

أبعاد جودة خدمة التعليم العالي في الجامعة الخاصة

(دراسة ميدانية)

أ. م. د. رعد عبد الله الطائي
جامعة بغداد- كلية الادارة والاقتصاد
قسم ادارة الاعمال

ملخص الدراسة

انصبت هذه الدراسة على قياس جودة الخدمة، وبوجه خاص ماهية أبعاد جودة الخدمة التي يجري قياسها للوصول إلى مستوى جودة الخدمة. وتم التطبيق على خدمة التعليم العالي الخاص، حيث جرى اختيار عينة من طلبة جامعة خاصة لتعبئة الاستبانة الخاصة بالدراسة. وكان هناك 360 استبانة تم تحليل البيانات فيها من خلال مؤشرات الإحصاء الوصفي، وتحليل الارتباط، وتحليل الانحدار المتعدد. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط بين مستويات الرضا عن أبعاد الجودة الرئيسية الخمسة (المعولية، الملموسية، الاستجابة، الموثوقية، التعاطف) وكذلك عن فروعها العشرة ومستوى الرضا العام عن جودة الخدمة. وإن أبعاد الجودة الأقوى تأثيراً في تشكيل مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي الخاص تضم كل من: المعولية، الموثوقية، التعاطف، بينما كانت أبعاد: الملموسية، والاستجابة الأقل تأثيراً.

المقدمة

تتزايد أهمية الخدمات في حياة الفرد يوماً بعد آخر، وهذا ما أدى إلى التزايد الكبير في منظمات الأعمال التي تقدم الخدمات. وأصبحت جودة الخدمة معياراً للفرد في اختيار مقدم الخدمة من بين المنظمات العديدة المقدمة لتلك الخدمة. ومن هنا أصبحت الجودة في قطاع الخدمات سلاحاً تنافسياً لا يمكن إغفاله من قبل المنظمة لتحقيق أهداف الربحية والنمو والبقاء في السوق. ولتحسين جودة الخدمة وتعزيز الميزة التنافسية للمنظمة لا بد من قياس مستوى جودة الخدمة. وقد برزت في الأدب الإداري عدة مناهج لقياس جودة الخدمة. ينصب هذا البحث على قياس جودة الخدمة في منظمات الأعمال وبوجه خاص قياس جودة خدمة التعليم العالي المقدمة من قبل الجامعات الخاصة. ويشتمل البحث على ثلاثة مباحث بالإضافة إلى فقرة الاستنتاجات والتوصيات. انصب المبحث الأول على الخلفية النظرية، وانصب المبحث الثاني على منهجية البحث، وكرس المبحث الثالث لتحليل البيانات.

المبحث الأول- الخلفية النظرية

1-1- ماهية الجودة

يعرف قاموس Oxford الجودة "بأنها درجة التمييز أو الأفضلية" (Hutchins,1992,5). وتعرفها الجمعية الأمريكية للجودة بأنها "الهيئة أو الخصائص الكلية للسلعة أو الخدمة التي تعكس قدرته على تلبية حاجات صريحة أو ضمنية" (Heizer and Render,2001,171). وتعرفها المنظمة الدولية للمعايير (ISO) في المواصفة الدولية ISO- 9000 بأنها "الخصائص الكلية لكيان (نشاط، أو عملية، أو سلعة، أو منظمة، أو نظام، أو فرد، أو مزيج منها) التي تنعكس في قدرته على إشباع حاجات صريحة أو ضمنية" (Hoyle,1997,6;Singh,1997,11). (للمزيد عن تعريف الجودة انظر: الطائي وقداه،2008، 29 والطائي وقداه،2003، 262).



لكثرة وتنوع وتباين تعريف الجودة كان الاتجاه إلى تصنيفها في مجموعات رئيسية وفقا للمنطلق والأساس الذي ينطلق منه التعريف. ووفقا لذلك كانت هناك التعاريف التي تعبر عن الجودة خلال مرحلة التصميم (أو تنطلق وتعبّر عن وجهة نظر المصمم للسلعة أو الخدمة) وتدرج تحت عنوان "جودة التصميم"، والتي تعبر عن الجودة خلال مرحلة الصنع (أو تنطلق وتعبّر عن وجهة نظر المنتج والمصنع للسلعة أو الخدمة) وتدرج تحت عنوان "جودة المطابقة"، والتي تعبر عن الجودة خلال مرحلة استعمال المستهلك الأخير والمنفعة من السلعة أو الخدمة (أو تنطلق وتعبّر عن وجهة نظر المستهلك أو المستعمل) وتدرج تحت عنوان "جودة الأداء"، وغير ذلك من التصنيفات (المزيد من التفصيل في ذلك انظر: الطائي وقداده، 2008، 31-36 والطائي وقداده، 2003، 263-265).

مع تنامي قطاع الخدمات وتزايد الاهتمام بالخدمة واخذ خصوصياتها بالاعتبار، ظهرت العديد من التعاريف لجودة الخدمة بشكل خاص. فقد عرفها (Lewis and Booms, 1983) بأنها "مقياس لحسن مطابقة مستوى الخدمة الجارية لتساوئها مع توقعات المستهلكين" (Brochado and Marques, 2007, 3). وعرفت بأنها "تقييم المستهلكين للممتازية أو التفوق العام للخدمة" (Zeithmal, 1988, 3). وإنها "الانطباع العام للمستهلكين المتعلق بالانحطاط أو التفوق النسبي للمنظمة وخدماتها" (Bitner, Booms and Moher, 1994, 97). وعرفها (Roest and Pieters, 1997) بأنها "التباين النسبي والمدرّك بين المعايير المعتمدة على الخبرة وبين الأداء المتعلقان بمنافع الخدمة" (Fen and Meilian, 2005, 61). يلاحظ من جملة التعاريف إن جودة الخدمة هي تعبير عن وجهة نظر أو شعور المستهلك اتجاه الخدمة المستلمة من قبله. وما اختلف فيه الباحثون هو المتغيرات التي ينجم عنها ذلك الشعور وكذلك كيفية قياسها، وهو الأمر الذي انعكس في ظهور العديد من المناهج والنماذج في قياس جودة الخدمة.

1-2- قياس الجودة في مجال الخدمة

إن قياس الجودة يعتبر ضرورة من الضرورات سواء للسلع المادية أو للخدمات. يعود ذلك للحاجة إلى تقييم مستوى الجودة وللكشف عن مجالات التحسين والتطوير المستمر فيها. وفي مجال السلع المادية فإن قياس الجودة أكثر يسرا مما في الخدمات، حيث يمكن استخدام مؤشرات موضوعية (مادية) لقياس جودة السلعة تتبع من خصائصها المادية مثل عدد الوحدات غير الصالحة، والمتانة، وغير ذلك. أما في مجال الخدمات فإن الأمر أكثر تعقيدا للسمات المميزة للخدمة عن السلعة وبوجه خاص: عدم الملموسية، وعدم التجانس، وعدم إمكانية تخزينها، وتزامن الإنتاج والاستهلاك للخدمة (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988, 13). من هنا برزت معضلة قياس جودة الخدمة.

إن قياس الجودة، بصورة عامة، يمكن أن يكون داخليا أو خارجيا. والقياس الداخلي مثل حساب عدد الوحدات غير الصالحة أو المطابقة مع المواصفات أو المتطلبات. أما القياس الخارجي فيعتمد تقييم المستهلك ويأخذ تعبيرات: إدراك Perception المستهلك، توقعات Expectation المستهلك، رضا Satisfaction المستهلك، موقف Attitude المستهلك، ابتهاج Delight المستهلك. وفي العصر الحالي أصبح القياس الخارجي للجودة مهما (Sachdev and Verma, 2004, 97). وفي قياس جودة الخدمة فإن الخصائص المميزة للخدمة، عن السلعة، تجعل القياس الخارجي لجودة الخدمة هو الأكثر إمكانية وترجيحا، على الرغم من الصعوبات التي تصاحب القيام به. لأجل ذلك بذلت الكثير من الجهود لإيجاد وسيلة لقياس جودة الخدمة تنطلق من المستهلك. وقد برزت في الربع الأخير من القرن الماضي عددا من المناهج أو الطرق أو الأساليب تنطلق من المستهلك لقياس جودة الخدمة، كان لكل منها مؤيديه ومعارضيه. ومن الجوانب التي حضت بالاهتمام في قياس جودة الخدمة هي أبعاد Dimension جودة الخدمة.



مقدم المنهجية أو التصنيف لأبعاد جودة الخدمة							
Johnston and Clark, 2001	Hedvall and Paltschik, 1989	SERVQUAL		Leblance and Nguyen, 1988	Graven, 1984	Gronroos, 1984	Lehtinen and Lehtinen, 1982
		الأبعاد العشرة Zeithaml et. al. 1990	الأبعاد الخمسة Parasuraman et. al., 1988				
1- المعاونة	1- الرغبة والقدرة على تقديم الخدمة	1- الملموسية	1- الملموسية	1- صورة المنظمة	1- سرعة التسليم	1- الهيكلية الفنية	1- التفاعلية
2- الوظائفية							
3- المعولية	2- التمكن المادي والنفسي للحصول على الخدمة	2- المعولية	2- المعولية	2- التنظيم الداخلي	2- دقة التسليم	2- الوظيفية	2- المادية
4- التكامل							
5- الاستجابة		3- الاستجابة	3- الاستجابة	3- الدعم المادي لنظام إنتاج الخدمة	3- الإتمام	3- السمعة حول الجودة	3- جودة المنظمة
6- المرونة							
7- الأمان		4- الاتصال	4- الموثوقية	4- تفاعل العاملين مع المستهلك	4- التعامل		
8- المعاونة							
9- العناية		5- الأهلية	5- التعاطف	5- مستوى رضا المستهلك	5- التناسق		
10- الراحة							
11- الاتصال		6- المصدافية			6- سهولة المنال		
12- الحميمية							
13- الوصول		7- الأمان			7- الدقة		
14- الإتاحة							
15- تعهد العمل		8- اللياقة			8- الاستجابة		
16- النظافة							
17- الأهلية		9- فهم العميل					
18- الاحترام		10- الوصول					

أبعاد

جودة

الخدمة



التعريف*	الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة*
مظهر العناصر المادية: التسهيلات المادية، المعدات، مظهر الأفراد	1- الملموسية (Tangibles)
القدرة على انجاز الخدمة بالاعتمادية (dependably) والدقة (accurately) الموعودة.	2- المعولية (Reliability)
الرغبة في مساعدة المستهلكين و تقديم خدمة فورية (prompt service).	3- الاستجابة (Responsiveness)
الأهلية واللياقة للعاملين وقدرتهم على كسب الثقة والانتماء.	4- الموثوقية (Assurance)
العناية والانتباه الشخصي الذي تمنحه المنظمة لمستهلكيها.	5- التعاطف (Empathy)
* Source: Parasuraman et. al., 1988, p. 23;. and Parasuraman et. el., 1991, p. 41.	
التعريف**	الأبعاد العشرة لجودة الخدمة**
مظهر العناصر المادية: التسهيلات المادية، المعدات، مظهر الأفراد	1- الملموسية (Tangibles)
القدرة على انجاز الخدمة بالاعتمادية والدقة الموعودة.	2- المعولية (Reliability)
الرغبة في مساعدة المستهلكين و تقديم خدمة فورية.	3- الاستجابة (Responsiveness)
حياسة المهارات والمعرفة المطلوبة لانجاز الخدمة.	4- الأهلية (Competence)
جدارة مقدم الخدمة بالثقة، والتصديق، والأمانة .	5- المصدقية (Credibility)
الخلو من الأخطار والمخاطر وما يريب .	6- الأمان (Security)
الأدب والاحترام والتقدير والودية التي يظهرها الأفراد مقدمي الخدمة للمستهلكين	7- اللياقة (Courtesy)
الاستماع للعملاء وإقناعهم على اطلاع باللغة التي يمكن أن يفهموها	8- الاتصال (Communication)
بذل الجهد لمعرفة المستهلكين وحاجاتهم	9- فهم العميل (Understanding Customer)
إمكانية وسهولة الاتصال للحصول على الخدمة.	10- الوصول (Access)
** Source: Parasuraman et. al.,1985,47;and Lovelock and Wirtz ,2004,409.	

(انظر على سبيل المثال: Tyran and Ross, 2006) وغيرها. وأفرز ذلك الحاجة إلى إجراء بعض التعديلات في أبعاد جودة الخدمة، بما يتناسب مع طبيعة ونوع معين من الخدمات



(Mahapatra and Khan,2007,206)، وهو ما أدركه مقدمي المنهجية مسبقاً فأشاروا إلى إمكانية تعديل أداة القياس (الاستبانة) بما يتناسب مع طبيعة كل خدمة (Parasuraman et. al., 1988, 28).
4- أفرزت نتائج بعض الأبحاث وجود تأثير لبعض المتغيرات الديموغرافية على معوليه وصدق مقاييس جودة الخدمة (Airey and Bennett 2007, 64-65; Barnes,2005,25-32). وهذا يعني إن أبعاد جودة الخدمة ومنهجياتها التي ولدت في الغرب بحاجة للمراجعة والتمحيص في المجتمع العربي أو أي مجتمع أخر له خصوصياته التي تجعله مختلفاً عن الغرب.

2-2-1 منهجية SERVQUAL ومنهجية SERVPERF في قياس جودة الخدمة

تقوم منهجية SERVQUAL في قياس الجودة على ما يعرف بنظام الفجوات (Shahin,2004,2-3; Lovelock and Wirtz,2004,411-413). ويقاس مستوى الجودة بما اصطلح عليه الجودة المدركة perceived Quality. وهي "درجة واتجاه الاختلاف بين ما يدركه وما يتوقعه المستهلك" (Parasuraman et. al.,1988,17).

يلاحظ هنا وجود عنصرين تمثل الجودة المدركة الفارق بينهما (E-P)، وهما: "ما يدركه المستهلك" Customer perception (P) و"ما يتوقعه المستهلك" (E) customer expectation. يعرف "ما يدركه المستهلك" بأنه "اعتقاد المستهلك حول الخدمة وفقاً لما حصل عليه". أما "توقع المستهلك" فلا يوجد اتفاق على تعريفه، وهناك العديد من التعاريف المختلفة له، وهو ما شكل جانباً من الخلاف حول منهجية SERVQUAL (Sachdev and Verma, 2004,99). وأدى ذلك إلى ظهور منهجية SERVPERF التي تعتمد في قياس الجودة على "ما يدركه المستهلك" (P) فقط أي على "الأداء" Performance (Brochado and Marques,2007,3).

1-2-3- الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة في قياس جودة الخدمة:

من جوانب الجدل في الأدب الإداري هو مدى تساوي أبعاد جودة الخدمة في قيمتها لدى المستهلك. والتساؤل المطروح بين الباحثين يتمثل في مدى تساوي أبعاد جودة الخدمة في أهميتها مقارنة ببعضها، حيث يترتب على ذلك ضرورة معرفة مقدم الخدمة بالأبعاد الأكثر أهمية كي يعطيها اهتمام أكبر من غيرها من الأبعاد. وقد عرف (O' Neil and Palmer,2004) الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة بأنها "انعكاس للقيمة النسبية للخصائص النوعية المختلفة لدى المستهلك".

إن المناهج المبكرة لقياس جودة الخدمة لم تأخذ باعتبارها الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة بصورة واضحة ومباشرة. ومع الجدل حول منهجية SERVQUAL وعدم أخذها بالاعتبار الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة في قياس مستوى جودة الخدمة، ظهرت أطروحات عدة منها إمكانية حساب الأهمية النسبية لأبعاد الجودة في منهجية SERVQUAL من خلال البيانات الجارية جمعها باستخدام طرق كمية تحليلية مثل طريقة (constant-sum-scale) أو طريقة (تحليل الانحدار) أو غيرها. إلا إن النتائج التي ظهرت للأهمية النسبية لأبعاد الجودة لم تكن ذاتها باستخدام تلك الطرق وكانت مختلفة (Sachdev and Verma,2004,100). وهذا ما دعا إلى التوجه المباشر للمستهلك ليحدد الأهمية النسبية لأبعاد الجودة، وفي الأبحاث التي أخذت بهذا الاتجاه (انظر على سبيل المثال: Ford et. Al.,1999; O' Neil and Palmer,2004; Yakhou and Stone,2005) تم جمع البيانات من المستهلك عن مستوى الأهمية النسبية بالإضافة إلى تقييمه لمستوى الأداء الفعلي لكل بعد من أبعاد الجودة (Brochado and Marques,2007,6).



1-3-جودة الخدمة في مجال التعليم العالي

إن الاهتمام بقياس جودة خدمة التعليم العالي يعد متأخراً قياساً بأنواع عديدة أخرى من الخدمات. ويعزى ذلك إلى طبيعة هذه الخدمة فالمستفيد الفعلي منها (المنظمات التي يعمل فيها خريج الجامعة) هو غير المستلم المباشر للخدمة من الجامعة (الطالب خلال فترة دراسته وأحياناً تخرجه)، وهذا ما جعل قياس جودة هذه الخدمة صعبة ومعقدة. مع بروز الاتجاه لاعتماد المستلم المباشر للخدمة هو الأساس لقياس جودة الخدمة، سهل ذلك قياس الجودة في مجال التعليم العالي باعتماد الطالب كمستلم مباشر للخدمة.

(Chua, Clare, 2004,1; Brochado and Marques,2007,3.)

لقد انطلقت الجامعات، الخاصة منها بشكل خاص، لتقييم مستوى الجودة للخدمة التي تقدمها في ظل اشتداد التنافسية بين الجامعات الخاصة لاستقطاب الطلبة، ولتتمكن الجامعة في ضوء ذلك التقييم من إجراء التحسينات فيما تقدم من خدمة وامتلاك أو تطوير ميزتها التنافسية. من خلال مراجعة الأدب الخاص بقياس الجودة في مجال التعليم العالي يمكن تأشير الملاحظات التالية:

1- لقد تم تطبيق واختبار كل من منهجية SERVQUAL

(انظر على سبيل المثال 2005 Chua,2004;Barnes,)، ومنهجية SERVPERF

(انظر على سبيل : Combrinck,2006) في مجال التعليم العالي. وفي الأبحاث التي أجريت للمقارنة

بين الأداتين تم التوصل إلى أفضلية منهجية SERVPERF في قياس جودة الخدمة في التعليم العالي

مقارنة بمنهجية SERVQUAL (Brochado and Marques,2007,15-16). كما إن بعض

الأبحاث التي اعتمدت تلك المناهج في مجال التعليم العالي أخذت بالاعتبار الأهمية النسبية لإبعاد الجودة

في قياسها لجودة خدمة التعليم العالي (انظر على سبيل المثال:

(Kitcharoen,2004;O' Neil and Palmer,2004)

2- إن البعض ذهب إلى استخدام المناهج الشائعة (SERVQUAL و SERVPERF) لتطبيقها على قياس

بعض أوجه خدمة التعليم العالي التي لم تهتم بقياسها تلك المناهج (سدا للثغرات فيها أو تحقيق التكامل في

قياس جودة خدمة التعليم العالي من أوجه عدة). ومن تلك الجوانب التي حضت بالدراسة هنا: الوحدات

الإدارية (غير الأكاديمية) في الجامعة (انظر على سبيل: Kitcharoen,2004) ، والإرشاد الأكاديمي

في الجامعة (انظر على سبيل : Tyran and Ross ,2006) .

3- نتيجة الجدول الواسع حول قياس جودة الخدمة، ظهرت مناهج أخرى لقياس جودة الخدمة في التعليم العالي

منها:

أ- منهجية HedPERF (Higher Education PERFormance) واهتمت بالعناصر الأكاديمية

لخدمة التعليم العالي بالإضافة إلى كل أوجه بيئة التعليم العالي الأخرى وفقاً لتقييم الطالب

(للمزيد حول هذه المنهجية انظر: Firdaus,2006).

ب- منهجية EduQUAL التي ركزت على التعليم التقني، واهتمت بقياس الجودة من وجهة نظر

المستفيدين أو ذوي العلاقة (الطلبة، التدريسيين، الموظفين والعاملين، أولياء أمور الطلبة،... الخ)،

وإن منهجية التقييم اعتمدت منهجية SERVQUAL مع تطوير الاستبانة والتحليل ليشمل مجال واسع

من ذوي العلاقة وليس الطلبة بمفردهم (للمزيد حول هذه المنهجية انظر:

Mahapatra and Khan,2007). إلا إن تلك المناهج لم تجد لحد الآن اهتماماً كبيراً سواء بالتقييم أو

بالتطبيق لها، بالقدر الذي حظت به المناهج الشائعة المار ذكرها في (1) اعلاه مع التوسع الحاصل في

البلدان العربية في التعليم العالي الخاص، سواء كان ذلك بتزايد الجامعات الخاصة المملوكة من قبل

مستثمرين من أبناء البلد أو بدخول الجامعات الخاصة الممولة من مستثمرين أو جامعات من دول أخرى

أجنبية، فإن اشتداد المنافسة في ذلك السوق يتطلب الاهتمام بقياس جودة الخدمة في الجامعات العربية

الخاصة لتحسين مستوى جودة الخدمة المقدمة من قبلها وامتلاك التنافسية التي من شأنها تحقيق البقاء

لها في السوق. ويسعى هذا البحث إلى تطبيق منهجية لقياس جودة الخدمة بصورة عامة وجودة الخدمة

في التعليم العالي بوجه خاص، من خلال تطبيق تلك المنهجية في قياس جودة خدمة التعليم في إحدى

الجامعات العربية الخاصة (جامعة الزرقاء الخاصة - الأردن) أملاً في استفادة الباحثين والجامعات العربية

الخاصة من هذا الجهد لتقييم وتحسين جودة الخدمة فيها.

المبحث الثاني- منهجية البحث

1-2- مشكلة البحث وأهمية الدراسة



إن تزايد المنافسة يوماً بعد آخر دفع منظمات الأعمال لانتهاج إستراتيجية التمييز، بعد إن أصبحت المنافسة السعرية سلاحاً قديماً لا يحمي مستخدمه إلا في ظروف محدودة لا يشيع توفرها دائماً. وأدى ذلك لبروز "الجودة" سلاح تنافسي لا يمكن إغفاله، حتى من قبل تلك المنظمات التي لا تعتمد كسلاح تنافسي رئيسي لها للبقاء في السوق. لقد برزت تلك الظاهرة بشدة أكبر في مجال الخدمات (مقارنة بالسلع المادية) مع توسع وتنامي قطاع الخدمات في الدول المختلفة، وتزايد أعداد منظمات الأعمال المنتجة لخدمة معينة. وترتب على ذلك الحاجة للتحسين المستمر لمستوى جودة الخدمة.

إن الحاجة إلى تحسين جودة الخدمة يستلزم، من بين أمور أخرى، قياس مستوى جودة الخدمة. وللخصائص المميزة للخدمات عن السلع المادية ظهرت إشكالية "كيفية تحديد جودة الخدمة"؟ فللسلع المادية جوانب ملموسة يمكن من خلالها قياس الجودة (مثل المتانة، الشكل أو الهيئة، الجمالية، العمر التشغيلي، القابلية للتصليح أو سهولة الصيانة، اقتصادية الاستعمال... الخ) بينما لا يتوفر ذلك للخدمات كونها غير ملموسة (أو غير مادية). ويتصدى هذا البحث في إطاره العام لتلك الإشكالية أو المشكلة.

برزت في الربع الأخير من القرن الماضي عدداً من المناهج أو الطرق أو الأدوات لقياس جودة الخدمة، كان لكل منها مؤيديه ومعارضيه وإيجابياته وسلبياته. وكانت هناك جوانب عدة تحضى بالجدل والنقاش في ذلك المجال، من بينها الأبعاد Dimensions التي يجري القياس حولها وتكون بمجموعها جوانب جودة الخدمة. يزخر الأدب الغربي الخاص بالموضوع بالعديد من التصنيفات لأبعاد جودة الخدمة، التي قدمت ليتمكن من خلالها تقييم مستوى الجودة العام (أو الكلي) للخدمة، ومع ذلك ما زالت أبعاد جودة الخدمة قيد البحث والتساؤل رغم ظهور العديد من النماذج المتعلقة بها. وعلى الصعيد العربي فإن المشكلة التي يهتم بها هذا البحث بقيت دون إجابة لعدم الاهتمام الكبير بها مقارنة مع ما حضت به من اهتمام في الغرب.

تبرز أهمية هذا البحث من خلال تزايد منظمات الأعمال في مجال الخدمات، وتزايد الحاجة للجودة كسلاح وأسبقية تنافسية لأجل البقاء في السوق، دون امتلاك الوضوح الكافي لدى تلك المنظمات حول كيفية قياس جودة الخدمات التي تقدمها لتقييم أدائها وإجراء ما يلزم من تصحيح لتحقيق التفوق التنافسي. ويعطي اختيار خدمة التعليم العالي كمجال للدراسة أهمية مضافة لأسباب عدة من بينها أهمية مستوى الجودة لهذه الخدمة لما لها من آثار بعيدة الأمد في حياة وازدهار وتطور الشعوب. وإن مخرجات المؤسسات التعليمية تشكل عادة المدخلات البشرية للمنظمات الأخرى، فتظهر آثار مستوى جودة خدمة التعليم العالي على مستويات جودة الخدمات والسلع التي تقدمها مختلف

المنظمات في المجتمع. وبكلمة أخرى أن لجودة مستوى التعليم العالي امتدادات لاحقة تؤثر في مستوى الجودة لسلع وخدمات أخرى في مراحل لاحقة.

2-2- أهداف البحث: يهدف البحث إلى:

- 1- التعرف على أبعاد جودة الخدمة التي تؤثر في مستوى الرضا العام عن جودة الخدمة، وتعطي الخصوصية في ذلك للتعليم العالي الخاص كونه مجال هذه الدراسة.
- 2- التعرف على مستوى الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة ومدى تأثيره في تحديد مستوى الرضا العام عن جودة الخدمة، وتعطي الخصوصية في ذلك للتعليم العالي الخاص كونه مجال هذه الدراسة.
- 3- التعرف على دور جودة الخدمة المقدمة في مجال التعليم (العملية التدريسية) وفي مجال العمليات (الأنشطة الأخرى في الجامعة باستثناء البحث العلمي) في التأثير على مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي في الجامعات الخاصة

إن الأهداف الثلاثة السابقة تقود في مجملها إلى هدف رئيسي يتمثل في السعي إلى صياغة نموذج لقياس مستوى جودة الخدمة التي تقدمها الجامعات الخاصة بهدف تمكينها من تقييم مستوى الأداء وإجراء التصحيحات والتحسين المستمر له.



3-2- متغيرات ونموذج البحث: تتمثل متغيرات البحث الموضحة في الجدول رقم (3) في الآتي:

1- المتغير المعتمد: يتمثل في مستوى الرضا العام (Overall Satisfaction) عن جودة الخدمة (وتطبيقاً على خدمة التعليم العالي في الجامعات الخاصة).

2- المتغيرات المستقلة: وهي على ثلاثة أصناف:

الصف الأول- أبعاد جودة الخدمة: تتمثل في أبعاد جودة الخدمة وهي على مستويين هما:

أ- الأبعاد الرئيسية الخمسة لجودة الخدمة وتضم كل من: المعولية، الملموسية، الاستجابة، الموثوقية، التعاطف. (وهي كما وردت في أبعاد الجودة الرئيسية في منهجية SERVQUAL المشار لها في جدول

رقم 2)

ب- الأبعاد الفرعية العشرة لجودة الخدمة وتضم كل من: الاعتمادية، الدقة، التسهيلات المادية، التجهيزات، السرعة في تقديم الخدمة، الرغبة في المساعدة، الأهلية، المصداقية، اللياقة، فهم العميل. (وقد تم تكيفها بإجراء التعديل على العناصر العشرة الواردة في منهجية SERVQUAL المشار لها في

جدول رقم 2- بما يتناسب مع طبيعة جودة خدمة التعليم العالي.

الصف الثاني- الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة: تعبر عن مستوى الأهمية لكل بعد من أبعاد جودة الخدمة قياساً للأبعاد الأخرى. ويدرس مدى تأثيرها على مستوى الرضا العام لجودة الخدمة من خلال تحديدها للوزن النسبي لكل بعد من أبعاد الجودة في علاقتها ببعضها.

الصف الثالث- مجالات أبعاد جودة الخدمة: تتعلق بشكل خاص بجودة خدمة التعليم العالي، فإن أي من المتغيرات المستقلة من الصف الأول (أبعاد جودة الخدمة) ومن الصف الثاني (الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة) يجري دراسة مدى تأثيرها على مستوى الرضا العام لجودة خدمة التعليم العالي في

مجالين هما:

الأول- مجال التعليم بوجه خاص (العملية التدريسية).

الثاني- مجال العمليات (الأنشطة الأخرى في الجامعة كالتسجيل، والمالية، والمكتبة، والخدمات، وغيرها باستثناء البحث العلمي).

يوضح الشكل رقم (1) نموذج البحث والذي يتضح منه الآتي:

1- إن مستوى الرضا العام عن جودة الخدمة يتأثر بمستوى الرضا المتحقق اتجاه كل بعد من أبعاد جودة الخدمة.

2- إن مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي الخاص تتأثر بمستوى جودة الخدمة المسلمة للعميل في كل من مجال التعليم (العملية التدريسية) ومجال العمليات (الأنشطة الأخرى في الجامعة كالتسجيل، والمالية، والمكتبة، والخدمات، وغيرها باستثناء البحث العلمي).

3- إن مستوى الرضا العام عن جودة الخدمة يتأثر ليس فقط بمستوى الرضا عن أبعاد جودة الخدمة ولكن أيضاً بالأهمية النسبية التي يحظى بها كل بعد من أبعاد جودة الخدمة. ويركز النموذج على اختبار أثر الأهمية النسبية لأبعاد الجودة في مجال التعليم (العملية التدريسية) على مستوى الرضا العام عن جودة الخدمة من خلال تفاعله مع مستويات الرضا عن أبعاد الجودة في ذلك المجال.



جدول رقم (3) متغيرات البحث

أولاً- المتغيرات المستقلة				
1- الصنف الأول: أبعاد جودة الخدمة				
الإبعاد العشرة لجودة خدمة التعليم العالي (المتغيرات الفرعية)		الأبعاد الخمسة لجودة خدمة التعليم العالي (المتغيرات الرئيسية)		
التعريف	المتغيرات	ت	التعريف	المتغيرات
أن تفي بما تعد به. أن تقدم الخدمة بصورة صحيحة من المرة الأولى.	الاعتمادية (dependably)	1	القدرة على إنجاز الخدمة الموعودة باعتمادية ودقة	المعيارية (Reliability)
	الدقة (accurately)	2		
مظهر وملائمة المباني والمنشآت وغيرها من متطلبات الموقع التي تسهل تقديم الخدمة فيه.	التسهيلات المادية (physical facilities)	3	العناصر أو الشواهد المادية في تقديم الخدمة: كالتسهيلات المادية والتجهيزات	الملموسية (Tangibility)
	التجهيزات (equipment)	4		
السرعة والانديفاع في تقديم الخدمة، وتتضمن دقة الالتزام بموعد التسليم..	السرعة في تقديم الخدمة (promptness)	5	الرغبة في مساعدة العملاء والسرعة في تقديم الخدمة	الاستجابة (Responsiveness)
	الرغبة في المساعدة (helpfulness)	6		
حيازة العاملين للمهارات والمعارف اللازمة لانجاز الخدمة.	الأهلية (competence)	7	الأهلية واللياقة والمصداقية	الموثوقية (Assurance)
	الثقة والصدق والأمانة مع العميل. وتتضمن جعل الأولوية لتحقيق مصلحة العميل.	8		
التأدب والاحترام والتقدير والودية في الاتصال الشخصي للعاملين مع العملاء.	اللياقة (courtesy)	9	العناية والانتباه الشخصي للعميل	التعاطف (Empathy)
	فهم العميل (Customer Understanding)	10		
2 - الصنف الثاني: الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة				
3 - الصنف الثالث: مجالات أبعاد جودة الخدمة				
مجال التعليم (العملية التدريسية)		مجال العمليات (الأنشطة الأخرى في الجامعة)		
ثانياً- المتغير المعتمد				
مستوى الرضا الكلي للعميل عن جودة الخدمة المقدمة له، وتعكس الموقف والشعور العام للمعمل اتجاه جودة الخدمة.				الرضا العام (Overall Satisfaction)

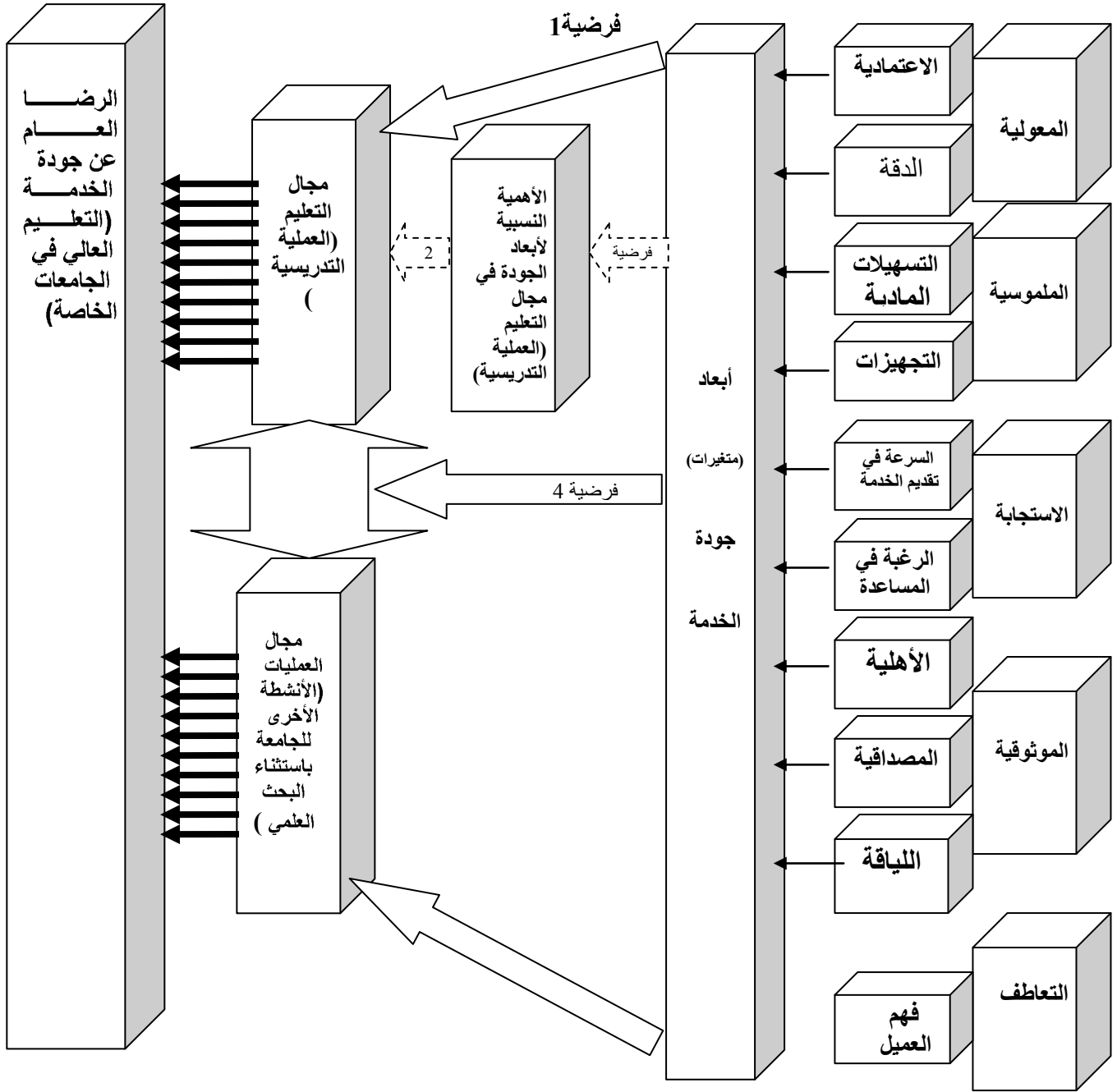


4-2- فرضيات البحث: تتمثل فرضيات البحث الرئيسية في الآتي:

- 1- إن هناك علاقة ارتباط طردية معنوية بين مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي الخاص ومستوى الرضا عن كل بعد من أبعاد جودة الخدمة في مجال التعليم (العملية التدريسية).
 - 2- إن مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي الخاص هو دالة لمستويات الرضا عن كل بعد من أبعاد جودة الخدمة في مجال التعليم (العملية التدريسية) المرجحة بالأهمية النسبية لكل منها.
 - 3- إن هناك علاقة ارتباط طردية معنوية بين مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي الخاص ومستوى الرضا عن كل بعد من أبعاد جودة الخدمة في مجال العمليات (الأنشطة الأخرى في الجامعة كالتسجيل، والمالية، والمكتبة، والخدمات، وغيرها باستثناء البحث العلمي).
 - 4- إن مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي الخاص تتأثر بمستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي في كل من مجال التعليم (العملية التدريسية) ومجال العمليات.
- ويمكن ملاحظة العلاقات لهذه الفرضيات مؤشرة على الأسهم في نموذج البحث في شكل رقم (1) .



شكل رقم (1)
نموذج البحث





2-5- إجراءات وعينة البحث

تم إعداد استبانته (الموضحة في الملحق) لقياس متغيرات البحث. وقد استندت في إعدادها إلى ما أوردته المنهجيات الأصلية (SERVPERF،SERVQUAL) مع التعديل عليها، وأن الأبحاث التي جرت في مجال التعليم العالي قد أجرت عليها التعديل بإشكال عدة (Tyran and Ross,2006,358-359; Sherry,2004,4) وقد تضمنت الاستبانة الآتي:

الفقرة الأولى- العبارات الخاصة بقياس مستوى الرضا وعددها (21) عبارة: اهتمت بقياس كل من مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي (العبارة رقم 21 في الاستبانة)، ومستوى الرضا عن كل بعد من أبعاد الجودة العشرة في كل من مجال التعليم (العبارات ذات التسلسل 1-10 في الاستبانة) ومجال العمليات (العبارات ذات التسلسل 11-20 في الاستبانة).

الفقرة الثانية- مقياس الأهمية النسبية للأبعاد العشرة لجودة خدمة التعليم العالي في مجال التعليم (العملية التدريسية): حيث طلب من القائم بتعبئة الاستبانة إعطاء مرتبة تعبر عن أهمية كل بعد قياساً بالأبعاد الأخرى لمجال التعليم، وكما هو ظاهر في الفقرة الخاصة بذلك في الاستبانة .

لقد مر إعداد الاستبانة (المقياس) بعدة مراحل منها العرض على مجموعة من المحكمين وإجراء التعديلات اللازمة، واستخدام عينة اختباريه من الطلبة للإجابة عليها ثم إجراء التعديلات اللازمة. ولعل من أهم التعديلات التي جرت في ضوء العينة الاختبارية هو الاتجاه إلى قياس الأهمية النسبية لأبعاد الجودة العشرة مرة واحد (لمجال التعليم). حيث واجهت العينة الاختبارية صعوبة في تحديد مراتب الأهمية النسبية لأبعاد الجودة مرة في مجال التعليم ومرة في مجال العمليات، وغالبا ما كانت تعطي نفس المراتب في الحالتين أو يترك أحدها أو كلاهما خالياً.

تم اختيار جامعة الزرقاء الخاصة (في الأردن) لأجراء البحث على طلبتها وتم توزيع 400 استبانته. بلغت الاستبانات المستلمة والمعبئة بصورة صحيحة وكاملة واستخدمت لأغراض التحليل في هذا البحث 360 استبانته، وهي تشكل أكثر من 10% من عدد الطلبة المسجلين في الجامعة عند إجراء المعاينة. وقد تم إجراء التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام الحزمة الإحصائية (برمجية) SSPS.

2-6- المختصرات المستخدمة في البحث ومدلولاتها :

لغرض الاختصار تم استخدام بعض العبارات المختصرة أحيانا بدل المصطلحات أو العبارات الكاملة وكما مبين في الجدول رقم (4).

جدول رقم (4)

المختصرات المستخدمة في البحث ومدلولاتها

ت	المختصر المستخدم	المصطلح أو العبارة الكاملة
1	الرضا العام	الرضا العام عن جودة الخدمة
2	الأبعاد العشرة للجودة	الأبعاد العشرة لجودة الخدمة (المشار إليها في جدول رقم 3)
3	الأبعاد الخمسة للجودة	الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة (المشار إليها في جدول رقم 3)



المبحث الثالث- تحليل البيانات

ينصب هذا المبحث على تحليل بيانات العينة واختبار فرضيات البحث. لقد تم احتساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha لإجابات العينة لمفردات المقياس (21 مفردة) وقد بلغت قيمته (0,937).

3-1- تحليل البيانات للعلاقة بين مستوى الرضا العام وأبعاد الجودة في مجال التعليم (العملية التدريسية)

3-1-1- الاحصانات الوصفية ومعامل الارتباط البسيط للرضا العام وللرضا اتجاه أبعاد الجودة في مجال التعليم

يوضح الجدول رقم (5) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات العينة حول مستوى الرضا العام اتجاه جودة خدمة التعليم العالي، ومستوى الرضا اتجاه كل بعد من أبعادها في مجال التعليم (العملية التدريسية)، بالإضافة إلى معاملات الارتباط للعلاقة بينهما. ويتضح منه الآتي:

1- إن مستوى الرضا العام للعينة بلغ 3.331 بانحراف معياري 1.224 وهو يؤشر مستوى ايجابي من الرضا العام اتجاه خدمة التعليم العالي في الجامعة التي جرت فيها الدراسة. كما لوحظ الآتي:

أ- إن مستوى الرضا اتجاه الأبعاد العشرة للجودة تجاوز الرقم (3) وهو يؤشر مستوى ايجابي لمختلف الأبعاد باستثناء كل من بعد: الملموسية- التسهيلات المادية، والملموسية- المعدات التي انخفضت بقليل عن ذلك (2.956-2.958).

ب- إن مستوى الرضا اتجاه الأبعاد الخمسة للجودة تجاوز الرقم (3) أيضا عدا بعد الملموسية. وإن الانحرافات المعيارية انخفضت لمختلف الأبعاد مقارنة مع فروعها في الأبعاد العشرة.

جدول رقم (5)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الارتباط لمستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي ومستوى الرضا اتجاه كل بعد من أبعادا لجودة في مجال التعليم

الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة					الأبعاد العشرة لجودة الخدمة				
معامل الارتباط	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	اسم المتغير	ت	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	اسم المتغير	ت
	1.22	3.33	الرضا العام	0	0.775**	1.175	3.333	المعتمدة اعتمادية	1
	1.125	3.356	المعتمدة	1	0.818**	1.178	3.378	المعتمدة دقة	2
	1.07	2.95	الملموسية	2	0.321**	1.280	2.958	الملموسية التسهيلات المادية	3
	1.08	3.5	الاستجابة	3	0.312**	1.261	2.956	الملموسية المعدات	4
	1.136	3.498	الموثوقية	4	0.690**	1.244	3.425	الاستجابة السرعة في الاستجابة	5
	1.226	3.2	التعاطف	5	0.539**	1.161	3.575	الاستجابة الرغبة في المساعدة	6
					0.686**	1.228	3.522	الموثوقية الأهلية	7
					0.659**	1.305	3.553	الموثوقية المصادقية	8
					0.712**	1.292	3.419	الموثوقية اللياقة	9
					0.654**	1.226	3.242	فهم العميل	10

2- إن هناك علاقة ارتباط طردية (موجبة) معنوية عند مستوى دلالة (0.01) بين مستوى الرضا العام اتجاه خدمة التعليم العالي ومستوى الرضا اتجاه كل بعد من الأبعاد العشرة أو الخمسة للجودة في مجال التعليم. وتعزز هذه النتائج صحة الفرضية (1) من فرضيات البحث الرئيسية، وإن هناك علاقة بين مستوى الرضا اتجاه كل بعد من أبعاد جودة الخدمة في مجال التعليم (العملية التدريسية) ومستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي.



3-1-2- الاحصائيات الوصفية ومعامل الارتباط البسيط للأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة في مجال التعليم

يوضح الجدول رقم (6) الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل التغير لإجابات العينة حول مستوى الأهمية النسبية لكل بعد من أبعاد الجودة في مجال التعليم. يتضح من الجدول الآتي:

1- أ- في الأبعاد العشرة للجودة: إن الأهمية النسبية لبعد الموثوقية ولكل متغيراته الفرعية الثلاثة تصدرت المراتب الثلاثة الأعلى في الأهمية النسبية، بينما جاء بعد الملموسية بمتغيراته الفرعية الاثنان في المراتب الأخيرة، وجاءت باقي الأبعاد في المراتب الوسطية بين المجموعتين السابق ذكرها.

ب- في الأبعاد الخمسة للجودة: احتل بعد الموثوقية المرتبة الأولى الأعلى في الأهمية النسبية أيضا، بينما جاء بعد الملموسية في المرتبة الأخيرة، وجاءت باقي الأبعاد في المراتب الوسطية بينهما.

2- أ- في الأبعاد العشرة للجودة: بلغ معامل التغير أعلى مستوياته عند متغيرات الموثوقية الثلاثة (الأهلية، اللياقة، المصداقية) حيث تراوح بين (57.573% - 55.333%) بينما بلغ لمتغيرات الملموسية الاثنان (التسهيلات المادية، المعدات) ادنى مستوياته حيث تراوح بين (37.956% - 38.993%). ويؤشر ذلك ارتفاع حالة الاختلاف على مرتبة الأهمية النسبية للأبعاد الأعلى أهمية، بينما تزداد حالة الاتفاق على مرتبة الأهمية النسبية للأبعاد الأدنى أهمية.



جدول رقم (6)
الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة في مجال التعليم (العملية التدريسية)

الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة					الأبعاد العشرة لجودة الخدمة					
ترتبة الأهمية النسبية*	معامل التغير %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	اسم المتغير**	ترتبة الأهمية النسبية*	معامل التغير %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	اسم المتغير**	ت
4	44.136	1400.	3.172	المعولنية	8	50.997	3.299	6.469	المعولنية- اعتمادية	1
5	34.671	1.27	3.689	الملموسية	6	50.820	2.849	5.606	المعولنية- دقة	2
2	46.569	1.371	2.944	الاستجابية	10	37.956	2.641	6.958	الملموسية- التسهيلات المادية	3
1	47.520	1.006	2.117	الموثوقية	9	38.993	2.618	6.714	الملموسية- المعدات	4
3	48.825	1.496	3.06	التعاطف	4	51.944	2.698	5.194	الاستجابية- السرعة في الاستجابة	5
* أعطيت المرتبة استنادا إلى قيم الأوساط الحسابية ، والمرتبة (1) كانت لأعلى الأوساط الحسابية بينما المرتبة (10) لأدناها. ** معامل ارتباط الرتب (سبيرمان) لم يظهر ارتباط معنوي بين مستوى الرضا العام ومستوى الأهمية لأي من متغيرات جودة خدمة التعليم العالي عند مستوى دلالة (0.10) أو أقل لذلك لم يدرج في الجدول.					7	49.716	2.805	5.642	الاستجابية- الرغبة في المساعدة	6
					1	55.730	2.271	4.075	الموثوقية- الاهلية	7
					3	55.333	2.407	4.350	الموثوقية- المصدقية	8
					2	57.573	2.410	4.186	الموثوقية- اللياقة	9
					5	50.759	2.841	5.597	فهم العميل	10

ب- في الأبعاد الخمسة للجودة: كان معامل التغير لكل بعد أدنى من معامل التغير لأي بعد من الأبعاد الفرعية له (المندرجة ضمن الأبعاد العشرة للجودة)، وهو ما يؤشر تزايد حالة الاتفاق على مرتبة الأهمية النسبية لكل بعد من الأبعاد الخمسة للجودة مقارنة بالأبعاد العشرة للجودة. كما استمر ازدياد الاختلاف على مرتبة الأهمية النسبية للأبعاد الأعلى أهمية، وازدياد الاتفاق على مرتبة الأهمية النسبية للأبعاد الأدنى أهمية. ويؤشر ما سبق صعوبة تعميم مستويات عامة مستقره لمراتب الأفضلية لأبعاد الجودة فيما بينها لدى العملاء يؤخذ بها من قبل المنظمات التي تسعى إلى تقييم مستوى الجودة لديها.

3- إن قيم معاملات الارتباط بين مستوى الرضا العام عن خدمة التعليم العالي ومستوى الأهمية النسبية لكل بعد تراوحت للأبعاد العشرة للجودة بين (0.043- 0.025)، وللأبعاد الخمسة للجودة بين (0.118 - 0.053). وهي تشير إلى علاقات ارتباط ضعيفة جدا لم تظهر علاقات معنوية عند مستوى دلالة (0.10) أو أقل منها. ومن بين ما يؤشره ذلك عدم وجود تأثير لموقف الفرد العام إي مستوى رضاه العام اتجاه جودة الخدمة (إيجابا أو سلبا) على أولويات الأهمية التي يحملها اتجاه كل بعد من أبعاد الجودة.



3-1-3- تحليل العلاقة بين مستوى الرضا العام ومستوى الرضا اتجاه أبعاد جودة الخدمة في ظل الأهمية النسبية لها :

يوضح الجدول رقم (7) معاملات الارتباط البسيط للعلاقة بين مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي مستوى الرضا عن كل بعد من أبعاد الجودة في مجال التعليم مرجحة بالأهمية النسبية لكل منها. ويستخلص من ذلك الآتي:

- 1- إن هناك علاقة ارتباط طردية معنوي (عند مستوى دلالة 0.01) بين مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي ومستوى الرضا عن كل بعد من أبعاد جودة الخدمة (العشرة أو الخمسة) في مجال التعليم (العملية التدريسية) المرجح بالأهمية النسبية لذلك البعد، وهو ما يعزز صحة الفرضية (2) من فرضيات البحث الرئيسية.
- 2- من مقارنة معاملات الارتباط في جدول رقم (5) والتي تراوحت للأبعاد العشرة للجودة (0.312- 0.818) وللأبعاد الخمسة للجودة (0.374- 0.821) مع ماورد في الجدول رقم (7) والتي تراوحت للأبعاد العشرة للجودة (0.120- 0.514) وللأبعاد الخمسة للجودة (0.181- 0.635) يستخلص إن مستويات الرضا عن أبعاد الجودة تلعب الدور الأكبر في تحديد مستوى الرضا العام عن جودة الخدمة، ويقل تأثيرها عند الأخذ بالاعتبار الأهمية النسبية لكل منها.

جدول رقم (7)

معاملات الارتباط البسيط للعلاقة بين الرضا العام عن الجودة والرضا عن إبعاد الجودة المرجحة بالأهمية النسبية لها

الأبعاد العشرة لجودة الخدمة	المتغير	المعولية- اعتمادية	المعولية- دقة	الملموسية- التسهيلات المادية	الملموسية - المعدات	الاستجابة- السرعة في الاستجابة	الاستجابة- الرغبة في المساعدة	الموثوقية- الأهلية	الموثوقية- المصادقية	الموثوقية- اللياقة	فهم العميل
	# معامل الارتباط	*0.120	**0.195	**0.347	**0.255	**0.414	**0.467	**0.514	**0.442	**0.300	**0.356
الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة	المتغير	المعولية	الملموسية	الاستجابة	الموثوقية	التعاطف	# معامل ارتباط الرتب (سبيرمان) ** الارتباط معنوي عند مستوى دلالة (0.01) * الارتباط معنوي عند مستوى دلالة (0.05)				
	# معامل الارتباط	**0.457	**0.181	**0.486	**0.635	**0.356					



3-1-4- تحليل الانحدار للعلاقات بين مستوى الرضا العام عن الجودة والرضا عن أبعاد الجودة في مجال التعليم

يوضح الجدول رقم (8) تحليل الانحدار المتعدد للعلاقة بين مستوى الرضا العام عن الجودة في التعليم العالي الخاص والرضا عن أبعاد جودة الخدمة في مجال التعليم (العملية التدريسية) في أربعة نماذج تنصب على: (1) العلاقة مع مستوى الرضا عن أبعاد الجودة العشرة، (2) العلاقة مع مستوى الرضا عن أبعاد الجودة العشرة مرجحة بالأهمية النسبية لكل منها، (3) العلاقة مع مستوى الرضا عن أبعاد الجودة الخمسة، (4) العلاقة مع مستوى الرضا عن أبعاد الجودة الخمسة مرجحة بالأهمية النسبية لكل منها. ويتضح منه الآتي:

1- إن معادلة الانحدار في النموذج رقم (1) للعلاقة بين مستوى الرضا العام ومستوى الرضا عن الأبعاد العشرة للجودة تضمنت (5) أبعاد فقط. وتضمن النموذج رقم (2)، الذي يأخذ باعتباره مستوى الرضا عن أبعاد أبعاده مرجحة بالأهمية النسبية لكل منها، كافة الأبعاد العشرة. وإن معامل التحديد عالي لكلا النموذجين، إلا أنه كان أعلى للنموذج الأول (0.813) منه للنموذج الثاني (0.802)، وهذا يعني إن مستوى الرضا عن الأبعاد الخمسة في النموذج الأول تفسر بدرجة أكبر التغير في مستوى الرضا العام مقارنة مع ما تفسره مستويات الرضا عن الأبعاد العشرة كلها مرجحة بأهميتها النسبية. ويستخلص من ذلك تفوق النموذج الأول على الثاني وعليه فإن:

أ- تتفوق مستويات الرضا عن الأبعاد العشرة للجودة في تأثيرها على مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي مقارنة بتأثير مستويات الرضا عن الأبعاد العشرة للجودة المرجحة بالأهمية النسبية لكل منها.

ب- إن مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي يتأثر بمستويات الرضا عن أبعاد: 1- المعولية-دقة، 2- الموثوقية-اللياقة، 3- المعولية-اعتمادية، 4- الموثوقية-الأهلية، 5- فهم العميل، بدرجة أكبر من تأثير مستويات الرضا عن باقي الأبعاد العشرة للجودة.

2- إن معادلة الانحدار في النموذج رقم (3) للعلاقة بين مستوى الرضا العام ومستوى الرضا عن الأبعاد الخمسة للجودة تضمنت (3) أبعاد فقط. وتضمن النموذج رقم (4)، الذي يأخذ باعتباره مستوى الرضا عن أبعاد الجودة مرجحة بالأهمية النسبية لكل منها، كافة الأبعاد الخمسة. وإن معامل التحديد عالي لكلا النموذجين، إلا أنه كان أعلى للنموذج الثالث (0.807) منه للنموذج الرابع (0.721)، وهذا يعني إن مستوى الرضا عن الأبعاد الثلاثة في النموذج رقم (3) تفسر بدرجة أكبر التغير في مستوى الرضا العام مقارنة مع ما تفسره مستويات الرضا عن الأبعاد الخمسة كلها مرجحة بأهميتها النسبية. ويستخلص من ذلك تفوق النموذج رقم (3) على النموذج رقم (4) وعليه فإن:

أ- تتفوق مستويات الرضا عن الأبعاد الخمسة للجودة في تأثيرها على مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي مقارنة بتأثير مستويات الرضا عن الأبعاد الخمسة للجودة المرجحة بالأهمية النسبية لكل منها.

ب- إن مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي يتأثر بمستويات الرضا عن أبعاد: 1- المعولية، 2- الموثوقية، 3- التعاطف، بدرجة أكبر من تأثير مستويات الرضا عن باقي الأبعاد الخمسة للجودة.

3- إن معامل التحديد للنموذج رقم (1) البالغ (0.813) أعلى من معامل التحديد للنموذج رقم (3) البالغ (0.807). وبذلك يكون النموذج رقم (1) ومستويات الرضا عن المتغيرات الخمسة الواردة فيه من الأبعاد العشرة للجودة هي الأقدر من غيرها في التأثير على مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي الخاص.



جدول رقم (8)

تحليل الانحدار للعلاقة بين الرضا العام وأبعاد الجودة في مجال التعليم (العملية التدريسية)

نموذج مستوى الرضا عن أبعاد الجودة المرجحة بالأهمية النسبية (4) - نموذج مستوى الرضا عن أبعاد الجودة الخمسة (3) - نموذج مستوى الرضا عن أبعاد الجودة الخمسة المرجحة بالأهمية النسبية		نموذج مستوى الرضا عن أبعاد الجودة العشرة المرجحة بالأهمية النسبية (2) - نموذج مستوى الرضا عن أبعاد الجودة العشرة المرجحة بالأهمية النسبية		نموذج مستوى الرضا عن أبعاد الجودة العشرة المرجحة بالأهمية النسبية (1) - نموذج مستوى الرضا عن أبعاد الجودة العشرة المرجحة بالأهمية النسبية		نموذج مستوى الرضا عن أبعاد الجودة العشرة المرجحة بالأهمية النسبية (1) - نموذج مستوى الرضا عن أبعاد الجودة العشرة المرجحة بالأهمية النسبية	
معاملات **	تسلسل* دخول المتغير في النموذج	معاملات **	تسلسل* دخول المتغير في النموذج	معاملات **	تسلسل* دخول المتغير في النموذج	معاملات **	تسلسل* دخول المتغير في النموذج
0.046	2	0.607	1	0.014	9	0.240	3
0.031	4			0.020	5	0.385	1
0.039	3			0.021	3		
0.054	1	0.327	2	0.016	8		
0.021	5	0.115	3	0.022	6		
				0.023	2		
				0.023	1	0.133	4
				0.015	4		
				0.009	10	0.179	2
				0.020	7	0.113	5
0.253-		0.222 -		0.018 -		0.217 -	
0.721.		0.807		0.802		0.813	

*كلما كان دخول المتغير المستقل اسبق من غيره في النموذج كلما كان دوره اكبر في تحديد القيمة المتوقعة للمتغير المعتمد.

- ** (1) وفقا لاختبار (F) أو (ANOVA) للنماذج الأربعة فان العلاقات معنوية عند مستوى دلالة (0.000).
 (2). وفقا لاختبار (t) للعلاقة بين المتغير المعتمد (الرضا العام) وكل متغير مستقل من المتغيرات في النموذج (أبعاد جودة الخدمة) فان هناك علاقة ارتباط طردية معنوية عند مستوى دلالة (0.01) أو أقل.



2-3- تحليل البيانات للعلاقة بين مستوى الرضا العام وإبعاد الجودة في مجال العمليات 1-2-3- الاحصانات الوصفية ومعامل الارتباط البسيط للرضا العام وللرضا اتجاه أبعاد الجودة في مجال العمليات

يوضح الجدول رقم (9) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابيات العينة حول مستوى الرضا العام اتجاه جودة خدمة التعليم العالي، ومستوى الرضا اتجاه كل بعد من أبعادها في مجال العمليات، بالإضافة إلى معاملات الارتباط للعلاقة بينهما. ويتضح منه الآتي:

1- أ- إن مستوى الرضا اتجاه الأبعاد العشرة للجودة تجاوز الرقم (3) وهو مؤشر مستوي ايجابي لمختلف الأبعاد باستثناء كل من بعد: الاستجابة- السرعة، الاستجابة- الرغبة بالمساعدة التي تدنت عن ذلك وتراوحت بين (2.683 - 2.800) .

ب- إن مستوى الرضا اتجاه الأبعاد الخمسة للجودة تجاوز الرقم(3) أيضا عدا بعد الاستجابة حيث بلغت (2.74) . وان الانحرافات المعيارية انخفضت لمختلف الأبعاد مقارنة مع فروعها في الأبعاد العشرة.

2- إن هناك علاقة ارتباط طردية (موجبة) معنوية عند مستوى دلالة (0.01) بين مستوى الرضا العام اتجاه خدمة التعليم العالي ومستوى الرضا اتجاه كل بعد من الأبعاد العشرة أو الخمسة للجودة في مجال العمليات. وتعزز هذه النتائج صحة الفرضية (3) من فرضيات البحث الرئيسية، وان هناك علاقة بين مستوى الرضا اتجاه كل بعد من أبعاد جودة الخدمة في مجال العمليات ومستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي.

2-2-3- تحليل الانحدار للعلاقات بين مستوى الرضا العام عن الجودة والرضا عن أبعاد الجودة في مجال العمليات

يوضح الجدول رقم (10) تحليل الانحدار المتعدد للعلاقة بين مستوى الرضا العام عن الجودة في التعليم العالي الخاص والرضا عن أبعاد جودة الخدمة في مجال العمليات في نموذجين تنصب على: (1) العلاقة مع مستوى الرضا عن أبعاد الجودة العشرة، (2) العلاقة مع مستوى الرضا عن أبعاد الجودة الخمسة. ويتضح منه الآتي:

1- إن معادلة الانحدار في النموذج رقم (1) للعلاقة بين مستوى الرضا العام ومستوى الرضا عن الأبعاد العشرة للجودة تضمنت (4) أبعاد فقط من الأبعاد العشرة، في حين تضمنت معادلة الانحدار في النموذج رقم (2) فقط (3) أبعاد من أبعاد الجودة الخمسة. والإبعاد الداخلة في النموذجين يوضحها الجدول رقم (10).

2- من ملاحظة معامل التحديد للنموذجين وهي على التوالي (0.563)، (0.754) يظهر بوضوح إنها أدنى من نظيراتها في مجال التعليم للنموذجين رقم (1) و (3) في جدول رقم (8) التي كان معامل التحديد لهما على التوالي (0.813)، (0.807). ويستخلص من ذلك إن مستويات الرضا عن أبعاد الجودة في مجال التعليم هي الأكثر تأثيرا على مستوى الرضا العام عن جودة التعليم الخاص من مستويات الرضا عن أبعاد الجودة في مجال العمليات. مع مراعاة تفوق النموذج رقم (1) في مجال التعليم، والسابق إيضاحه في الفقرة (3-1-4) من هذا البحث.



جدول رقم (9)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الارتباط لمستوى الرضا العام عن جودة الخدمة ومستوى الرضا اتجاه كل بعد من أبعاد الجودة في مجال العمليات

الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة				الأبعاد العشرة لجودة الخدمة					
معامل الارتباط	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	اسم المتغير	ت	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	اسم المتغير	ت
المتغير المعتمد	1.224	3.331	الرضا العام	0	المتغير المعتمد	1.224	3.331	الرضا العام	0
0.543	1.090	3.24	المعولية	1	0.422	1.367	3.181	المعولية اعتمادية	1
0.343	0.96	3.543	الملموسية	2	0.530	1.182	3.303	المعولية دقة	2
0.471	1.106	2.74	الاستجابة	3	0.299	1.323	3.225	الملموسية التسهيلات المادية	3
0.634	1.171	3.149	الموثوقية	4	0.231	1.075	3.861	الملموسية المعدات	4
0.668	1.269	3.086	التعاطف	5	0.363	1.347	2.683	الاستجابة السرعة في الاستجابة	5
* معامل ارتباط الرتب (سبيرمان) ** الارتباط معنوي عند مستوى دلالة (0.01)					0.411**	1.305	2.800	الاستجابة الرغبة في المساعدة	6
					0.549**	1.247	3.281	الموثوقية الأهلية	7
					0.553**	1.315	3.117	الموثوقية المصدقية	8
					0.606**	1.349	3.050	الموثوقية اللياقة	9
					0.668**	1.269	3.086	فهم العميل	10

3-3- تحليل البيانات للعلاقة بين مستوى الرضا العام وإبعاد الجودة في

مجالي التعليم والعمليات

3-3-1- مقارنة الارتباط البسيط بين الرضا العام والرضا اتجاه أبعاد الجودة في

مجالي التعليم والعمليات

من مقارنة النتائج لاحتساب معاملات الارتباط البسيط بين مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي ومستويات الرضا لأبعاد جودة الخدمة في مجال التعليم (جدول رقم-5) مع النتائج في مجال العمليات (جدول رقم-9) ينضح لنا الآتي:

1- إن قوة الارتباط لأبعاد الجودة العشرة كانت أعلى في مجال التعليم حيث تجاوزت (0.5) لكافة الأبعاد باستثناء بعدي (الملموسية- المعدات والاستجابة- السرعة). أما في مجال العمليات فإن قوة الارتباط كانت متدنية لنصف الأبعاد حيث لم تبلغ (0.5). كما لم تتجاوز (0.668) للنصف الباقي من الأبعاد، في حين تجاوزت ذلك في مجال التعليم وبلغت (0.818) .

2- إن قوة الارتباط لكل بعد من أبعاد الجودة الخمسة قد ارتفعت في مجالي التعليم والعمليات مقارنة مع قوة الارتباط لكل بعد من الأبعاد الفرعية له (أبعاد الجودة العشرة)، ولكن استمرت قوة الارتباط أعلى في مجال التعليم عنها في مجال العمليات ولكل بعد من أبعاد الجودة الخمسة ما عدا بعد التعاطف فإن العكس فيه صحيح.



جدول رقم (10)

تحليل الانحدار للعلاقة بين الرضا العام وأبعاد الجودة في مجال العمليات

*كلما كان دخول المتغير المستقل اسبق من غيره في النموذج كلما كان دوره اكبر في تحديد القيمة المتوقعة للمتغير المعتمد.

** (1) وفقا لاختبار (F) أو (ANOVA) للنماذج الاثنتين (نموذج الأبعاد العشرة، ونموذج الأبعاد الخمسة) فإن العلاقات معنوية عند مستوى دلالة (0.000) .

(2). وفقا لاختبار (t) للعلاقة بين المتغير المعتمد (الرضا العام) وكل متغير مستقل من المتغيرات في النموذج (أبعاد جودة الخدمة) فإن هناك علاقة ارتباط طردية معنوية عند مستوى دلالة (0.01) أو اقل.

الابعاد العشرة نموذج (1)	المعولبية اعتمادية	المعولبية دقة	الملموسية التسهيلات المادية	الملموسية المعدات	الاستجابية السرعة في الاستجابة	الاستجابية الرغبة في المساعدة	الموثوقية - الأهلية	الموثوقية المصدقية	الموثوقية - اللياقة	فهم العميل	قيمة ثابت النموذج (A)	معامل التحديد للنموذج (R ²)
تسلسل دخول المتغير في النموذج* (B)	2	0.253			4	0.091			3	1	0.566	0.563
الابعاد الخمسة نموذج (2)	المعولبية	الملموسية	الاستجابية	الموثوقية	التعاطف							
تسلسل دخول المتغير في النموذج* (B)	2	0.267		3	1	0.347					0.563	0.754



3-3-2- تحليل الانحدار للعلاقة بين مستوى الرضا العام والرضا عن أبعاد الجودة في مجالى التعليم والعمليات

يوضح الجدول رقم (11) تحليل الانحدار المتعدد للعلاقة بين مستوى الرضا العام والرضا عن أبعاد جودة الخدمة في مجالى التعليم والعمليات في نموذجين تنصب على: (1) العلاقة مع مستوى الرضا عن أبعاد الجودة العشرة، (2) العلاقة مع مستوى الرضا عن أبعاد الجودة الخمسة. ويتضح منه الآتي:

1- إن معادلة الانحدار في النموذج رقم (1) للعلاقة بين مستوى الرضا العام ومستوى الرضا عن الأبعاد العشرين للجودة لمجالى التعليم والعمليات تضمنت (6) أبعاد فقط، في حين تضمنت معادلة الانحدار في النموذج رقم (2) فقط (5) أبعاد من أبعاد الجودة العشرة لمجالى التعليم والعمليات. والإبعاد الداخلة في النموذجين يوضحها الجدول رقم (10).

جدول رقم (11)

تحليل الانحدار للعلاقة بين الرضا العام وأبعاد الجودة في مجالى التعليم والعمليات

النموذج	(1)- الأبعاد العشرة للجودة للمجالين (التعليم والعمليات)	متسلسل دخول المتغير في النموذج	**معاملات متغيرات النموذج (B)	(2)- الأبعاد الخمسة للجودة للمجالين (التعليم والعمليات)	متسلسل دخول المتغير في النموذج	**معاملات متغيرات النموذج (B)
مجال التعليم	1- المعولية اعتمادية	6	0.063	1- المعولية	1	0.275
	2- المعولية دقة	1	0.484	2- الملموسية		
	3- الملموسية التسهيلات المادية			3- الاستجابة		
	4- الملموسية المعدات			4- الموثوقية	2	0.128
	5- الاستجابة السرعة في الاستجابة			5- التعاطف	5	0.157
	6- الاستجابة الرغبة في المساعدة					
	7- الموثوقية الأهلية	4	0.139			
	8- الموثوقية المصدقية					
	9- الموثوقية اللياقة	2	0.157			
	10- فهم العميل	5	0.087			
مجال العمليات	11- المعولية اعتمادية			6- المعولية		
	12- المعولية دقة			7- الملموسية		
	13- الملموسية التسهيلات المادية			8- الاستجابة		
	14- الملموسية المعدات			9- الموثوقية	4	0.077
	15- الاستجابة السرعة في الاستجابة			10- التعاطف	3	0.087
	16- الاستجابة الرغبة في المساعدة					
	17- الموثوقية الأهلية					
	18- الموثوقية المصدقية					
	19- الموثوقية اللياقة					
	20- فهم العميل	3	0.150			
	قيمة ثابت النموذج (A)		0.278 -			0.336-
	معامل التحديد للنموذج (R ²)		0.820			0.828

* كلما كان دخول المتغير المستقل اسبق من غيره في النموذج كلما كان دوره اكبر في تحديد القيمة المتوقعة للمتغير المعتمد.

** (1) وفقا لاختبار (F) أو (ANOVA) للنماذج الاثنتين (نموذج الأبعاد العشرين، ونموذج الأبعاد العشرة) فان العلاقات معنوية عند مستوى دلالة (0.000).

(2) وفقا لاختبار (t) للعلاقة بين المتغير المعتمد (الرضا العام) وكل متغير مستقل من المتغيرات في النموذج (أبعاد جودة الخدمة) فان هناك علاقة ارتباط طردية معنوية عند مستوى دلالة (0.01) أو اقل.



2- من ملاحظة معامل التحديد للنموذجين وهي على التوالي (0.820)، (0.828) يظهر بوضوح إنها أعلى من نظيراتها سواء في مجال التعليم للنموذجين رقم (1) و(3) في جدول رقم (8)، أو في مجال العمليات للنموذجين رقم (1) و (2) في جدول رقم (10). ويستخلص من ذلك إن مستويات الرضا عن أبعاد الجودة في مجالي التعليم والعمليات مجتمعة هي الأكثر تأثيراً على مستوى الرضا العام عن جودة التعليم الخاص من مستويات الرضا عن أبعاد الجودة في مجال التعليم بمفردها أو في مجال العمليات بمفردها. وهو ما يعزز صحة الفرضية (4) من فرضيات البحث الرئيسية. والتفصيل في هذه النتيجة يظهره التحليل في الفقرة التالية.

3-4- خلاصة تحليل البيانات للعلاقة بين مستوى الرضا العام ومستويات الرضا عن أبعاد جودة التعليم العالي

يوضح الجدول رقم (12) خلاصة النتائج لتأثيرات مستويات الرضا عن أبعاد الجودة العشرة والخمسة في كل من مجالي التعليم والعمليات بصورتها المنفردة لكل منهما، وكذلك بصورتها مجتمعة سوية على مستوى الرضا العام عن جودة التعليم العالي الخاص. ويتضح منه الآتي:

جدول رقم (12)

خلاصة تحليل العلاقات بين مستوى الرضا العام ومستويات الرضا عن أبعاد الجودة في مجالي التعليم والعمليات

مجال الجودة	أبعاد الجودة (الداخلة في نماذج تحليل الانحدار فقط)	معامل الارتباط البسيط	تسلسل الدخول في نموذج الانحدار لأبعاد الجودة العشرة*		تسلسل الدخول في نموذج الانحدار لأبعاد الجودة الخمسة*	
			نموذج مجال التعليم	نموذج مجال العمليات	نموذج مجال التعليم	نموذج مجال العمليات
الأبعاد العشرة التعليم	- المعولية- اعتمادية**	0.775	3	6		
	- المعولية- دقة**	0.818	1	1		
	- الموثوقية- الأهلية**	0.686	4	4		
	- الموثوقية- اللياقة**	0.712	2	2		
	- فهم العميل**	0.654	5	5		
الأبعاد العشرة العمليات	- المعولية- دقة	0.530			2	
	- الاستجابة- السرعة في الاستجابة	0.363			4	
	- الموثوقية- اللياقة	0.606			3	
	- فهم العميل**	0.668			1	3
	- المعولية**	0.821				1
الأبعاد الخمس التعليم	- الموثوقية**	0.707				2
	- التعاطف**	0.654				3
الأبعاد الخمس العمليات	- المعولية	0.543				2
	- الموثوقية**	0.634				3
	- التعاطف**	0.668				1
عدد الأبعاد الداخلة في النموذج			5	4	6	3
معامل التحديد للنموذج (R ²)			0.817	0.563	0.820	0.754
						0.828

*كلما كان دخول المتغير المستقل اسبق من غيره في النموذج كلما كان دوره أكبر في تحديد القيمة المتوقعة للمتغير المعتمد.

** تشير هذه العلامة لأبعاد الجودة التي دخلت في نموذج الانحدار الخاص بأحد المجالات (التعليم أو العمليات) وتكرر دخولها في النموذج الذي يجمع كل الأبعاد للتعليم والعمليات مرة واحدة.

1- في نموذج الانحدار لأبعاد الجودة العشرة في مجالي التعليم والعمليات سوية (ذات العشريين متغير مستقل) يلاحظ دخول كافة المتغيرات التي ظهرت في النموذج الخاص بمجال التعليم بمفرده (عددتها 5) مع متغير



واحد فقط (فهم العميل) من المتغيرات التي ظهرت في النموذج الخاص بمجال العمليات بمفرده، وان هذا المتغير كان له اعلى معامل ارتباط بسيط (0.668) مع مستوى الرضا العام مقارنة مع معاملات الارتباط لأبعاد الجودة الأخرى في مجال العمليات. وتشير هذه المتغيرات الستة (مؤشر عليها بعلامة** في جدول 12) إلى أبعاد الجودة التي تلعب مستويات الرضا عنها الدور الأكبر في تشكيل مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي الخاص.

2- في نموذج الانحدار لأبعاد الجودة الخمسة في مجالي التعليم والعمليات سوية (ذات العشرة متغيرات مستقلة) يلاحظ دخول كافة المتغيرات التي ظهرت في النموذج الخاص بمجال التعليم بمفرده عددها (3) مع متغيرين اثنين فقط (التعاطف، الموثوقية) من المتغيرات التي ظهرت في النموذج الخاص بمجال العمليات بمفرده، وان هذين المتغيرين كانت لهما اعلى معاملات ارتباط بسيط (0.668 و 0.634) مع مستوى الرضا العام مقارنة مع معاملات الارتباط لأبعاد الجودة الأخرى في مجال العمليات. وان هذه المتغيرات الخمسة (مؤشر عليها بعلامة** في جدول (12) تشير إلى أبعاد الجودة التي تلعب مستويات الرضا عنها الدور الأكبر في تشكيل مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي الخاص.

3- إن المتغيرات الستة من أبعاد الجودة العشرة الداخلة في نموذج التعليم والعمليات هي: التعليم/ المعولية- اعتمادية، التعليم/ المعولية- دقة التعليم/ الموثوقية- الأهلية، التعليم/ الموثوقية- اللياقة، التعليم/ فهم العميل، العمليات/ فهم العميل. والمتغيرات الخمسة من أبعاد الجودة الخمسة الداخلة في نموذج التعليم والعمليات هي: التعليم/ المعولية، التعليم/ الموثوقية، التعليم/ التعاطف، العمليات/ الموثوقية، العمليات/ التعاطف. ويلاحظ من ذلك إن مستويات الرضا عن بعدي الملموسية (أو فروعها) والاستجابة أو فروعها) سواء في مجال التعليم أو في مجال العمليات لا تلعب دورا كبيرا في التأثير على مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي الخاص.



الاستنتاجات والتوصيات

مما سبق وعرض في متن هذا البحث يمكن استنتاج الآتي:

- 1- أ- إن هناك 10 أبعاد لجودة الخدمة والتي يمكن تجميعها في 5 أبعاد (موضحة في جدول رقم 3 في متن البحث) تلعب مستويات رضا العملاء عنها دورا في تشكيل مستوى الرضا العام عن جودة الخدمة، إلا إن تلك الأبعاد تتفاوت في قوة دورها في تشكيل مستوى الرضا العام عن جودة الخدمة.
 - ب- إن تأثير مستويات الرضا عن أبعاد جودة الخدمة في تشكيل مستوى الرضا العام عن جودة الخدمة أقوى من تأثير مستويات الرضا عن أبعاد جودة الخدمة المرجحة بالأهمية النسبية لكل بعد من تلك الأبعاد. وهذا ما يجعل قياس الأهمية النسبية لأبعاد الجودة لتقييم مستوى الرضا العام عن الجودة جهدا إضافيا غير مطلوب.
 - 2- إن مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي الخاص يتشكل من خلال تأثيرات مستويات الرضا عن أبعاد جودة الخدمة المار ذكرها في (1) أعلاه، وفي كل من مجال التعليم (العملية التدريسية) ومجال العمليات (الأنشطة الأخرى في الجامعة كالتسجيل، والمكتبة، والمالية، والخدمات، وغيرها باستثناء البحث العلمي).
- وتجدر الإشارة في هذا الصدد إلى الآتي :

- أ- إن أبعاد الجودة الأقوى تأثيرا في تشكيل مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي الخاص تضم في مجال التعليم كل من: المعولية، الموثوقية، التعاطف، وفي مجال العمليات كل من: الموثوقية، التعاطف
 - ب- إن أبعاد الجودة المتمثلة في الملموسية، والاستجابة سواء في مجال التعليم أو في مجال العمليات لا تلعب دورا كبيرا في التأثير على مستوى الرضا العام عن جودة خدمة التعليم العالي الخاص.
- وفي نهاية هذا البحث يمكن إيراد التوصيات التالية:
- 1- ضرورة توجه الجامعات الخاصة ومختلف منظمات الأعمال لتقييم وقياس مستوى الجودة للخدمة التي تقدمها في ظل التنافسية المتزايدة في مجال الأعمال، والتي تتزايد حدة مع رياح العولمة، لأجل التحسين المستمر لجودة الخدمة وتعزيز الميزة التنافسية للمنظمة. ويراعى في هذا الصدد الآتي:
 - أ- اعتماد المنهجية وأداة القياس لمستويات الرضا عن أبعاد جودة الخدمة المستخدمة أو المستخلصة من هذا البحث.
 - ب- يمكن لمنظمات الأعمال من غير الجامعات الخاصة إجراء التعديلات على أداة القياس سواء في أبعاد جودة الخدمة أو في المجالات التي تهتم بها في القياس بما يتناسب مع طبيعة الخدمة التي تقدمها المنظمة.
 - 2- ضرورة أن تكون عملية تقييم وقياس مستوى الجودة للخدمة عملية مستمرة بصورة دورية، وليس فعل استثنائي يجري لمرة واحدة أو خلال فترات طويلة متباعدة وغير منتظمة.
 - 3- ومن الأبحاث التي يوصى بها في: تطبيق منهجية هذا البحث في دراسات لأنواع أخرى من الخدمات، ودراسات معمقة حول الأهمية النسبية لأبعاد الجودة وأثرها في مستوى الرضا العام لأنواع أخرى من الخدمات، ودراسات لإيجاد الأسباب الكامنة وراء ضعف دور متغير الأهمية النسبية لأبعاد الجودة في تشكيل مستوى الرضا العام عن جودة الخدمة مقارنة بدور متغير مستويات الرضا عن أبعاد جودة الخدمة بمفرده.



قائمة المراجع

أولاً- المراجع العربية

- 1- الطائي، رعد عبد الله وقداة، عيسى، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 2- الطائي، رعد وقداة، عيسى، إدارة الجودة الشاملة: مفهوم وإطار للتطبيق في الجامعات وكليات العلوم الإدارية لتطوير وتحسين مستويات الأداء، بحوث المؤتمر الثاني لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية في جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن، تشرين الأول 2003، ص288-259

ثانياً- المراجع الاجنبية

- 3- Airey, David and Bennett, Marion; Service Quality in Higher Education: The Experience of Overseas Students, Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education, Vol. 6, No. 2., 2007,pp.55-67.
- 4- Awasthi, Ashwini K. And Dogra, Balram ; Measuring Service Quality in Banks: An Assessment of Service Quality Dimensions, The conference on 'Global Competitiveness' at the Indian Institute of Management, February 9-11, 2006.
- 5- Barnes, Bradley R.; Analyzing Service Quality: The Case of Post-Graduate Chinese Students Leeds University Business School,ISSN nr.1743-6796, Vol. 2, No.2, December 2005, pp.1-32.
- 6- Berry, L. L., Parasuraman, A. and Zeithaml, V. A.; Improving Service Quality in America: Lessons Learned, The Academy of Management Executive, Vol.8, No.2, May 1994, pp.32-52.
- 7- Berry, L., Zeithaml, V. and Parasuraman, A.; Quality Counts in Services Too, Business Horizons, May-June, 1985, pp.45-46.
- 8- Bitner, M. J., Booms, B. H. and Mohr, L. A.; Critical Service Encounters: The Employee Viewpoint, Journal of Marketing, Vol. 58, No.4, 1994, pp. 95-106.
- 9- Brochado, Ana Oliveira and Marques, Rui Cunha; Comparing Alternative Instruments To Measure Service Quality In Higher Education, FEP(Faculdade De Economia DO Porto) Working Papers, Research Work In Progress No.285, DEZ.2007, pp.1-23.
- Brown, T.J., Churchill, G.A. & Peter, J.P. ; Improving the measurement of service quality,- 10 Journal of Retailing, Vol. 69, No. 1, 1993, pp. 127-139.
- 11- Buttle, Francis; SERVQUAL :Review, Critique, Research Agenda, European Journal of Marketing, Vol.30, No.1, 1996, pp.8-32.
- 12- Carman, J. M. ; Consumers' perceptions of service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions, Journal of Retailing, Vol. 66, No.1, 1990, pp. 33-55.
- 13- Caro, Laura Martínez and Roemer, Ellen ; Developing a Multidimensional and Hierarchical Service Quality Model for the Travel and Tourism Industry, The Working Paper Series of the Dipartimento di Economia Politica e Aziendale- Università degli Studi di Milano , Working Paper No. 06/18, July 2006.
- 14- Chua, Clare; Perception of Quality in Higher Education, AUQA Occasional Publication, Proceedings of the Australian Universities Quality Forum 2004, pp.1-7.



- 15- Combrinck, Theodore; A Pilot Empirical Investigation Into Student Perceptions Of Service Quality At The Department Of Management Of The University Of The Western Cape, A research project of the requirements for the degree of master of Commerce , Faculty of Economic and Management Sciences, University of the Western Cape , March 2006.
- 16- Coulthard, Lisa J. Morrison; Measuring service quality A review and critique of research using SERVQUAL, International Journal of Market Research Vol. 46 Quarter 4, 2004,pp479-497.
- 17-Cronin, J. Joseph, Jr. and Taylor ,Steven A.; Measuring service quality :A Re-examination and Extension, Journal of Marketing,Vol. 56,July 1992,pp.55-68.
- 18-Fen, Yap Sheau and Mellian,Kew; Service Quality and Customer Satisfaction: Antecedents of Customer's Re-Patronage Intentions, Sunway Academic Journal,No.4,2006,pp.59-73
- 19-Ford, J. B., Joseph, M. and Joseph, B. (), “Importance-Performance Analysis as a Strategic Tool for Service Marketers: the case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA”, The Journal of Services Marketing, Vol. 13, No.2,1999,pp. 171-186.
- 20-Firdaus,A;The Development of HEdPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector, International Journal of Consumer Studies,2006,Vol.30, No.6,pp.569-581
- 21-Garvin ,David A.; Product Quality :A Important Strategic Weapon, Business Horizons, (March-April)1984,pp.40-43.
- 22-Gronroos,Christion; A Service Quality Model and Its Marketing Implications, European Journal of Marketing,Vol.18, 1984,pp.36-44.
- 23-Hedvall, M. B. and Paltschik, M. ;An Investigation in and Generation of Service Quality Concept in Avlonitis ,G. J, et. al.(Eds),Marketing Thought and Practice in the1990s,European Journal of Marketing Academy,Athens,1989,pp.473-483.
- 24-Heizer, Jay and Render ,Barry; Operations Management, Prentice-Hall,2001
- 25-Hoyle, David;ISO-9000:Quality System Handbook, Butter Worth-Heinemann,1997.
- 26-Hutchins, David; Achieve Total Quality, Director Books ,Cambridge,UK,1992.
- 27-Joseph, M., Yakhou, M. and Stone, G., An Educational Institution’s Quest for Service Quality: Customers’ Perspective, Quality Assurance in Education ,Vol.13, No.1,2005,pp. 66-82.
- 28-Kitcharoen, Krisana; The Importance-Performance Analysis Of Service Quality In Administrative Departments Of Private Universities In Thailand, ABAC Journal ,Vol. 24. No. 3 , September-December, 2004, pp. 20-46.
- 29- Kwon, W. and Lee, T.J.; Measuring Service Quality in Singapore Retail: Parasuraman,A., Zeithaml, V.A., and Berry, L. L. Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality, Journal of Marketing,Vol.58,No.1, 1994, pp. 111-124.



- 30- Leblanc, C., and Nguyen,N.; Customers Perception of Service Quality in Financial Institutions, International Journal of Bank Marketing,Vol.6,No.4,1988,pp.7-18.
- 31-Lehtinen,J.R.,and Lehtinen ,O.; Service Quality: A Study of Quality Dimensions Working Paper, Service Management Institute,Helsinki,1982.
- 32-Mahapatra, S. S. and Khan, M. S.; A Framework for Analysing Quality in Education Settings, European Journal of Engineering Education ,Vol. 32, No. 2, May 2007,pp.205–217.
- 33-Maher ,Jill K. and Clark, John ; Variations in The Perceived Importance of SERVQUAL Dimensions: A Comparison Between Retail Banking and a Museum, Robert Morris University, Proceedings of the Annual Meeting of the Association of Collegiate Marketing Educators ,2005, pp.161-162.
- 34-O'Neil, M. and Palmer, A.; Importance-Performance Analysis: A Useful Tool for Directing Continuous Quality Improvements in Higher Education, Quality Assurance in Education, Vol. 12,No.1,2004,pp. 39-52.
- 35-Parasuraman,A., Zeithamt,Valarie A. and Bery,Leonard L.;A Conceptual Model of Service Quality and the Implications for Future Research, Journal of Marketing, Vol. 49,Fall 1985, pp.41-50.
- 36-Parasuraman,A., Zeithamt,Valarie A. and Bery,Leonard L.; SERVQUAL:A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing, Vol. 64, No.1, 1988, pp.12-40.
- 37-Parasuraman,A., Zeithamt,Valarie A. and Bery,Leonard L.;An Empirical Examination Of Relationships in an Extended Service Quality Model, Marketing Science Institute, Cambridge,1990
- 38-Parasuraman,A., Zeithamt,Valarie A. and Bery,Leonard L.;Refinement and Reassess Of the SERVQUAL Scale, Journal of Retailing,Vol.67, No. 4,1991,pp.420-450.
- 39-Parasuraman,A., Zeithamt,Valarie A. and Bery,Leonard L.;Reassessment of Expectation as Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications or Future Research, Journal of Marketing, Vol. 58,Jan.1994,pp11-24.
- 40-Sachdev,Sheetal B. and Verma,Harsh V.;Relative Importance Of Service Quality Dimensions :A Multisectoral Study, Journal of Services Research,Vol.4,No.1, April—September 2004,pp.93-116.
- 41-Saleh, F. and Ryan, C.; Analysing Service Quality in The Hospitality Industry Using the SERVQUAL Model, Service Industries Journal, Vol.11, No.3,1992, pp. 324-43.
- 42-Shahin, Arash;SERVQUAL and Model of Service Quality Gaps: A Framework for Determining and Prioritizing Critical Factors in Delivering Quality Services, Department of Management, University of Isfahan , Iran,2004,pp.1-10, <http://www.qmconf.com/Docs/0077.pdf>



- 43-Sherry, Carol, Bhat, Ravi, Beaver, Bob and Ling, Anthony; Students' as customers: The expectations and Perceptions of local and international students,2004,pp.1-18,
<http://www.herdsa.org.au/conference2004/Contributions/RPapers/P017-jt.pdf>
- 44-Singh,S.; ISO-9000 and Total Quality Management, Commonwealth Publishers, New Delhi,1997
- 45-Sriwong ,Burin T.; Application of Quality Gap Model to Measure the Quality of Pharmacist Service in Retail Pharmacy Settings: An Examination of Expectation and Perception, Thai Journal of Pharmacy (on-line version), Vol.1, No.4, November 2004,pp.1-14.
- 46-Tyran, Craig K. and Ross ,Steven C. ; Service Quality Expectations and Perceptions: Use of The SERVQUAL Instrument for Requirements Analysis, Issues in Information Systems Journal, Vol.VII,No.1,2006,pp.357-362.
- 47-Youssef F. N.; Health care Quality in NHS Hospitals, International Journal of Health Care Quality Assurance, Vol.9,No.1,1996, pp.15-28.
- 48-Zeithamt,V. A.,Bery,Leonard L. and Parasuraman,A.;Communication and Control Processor in the Delivery of Services, Journal of Marketing 52,April 1988,pp.36-58.
- 49-Zeithamt,Valarie A. and Bitner,Mary J.;Services Marketing. McGraw Hill, New York,2003, p.261
- 50-Zeithamt,Valarie A., Parasuraman,A. and Bery,Leonard L.; Delivering Quality Service , The Free Press ,New York,1990.
- 51-Zeithaml, V. A.;. Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence, Journal of Marketing,Vol. 52, July 1988,pp. 2-22.