن الكلية تراعي تماماً متطلبات الطلبة في هذا الجانب وأن نسبتها تفوق أربعة أضعاف المرغوب فيه حيث بلغت 424%.
  - 2- أما بالنسبة للمتغير رقم (19) فأن هناك فجوة غير مرغوب فيها بقدر تعلق الأمر بأوقات الدروس والساعات المكتبية حيث تبلغ هذه الفجوة (0.116) وهذا يعني بأن أوقات الدروس والساعات المكتبية لطلبة الدراسات المسائية غير ملائمة وبصورة مهمة حيث بلغت نسبتها 22.8%.
- يتضح مما ذكر بأن المتغير الأول ضمن هذا المحور يحقق الرضا ويفوق الطموح حيث بلغت فجوته المحببة (0.594) في حين أن المتغير الثاني ضمن هذا المحور هو غير مرغوب فيه حيث بلغت فجوته (0.116).



### 3-3 محور مهارات الكوادر العلمية والإدارية:

يتكون هذا المحورين من ستة متغيرات وكما مبين في الجدول (6):-

الجدول (6) تحديد الفجوة بين متغيرات المحور الثالث المرغوبة والمدركة في ضوء نتائج مصفوفة العناصر المحددة (Rotated Component Matrix)

النسبة المئوية للفجوة	الفجوة	نسبة التشبع		تفصيل المتغير	رقم المتغير
		المرغوبة	المدركة		
05.2%	0.030	0.574	0.604	إن الأساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد لهم قدرات علمية في الإجابة على الأسئلة المطروحة من قبل الطلبة.	10
-30.6%	-0.237	0.774	0.357	إن الأساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد يحاولون دائماً مساعدة الطلبة في قاعة الدرس.	11
-07.7%	-0.056	0.723	0.667	إن الأساتذة في الكلية الإدارة والاقتصاد راغبون دائماً بمساعدة الطلبة خارج قاعة الدرس.	12
43.8%	0.224	0.511	0.735	إن الأساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد لديهم عطاء بحثي (نشر كتب، كتابة مقالات في المجلات العلمية، إشراف على أطاريح ورسائل طلبة الدراسات العليا).	13
-23.4%	-0.191	0.816	0.625	تمتلك الهيئات التدريسية في الكلية مهارات اتصال جيدة.	14
-23.3%	-0.162	0.695	0.533	إن الأساتذة في الكلية يطبقون طرق أصول علم التدريس في دروسهم.	17
-36%	النسبة المئوية لفجوة المحور				

يشير الجدول (6) إلى الآتي:-

- 1- كانت الفجوة مرغوب فيها في المتغير رقم (10) المتعلقة بكون الأساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد لهم قدرات علمية في الإجابة على الأسئلة المطروحة من قبل الطلبة حيث بلغت تلك الفجوة (0.030) وهذا يعني بأن الكوادر العلمية قادرة على تحقيق الرضا بشكل طفيف عن الحد المرغوب فيه وبتفوق يزيد على 05% أي أن الأساتذة يمتلكون فعلاً القدرات العلمية المطلوبة في الإجابة على الأسئلة المطروحة من قبل الطلبة.
  - 2- أما في ما يتعلق بالمتغير رقم (11) فإن هنالك فجوة غير مرغوب فيها مقدارها (0.237) وهي تؤكد بأن الأساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد لا يحاولون دائماً مساعدة الطلبة في قاعة الدرس وأن هذه الفجوة مهمة حيث تشكل نسبة 36% وهي دون تطلع الطلبة.
  - 3- ظهور فجوة غير مرغوب فيها أيضاً بالنسبة للمتغير رقم (12) حيث يبلغ مقدارها (0.056) وهي تؤكد بأن الأساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد ليسوا راغبين دائماً بمساعدة الطلبة خارج قاعة الدرس وأنها دون تطلع الطلبة بمقدار 077% وهذا لا يحقق الرضا لهم.
  - 4- أما بالنسبة للمتغير رقم (13) والخاص بكون الأساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد لديهم عطاء بحثي لنشر الكتب، كتابة مقالات في مجلات علمية، إشراف على أطاريح ورسائل طلبة الدراسات العليا، فتوجد فجوة مرغوب فيها مهمة مقدارها (0.224) مما يؤكد على رضا طلبة الكلية على النشاط البحثي لأساتذة الكلية وبما يعادل نسبة 43.9%.
  - 5- وبقدر تعلق الموضوع بالمتغير رقم (14) والخاص بمدى امتلاك الهيئات التدريسية في كلية الإدارة والاقتصاد مهارات اتصال فإن هناك فجوة غير مرغوب فيها مقدارها (0.191) تؤكد على عدم رضا الطلبة حيث أن المعدل هو دون تطلع الطلبة بنسبة مئوية مقدارها (23.4%) وهذه نسبة مهمة.
  - 6- كذلك الحال بالنسبة للمتغير رقم (17) والخاص بمدى تطبيق الأساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد بطرق أصول علم التدريس في دروسهم فإن هناك فجوة غير مرغوب فيها مهمة مقدارها (0.162) تؤكد على عدم تطبيق الأساتذة لتلك الطرق في التدريس وتعبير عن أن إدراك الطلبة لهذا المتغير هو دون التطلع بمقدار مهم يبلغ (23.3%).
- يتضح مما تقدم بأن المتغيرين (10، 13) ضمن هذا المحور يلبيان تطلعات الطلبة وبالتالي فإنهما يحققان الرضا المطلوب، أما المتغيرات الأخرى (11، 12، 14، 17) فإنها لا تحقق الرضا المطلوب لكونهما دون تطلعات الطلبة.

### 3-4 محور الثقة من قبل الكادر التعليمي والكادر الإداري :-

يتكون هذا المحور من (5) متغيرات كما مبين في الجدول (7) أدناه وسنقوم بتحديد الفجوات لهذه المتغيرات وكما يأتي:-

الجدول (7) تحديد الفجوة بين متغيرات المحور الرابع المرغوبة والمدرّكة في ضوء نتائج مصفوفة

#### العناصر المدورة (Component Matrix Rotated)

النسبة المنوية للفجوة	الفجوة	نسبة التشبع		تفصيل المتغير	رقم المتغير
		المرغوبة	المدرّكة		
1.29%	0.018	0.612	0.630	عندما توعّد كلية الإدارة والاقتصاد بعمل شيء ما في الوقت المحدد فأنها تفي بذلك الموعد	5
-11.3%	-0.087	0.767	0.680	عندما تكون لديك مشاكل فأن العاملين جميعاً في كلية الإدارة والاقتصاد يظهرهم اهتماماً مخلصاً في حلها.	6
5.4%	0.039	0.721	0.760	تعنتي كلية الإدارة والاقتصاد بمصالح الطلبة (القضايا الاجتماعية- السكن- البعثات- الإرشاد التربوي- العناية الطبية)	7
13.5%	0.091	0.673	0.764	إن خطط التدريس والبرامج في كلية الإدارة والاقتصاد تنفذ بالكامل.	8
8.18%	0.059	0.721	0.780	إن الدروس التي تعطى في كلية الإدارة والاقتصاد مهياة بعناية.	9
5.7%	النسبة المنوية لفجوة المحور				

يوضح الجدول (7) إلى أن:-

- 1- كانت الفجوة مرغوب فيها في المتغير رقم (5) والمتعلق بالتزام الكلية بوعدها لعمل شيء ما في الوقت المحدد حيث أنها تفي فعلاً بذلك التوقيت حيث تبلغ الفجوة 0.18 وهذا يعني بأن هذا المتغير يحقق الرضا للطلبة نظراً لكون المدرك يفوق المرغوب فيه وأن الكلية تراعي تماماً رغبة الطلبة في هذا المجال وأن النسبة المنوية للفجوة تساوي 1.29%.
- 2- أما بالنسبة للمتغير رقم (6) والذي يخص استعداد العاملين في كلية الإدارة والاقتصاد في أبداء اهتماماً مخلصاً في حل المشاكل التي لدى الطلبة فأن الفجوة تبلغ (0.087) وهي فجوة غير مرغوب فيها أي أن العاملين في الكلية لم يبدوا ذلك الاهتمام في معالجة مشاكل الطلبة كما ينبغي وأن هذه الفجوة تشكل نسبة مهمة تبلغ 11.3%.
- 3- أما بالنسبة للمتغير رقم (7) فأن هنالك فجوة مرغوب فيها تبلغ 0.039 أي أن كلية الإدارة والاقتصاد تعنتي فعلاً بمصالح الطلبة (القضايا الاجتماعية- السكن- البعثات الإرشاد التربوي- العناية الصحية) وبذلك فأنها تحقق الرضا للطلبة وأن هذه النسبة المحببة تبلغ 5.4%.
- 4- وكذلك الحال بالنسبة للمتغير رقم (8) يؤكد بأن خطط التدريس والبرامج في كلية الإدارة والاقتصاد تنفذ بالكامل حيث أن هنالك فجوة مرغوب فيها تبلغ 0.091 إي أن الكلية تحقق الرضا للطلبة بالنظر لكون المدرك من هذا المتغير يتجاوز المرغوب فيه بنسبة منوية مقدارها 13.5%.
- 5- وهكذا بالنسبة للمتغير رقم (9) والخاص بكون الدروس التي تعطى في كلية الإدارة والاقتصاد مهياة بعناية فأنه يحقق فجوة مرغوب فيها مقدارها 0.059 أي أن الكلية تحقق الرضا للطلبة وبصورة مهمة نوعاً ما حيث تبلغ نسبتها المنوية 8.18%.



أما النسبة المنوية لفجوة المحور فهي فجوة مرغوب فيها حيث تبلغ بصورة عامة 5.70% وهكذا يتضح مما تقدم بأن المتغيرات (5 و 7 و 8 و 9) تلبية تطلعات الطلبة وبالتالي فإنها تحقق الرضا المطلوب أما المتغير رقم (6) فإنه لا يحقق الرضا لكونه دون تطلع الطلبة.

3-5 محور جودة التعليم وسمعة المؤسسة:-  
يتكون هذا المحور من 5 متغيرات كما مبين في الجدول (8) أدناه وسنقوم بتحديد الفجوات لهذه المتغيرات وكما يأتي:-

جدول رقم (8) لتحديد الفجوة بين متغيرات المحور الخامس المرغوبة أو المدركة في ضوء نتائج مصفوفة العناصر المدورة (Rotated Component Matrix)

رقم المتغير	المتغير	نسبة التشبع		الفجوة	النسبة المنوية للفجوة
		المرغوبة	المدركة		
16	إن السادة المسؤولين في كلية الإدارة والاقتصاد يعتقدون مبدأ جودة التعليم.	0.530	0.455	-0.075	14.15%
18	إن الخدمات المقدمة من قبل الأطراف الثانوية في كلية الإدارة والاقتصاد مثل (الأمن، النظافة، خدمات الكافيتريات) ذات نوعية جيدة.	0.521	0.715	0.194	37.23%
20	إن تركيبة الكادر العلمي تؤثر على سمعة كلية الإدارة والاقتصاد.	0.841	0.216	-0.625	-74.32%
21	إن سمعة كلية الإدارة والاقتصاد تؤثر على اختيار بقاء المسؤولين فيها.	0.686	0.289	-0.397	-57.87%
22	إن سمعة كلية الإدارة والاقتصاد تؤثر على اختيار الطلبة.	0.805	0.822	0.017	2.11%
	النسبة المنوية لفجوة المحور				-21.4%

يتبين من الجدول (8) ما يأتي:-

- 1- ضمن المتغير رقم (16) والمتعلق بكون السادة المسؤولين في كلية الإدارة والاقتصاد يعتقدون مبدأ جودة التعليم فإن هنالك فجوة غير مرغوب فيها مقدارها 0.075 وهذا يوضح بأن هذا المتغير لا يحقق الرضا لطلبة الكلية وبما يعادل 14.15% وهي تعد نسبة مهمة.
- 2- أما في ما يتعلق بالمتغير رقم (18) والخاص بالخدمات المقدمة من قبل الأطراف الثانوية في كلية الإدارة والاقتصاد مثل الأمن، النظافة، خدمات الكافيتريات فإن تلك الخدمات هي ذات نوعية جيدة فعلاً حيث تحقق فجوة مرغوب فيها بين المدرك والتطلع تبلغ 0.194 وهي فجوة مهمة وتحقق الرضا حيث تشكل نسبتها المنوية 37.23%.
- 3- أما بالنسبة للمتغير رقم (20) والذي يتعلق بتركيبة الكادر العلمي فيما إذا كانت تؤثر على سمعة كلية الإدارة والاقتصاد فإنها وجدت فجوة مهمة غير مرغوب فيها مقدارها 0.625 حيث بين الطلبة عدم رضاهم على تركيبة الكادر العلمي وأن لتلك التركيبة اثر كبير على سمعة الكلية وأن أهمية هذه الفجوة الغير مرغوب فيها تكمن في كونها تشكل 74.32%.
- 4- وكذلك الحال بالنسبة للمتغير (21) والمتعلق بكون سمعة كلية الإدارة والاقتصاد تؤثر على اختيار بقاء المسؤولين فيها فإن هذا المتغير يخلق فجوة غير مرغوب فيها مقدارها 0.397 وهي لا تحقق الرضا بالنسبة للطلبة وهي فجوة مهمة حيث تشكل نسبتها 57.87%.
- 5- أما بالنسبة للمتغير الأخير رقم (22) والذي له علاقة بكون سمعة كلية الإدارة والاقتصاد تؤثر على اختيار الطلبة فإن هذا المتغير يحقق فجوة محببة مقدارها 17% أي أن الكلية تحقق الرضا من حيث تأثير سمعتها على اختيار الطلبة بالرغم من صغر هذه الفجوة حيث تبلغ نسبتها المنوية فقط 2.11%.
- 6-3 تحديد أولويات المحاور الرئيسية لجودة التعليم:- في هذا المجال سنقوم بتحديد أولويات المحاور الرئيسية لجودة التعليم في كلية الإدارة والاقتصاد لغرض مقارنتها مع الدراسة المقدمة من قبل كل من (Alves, Vieira) والمسماة (The Servqual as a Marketing Instrument to Measure Service Quality in Higher Education Institutions)

حيث بين الجدول رقم (9) في أدناه اسم المحور المرغوب فيه والمدرک كما مبین في الاستبانتيں أ و ب مع تبيان الوسيط ونسبة الإجابة على مساحة المقياس فضلاً عن مستوى الأهمية وترتيب المجاميع في كل استبانته وبالتالي تحديد الفجوة بين المحاور الرئيسية لكل من المرغوب فيه والمدرک. وبهذا نكون قد بينا ترتيب هذه المحاور حسب أهميتها وكما يأتي:-

أ- تعد المجموعة الخامسة المبينة في الجدول أدناه والتي تمثل محور جودة التعليم وسمعة المؤسسة هي الأكثر أهمية من بين المحاور الخمسة حيث يتطابق المدرک مع المرغوب عند احتساب الوسيط لكل منهما لكلا الاستبانتيں إذ سجلت الفجوة بين الوسيطين قيمة مقدارها صفر.

ب- تأتي المجموعة الثالثة المتمثلة بمهارات الكوادر العلمية والإدارية بالترتيب الثاني إذ سجلت الفجوة بين الوسيطين في كلا الاستمارتيں أوطاً قيمة بين المجاميع إذ بلغت (-1.00) .

ج- سجلت المجموعة الأولى والمتمثلة بمحور الظهور والوسائل الطبيعية ومواد الاتصال الترتيب الأخير من حيث الأهمية إذ سجلت فجوة بين الوسيطين في كلتي الاستبانتيں مقدارها (2.00) .

د- أما قدرة مؤسسة التعليم العالي في الاستجابة لمتطلبات الطلبة فأنها تأتي بالترتيب الثالث من حيث الأهمية وأن محور الثقة المقدمة من قبل الكادر التعليمي والكادر الإداري يأتي في الترتيب الرابع.

### جدول (9) تحديد أولويات الأبعاد الرئيسية

الاستبانة (ب) المدرک					الاستبانة (أ) المفضل				
ترتيب الأبعاد	الفجوة بين الأبعاد (المجاميع)	مستوى الأهمية	نسبة الإجابة على مساحة المقياس %	الوسيط	ترتيب الأبعاد	مستوى الأهمية	نسبة الإجابة على مساحة المقياس %	الوسيط	الأبعاد
الخامس	-2.00	متدني الأهمية	39.29	2.750	الرابع	متوسط الأهمية	67.86	4.75	1 ظهور الوسائل الطبيعية ومواد الاتصال.
الثالث	-1.25	متوسط الأهمية	64.29	4.50	الثاني	مهم جداً	82.15	5.75	2 قدرة مؤسسة التعليم العالي في الاستجابة لمتطلبات الطلبة.
الثاني	-1.00	مهم	71.43	5.0	الأول	مهم جداً	85.72	6.0	3 مهارات الكوادر العلمية والإدارية.
الرابع	-1.50	متوسط الأهمية	50.00	3.5	الثالث	مهم	71.43	5.0	4 الثقة المقدمة من قبل الكادر التعليمي والكادر الإداري
الأول	0.00	مهم جداً	85.72	6.0	الأول	مهم جداً	85.72	6.0	5 جودة التعليم وسمعة المؤسسة.

## الاستنتاجات والتوصيات

### أولاً) الاستنتاجات

- 1- أثبتت الدراسة النظرية أهمية قياس جودة خدمة التعليم حيث أنها تمثل تطوراً معاصراً في مجال التعليم العالي من خلال تشخيص الفجوات بين الإدراكات والتطلعات للطلبة كزبائن.
- 2- كشفت الدراسة بأن مقياس SERVQUAL المعدل يمكن أن يطبق لتشخيص جوانب الضعف في مستوى جودة خدمة التعليم من وجهة نظر الطلبة كزبائن ويمكن أن يكون كأداة قياس للتقييم الدوري لمستوى خدمة التعليم العالي.
- 3- أوضحت الدراسة من خلال ما قدمت من معطيات بأنه بالرغم من أن لها خمسة أبعاد كما هو حال الدراسة الموضوعية من قبل (Parasuraman et al , 1988, 1991, 1994) ، إلا أن بعض هذه الأبعاد تختلف عن أصل الدراسة بسبب الخصائص المحددة لمؤسسات التعليم العالي وبسبب تكييف أسئلة الاستبانة وبما يتفق وتلك الخصائص بالقياس بطبيعة التحديات الأخرى.
- 4- أوضحت الدراسة بأن هناك تسعة متغيرات موزعة على جميع الأبعاد (باستثناء البعد الأول) كانت فيها الكلية قادرة على تحقيق الرضا للطلبة وبصورة متفاوتة تراوحت بين 1.29% (بالنسبة للمتغير الخاص بكون الكلية تفي بوعودها عندما توعد بشيء ما ضمن البعد الرابع) و 424% (بالنسبة للمتغير الخاص بكون الطلبة في الكلية يبلغون فوراً بالتواريخ المهمة ضمن البعد الثاني).
- 5- كشفت الدراسة، وعلى العكس من ذلك، بأن هناك ثلاثة عشر متغير موزعة على جميع الأبعاد الخمسة كانت فيها الإدراكات دون التطلعات وبنسب متفاوتة تراوحت 3.5% (بالنسبة لمتغير الأجهزة والمعدات فيما إذا كانت متماشية مع روح التطور ضمن البعد الأول) و 74.32% (بالنسبة لمدى تأثير تركيبة الكادر العلمي على سمعة المؤسسة ضمن البعد الخامس).
- 6- أثبتت الدراسة بأن الأبعاد الخمسة تختلف من حيث الأهمية النسبية حيث كان البعد الخامس (جودة التعليم وسمعة الكلية) الأكثر أهمية وكان البعد الثالث (مهارات الكوادر العلمية والإدارية) يأتي بالترتيب الثاني من حيث الأهمية أما البعد الأول (ظهور الوسائل الطبيعية ومواد الاتصال) فكان الأقل أهمية من بين جميع الأبعاد وهذا يتفق مع ما توصلت إليه الدراسة التي قام بها كل من (Alves, Vieira 2006) .

### ثانياً) التوصيات

- إن مؤسسات التعليم العالي وبصورة دورية تحتاج إلى استطلاع تطلعات وإدراكات طلبتها من أجل الاستمرار على تلبية متطلبات نجاح جودة خدمة التعليم وبالتالي تمكنها من التعرف على ما يصبوا إليه الطلبة كزبائن وبالأخص في مجال الدراسات المسائية والدراسات الأهلية لذا فإن الباحث يوصي بالآتي:-
- 1- تشجيع إدارة الكلية على اعتناق وإشاعة ثقافة جودة الخدمة وتعميق الأيمان بأن عملية تحسين جودة التعليم هي عملية متواصلة ومتجددة.
  - 2- تدريب العاملين (الكوادر العلمية والإدارية) على مهارات سلوكية تمكنهم من تحسين أدائهم و بما يؤدي إلى رفع مستوى جودة خدمة التعليم بالشكل الذي يلبي تطلعات الطلبة.
  - 3- اعتماد إستراتيجية للتطوير الدائم لجودة التعليم في ضوء الدراسات المتواصلة لتشخيص وتجاوز الفجوات غير المرغوب فيها والعمل على تعزيز المجالات التي تكون فيها الكلية قادرة على تحقيق الرضا لطلبها.
  - 4- اتخاذ ما تقتضي من إجراءات سريعة للتخلص من كل السلبيات المشخصة للحيلولة دون تعميق الفجوات وزيادة تبعاتها السلبية.
  - 5- التركيز على تعميق البعد الخامس (جودة التعليم وسمعة المؤسسة) والتخلص من كل مسببات الإساءة إلى سمعة الكلية سواء كان ذلك من قبل بعض الكوادر العلمية أو الإدارية.
  - 6- التأكيد على أهمية تركيبة الكادر العلمي والعطاء البحثي وتعميق القدرة على التواصل العلمي مع الطلبة .

### المصادر

- 1- الربيعي، ليث سلمان، هاشم- صبيحة، أنجلي- صباح " تقييم كفاءة نظام توزيع البنزين " دراسة تحليلية لاتجاهات عينة من المستهلكين في مدينة بغداد، نيسان، 2001.



- 2- إبراهيم، سعد الدين، "السياسات التعليمية في الوطن العربي" منتدى الفكر العربي عمان، الأردن، 1990.
- 3- Abuhasan,H,(Service quality and student satisfaction) 2008, ABR&TIC Confrence Proceedings, Orlando-Florida USA..
- 4- Alves & Vieira (The SERVQUAL as a marketing instrument to measure services quality in higher education institutions),2006, www. emeraldinsight.com.
- 5- Athiyaman,A, and O'Donnell (Antecedents and consequences of educational service quality;Further examination using theGCCA's course experience questionnaire) Quality Research Report No.4 Division of Planning and Development, Charles Sturt University.
- 6- Carey, Cambiano and De Vore (2002) (Student to Faculty Satisfaction at Midwestern University in the United States) HERDSA 2002 P.92.
- 7- Christensen,S, and others (2003) (I will tell you what I want, What I really really want) Central Queensland University, August 2003.
8. Donna Bell (An evaluation of the effectiveness of the gap model as a framework for assessing the quality of higher education) [WWW.aair.org.au/jir/Sep.97](http://WWW.aair.org.au/jir/Sep.97) p.1.
9. Hom,W,(2002) (Applying Customer Satisfaction Theory to Community College Planning of Student Services) Journal Insight into Student Services. www.ijournal us/issue 02
10. Jenkins,A.,(1994) "Higher Education and Quality" Quality New Zealand Autumn, pp 14-16.
11. Krisana,Kitchroen (Literature Review:- Service Quality in Educational Institutions) ABAC Journal Vol.24 No.2 (May- August,2004),pp 14-25.
12. Kotler, Ph, and Clarke,R, (Marketing for Health Care Organizations) Englewood Cliffs: Printice-Hall,1987
13. Palacio,Meneses andPerez, 2002 (The Configuration of the University Image and its Relationship with the Satisfaction of Students) Journal of Educational Administration 40(5) pp486-506.
14. Parasuraman,A, Zeithaml,VA and Berry,L, (1988) (SERVQUAL: A Maltiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality) Journal of Retailing, Vol. 64, 12-40.
15. Parasuraman,A, Zeithaml,VA and Berry,L, (1994) (Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality:- Implications for Further Research) Journal of Marketing, Vol.58, January, 111-124.
16. William,B ,and Thampson,S, (2002) ( Increased Demand for Student Accommodation Impacts on Local Housing Markets) Will@easyafa.com.

#### ملحق رقم (1)

استبانة لقياس جودة الخدمات في مؤسسة التعليم العالي  
القسم (أ) - التطلعات

عزيزتي أطلابه، عزيزي الطالب:-



إن هذه استبانته تتكون من جزأين، الجزء الأول يرتبط بفهمك لمؤسسات التعليم العالي بصورة عامة في حين يتعلق الجزء الثاني بإدراكك لواقع الخدمة في كلية الإدارة والاقتصاد. الدراسات المسائية بصورة خاصة. الرجاء بين الدرجة التي تعتقد بان مؤسسات التعليم العالي بصورة عامة ينبغي لها أن تمتلك السمات الموصوفة بكل من العبارات المذكورة في أدناه ذات العلاقة بمتطلبات جودة الخدمة. في هذا الجزء إذا ما كنت تتفق بصوره تامة بان مؤسسات التعليم العالي ينبغي أن تمتلك أي من هذه السمات فالرجاء اشر مقابلها الرقم 7 وإذا ما كنت لا تتفق تماما بأنه ينبغي على مؤسسات التعليم العالي أن تمتلك هذه السمة عندها ضع الرقم 1 وإذا كانت تصوراتك ليست بالقوة المذكورة عن أي من هذه السمات فضع أي من الأرقام المحصورة بين الرقمين 1 و7 الأكثر ملائمة لوصف أحواله. ليس هنالك إجابات صحيحة أو خطأ كل ما يفيدنا هو تطلعاتك أو تصوراتك المحببة التي تعشق الوصول إليها حول خدمات مؤسسات التعليم العالي، لذا فأنه لا يستدعي الأمر ذكر اسمك في أي من قسمي الاستبانة .

7	6	5	4	3	2	1
اتفق تماما	اتفق	اتفق نوعا ما	محايد	لا اتفق نوعا ما	لا اتفق	لا اتفق تماما

### أسئلة المتغيرات

7	6	5	4	3	2	1	مضمون العبارة	ت
							تمتلك مؤسسات التعليم العالي أجهزه ومعدات متماشية مع التطور (روح العصر)	1
							تعد التسهيلات الطبيعية لمؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي جذابة بصورة ظاهره للعيان (من حيث المباني والحدائق)	2
							إن مؤسسة التعليم العالي الممتازة لها تسهيلات طبيعية مثل موقف السيارات، حاسبات الكترونية في المقدار المناسب لعدد الطلبة	3
							إن المواد ذات العلاقة بخدمات مؤسسات التعليم العالي الممتازة (دعم المحاضرات، مواد الدعم التعليمي، البرمجيات، مواقع الانترنت) هي بارزة وظاهرة للعيان	4
							تلتزم مؤسسة التعليم العالي الممتازة بعمل شي ما في وقت محدد	5
							يهتم العاملون في المؤسسة التعليمية اهتماما مخلصا في حل مشاكلك	6
							تعني مؤسسة التعليم العالي الممتازة باهتمامات الطلبة (فيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية، السكن، الزمالات، البعثات)	7
							تتفد الخطط والبرامج الدراسية بشكل متكامل	8
							تعطي الدروس في مؤسسة التعليم العالي الممتازة عناية فائقة	9
							إن أعضاء الهيئات التدريسية والبحثية في مؤسسة التعليم العالي الممتازة لهم قدرات علمية للإجابة على الأسئلة المطروحة من قبل الطلبة	10
							إن الأساتذة في مؤسسة التعليم العالي الممتازة هم راغبون دائما في مساعدة الطلبة في قاعة الدرس	11
							إن الأساتذة في مؤسسة التعليم العالي الممتازة راغبون دائما في مساعدة الطلبة خارج قاعة الدراسة	12
							إن الأساتذة في مؤسسات التعليم العالي الممتازة لهم عطاء بحثي (نشر الكتب والمقالات في مجلات علمية وإشراف على أطروح ورسائل الدراسات العليا)	13
							تمتلك الهيئات التدريسية في مؤسسات التعليم العالي الممتازة مهارات اتصال جيدة	14
							إن الطلبة في مؤسسات التعليم العالي الممتازة يبلغون فوراً بالتواريخ المهمة مثل تواريخ الامتحانات والتسجيل والغيابات	15
							إن المسؤولين يتفون في جودة التعليم لمؤسسات التعليم العالي الممتازة	16
							إن الأساتذة في مؤسسات التعليم العالي الممتازة يطبقون طرق أصول علم التدريس في دروسهم	17
							في مؤسسة التعليم العالي نجد إن الخدمات المقدمة من قبل الأطراف الثانوية (مثل الأمن، النظافة، الكافيتريات) ذات نوعية جيدة	18
							إن مؤسسة التعليم العالي الممتازة لها أوقات درس وساعات مكتبية ملائمة لكل الطلبة	19
							إن تركيبة الكادر العلمي تؤثر على سمعة مؤسسة التعليم العالي الممتازة	20
							إن سمعة مؤسسة التعليم العالي الممتازة تؤثر على اختيار المسؤولين لتلك المؤسسة	21
							إن سمعة مؤسسة التعليم العالي الممتازة تؤثر على اختيار الطلبة	22

لغرض الالتزام في تطبيق الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة في مؤسسات التعليم العالي بصورة عامة، فأننا نود أن نعرف الأهمية التي تعطي لكل واحد منها عندما تقيمها تمشياً مع مبدأ توزيع مائة درجة على تلك المفاهيم المذكورة في أدناه وبما يعبر عن الأهمية التي تعطي لتلك المفاهيم. فكلما كان أحد تلك المفاهيم أكثر أهمية كلما أعطي درجات من المائة درجة أكثر بالمقارنة بالمفاهيم الأخرى وهكذا إلى أن يكون مجموع درجات المفاهيم الخمسة يساوي مائة درجة:-



- |                      |  |
|----------------------|--|
| <input type="text"/> | 1. ظهور الوسائل الطبيعية ومواد الاتصال. درجة (1,2,3,4)                   |
| <input type="text"/> | 2. قدرة مؤسسة التعليم العالي في الاستجابة لمتطلبات الطلبة (15,19)        |
| <input type="text"/> | 3. مهارات الكوادر العلمية والإدارية درجة (10,11,12,13,14,17)             |
| <input type="text"/> | 4. الثقة المقدمة من قبل الكادر التعليمي والكادر الإداري درجة (5,6,7,8,9) |
| <input type="text"/> | 5. جودة التعليم وسمعة المؤسسة درجة (16,18,20,21,22)                      |

مجموع الدرجات 100 درجة

- |                      |   |
|----------------------|---|
| <input type="text"/> | بالنسبة للمفاهيم المذكورة أعلاه أيهما يعتبر الأكثر أهمية؟ |
| <input type="text"/> | أي من هذه المفاهيم يأتي بالترتيب الثاني؟                  |
| <input type="text"/> | أي من هذه المفاهيم يعتبر الأقل أهمية بالنسبة للكل؟        |

**استبانته لقياس جودة الخدمة في كلية الإدارة والاقتصاد – جامعة بغداد**  
**القسم (ب) – الإدراكات للواقع**

إن الأسئلة أدناه لها علاقة بمشاعرك حول كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة بغداد. الرجاء بين الدرجة التي تعتقد بان الكلية تمتلك الخصائص الموصوفة في كل من العبارات المذكورة أدناه فيما يتعلق بواقع جودة الخدمة فيها. أن نظام وضع الدرجات هو نفس النظام المتبع في الاستبانة السابقة. ليس هنالك إجابات صحيحة أو خطأ بالكامل، بل إن اهتمامنا ينصب على الرقم الذي يوضح مدى إدراكك لجودة الخدمة في كلية الإدارة والاقتصاد بصورة أفضل. لذا فإنه لا يستوجب على الإطلاق ذكر اسمك في أي مكان الاستبانة .

7	6	5	4	3	2	1
اتفق تماما	اتفق	اتفق نوعا ما	محايد	لا اتفق نوعا ما	لا اتفق	لا اتفق تماما





## أسئلة المتغيرات

7	6	5	4	3	2	1	مضمون العبارة	ت
							إن الأجهزة والمعدات الموجودة في كلية الإدارة والاقتصاد متمشية مع التطور	1
							أن التسهيلات الطبيعية في كلية الإدارة والاقتصاد هي جذابة بصورة ظاهرة للعين (من حيث المباني والحدائق)	2
							أن كلية الإدارة والاقتصاد فيها منشآت مثل (مواقف السيارات- مركز حاسبات الكترونية) بالمقدار المناسب لعدد الطلبة	3
							أن المواد ذات العلاقة بخدمات التدريس في كلية الإدارة والاقتصاد (ملخصات دعم المحاضرات- مواد الدعم التعليمي- البرمجيات- موقع الانترنت) هي بارزة وواضحة للعيان	4
							عندما توعد كلية الإدارة والاقتصاد بعمل شيء ما في الوقت المحدد فإنها تفي بذلك الموعد.	5
							عندما تكون لديك مشاكل فإن العاملين جميعا في كلية الإدارة والاقتصاد يظهرون اهتماما مخلصا في حلها	6
							تعنتي كلية الإدارة والاقتصاد بمصالح الطلبة (القضايا الاجتماعية- السكن- البعثات- الإرشاد التربوي- العناية الطبية)	7
							إن خطط التدريس والبرامج في كلية الإدارة والاقتصاد تنفذ بالكامل	8
							أن الدروس التي تعطى في كلية الإدارة والاقتصاد مهياة بعناية	9
							إن الأساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد لهم قدرات علمية في الإجابة على الأسئلة المطروحة من قبل الطلبة	10
							أن الأساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد يحاولون دائما مساعدة الطلبة في قاعة الدرس	11
							أن الأساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد راغبون دائما بمساعدة الطلبة خارج قاعة الدرس	12
							أن الأساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد لديهم عطاء بحثي (نشر كتب- كتابة مقالات في مجلات علمية- إشراف على أطاريح ورسائل طلابية الدراسات العليا)	13
							تمتلك الهيئات التدريسية في كلية الإدارة والاقتصاد مهارات اتصال جيدة	14
							إن الطلبة في كلية الإدارة والاقتصاد يبلغون فورا بالتواريخ المهمة مثل تواريخ الامتحانات ومواعيد التسجيل والعيابات وجداول المحاضرات	15
							أن السادة المسؤولين في كلية الإدارة والاقتصاد يعترفون بمبدأ جودة التعليم	16
							أن الأساتذة في كلية الإدارة والاقتصاد يطبقون طرق أصول علم التدريس في دروسهم	17
							أن الخدمات المقدمة من قبل الأطراف الثانوية في كلية الإدارة والاقتصاد مثل (الأمن- النظافة- خدمات الكافيتريات) ذات نوعية جيدة	18
							أن كلية الإدارة والاقتصاد لها أوقات دروس وساعات مكتبية ملائمة لكل الطلبة	19
							إن تركيبة الكادر العلمي تؤثر على سمعة كلية الإدارة والاقتصاد	20
							إن سمعة كلية الإدارة والاقتصاد تؤثر على اختيار بقاء المسؤولين فيها	21
							أن سمعة كلية الإدارة والاقتصاد تؤثر على اختيار الطلبة	22

سؤال: هل توصي أصدقائك وإفراد عائلتك بالتسجيل في كلية الإدارة والاقتصاد نعم  \*

معلومات شخصية:-  
المرحلة الدراسية: ثاني  لث   
الجنس: ذكر    
العمر: 20 سنة فأقل  21 - 25  30  36

الحالة الزوجية: أعزب  زوج   تنكر

هل هناك أي شيء آخر تود أن تذكره حول جودة الخدمة المقدمة من قبل كلية الإدارة والاقتصاد-الدراسات المساندة؟ إذا كان كذلك فالرجاء بيان ذلك في أدناه:-