

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة د، طاهر مولاي سعيدة

كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

في العلوم التجارية - تخصص : إدارة المشاريع

بغنوان :

قياس جودة الخدمات التعليمية الجامعية من منظور الطالب دراسة حالة جامعة د. الطاهر مولاي سعيدة

تحت إشراف الأستاذ:

* حميدي الزقاي

من إعداد الطالبين :

- دياب سعد
- بحار مصطفى

أعضاء لجنة المناقشة :

الأستاذ.....رئيسا
الأستاذ.....مشرفا
الأستاذ.....ممتحنا
الأستاذ.....ممتحنا

السنة الجامعية 2015/2014

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم "ربي أوزعني أن
أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي و أن
أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك
الصالحين". أهدي ثمرة جهدي هذا للحبيب المصطفى
إلى سيد الخلق إلى الصادق الأمين سيدنا رسول الله
صلى الله عليه وعلى آله وصحبه وسلم تسليما إلى
يوم الدين ، إلى الذين قال فيهم الرحمن إخفض
لهما جناح الذل من الرحمة "وقل ربي أرحمهما
كما ربياني صغيرا"، إلى من حاكت سعادتي
بخيوط منسوجة بقلبها إلى من علمني كيف أرتقي
سلم الحياة بحكمة وصبر، إلى من سرنا في
هذه الدنيا بين القلوب المحبة إلى أصدقائي
وإخوتي في الله وجميع من عرفتهم من
بعيد ومن قريب الى كل من ساعدنا في سبيل
إتمام هذا العمل.

يكن سعد

بسم الله الرحمن الرحيم

«وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون»

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك و لا تطيب
اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك و لا تطيب الجنة
إلا برويتك والصلاة و السلام على سيد البشرية محمد و على آله و صحبه أجمعين.
إلى من جرع الكأس فارغاً ليسقيني قطرة حب، إلى من كلّت أنامله ليقدّم لنا لحظة
سعادة ، إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم أبي العزيز
إلى من أرضعتني الحب والحنان، إلى رمز الحب وبلسم الشفاء، إلى القلب الناصع أُمي
الحبيبة ، إلى من حبهم يجري في عروقي و يلهم بذكراهم فؤادي إلى إخوتي و أخواتي.
إلى الذين بذلوا كل جهدٍ وعطاء لكي أصل إلى هذه اللحظة أستاذتي الكرام
لا سيما أستاذي ومنير دربي في مذكرتي الأستاذ حميدي زقاي.
إلى صاحبة القلب الطيب والنوايا الصادقة إلى رفيقة دربي .ع.أمال.
الآن تفتح الأشرعة وترفع المرساة لتنتطلق السفينة في عرض بحر واسع مظلم
هو بحر الحياة وفي هذه الظلمة لا يضيء إلا قنديل الذكريات
، ذكريات الأخوة البعيدة...

بحار مصطفى

تشكرات

الشكر الأول والأخير للجليل رب العرش العظيم ،الذي مهد لنا السبيل وهذا لما فيه المدي و الخير للجميع ،وفتح لنا الازهان والعقول فله الحمد حتى يرضى اعترافا بالفضل وتقديرا للجميل أتوجه بجزيل الشكر و الامتنان الى الأستاذ الفاضل " حميد الزقاي " الذي حمل معنا عبئ الاشراق وتوجيه الناصح القيّمة لنا لإنجاز هذا العمل المتواضع.

كما أتقدم بالشكر والعرفان إلى كل من ساعدني في إتمام هذا العمل و بذل معنا الجهد في سبيل تسهيل عملنا.

وفي الأخير أرجو من الله سبحانه وتعالى أن يجعله من صلاح الأعمال التي ينتفع بها وأن يكتبنا من الذين يجعلون من العلم مسكن ومن العمل وسيلة ومن النجاح ثمرة تضيئ على الأجيال طريق النجاح.

المخلص

هدفت الدراسة الحالية إلى قياس جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة "د. الطاهر مولاي بسعيدة من خلال استخدام مقياس جودة الخدمة (Service Performance) أو الأداء الفعلي والذي يشار إليه اختصاراً (SERVPERF)، وقد قام الباحثان باستخدام مقياس خاص بقياس جودة الخدمة مكون من خمسة أبعاد ويشتمل على (22) فقرة ، وتم تطبيق المقياس على عينة من طلبة جامعة سعيدة مكونة من 370 طالب وطالبة، وقد تم معالجة المقياس بالطرق الإحصائية من خلال برنامج الحزم الإحصائية SPSS و قد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

1) أن جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة سعيدة هي دون المتوسط في معظم أبعاد المقياس مع ضرورة إهتمام إدارة الجامعة بمنتجاتها المتمثل في الطالب .

2) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس بين الذكور والإناث ولصالح الإناث في مستوى جودة الخدمات الجامعية المدركة في جميع الأبعاد

3) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) نحو مستوى جودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي (السنة 1، السنة 2، السنة 3، السنة 1 ماستر ، السنة 2 ماستر)

4) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) نحو مستوى جودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة تعزى لمتغير الكلية (العلوم ، التكنولوجيا ، العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، الآداب و اللغات ، الحقوق و العلوم السياسية ، العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير)

وقد أوصت الدراسة بضرورة العمل على الارتقاء بمستوى الخدمات الجامعية المقدمة للطلبة بجامعة سعيدة في أبعاد المقياس ككل من خلال نموذج SERVPERF لقدرته على التفسير مع ضرورة العمل الجاد على تحسين أداء الخدمات المقدمة من قبل الجامعة .

ABSTRACT

This study aimed to measure the quality level of the university services perceived by students's Dr.Tahar Moulay univercity. By using a service quality scale (Service Performance) or the real performance Known_by (ServPerf). The two researchers used a specific scal to measure the service quality composed on 05 dimensions and 22 items, and its applied on a sample of "Saida" univercity students contain 370 Individual. The scal has treated by stistic methods on SPSS. The study findings the following:

- 1) The srvices quality level perceived by "Saida" students was under the average in the majority of scal dimensions, With reference that the university Need to give importance to its prудuct (student)
- 2) There are no statistical differences attributed to the gender variable in favour of the females in all dimensions.
- 3) There are no statistical differences at ($\alpha=0.05$) in the recognized university services based on the educational level dimension (1st year, 2nd year, 3rd year, 1st year master, 2nd year master).
- 4) There are no statistical differences at ($\alpha=0.05$) in the recognized university services based on the Faculty variable (Sciences, Technology, Human & Social Sciences, Literature & languages, Low & Political Siences, Economic & Commercial & management Siences).

The study recommends that there is a necessity to improve the level of the university services which are presented to "Saida" university students in all scale dimensions through SERVPERF model for its ability to interpretation. In addition to the hard work for improve the services performance provided by the university.

الفهرس

الصفحة	العنوان
VII	الإهداء
IV	الشكر
V	الملخص باللغة العربية
VII	الملخص باللغة الإنجليزية
VII	فهرس المحتويات
X	قائمة الجداول
XII	قائمة الأشكال
XIII	قائمة الملاحق
أ	المقدمة العامة
01	I الإطار المفاهيمي لإدارة الجودة الشاملة
02	مقدمة الفصل
03	I - 1 : ماهية الجودة الشاملة و تطورها التاريخي
03	I - 1 - 1 : مفهوم الجودة
05	I - 1 - 2 : التطور التاريخي لمفهوم الجودة
07	I - 1 - 3 : أهمية الجودة و أهدافها
09	I - 2 : أساسيات في إدارة الجودة الشاملة
09	I - 2 - 1 : تعريف إدارة الجودة الشاملة

10	I - 2 - 2 : مبادئ إدارة الجودة الشاملة
11	I - 2 - 3 : عناصر إدارة الجودة الشاملة
13	I - 2 - 4 : مراحل تطبيق إدارة الجودة الشاملة
16	خلاصة الفصل
17	II جودة الخدمات التعليمية
18	مقدمة الفصل
19	II - 1 : جودة و خصائص الخدمة التعليمية
19	II - 1 - 1 : جودة الخدمة
23	II - 1 - 2 : خصائص الخدمة
28	II - 2 : نماذج قياس جودة الخدمة
29	II - 2 - 1 : نموذج جودة الخدمة
39	II - 2 - 2 : نموذج أداء الخدمة
42	II - 2 - 3 : نماذج أخرى
46	خلاصة الفصل
47	III واقع جودة الخدمات التعليمية بجامعة الدكتور الطاهر مولاي - سعيدة
48	مقدمة الفصل
49	III - 1 : المنظومة الجزائرية للتعليم العالي
49	III - 1 - 1 : مسار بناء قطاع التعليم العالي
50	III - 1 - 2 : حركية منظومة التعليم العالي

51	III - 1 - 3 : النشأة و تطور جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة
54	III - 2 : إجراءات الدراسة الميدانية
54	III - 2 - 1 : مجتمع و عينة الدراسة
59	III - 2 - 2 : صدق وثبات الاستبانة.
66	III - 2 - 3 : نتائج الدراسة ومناقشتها.
74	III - 2 - 4 : توصيات الدراسة
75	خلاصة الفصل
76	خاتمة عامة
78	قائمة المراجع
84	الملاحق

فهرس الجداول و الأشكال :

أولا - قائمة الجداول :

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
2 - 1	فهم طبيعة الخدمة	21
2 - 2	دراسات مختارة لمقارنة مقياس جودة الخدمة و أداء الخدمة	41
3 - 3	تزايد عدد الطلبة المسجلين	50
3 - 4	بطاقة إستعلامات لجامعة سعيدة للسنة الجامعية 2014 - 2015	53
3 - 5	توزيع الاستبانات على مختلف الكليات بجامعة مولاي الطاهر سعيدة	54
3 - 6	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	55
3 - 7	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	56
3 - 8	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الكلية	57
3 - 9	مقياس الإجابة على الفقرات	60
3 - 10	الصدق الداخلي لفقرات المحور الأول : الملموسة	59
3 - 11	الصدق الداخلي لفقرات المحور الثاني : الاعتمادية	61
3 - 12	الصدق الداخلي لفقرات المحور الثالث : الاستجابة	62
3 - 13	الصدق الداخلي لفقرات المحور الرابع : السلامة	63
3 - 14	الصدق الداخلي لفقرات المحور الخامس: التعاطف	64

65	جدول معامل الثبات (طريقة ألفا كرونباخ)	3 - 15
66	جدول يبين المتوسطات والانحرافات المعيارية و درجة الموافقة والترتيب لأبعاد الاستبيان	3 - 16
68	يبين الفروق في جودة الخدمات الجامعية حسب متغير الجنس	3 - 17
69	يبين الفروق في جودة الخدمات الجامعية حسب المستوى الدراسي الأول و الثالث	3 - 18
70	يبين الفروق في جودة الخدمات الجامعية حسب باقي المستويات الدراسية	3 - 19
71	يبين الفروق في جودة الخدمات الجامعية حسب كلية العلوم و كلية التكنولوجيا	3 - 20
72	يبين الفروق في جودة الخدمات الجامعية حسب كلية العلوم الإقتصاد و التجارية و علوم التسيير ، و كلية الحقوق و العلوم السياسية	3 - 21
72	يبين الفروق في جودة الخدمات الجامعية حسب كلية الآداب و اللغات ، و كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية	3 - 22

ثانيا - قائمة الأشكال :

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
26	التداخل بين السلع والخدمات	2 - 1
27	التمييز بين السلع والخدمات	2 - 2
30	نموذج جودة الخدمة (PZB,1985)	2 - 3
36	النموذج الموسع لجودة الخدمة. (Extended Model of Service Quality)	2 - 4
42	نموذج الجودة الوظيفية و الجودة الفنية	2 - 5
43	نموذج متعدد المستويات لجودة خدمات التجزئة (The Multilevel Model)	2 - 6
44	نموذج المستويات	2 - 7
55	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	3- 8
56	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	3 - 9
58	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الكلية	3 - 10

قائمة الملحق :

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
85	إستبيان حول الدراسة	01
88	مصلحة التنمية ، و الإستشراف التابعة لنيابة مديرية الجامعة للتنمية و التوجيه بجامعة سعيدة	02

المعقولات

توطئة :

تسعى الدول النامية منذ عقود إلى تحقيق التنمية في شتى المجالات، ومما لاشك فيه أن هذا الواجب يفرض نفسه على المؤسسات كما هو على الحكومات بل ويقع على الأفراد أيضا ؛ لأن عملية التنمية عملية دائمة وشاملة ولا بد أن يشارك فيها الجميع. ومن المعروف أن الجامعات من أهم المؤسسات التي تلعب أو يجب أن تلعب الدور الأساسي في هذا المجال ؛ حيث أن عملية التنمية تعتمد أساسا على القوى البشرية المتوفرة في المجتمع، والجامعات هي إحدى أهم المؤسسات المسؤولة عن إعداد هذه القاعدة البشرية التي سوف تقود وتستغل العناصر الأخرى المتوفرة سواء في المجالات العلمية أو الاجتماعية أو الاقتصادية الخ....

حيث شهد التعليم العالي في الربع الأخير من القرن الماضي تحولا جذريا في أساليب التدريس و أنماط التعليم و مجالاته ، و قد أتى هذا التطور استجابة لجملة من التحديات التي واجهت التعليم العالي و التي تمثلت في تطور تقنيات التعليم و زيادة الإقبال عليه و الانفجار المعرفي الهائل ، و بروز التكتلات الاقتصادية و ظاهرة العولمة و نمو صناعات جديدة أدت الى توجيه الاستثمار في مجالات المعرفة و البحث العلمي إضافة لاعتماد الجودة في مؤسسات التعليم العالي ، من هنا فقد أصبح التعليم العالي مطالبا أكثر من أي وقت مضى بالعمل على تحقيق الجودة بأقصى طاقة ممكنة و ذلك من خلال تطوير الخدمات المختلفة بشكل عام ، و في الجامعات بشكل خاص ، حيث تعد الجودة مبدأ إسلامي قبل كل شيء ، حيث قال تعالى : ﴿ صُنْعَ اللَّهِ الَّذِي أَتَقَنَ كُلَّ شَيْءٍ ﴾ ، (سورة النمل ، الآية 88) ، و لقد أكد عليه الرسول صلى الله عليه و سلم في الحديث الحسن عن عائشة رضي الله عنها أن رسول الله صلى الله عليه و سلم قال : ((إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتْقِنَهُ)) (رواه مسلم) .

إن اعتماد الجامعة لتقديم خدمة أكاديمية و إدارية بمستوى جودة عالية يعاصر استراتيجية أساسية لتحقيق النجاح و البقاء و بناء مركزها التنافسي و تحديد أو زيادة حصتها السوقية ، لتحقيق عائد مناسب للاستثمار و تقليل التكاليف في البيئة التنافسية في الوقت الحاضر .

و يمكن القول بأن جودة الخدمات الجامعية توفر عددا من الصيغ الملائمة للتعلم و الخيارات لخدمة أصحاب المصالح في البلاد ، و يعتبر الإهتمام بجودة الخدمات في مؤسسات التعليم العالي ذو أهمية بالغة لوجود بيئة تنافسية بين المؤسسات الجامعية ، و هذه الأخيرة تطلع إلى تقديم خدمات ذات جودة عالية لا سيما الخدمة الأساسية المتمثلة في تكوين جيل قادر على إحداث أثر في التنمية القومية .

إن مفهوم جودة الخدمة ينعكس من خلال تقييم الطالب للخدمة المقدمة ، حيث أصبحت الجودة و تحقيق رضا الطالب هاجسا للجامعات و محور إهتمامها و دائمة البحث على حاجات الطلبة و تقديم خدمة تحقق رضا ، حيث أصبحت الجامعات ترى بضرورة التركيز على الطالب و معرفة حاجاته من حيث كيفية و طبيعة الخدمة

مقدمة عامة

المقدمة ، و تعمل على تحقيقها لإشباع تلك الحاجات ، حيث تسعى معظم الجامعات إلى العمل و الإهتمام على تحقيق و تطبيق الجودة في الخدمات التي تقدمها ، و ذلك لضمان الإستمرارية في ظل التنافس العالمي ، حيث تعد جودة الخدمة التي تقدمها الجامعات سلاحا تنافسيا مهما ، تستخدمه الجامعات التي تسعى إلى الزيادة و التميز ، و للريادة أصول ، و أحد أهم أصولها هي جودة الخدمات التي تقدمها.

و بناءً عليه أصبح الإهتمام بجودة الخدمات في الجامعات و تطبيق نظامها و نشر مبادئها مطلباً ملحا و خياراً إستراتيجياً الآن في جامعاتنا الجزائرية ، أصبح لزاماً على الجامعات أن تهتم بجودة خدماتها ، خاصة في ظل تعدد الجامعات ، و إنتشارها ، حيث أصبح الطالب بإستطاعته التمييز و بشكل كبير بين تلك الجامعات و إختيار ما يناسبه وفق معيار هام جداً و هو مستوى الخدمة الذي سوف يحصل عليه ، و هل تتمتع هذه الخدمة بجودة عالية أم لا ، ذلك يأتي في ضوء المتغيرات العالمية المحيطة ، حيث أن الخدمة حجر الزاوية في تقدم الجامعة و تنميتها من خلال العملية التعليمية التي تقدمها لطلبتها كأحد أبرز عناصر النظام التعليمي فيها ، فإن الأدوار التي تقوم بها و الوسائل و الطرق التي تستخدمها سوف تتأثر تبعاً لتلك التغيرات المعاصرة ، مما يستوجب تحديد هذه المتغيرات ، و مدى تأثيرها في تكوين خدماتها الجامعية .

مشكلة الدراسة :

للتحقق من طبيعة وجود هذه الخدمات إنبثقت فكرة هذا البحث الذي يتمحور مشكلته في سعيه للتعرف إلى جودة الخدمات المقدمة بالجامعة مطلباً ملحا و خياراً إستراتيجياً الآن في جامعة سعيدة (الدكتور مولاي الطاهر) ، و أصبح لزاماً عليها أن تهتم بجودة خدماتها و خاصة في ضوء المتغيرات العالمية المعاصرة ، و تتحدد مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي الآتي :

ما مستوى جودة الخدمات الجامعية كما يدركها الطلبة بجامعة الدكتور ملاي الطاهر بسعيدة ؟

و ينبثق من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية :

1. ما مستوى جودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة من قبل طلبة * جامعة الطاهر مولاي * بسعيدة طبقاً

لمقياس جودة الخدمة (SERVPERF) ؟

2. هل يختلف مستوى جودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة حسب مقياس (SERVPERF) في

أبعاد الجودة من وجهة نظر طلبة * جامعة الطاهر مولاي * تبعاً لمتغير الجنس (ذكور ، إناث)

3. هل يختلف مستوى جودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة حسب مقياس (SERVPERF) في أبعاد الجودة من وجهة نظر طلبة * جامعة الطاهر مولاي * تبعاً لمتغير المستوى التعليمي (السنة 1، السنة 2، السنة 3، السنة 1 ماستر ، السنة 2 ماستر ، طالب دكتوراه)
4. هل يختلف مستوى جودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة حسب مقياس (SERVPERF) في أبعاد الجودة من وجهة نظر طلبة * جامعة الطاهر مولاي * تبعاً لمتغير الكلية (العلوم ، التكنولوجيا ، العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، الآداب و اللغات ، الحقوق و العلوم السياسية ، العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير)

فروض الدراسة :

نظراً لاستخدام مقياس جودة الخدمة (SERVPERF) ذي الأبعاد الخمسة (العناصر الملموسة ، الإعتمادية الإستجابة ، الأمان ، التعاطف) فإن فرضيات الدراسة تكون كالتالي:

1) الفرضية الأولى :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) نحو مستوى جودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة كما يدركها طلبة جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة طبقاً لمقياس أداء الخدمة (SERVPERF) تبعاً لمتغير الجنس (ذكور ، إناث)

2) الفرضية الثانية :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) نحو مستوى جودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة كما يدركها طلبة جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة طبقاً لمقياس أداء الخدمة (SERVPERF) تبعاً لمتغير المستوى التعليمي (السنة 1، السنة 2، السنة 3، السنة 1 ماستر ، السنة 2 ماستر ، طالب دكتوراه)

3) الفرضية الثالثة :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) نحو مستوى جودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة كما يدركها طلبة جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة طبقاً لمقياس أداء الخدمة (SERVPERF) تبعاً لمتغير الكلية (العلوم ، التكنولوجيا ، العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، الآداب و اللغات ، الحقوق و العلوم السياسية ، العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير)

أسباب إختيار الموضوع :

من الأسباب الموضوعية التي كانت وراء إختيار الموضوع مايلي :

- لفت إنتباه إدارة الجامعة لأهمية جودة الخدمة التعليمية في كسب رضا الطلبة
- يعتبر موضوع البحث من المواضيع الحديثة نسبيا و الذي جذب إهتمام العديد من الباحثين
- لفت إدارة الجامعة إلى ضرورة مراعات منتجها و الذي يتمثل في الطالب حين دخوله الجامعة و أثناء تكوينه و خاصة بعد تخرجه

أهداف الدراسة : هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على :

- 1) مستوى جودة الخدمات المقدمة من طرف الجامعة والمدركة من قبل طلاب * جامعة الطاهر مولاي * بسعيدة.
- 2) التعرف إلى الفروق بين أفراد عينة الدراسة في الخدمات المدركة تبعا لمتغيرات الدراسة
- 3) التعرف على أهم نقاط القوة والضعف في جانب الخدمات المقدمة حسب الأبعاد الخمسة لمقياس الخدمة (SERVPERF) المستخدم في هذه الدراسة.
- 4) تقديم إقتراحات تنفيذ * جامعة الطاهر مولاي * و الجامعات الأخرى في مجال تقديم الخدمات الجامعية للطلبة .

أهمية الدراسة : تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال :

1. أهمية الموضوع الذي تبحث فيه الدراسة، حيث أن موضوع الخدمات المقدمة ونوعية هذه الخدمات المقدمة من قبل الجامعات تعتبر من المواضيع الحيوية والهامة في المسارات الحديثة للتعليم
2. أن معرفة مستوى الخدمات المقدمة ودرجة الجودة المحققة يعطي إشارات للقائمين على العملية التعليمية في * جامعة الطاهر مولاي *، مما يساهم في التعرف على نقاط القوة والضعف في هذه الخدمات المقدمة، خاصة أن التنافس مع بقية الجامعات الأخرى في مجال السوق كبير جدًا من جهة ، ومن جهة أخرى نجد أن * جامعة الطاهر مولاي * أخذت تتطور بسرعة كبيرة خصوصاً بعد تحويلها من مركز جامعي إلى مستوى جامعة و هذا طبقاً للمرسوم رقم 09-10 المؤرخ في يوم 04 / 01 / 2009
3. أن نتائج هذه الدراسة تعزز دراسات أخرى في مجال الخدمات المقدمة في * جامعة الطاهر مولاي * وغيرها من الجامعات من أجل العمل على الرقي الدائم بموضوع الجودة في نوعية الخدمات المقدمة

منهجية الدراسة :

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والذي يعرف بأنه أسلوب في البحث يتناول أحداث وظواهر وممارسات موجودة متاحة للدراسة ويستطيع الباحث أن يتفاعل معها فيصفها ويحللها، وذلك بهدف بيان مستوى الجودة في الخدمات المقدمة لطلبة جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة ، وتم الحصول على البيانات اللازمة من خلال البحث في الجانب الميداني وذلك بتوزيع استبانة تم إعدادها لهذا الغرض حيث تم تقسيمها إلى قسمين قسم المعلومات الشخصية و قسم أسئلة الاستبيان ، يحتوي القسم الأول على بعض الخصائص و السمات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، ويحتوي القسم الثاني على الأسئلة الخاصة بفرضيات الدراسة، وقد تم إعطاء خمسة بدائل لكل سؤال وهي (لا اوافق على الإطلاق ، لا اوافق ، محايد ، اوافق لحد ما ، اوافق بشدة). وتم اختيار هذا النوع من الإجابات ذات النهايات المغلقة لتشجيع أفراد عينة الدراسة على الإجابة، والقدرة على الوصول إلى نتائج دقيقة من خلال التحليل، وقد تم تفرغ البيانات وتحليل النتائج باستخدام البرنامج الإحصائي (spss Statistical Package For Social Science) ، وتم استخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.

الدراسات السابقة :

1) دراسة (أبو فارة : 2003) بعنوان " تقويم جودة الخدمات التعليمية لكليات الاقتصاد والعلوم الإدارية بالجامعات الفلسطينية "، هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مدى استخدام كليات الاقتصاد والعلوم الإدارية بالجامعات الفلسطينية لمقاييس محددة في تقويم جودة الخدمات التعليمية، بالإضافة إلى تقويم هذه الخدمات من منظور العمداء ورؤساء الأقسام، والكادر الأكاديمي وطلبة الكليات والخريجين ، وهذه المجموعات الأربع تشكل مجتمع الدراسة، وقد صمم الباحث أربع استبانات لمعالجة موضوع الدراسة بحيث وزعت على أربع عينات طبقية عشوائية من مجتمع الدراسة بنسبة 50 % من العمداء ورؤساء الأقسام، و 20 % من الكادر الأكاديمي، و 2 % من طلبة الكليات، وعينة عشوائية من المؤسسات العامة والشركات المسجلة في المدن الفلسطينية الرئيسية، ثم جرى اختيار ثلاثة خريجين من كل مؤسسة.

وجرى تحليل بيانات الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية الملائمة واستخلص الباحث عدة نتائج أهمها أن الكليات تستخدم مجموعة مقاييس محددة في تقويم جودة خدماتها التعليمية وفقاً لآراء عينة العمداء ورؤساء الأقسام، وكان تقويم الهيئة التدريسية والطلبة والخريجين إيجابياً لمستوى جودة الخدمات التعليمية، مع وجود بعض جوانب القصور في هذه الخدمات . كما أن مستوى استخدام هذه المقاييس متفاوت ويجري

استخدام بعض المقاييس بصورة متدنية، وعليه فإن الباحث يوصي هذه الكليات بضرورة الاستعانة بالمقاييس التي استعرضتها الدراسة في إطارها النظري بصورة تفي بحاجات سوق العمل ومتطلباته مع ضرورة التركيز على المقاييس التي تتعلق بدرجة التكنولوجيا الحديثة.

(2) دراسة (Luca Petruzzellis and Others : 2006) وهدفت إلى قياس مستوى الرضا لدى طلاب الجامعات الإيطالية عن جودة الخدمات المقدمة لهم في الجامعات الإيطالية: حالة من جامعة باري، واستخدمت الدراسة مقياس (servqual) لتحليل رضا الطلاب، كما استخدمت المقابلة في التعرف على مستوى الرضا لدى الطلاب عن مستوى الجودة في الخدمات المقدمة في جامعة باري، وقد توصلت الدراسة إلى ضعف حالة الرضا لدى الطلاب عن جودة الخدمات التي تقدمها الجامعة، وأن حجم ونوعية الخدمات المقدمة لا ترقى إلى مستوى التنافسية مع الجامعات الأخرى، وأوصت الدراسة بضرورة قيام الجامعات بالتركيز على تحسين نوعية التعليم لتتال رضا الطلاب، والعمل على بناء علاقة أقوى مع الاقتصاديات المحلية ونظم الإنتاجية، من أجل تلبية الطلب المتزايد على التدريب والكفاءة.

(3) دراسة (Firdaus Abdullah : 2006) بعنوان " قياس جودة الخدمة في التعليم العالي: أداء التعليم العالي HEdPERF مقابل الخدمات الفعلية SERVPERF وهدفت الدراسة إلى قامت الباحثة في هذه الدراسة باختبار الكفاءة النسبية لمقياسي SERVPERF ، HEdPERF في قياس جودة الخدمة في قطاع التعليم العالي، حيث أن الباحثة كانت قد قامت بدراسة مسبقة في 2005 م قدمت فيها مقياساً جديداً لجودة الخدمة المقدمة في مؤسسات التعليم العالي بماليزيا (جامعات حكومية، خاصة، معاهد) ، يعتمد بشكل أساسي علي تطوير نموذج الأداء الفعلي SERVPERF ليصلح للتطبيق لقياس جودة الخدمة في مؤسسات التعليم العالي، وقد أطلقت عليه HEdPERF وهو يشير إلي الأحرف الأولى للمقياس المبني علي الأداء فقط في مجال الخدمات التي تقدمها مؤسسات التعليم العالي (Higher Education PERFromance-only) والذي يحدد الأبعاد الحقيقية لجودة الخدمة التعليمية داخل هذا القطاع

(4) دراسة (عاشور، العبادلة: 2007) بعنوان " قياس جودة الخدمات التعليمية في الدراسات العليا: حالة MBA في برنامج الجامعة الإسلامية بغزة"، وهدفت إلى تقييم دور الجامعات الفلسطينية في تقديم خدمات التعليم العالي من خلال دراسة حالة برنامج ماجستير إدارة الأعمال في الجامعة الإسلامية بغزة، وذلك بتطبيق نظرية الفجوة ، حيث قامت مشكلة الدراسة على محاولة تقييم جودة الخدمة التعليمية المقدمة من خلال برنامج الماجستير، من حيث الفرق ما بين ما يتوقعه الطلبة من خدمة تعليمية وبين ما يتلقونه فعلا ، و استخدم الباحثان استبانة (Parasuraman) في جمع بيانات البحث من خلال أسلوب الحصر الشامل ، توجد فجوة بين إدراك الطلاب وتوقعاتهم بمقدار (0.7021) ، وأن أفضل محددات

الجودة هو عنصر الأمان حيث كان الفرق بين الإدراك والتوقع، هو (0.5725) ، وأن أسوأ محددات الجودة هو الاستجابة حيث كان الفرق (0.8900) وأن جميع محددات الجودة دون مستوى توقع الطلاب، أما النتائج العامة للدراسة فبينت أن الجامعة استطاعت تحقيق (83 %) من توقعات الطلبة، مما يعني أن هناك مجالاً لتحسين الأداء.

5) دراسة (Juwaheer : 2007) وهي دراسة تمت في جامعة جزيرة موريس، وهدفت الدراسة إلى التعرف على آراء طلبة جامعة موريس في الخدمات المقدمة لهم من الجامعة، وطبقت الدراسة على عينة مكونة من 300 طالب يمثلون خمس كليات بالجامعة، وقد استخدم الباحث استبانة جودة الخدمات SERVQUAL ، وبينت نتائج الدراسة أن جودة الخدمات الجامعية كانت أقل مما ينتظره الطلبة ، وقد حصلت معظم الخدمات التي تقدمها الجامعة مثل خدمات التدريس، وأعضاء الهيئة التدريسية ، والهيئة الإدارية والمختبرات ونظم الدعم مثل المكتبة والنقل والإطعام والرياضة..، على تقديرات سلبية، وقد أوصت الدراسة بضرورة أن تعمل الجامعات على تفهم حاجات الطلبة للتعليم لأن ذلك سيساعد الإدارة على وضع خطط تضمن لها النجاح في المستقبل.

6) دراسة (الحسني : 2009) بعنوان " مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب عن مستوى الأداء الإداري والأكاديمي لكليتهم: دراسة مسحية"، وهدفت إلى التعرف على مستوى رضا الطلبة ضمن المداخل الحديثة لتطوير التعليم العالي، إذ أصبح رضا الطلبة عنصراً أساسياً من عناصر جودة التعليم. لذا هدف هذا البحث الاستكشافي إلى قياس مستوى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب عن الأداء الإداري والأكاديمي لكليتهم ، وقد استخدمت الاستبانة كأداة للقياس على عينة مؤلفة من 290 طالباً وطالبة من السنوات الأربع والدراسات العليا ، وقد بينت النتائج أن المستوى العام للرضا عن المجالات العشرة المدروسة كان يتراوح بين الجيد في مجال أداء أعضاء الهيئة التدريسية ، ومقبول في مجال البحث العلمي، وضعيف في المجالات الأخرى جميعها، كما بينت النتائج أنه لا توجد فروقات جوهرية في مستوى الرضا تعود إلى المتغيرات الديموغرافية والدراسة ، باستثناء بعض الأسئلة المحددة، وقد أوصت الدراسة بأن يؤخذ رضا الطلبة بالحسبان كأحد مكونات الجودة والاعتمادية ، وأن تسعى الإدارات الجامعية المختلفة إلى سد احتياجات الطلبة ولبية توقعاتهم.

7) دراسة (بركات : 2010) بعنوان " الفجوة بين الإدراكات والتوقعات لقياس جودة الخدمات التي تقدمها جامعة القدس المفتوحة من وجهة نظر الدارسين فيها"، وهدفت إلى الكشف عن الفجوة بين إدراكات الطلاب في جامعة القدس المفتوحة بطولكرم وتوقعاتهم لمستوى الخدمة التي تقدمها لهم الجامعة في المجالات المختلفة، وللتحقق من هذا الغرض تم اختيار عينة طبقية عشوائية من الدارسين بلغت (215) طالب

وطالبة، منهم (88) طالبة، و (127) طالب، وقد استخدم مقياس الفجوة (Parasuraman et al)، لقياس جودة الخدمة (SERVQUAL) بعد تطويره ليناسب جودة الخدمة التعليمية في الجامعة، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن هناك فجوة موجبة غير دالة إحصائيًا بين ادراكات الدارسين وتوقعاتهم للدرجة الكلية لمستوى الخدمة التي تقدمها الجامعة، وهو مؤشر بسيط لارتفاع مستوى الخدمة التي تقدمها الجامعة للدارسين، كما بينت النتائج وجود فرق موجب وغير دال إحصائيًا في المجالات : التعاطف الاجتماعي، والاستجابة، والسلامة والأمن على الترتيب، بينما أظهر الدارسون فرقًا سالبًا ولكن دون مستوى الدلالة الإحصائية أيضًا في المجالين : الجوانب المادية الملموسة، والاعتمادية على الترتيب، أما بخصوص عناصر الخدمة التي تقدمها الجامعة، فقد بينت النتائج وجود فجوة موجبة ودالة إحصائيًا في عناصر الخدمة الآتية : سرعة الجامعة في تقديم الخدمة، والرغبة لدى الموظفين لمساعدة الدارسين، وإتاحة الفرص للاحتفالات و الرحلات والتعارف على الترتيب، بينما أظهرت النتائج من جهة أخرى وجود فجوة سالبة ودالة إحصائيًا بين ادراكات وتوقعات الدارسين في عناصر الخدمة الآتية:- توافر تجهيزات التقنيات الحديثة، وجاذبية التسهيلات والمرافق، وجاذبية المواد والتخصصات، الاستجابة الفورية للمشكلات، وتوفر وسائل التجهيزات الأمنية على الترتيب، وبينت النتائج كذلك، عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين الفجوة في تقديرات الدارسين المدركة والمتوقعة لمستوى الخدمة التي تقدمها الجامعة تُعزى لمتغيري الجنس والتخصص الدراسي.

8) دراسة (hodayari and hodayari: 2011) بعنوان " جودة الخدمة في التعليم العالي، دراسة حالة: قياس جودة الخدمات من جامعة أزد الإسلامية"، وهدفت إلى قياس جودة الخدمة في مجال التعليم من خلال تحديد العوامل التي تسهم في جودة الخدمة، واستخدم الباحثان استبانة مكونة من 22 سؤالاً، وقد بينت نتائج الدراسة التي طبقت على عينة مكونة من 384 طالباً وطالبة، أن هناك فجوة بين توقعات الطلاب للخدمات وبين ما يتلقونه من خدمة، وقد بينت نتائج استخدام مقياس SERVQUAL أن هناك فجوات في العناصر الخمسة للمقياس الملموسة والاستجابة والأمان والتوكيد والتعاطف، وخلصت الدراسة إلى ضرورة تطبيق المقياس باستمرار على طلاب الجامعة من أجل التعرف على نقاط القوة والضعف بشكل متواصل.

وقد توصلت النتائج إلى تفوق مقياس HEDPERF علي مقياس SERVPERF في قياس جودة الخدمة في قطاع التعليم العالي في ماليزيا، لما له من قدرة تفسيرية عالية لجودة الخدمة في مؤسسات التعليم العالي، فضلاً على تمتعه بدرجة عالية من الصدق والثبات، وقد بررت الباحثة أن سبب تفضيلها للاتجاه المبني علي الأداء فقط، أن خدمات التعليم العالي يستخدمها الفرد لأول مرة، وبالتالي فإن التوقعات في مجال الخدمات التي يستخدمها الفرد لأول مرة تكون غير دقيقة، كما أن الجودة مدركة وتعتمد على إدراك

العمل لأداء الجودة فقط، وهذا يعني أن التوقعات ليست جزءًا من الجودة المدركة، فضلاً على تأكيد العديد من الدراسات السابقة على أن التقدير المستمر للعمل لما يقدم له من خدمات يعتمد تدريجياً على الأداء، الأمر الذي يدفعها إلى تفضيل المدخل المبني على الأداء فقط عند قياس جودة الخدمة في قطاع التعليم العالي.

تقسيمات الدراسة :

محاولة منا لإنجاز هذه الدراسة قمنا بالإجابة عن الأسئلة المطروحة، مع اختبار صحة الفرضيات المقترحة، فقد إرتبنا تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول وهي :

الفصل الأول : "الإطار المفاهيمي لإدارة الجودة الشاملة" سنتناول في البداية تمهيدي للفصل ثم مختلف المفاهيم المتعلقة بالجودة، و التطور التاريخي لمفهوم الجودة، وفي الأخير نأتي إلى إدارة الجودة و مبادئها و أهدافها إلى غير ذلك .

الفصل الثاني : "جودة الخدمات التعليمية" بعد تمهيد الفصل تناولنا مفاهيم حول الخدمة مع ذكر تصنيفاتها و خصائصها ثم تلتهما نماذج قياس جودة الخدمة .

الفصل الثالث : " واقع جودة الخدمات التعليمية بجامعة الدكتور الطاهر مولاي - سعيدة " حيث سيتم قياس مستوى الخدمات المقدمة و طبعا كما يدركها طلبة جامعة سعيدة، و هذا من خلال معرفة صحة الفرضيات المطروحة عن طريق توزيع إستبيان على عينة الدراسة ثم معرفة صدق و ثبات الإستبانة مرورا بنتائج الدراسة و أخيرا توصيات الدراسة و هذا من خلال مخرجات برنامج الحزم الإحصائية SPSS _v.21



الفصل الأول

مقدمة الفصل :

لقد أصبحت الجودة تمثل أهمية كبيرة بل و سلاحا أساسيا تتسابق المنظمات للتفوق بإستخدامه سواء كانت مؤسسات صناعية أو خدمية من خلال تقديم ما لديها من منتجات و خدمات تجعلها تحقق رضا العميل و توقعاته و بالتالي التميز و الرقي .

إن كثير من المؤسسات اليوم تتبنى مفهوم إدارة الجودة الذي يعد من المفاهيم الإدارية الحديثة التي إستحوذت على الإهتمام الكبير من قبل الباحثين و المؤسسات ، و لتسليط الضوء على هذا المفهوم الإداري الحديث سنتطرق في هذا الفصل إلى الإطار المفاهيمي لإدارة الجودة الشاملة و الذي يتضمن مبحثين هما :

- ماهية الجودة الشاملة و تطورها التاريخي
- أساسيات في إدارة الجودة الشاملة

I - 1 : ماهية الجودة الشاملة و تطورها التاريخي

أصبحت الجودة عبارة عن ظاهرة عالمية ، حيث تعتبرها المنظمات سلاحاً إستراتيجياً للحصول على ميزة تنافسية ، و قد جاء الدين الإسلامي منذ بزوغ فجره ليؤكد على قيمة العمل و ضرورة إتقانه ، و لنا في حديث رسول الله محمد صلى الله عليه و سلم: ((**إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه**)) ، (**رواه مسلم**) . خير دليل و توجيه باعتماد الإجابة في العمل شريعته و منهاجاً في الحياة ، و يمكن تسليط الضوء على بعض التعاريف المختلفة لها ، و إعطاء لمحة عن مراحل تطور هذا المفهوم ، و تحديد أهم متطلبات الجودة .

I - 1 - 1 : مفهوم الجودة

لقد تعددت التعاريف الخاصة بالجودة بحسب مكانها و زمانها عبر التاريخ ، و على الرغم من إعتباره مفهوم عالمي ذو دلالات مختلفة و فقا لإختلاف و جهات نظر الباحثين و المفكرين في هذا الموضوع ، و حتى يمكن قياس الجودة لابد من الإتفاق على تعريف واضح لها داخل أي منظمة .

لغتاً: - جاء في المعجم الوسيط أن الجودة تردُّ إلى فعلها الثلاثي جَادَ ، و مصده جُودَةً ، أو جُودَةً بمعنى صار جيداً ، و يقال جَادَ العمل فهو جيد ، و جاد الرجل أي أتى بالجيد من قولٍ أو عملٍ¹ .

- الجودة في قاموس أكسفورد (oxford) تعني " معيار الحكم على الشيء عند مقارنته بشيء مشابه " .²

- أما قاموس petit Larousse فيعرف الجودة على أنها : طبيعة الشيء الذي يكون أكثر أو أقل تميزاً بمعنى جيّد ، أو سيّئ³ ،

-أيضا يعرفها قاموس websber⁴ : " أنها مصطلح عام قابل للتطبيق على أية صفة أو خاصية منفردة أو شاملة "

¹ فوزان التميمي: " إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للناظر (9001) " ، الطبعة الأولى ، عالم الكتب الحديثة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2008 ص 13

² Oxford, Advanced learner dictionary of current English, oxford university press, seventh edition, new York 2005, p 1233

³ بوعنان نور الدين: " جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء " ، ماجستير تخصص علوم التسويق فرع تسويق ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، 2006 / 2007 ، ص 02

⁴ بولومة هجرة: " أثر تطبيق إدارة جودة التعليم على تقديم خدمات تعليمية متميزة بإستخدام المعادلات الهيكلية " ، ماستر في العلوم الإقتصادية تخصص طرق كمية في التدريس ، جامعة الدكتور ملاي الطاهر ، سعيدة ، 2012/2013 ، ص 03

إصطلاحاً: يرجع مفهوم الجودة **Qualité** إلى الكلمة اللاتينية **Qualitas** التي يقصد بها طبيعة الشخص أو الشيء و درجة صلاحيته و كانت تعني قديماً الدقة و الإتقان ، و ديننا الإسلام أعطى إهتماماً واسعاً في التوكيد على العمل الجاد ، و النافع ، و هو ما نصت عليه الآية الكريمة : ﴿ **الَّذِي أَحْسَنَ كُلَّ شَيْءٍ خَلَقَهُ وَ بَدَأَ خَلْقَ الْإِنْسَانِ مِنْ طِينٍ** ﴾ ، (سورة السجدة ، الآية 7) ¹

لنأخذ مثال عن تفاحة، تختار حسب مجموعة من المعايير : الحجم، الذوق، اللون ... إذا رغبتنا في شراء كمية كبيرة فإننا سنقرر شرائها بأحجام متقاربة، هذه المعايير تمثل جودة التفاح كسلعة ، للجودة مفهوم متعدد الجوانب لا يمكن حصره في مجال ضيق وذلك لإتصافه على أبعاد مختلفة تتضمن مفاهيم فنية وإدارية وسلوكية وإجتماعية ، لعل أبرزها المساواة ، الفعالية ، الملائمة ، سهولة المنال ، القبول والكفاية. ²
و من هذا المنطلق نقوم بإبراز أهم التعاريف التي شملت مصطلح الجودة : ³

❖ عرفت الجمعية الأمريكية لضبط الجودة (**ASQC**) و المنظمة الأوروبية لضبط الجودة (**EOQC**)

الجودة بأنها " المجموع الكلي للمزايا و الخصائص التي تؤثر في قدرة المنتج أو الخدمة على تلبية حاجات معينة " .

❖ فيما تعرفها المنظمة الدولية للتقييس (**ISO**) الجودة بأنها " الدرجة التي تشبع فيها الحاجات و التوقعات

الظاهرة و الضمنية من خلال جملة الخصائص الرئيسية ، و تؤكد المواصفات على ضرورة تحديد تلك الحاجات و التوقعات و كيفية إشباعها " .

❖ تعرف الجودة في المعهد الأمريكي للمعايير (**ANSI**) بأنها " جملة السمات و الخصائص للمنتج أو الخدمة

التي تجعلها قادرة على الوفاء باحتياجات معينة " ⁴

¹ عطية مصلح: " قياس جودة الخدمات من وجهة نظر العاملين و المرضى في المستشفيات العامة ، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث و الدراسات ، العدد السابع و العشرون ، جوان 2012 ، ص 18

² يعقوبي خليفة ، "تطبيق إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي بالجزائر" ، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص تسيير ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، 2013/2014 ، ص 62

³ محمد عبدالوهاب العزاوي: "إدارة الجودة الشاملة" ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2005 ، ص 14-15

⁴ نزعي عزالدين و آخرون ، "تحقيق الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي" ، ملتقى وطني في إدارة الجودة الشاملة و تنمية أداء المؤسسة ، جامعة الدكتور ملاي الطاهر ، سعيدي ، 2012 ، ص 02

كما وردت مفاهيم حول الجودة من منظور روادها :¹

- ديمينغ (Deming) عرف الجودة بأنها " درجة التوافق و الاعتمادية التي تتناسب مع السوق و مع إنخفاض التكلفة "
- جوران (Jauran) عرف الجودة بأنها " درجة ملائمة المنتج للمستخدم "²
- تاجيشي (Taguchi) عرف الجودة عل أنها " تعبير عن مقدار الخسارة التي يمكن تفاديها و التي قد يسببها المنتج للمجتمع بعد تسليمه ، و يتضمن ذلك الفشل في تلبية توقعات الزبون و الفشل في تلبية خصائص الأداء و التأثيرات الجانبية الناجمة عن المجتمع كالتلوث و الضجيج و غيرها "³

I – 1 – 2 : التطور التاريخي لمفهوم الجودة

تمهيد :

تعود نشأة الجودة إلى السنوات الأولى من القرن العشرين عندما بدأ المهندس فريدريك تايلور بتجاربه التي بثها عبر كتابه " مبادئ الإدارة العلمية " عام 1911م التي كان يريد من ورائها ضبط جودة العمليات بتقليل الفاقد من الزمن من خلال الحد من الممارسات ، و الحركات غير المجدية بقسط زيادة الإنتاج ، و ذلك بربط الحركة بالزمن الذي تحتاجه ثم الإنتهاء بتصميم الطريقة المثلة لأداء الأعمال يتدرب عليها العاملون .

إن هذه النشأة الحديثة لموضوع الجودة لم تمنع البعض من إرجاع موضوع الجودة إلى العصور الموعلة في القدم ، و هو أمر ليس مستبعدا لأن مسألة الجودة في السلع و الأعمال هو مطلب إنساني نرغب أن نراه متحققا في كل حاجاتنا

الجودة في الإسلام :

إن الحضارة الإسلامية التي كان الدين الإسلامي أساس قيامها و نهضتها ، تمدنا بشواهد كثيرة و في مختلف المجالات على إهتمام المسلمين بموضوع الجودة و الإخلاص في العمل و منع الغش ، و الضرر و لم يُترك في النظام الإسلام على مسؤولية الفرد ، و درجة إخلاصه ، و وازعه الأخلاقي فحسب ، بل وفرت لذلك نظاما و مؤسسة إدارية

¹ سونيا محمد البكري ، " إدارة الجودة الكلية " ، الدار الجامعية للنشر ، الإسكندرية ، 2002 ، ص 33

² قاسم نايف علوان ، " إدارة الجودة الشاملة و متطلبات الآيزو 9001:2000 " ، الطبعة الثانية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2009 ، ص 20

³ يزيد قادة ، " واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم الجزائرية " ، ماجستير في علو التسيير تخصص حوكمة الشركات ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، 2011/2012 ، ص 03

تتولى مسؤولية الحفاظ على مصالح الناس كي لا يخلوا بها أصحاب المهن و الأعمال و هذه المؤسسة تدعى بديوان "الحسبة"، و هي (مشاركة السوق و النظر إلى مكاييله ، و موازينه ، و منع الغش ، و رفع الضرر عن الطريق ، و الأزقة) إلى نحو ذلك من الوظائف التي تقوم بها مجالس البلدية ، و إشتهرت مدن كثيرة على عموم العالم الإسلام بجودة منتجاتها الصناعية ، و منسوجاتها المتنوعة إلى جانب المباني و العمران والقصور و هندسة الري و شق الجداول و مد القنوات فقد كان لها باع طويل في جودة تصميمها و الإهتمام بالنواحي الجمالية لها (و هي صفة من صفات الجودة اليوم)¹

مراحل الجودة في العصر الحديث :

لقد تم الإهتمام بالجودة بصيغ و مفاهيم متعددة ، جميعها تهدف إلى تحسين مستوى جودة المنتج ، و غالبا ما يتم تشخيص هذا التغيير في مفاهيم الجودة كل عقدين من الزمن خلال القرن العشرين المنصرم ، و هذا ما أكدته عدد من الباحثين منهم على سبيل المثال لا الحصر ، (Feigenbaum,1991) ، (Banks,1989) ، (White,1991) ، (Evan,1993) وغيرهم.

حيث تطور مفهوم مفهوم الجودة على شكل مراحل زمنية و يمكن يباها كمايلي²:

- المرحلة الأولى : ضبط الجودة

إمتدت هذه المرحلة ما بين (1920-1990) و تميزت هذه المرحلة بأن مسؤولية تحديد الجودة تقع على مشرفين متخصصين بضبط الجودة و متابعة قياسها و التحقق منها على المنتجات التي تقوم الشركات بصناعتها .

- المرحلة الثانية : الضبط الإحصائي للجودة

إمتدت هذه المرحلة خلال (1920-1940) و اتسمت هذه المرحلة بإستخدام وظيفة التفتيش و مقارنة النتائج بالمتطلبات المحددة ، لتحديد درجة تطابق إنتاج المنتج وفق المواصفات المطلوبة للجودة .

- المرحلة الثالثة : ظهور منظمات متخصصة بالجودة

إمتدة هذه المرحلة خلال (1940-1960) و إمتازت هذه المرحلة بعدد من التغيرات في بيئة الصناعات و خاصة بعد فترة الكساد الإقتصادي الرأسمالي في سنة (1929-1933) ، مما أدى إلى ظهور منظمات صناعية متخصصة بضبط الجودة مثل الجمعية الأمريكية لضبط الجودة ASQC و التي أدت إلى تحديد مستوى مقبول للجودة عند

¹ مهدي السامرائي ، "إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي و الخدمي" ، الطبعة الأولى ، دار حرير للنشر و التوزيع ، عمان ، 2007 ، ص 39 - 43

² قاسم نايف علوان ، مرجع سبق ذكره ، ص 23-24

إنتاج و بيع المنتجات ، كذلك ظهور حلقات الجودة في اليابان عام 1956 و ما حدث عليها من تطورات بعد ذلك التاريخ على مفهوم حلقات الجودة .

- المرحلة الرابعة : تحسين الجودة

إمتدت هذه المرحلة من (1960-1980) و التي تميزت بتطور مفهوم حلقات الجودة في اليابان إلى مفهوم إدارة الجودة الشاملة TQM و كذلك ظهور مفهوم التلف الصفري Zéro Défect في اليابان إلى جانب مفاهيم أخرى كتوكيد الجودة و الذي يعتبر نظام متكامل يتضمن عدد من السياسات و الإجراءات اللازمة لتحقيق الجودة في الشركات الصناعية .

- المرحلة الخامسة : إدارة الجودة

إمتدت هذه المرحلة ما بين (1980-2000) و تميزت هذه المرحلة بعدد من مفاهيم الجودة التي تمخضت عنها المرحلة السابقة كمفاهيم العولمة ، الإيزوا ، و ظهور عدد من برامج الحاسوب الذي ساعد في ظهورها الجيل الخامس للحاسبات الذي جاء بعد سنة 1990 و التي ساهم الحاسوب في تصميم المنتج ، و في تصنيعه ، و ظهور فكرة التصنيع المتكامل و أنظمة التصنيع المرن و غيرها .

- المرحلة السادسة : مرحلة القرن 21

و هي المرحلة المستقبلية التي تشير إليها الأبحاث العلمية في هذا الميدان ، بأنها ستكون مرحلة الإهتمام بالمستهلك ، من خلال تقديم و إنتاج كل ما يرغب به المستهلك من حيث سهولة و سرعة الحصول على المنتج عند الطلب.

I - 1 - 3 : أهمية الجودة و أهدافها

أولاً: أهمية الجودة : للجودة أهمية كبيرة سواء على مستوى المؤسسات أو على مستوى الزبائن إذا تعبير الجودة أحد العوامل التي تحديد حجم الطلب على المنتجات والخدمات المؤسسة، و تكون الأهمية كما يلي: ¹

1- **سمعة المؤسسة :** وتستمد المؤسسة شهرتها من مستوى جودة منتجاتها ويتضح ذلك من خلال العلاقات التي تربط المؤسسة مع الموردين وخبرة العاملين ومهارتهم، ومحاولة تقديم منتجات تلبي رغبات وحاجات زبائن المؤسسة، فإن كانت المنتجات ذات جودة منخفضة يمكن تحسينها لكي تحقق الشهرة والسمعة الواسعة والتي تمكنها من التنافس مع المؤسسات المماثلة في نفس النشاط.

¹ سميحة بلحسن ، " تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون " ، ماستر تخصص علوم تجارية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2011 / 2012 ، ص 5-6

2- **المسؤولية القانونية للجودة** : تزيد واستمرار عدد المحاكم التي تتولى النظم والحكم في قضايا مؤسسات تقوم بتصميم منتجات أو تقديم خدمات غير جيدة في إنتاجها وتوزيعها لذا فان كل مؤسسة إنتاجية أو خدمية تكون مسؤولة قانوني عن كل ضرر يصيب الزبون من جراء استخدامه لهذه المنتجات.

3- **المنافسة العالمية** : إن التغيرات السياسية و الاقتصادية ستؤثر في كيفية وتوقيت وتبادل المنتجات إلى درجة كبيرة في سوق دولي تنافسي وتكتسب الجودة أهمية متميزة إذا تسعى كل من المؤسسات والمجتمع على تحقيقها بهدف التمكن من تحقيق المنافسة العالمية، فكلما انخفض مستوى الجودة المنتجات المؤسسة أدى ذلك إلى إلحاق الضرر بأرباحها.

4- **حماية الزبون** : إن تطبيق الجودة في أنشطة المؤسسة ووضع مواصفات قياسية محددة تساهم في حماية الزبون من الغش التجاري ويعزز الثقة في خدمات المؤسسة، فكلما انخفض مستوى الجودة يؤدي إلى انخفاض في الطلب من طرف الزبون على منتجات المؤسسة.

5- **التكاليف وحصة السوقية** : تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل الإنتاج من شأنه أن يتيح فرص اكتشاف الأخطاء وتلافيها لتجنب كلفة إضافة إلى الاستفادة القصوى من زمن الكائن والآلات عن طريق تقليل الزمن العاطل وبالتالي فكلما انخفض التكاليف زادت أرباح المؤسسة.

ثانيا: **أهداف الجودة** : هناك نوعان من الأهداف جودة وهما ¹:

1- **أهداف تخدم ضبط الجودة** : وهي التي تتعلق بالمعايير التي ترغب المؤسسة في المحافظة عليها وتصاغ هذه المعايير على مستوى المؤسسة ككل، وذلك باستخدام متطلبات ذات مستوى أدنى تتعلق بصفات مميزة مثل الأمان ورضا الزبون.

2- **أهداف تحسين الجودة** : وهي غالبا تنحصر في الحد من الأخطاء والفاقد وتطوير منتجات جديدة ترضي الزبائن بفاعلية أكبر، ومن هنا يمكن تصنيف أهداف الجودة بنوعيتها إلى خمس فئات هي:

- أ- هدف الأداء الخارجي للمؤسسة ويتضمن الأسواق البيئة والمجتمع
- ب- هدف أداء المنتج وتناول حاجات الزبائن والمنافسة؛
- ت- هدف العمليات وتناول مقدرة العمليات وفعاليتها وقابليتها للضبط
- ث- هدف الأداء الداخلي وتناول مقدرة المؤسسة وفعاليتها ومدى استجابتها للتغيرات ومحيط العمل
- ج- هدف الأداء للعاملين وتناول المهارات والقدرات والتحفيز وتطوير العاملين.

¹ نفس المرجع ، و الصفحة سابقاً

I - 2 : أساسيات في إدارة الجودة الشاملة

تعد إدارة الجودة الشاملة من أكثر المفاهيم الفكرية و الفلسفية التي أستحوذت على الإهتمام الواسع من قبل الاختصاصيين ، و الباحثين ، حيث تواجه المنظمات اليوم تحديات كبيرة في إثر ثورة تكنولوجيا المعلومات و التي لاقت رواجاً كاملاً لتطوير هذه المنظمات عن طريق بناء ثقافة عميقة للجودة بمعناها الشامل .

I - 2 - 1 : تعريف إدارة الجودة الشاملة

لقد تعددت تعريفات مصطلح الجودة الشاملة و ذلك نتيجة للاستخدام و التطبيق المستمر و نظراً لتباين الخلفية الفكرية و الفلسفية و الخيارات العلمية للكثير من المفكرين و المختصين في هذا المجال .

- تعرف منظمة التقييس العالمية إدارة الجودة الشاملة بأنه عقيدة أو عرف متأصل و شامل في أسلوب القيادة و التشغيل لمنظمة ما ، بهدف التحسين المستمر في الأداء على المدى الطويل من خلال التركيز على متطلبات و توقعات الزبائن مع عدم إغفال متطلبات المساهمين ، و جميع أصحاب المصالح الآخرين¹
- عرفها معهد المقاييس البريطاني BSI إدارة الجودة الشاملة بأنها فلسفة إدارية تشمل كافة نشاطات المنظمة التي من خلالها يتم تحقيق إحتياجات و توقعات العميل و المجتمع ، و تحقيق أهداف المنظمة بأكفأ الطرق و أقلها تكلفة عن طريق الإستخدام الأمثل لطاقات جميع العاملين بدافع مستمر للتطوير²
- جاء تعريفها من قبل معهد الجودة الفيدرالي الأمريكي " بأنها نظام إداري إستراتيجي متكامل يساعد على تحقيق حالة من الرضا لدى العميل ، و يتضمن هذا النظام المديرين و أصحاب الأعمال ، و يستخدم طرقاً كمية لأحداث تطوير مستمر في عمليات المنظمة .³

¹ محمد عبد الوهاب العزاوي : مرجع سابق ، ص 39

² محفوظ أحمد جودة ، " إدارة الجودة الشاملة مفاهيم و تطبيقات " ، الطبعة الرابعة ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2009 ، ص 22

³ مهدي السامرائي ، " مرجع سابق ، ص 33

كما ورد تعريف إدارة الجودة الشاملة في التعليم :¹

❖ عرفت كلية ريو سلاكو بأنها العملية التي يمكن من خلالها رفع مستوى المعلمين و النظام و الكلية في ضوء توقعات الطلاب من خلال عملية متقنة البناء لحل المشكلات و يستطيع المعلمون و الطلاب تطوير جودة التعليم .

❖ عرفها رودس (Rhodes) 1992 بأنها عملية إدارية تركز على مجموعة من القيم و تستمد حركتها من المعلومات التي توظف مواهب العاملين و تستثمر قدراتهم الفكرية في مختلف مستويات التنظيم على نحو إبداعي لضمان تحقيق التحسين المستمر للمؤسسة.

I - 2 - 2 : مبادئ إدارة الجودة الشاملة

تتمثل إدارة الجودة الشاملة في مجموعة من المبادئ الإدارية التي تركز على تحسين الجودة ، و إذا ما طبقت المؤسسة هذه المبادئ بفعالية فإنها ستنتج حتما في تحقيق مستوى متميز من الجودة ، و يمكن توضيح هذه المبادئ على النحو الآتي :²

- 1- التفهم الكامل و الإلتزام الفعلي و ضمان روح المشاركة من قبل الإدارة العليا بجعل الجودة في المقام الأول من أولوياتها ، و التأكيد على إيجاد البني و الهياكل التنظيمية و سياسات العمل الملائمة ، و تطوير أنظمة الحوافز التي تشجع جهود تحسين الجودة .
- 2- التأكيد على أن عملية تحسين الجودة عملية مستمرة في المؤسسة ، و العمل دوما من أجل تطوير العمليات التي يتم من خلالها إنجاز العمل عن طريق تصميم عمليات الإنتاج السلعي ، أو الخدمي التي تتفق مع مواصفات الجودة ، و استخدام أفضل الممارسات و الأساليب الإدارية .
- 3- تفعيل التنسيق و التعاون بين الإدارات و الأقسام و الوحدات المختلفة في المؤسسة مع التأكيد على إنجاز من خلال فرق العمل و تنمية العمل التعاوني .
- 4- مشاركة جميع الجهات المعنية في جهود تحسين الجودة ، و التعاون مع المؤسسة في تطبيق برامج إدارة الجودة الشاملة .

¹ المرجع السابق ، ص 37

² صالح ناصر عليمات ، " إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات التربوية (التطبيق و مقترحات التطوير) " ، الطبعة الأولى ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008 ، ص 33-34

- 5- بناء و دعم ثقافة مؤسسية تسعى إلى التحسين المستمر و تنمية علاقات عمل ببناء بين العاملين و دعم الجهود المميزة : الفردية و الجماعية .
- 6- مشاركة كل فرد من العاملين في المؤسسة في الجهود المتعلقة بتحسين الجودة ، عن طريق تطوير أدائه في عمله بمختلف مراحله ، و مساهمة الأفراد جميعاً في تعرفلاالمشاكل المرتبطة بإدارة الجودة الشاملة و معوقاتها ، و العمل على حلها تعاونياً باستخدام الأساليب الإحصائية و منهجية البحث العلمي و حل المشكلات
- 7- تركيز برامج إدارة الجودة الشاملة على تلبية حاجات المستفيد من الخدمة أو السلعة بتميز ، و يتطلب ذلك من المؤسسة أن تسعى لتحديد إحتياجات جمهورها المستفيد من السلع و الخدمات .

I - 2 - 3 : عناصر إدارة الجودة الشاملة

هناك خلاف في تحديد عدد عناصر إدارة الجودة الشاملة ، فبعض الكتاب يؤكد على بعض جوانب عملية تحسين و تطوير الجودة مثل مبادئ ديمينج الأربعة عشر الموجهة للإدارة العليا في المنظمات و البعض الآخر يؤكد بعض المداخل الأخرى مثل مبادئ جوران و نقاط كروسبي و بتحليل تلك المبادئ و المداخل التي قدّمها الرّواد الأوائل للجودة نجد أن العناصر الآتية متوفرة في كل من المبادئ و المداخل الأخرى لعملية تحسين و تطوير الجودة و العمليات الإنتاجية :¹

1. **سياسة الجودة** : الجزء الرئيسي من تصميم و تطبيق إدارة الجودة الشاملة هو تحديد سياسة الجودة ، فوجود سياسة ثابتة للجودة شرط أساسي لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في المنظمات الصناعية ، و من هنا يجب على الإدارة العليا في المنظمات تحديد سياستها و أهدافها بالنسبة للجودة في شكل رسمي و مكتوب ، و أن تكون هذه السياسة منشورة و معلنة لجميع العاملين بالمنظمة إبتداءً من المدير التنفيذي و حتى أقل الموظفين مرتبة ، و الهدف الرئيسي من وجود سياسة الجودة في المنظمة هو التأكد من أن الجودة أصبحت محل إهتمام كل فرد و كل قسم و كل إدارة داخل المنظمة .

2. **مراجعة العقد** : يعتبر جزءاً هاماً في إدارة الجودة و عنصراً أساسياً من عناصر إدارة الجودة الشاملة و كل هذا قبل العمل و التنفيذ من أجل ضمان و تأكيد الجودة ، و مراجعة العقد تحقق الفوائد التالية :

أ- المساهمة في تنفيذ العقد ب- إشراك كل المهتمين بمراجعة العقد ت- تسهيل عملية مراجعة الجودة مع العميل

¹ المرجع السابق ، ص 29-32

3. **دليل الجودة** : يعتبر من أهم متطلبات إدارة الجودة الشاملة ، فوجوده في المنظمات الصناعية أمر ضروري ، فمن خلاله تستطيع المنظمات متابعة أداء الأنظمة المختلفة و تحديد الإجراءات و المستندات التي يجب أن توثق ، و نوع الرقابة التي يجب أن تطبق ، و من الفوائد التي تجنيها المنظمات في حالة إمتلاك دليل الجودة مايلي :

- أ- التعريف بفوائد نظام الجودة لكل من العاملين و المتعاملين
- ب- سهولة التنسيق بين الإدارات في المستويات الإدارية
- ت- إلتزام المصدرين بالجودة المناسبة في إنتاجهم
- ث- المساهمة في تكوين إنطباع جيد و سمعة طيبة للمنظمة

4. **أنظمة الجودة** : و هي العمليات التي يتم بموجبها تحديد الأعمال ، و تقسيمها و تحديد المسؤوليات ، و السلطات ، و الإجراءات ، و العمليات ، و الأفراد لتطبيق إدارة الجودة ، يهدف هذا النظام إلى سهولة التنسيق بين المستويات الإدارية المختلفة ، و التأكد من أن جميع أنشطة المنظمة الفنية و الإدارية و الإنسانية المؤثرة على جودة الإنتاج تحت السيطرة .

5. **مراقبة العمليات** : تطبيق إدارة الجودة الشاملة في أي منظمة تتطلب توفر نظام فعال يتم من خلاله مراقبة جميع العمليات بالمنظمة سواء كانت خاصة أو عامة على أن تشمل المراجعة جميع مراحل الإنتاج للتأكد من أن جميع العمليات تنفذ تحت ظروف محكمة .

6. **الفحص و الإختبار** : للوصول إلى نظام جودة فعال يتطلب القيام بعملية الفحص و الإختبار سواء للمود المشتره من الموردين أو المواد أثناء التشغيل ، و تتم عملية الفحص و الإختبار بواسطة الإستخدام المناسب للوسائل المناسبة لعملية الفحص و الإختبار أثناء عمليات التشغيل المختلفة ، لذلك فإن وجود إجراءات مكتوبة و منصوص عليها في عملية الفحص تعتبر ضرورة للتأكد من حالة المنتج أثناء عمليات التشغيل المختلفة ، كما أن عمليات الفحص و الإختبار يجب أن تتضمن صلاحيات و مسؤوليات الأفراد في حذف بعض المنتجات و الإستمرار في إنتاجها .

7. **تحليل تكاليف الجودة** : ترتبط بتحسين الجودة و تطويرها مجموعة من بنود التكلفة و التي تشمل تكاليف منع الأخطاء (تكاليف الوقاية) ، و تكاليف الفحص و التقييم ، و تكاليف الفشل الدخيلة و الخارجية ، و المهم في دراسة و تحليل تكاليف الجودة هو دراسة العلاقات المختلفة بينود تكاليف الجودة و توجيه المسؤولين في المنظمات و نموهم و الإهتمام بهم ، و التكاليف في عصرنا هذا أحد الأسلحة المهمة للمنافسة في الأسواق المحلية و العالمية ، فتطبيق إدارة الجودة الشاملة في المنظمات يؤدي إلى خفض التكاليف و بالتالي يحقق الأرباح .

8. **المراجعة الداخلية للجودة :** و هي عبارة عن قيام إدارة المنظمة بتأسيس نظام المراجعة للجودة للتأكد من أن أنشطة الجودة تتطابق تماما مع المتطلبات المقررة ، و إتخاذ الإجراءات الضرورية لمعالجة الانحرافات إن وجدت .

9. **التدريب :** لابد من تحديد الاحتياجات التدريبية لكل الأفراد المساهمين في تطوير ، و تحسين الجودة ، و كذلك تحديد الجهات المسؤولة عن عملية التدريب ، و تحديد المواصفات التي يجب توفرها في القائمين بعملية التدريب بالإضافة إلى إعداد برامج تدريبية و تنفيذها ، و تقييمها للوقوف على نتائجها الإيجابية و السلبية ، و من ثم التخطيط العملي المستقبلي لأنشطة التدريب على الجودة .

10. **سجلات الجودة :** تتطلب إدارة الجودة الشاملة سجلات تسجل فيها جميع الإجراءات الخاصة بالجودة ، و تكون بمثابة مرجع يظهر مدى التقدم في تحقيق متطلبات الجودة ، و مدى فعالية نظام الجودة المعمول بها .

I – 2 – 4 : مراحل تطبيق إدارة الجودة الشاملة

يعتبر تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المنظمات عملية ليست سهلة وتحتاج إلى وقت طويل لاستكمال مراحلها لأنها ترتبط بكافة نشاطات المنظمة وتهدف إلى تحسين جودة المنتج من أجل إرضاء وإسعاد العميل ، و يمكن تلخيص أهم مراحل تطبيق إدارة الجودة الشاملة فيما يلي: ¹

1. **مرحلة الإعداد :** تتعلق هذه المرحلة بتجهيز الأجواء وإعدادها لتطبيق منهجية إدارة الجودة الشاملة فبعد اتخاذ قرار إتباع منهجية إدارة الجودة الشاملة تبرز مشاكل عديدة تتطلب من الإدارة دراستها وحلها من أجل تنقية الأجواء لتنفيذ المراحل اللاحقة ، و تتضمن مرحلة الإعداد القيام بالنشاطات التالية:

❖ اتخاذ قرار تطبيق منهجية إدارة الجودة الشاملة من قبل الإدارة العليا .

❖ التزام الإدارة العليا بالجودة الشاملة وبإجراء التحسينات المستمرة .

❖ تشكيل مجلس الجودة والذي ينبغي أن يضم في عضويته أعضاء من الإدارة العليا لزيادة فاعلية قراراته .

❖ إيجاد ثقافة تؤيد التغيير وتعزز مفهوم الجودة .

❖ بناء فرق العمل مع إعطاءها الصلاحيات اللازمة لأداء أعمالها بكفاءة.

¹ محفوظ أحمد جودة ، مرجع سابق ، ص 213

❖ إعداد وتنفيذ برامج تدريبية عن الجودة موجهة للإدارة العليا ومجلس الجودة .

❖ وضع أسس قياس الرضا الوظيفي ورضا العملاء.

1- مرحلة التخطيط : تأتي مرحلة التخطيط بعد مرحلة الإعداد وتجهيز الظروف الملائمة لتطبيق إدارة الجودة

الشاملة حيث يتم استخدام المعلومات التي تم جمعها خلال مرحلة الإعداد في عملية التخطيط منهجية التنفيذ ويتم استخدام دائرة كما أن هذه المرحلة تبدأ بإرساء حجر الأساس لعملية التغيير داخل المنظمة حيث يقوم الأفراد ، PDCA دمج المعرفة الذين يشكلون مجلس الجودة باستعمال البيانات التي تم تطويرها خلال مرحلة الإعداد لتبدأ مرحلة التخطيط الدقيق ، و تتضمن مرحلة التخطيط القيام بعدة نشاطات من أهمها:

❖ تحليل البيئة الداخلية بما فيها من عناصر القوة ومواطن الضعف .

❖ تحليل البيئة الخارجية سواء الفرص المتاحة أو التهديدات المتوقعة من أجل الاستعداد لها مسبقا.

❖ وضع رسالة المنظمة من خلال تحديد سبب وجود المنظمة أي النشاطات الرئيسية التي تؤديها والأسواق المستهدفة .

❖ وضع الأهداف الإستراتيجية بعيدة المدى لتكون متوافقة مع رسالة الشركة بالإضافة إلى وضع الاستراتيجيات الكفيلة للوصول إلى هذه الأهداف .

❖ إختيار مدير الجودة ليكون مسؤولا عن كافة النشاطات المتعلقة بإدارة الجودة الشاملة .

❖ تنفيذ برامج تدريبية لفرق العمل المختلفة في موضوعات الجودة.

❖ دراسة توقعات العملاء ومتطلباتهم فيما يتعلق بخصائص الجودة المطلوبة .

❖ تصميم خطط التنفيذ للمرحلة التالية مع الأخذ بعين الاعتبار الموارد المادية والبشرية المتاحة.

2- مرحلة التنفيذ : تعتبر هذه المرحلة أهم مراحل تطبيق إدارة الجودة الشاملة والبعض يعتبرها البداية الحقيقية

لترجمة متطلبات إدارة الجودة الشاملة على أرض الواقع وهي تتكون من خطوات رئيسية هي:¹

الخطوة الأولى : خلق البيئة الثقافية الملائمة لفلسفة إدارة الجودة الشاملة : بحيث يتم تدريب جميع العاملين

على فلسفة إدارة الجودة الشاملة و ذلك من خلال القيام بعدد من البرامج وهي:

❖ التعليم وإعادة التعليم للمدربين .

❖ إنشاء وتكوين فريق إداري لقيادة المؤسسة نحو الجودة الشاملة.

❖ تطوير وتوظيف جميع موارد المؤسسة بما ينسجم مع فلسفة إدارة الجودة الشاملة.

❖ استخدام المدخل العلمي في حل المشاكل وتحسين العمليات .

¹ قاسم نايف علوان ، مرجع سابق ، ص 111

الخطوة الثانية : أدوات حل المشاكل : إن إجراءات حل المشاكل تبدأ بتحديد المشكلة ومن ثم تحليلها وصولاً إلى اختيار الحل الأفضل و من أهم أدوات حل المشاكل :

- ❖ تحليل العمليات.
- ❖ العصف الذهني.
- ❖ خرائط السبب والنتيجة أو كما تعرف بهيكل السمكة.
- ❖ تحليل باريتو .

الخطوة الثالثة : الضبط الإحصائي للعمليات: تتطلب عملية حل المشاكل التي تم تحديدها في الخطوة السابقة تدريب العاملين على كيفية استخدام أدوات الضبط الإحصائي للعمليات وكيفية تفسير نتائجها بما يؤدي إلى تحسين جودة العمليات .

الخطوة الرابعة : تصميم التجارب: يتم في هذه الخطوة استخدام أساليب إحصائية متقدمة تتعدى أدوات الضبط الإحصائي إلى خطوة التصميم لوضع معايير تعظيم العمليات.

3- مرحلة الرقابة و التقويم : يتم بناء أنظمة الرقابة في إدارة الجودة الشاملة على أساس الرقابة المتزامنة أو الرقابة المرحلية و المتابعة الدقيقة أولاً بأول بالإضافة إلى الرقابة اللاحقة والتي يتم فيها تقويم الجهود المبذولة في تطبيق منهجية إدارة الجودة الشاملة ومن الجدير بالذكر بأن هذه المرحلة تتطلب قيام المنظمة بعملية التقويم الذاتي عن طريق العاملين فيها كما أن بعض المنظمات قد تستعين بخبرات خارجية في هذا المجال . تعتمد المنظمات كثيراً في مرحلة الرقابة والتقويم على التغذية العكسية من مسوحات العملاء حيث يتم التركيز على مدى تلبية المنظمة لمتطلبات واحتياجات عملائها .

وتتطلب عملية الرقابة والتقويم ضرورة تدريب العاملين المعنيين على كيفية استخدام أساليب الرقابة وبالذات الأساليب الإحصائية في الرقابة بالإضافة إلى تدريبهم على كيفية اكتشاف الانحرافات وتحليلها واتخاذ الإجراءات التصحيحية لتعديل المسار .

خلاصة الفصل :

إن تبني منهج إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات يؤدي إلى إحداث تغييرات إيجابية تمس كل شيء داخل المؤسسة تمكنها من تحقيق أهدافها بكفاءة ، و فعالية و تضمن لها التفوق و التميز و النجاح على منافسيها ، و بالتالي تكسبها ثقة العملاء و المجتمع ككل .

لقد أثبتت الدراسات الميدانية أن المؤسسات التي طبقت إدارة الجودة الشاملة قد حققت تفوقا و تميزا على منافسيها و هذا ما انعكس إيجابا على انتشار هذا المفهوم في معظم المؤسسات الصناعية و الخدمية الأخرى و التي لازلت لم تتخذ كآسلوب إداري في العمل بل حتى المؤسسات التعليمية أصبحت اليوم تسعى لتطبيق هذا المنهج و الاستفادة من مزاياه و هذا من خلال معرفة درجة الجودة لديها في مختلف هياكلها و هذا عن طريق قياسها و هذا ما سنتطرق إليه في الفصل الثاني .

الفصل الثاني

مقدمة الفصل :

لجودة الخدمة دورا أساسيا في تصميم و إنتاج الخدمة وتسويقها ولها أهمية بالغة لكل من مقدم الخدمة والمستفيد منها، بحيث إزداد إدراك المؤسسات الخدمية لأهمية تطبيقها لمتطلبات الجودة وذلك من أجل تحقيق التميز في أدائها ومنه اكتساب الميزة التنافسية.

و سنتطرق في هذا الفصل لدراسة الجودة في الخدمات و نماذج قياسها و هنا سنذكر أهم و أشهر نموذجين لقياس جودة الخدمة و أيضا نذكر بعض النماذج الأخرى.

II – 1 : جودة و خصائص الخدمة التعليمية

II – 1 – 1 : جودة الخدمة

1- مفهوم الخدمة : ليس من السهل تقديم تعريف لكلمة الخدمة ، وهذا يرجع لعدة أسباب نذكر منها:¹

- من الصعب وصف الخدمة بسبب طبيعتها المعنوية بالنظر إلى السلعة ، ولهذا نستعمل مصطلح المنتج للدلالة عن الخدمة ، كأن نقول مثلاً المنتجات البنكية أو السياحية .
- أعتبرت الخدمة ولوقت طويل على أنها نشاط إنساني يقوم من خلالها الفرد بتأدية مهمة لشخص آخر ، وهذا التعريف محدود جداً باعتبار أن عدد كبير من الخدمات قد تقوم من خلال جملة من الآلات والتجهيزات المختلفة مثل غسل السيارات أوتوماتيكياً
- وتعدد تعاريف الخدمة إنما يعكس مدى صعوبة إيجاد وتحديد مفهوم لها بالنظر إلى الخصائص التي تتميز بها ، و من بين هذه التعاريف ما يلي :

■ الخدمة هي أي شيء تقوم به يكون نافع لشخص آخر²

■ تقسيم الخدمة على شكل أنشطة موجهة للربح أو الإشباع تعرض في وقت البيع أو لإرتباطها بسلعة .

بناء على هذا التعريف نخلص إلى أن الخدمة عبارة عن نشاط الهدف منه تحقيق أرباح أو الرضا لدى المستفيد منها ، كما يمكن تقديم تلك الخدمة على صيغتها الموجودة بها أو تكون غير مستقلة وتابعة لمنتج المباع .

■ الخدمة هي كل نشاط يحقق رضا المستفيد منه ، بدون تحويل الملكية .³

نلاحظ من هذا التعريف بأن الخدمة عبارة عن نشاط معنوي يحقق لدى المستخدم نوعاً من الرضا ولكن بدون أن يملك ذلك الشيء وهذا فيه شيء من الغموض ، لأنه إذا كانت الخدمة غير ملموسة أو مادية تتحول من طرف مالك إلى آخر فهي تتحول أو تنشأ مباشرة لدى من يدفع قيمتها ، إلا في حالات الخدمات العامة المجانية .

¹ Gérard tocque et Langlois Michel – Marketing des services- Le défi relationnel. Edition Gaetan Morin, Collection Dunob, 1992.PP 21,22

² Le petit larousse illustré- Larousse – Paris 1992. P 907.

³ Yves le Golvan dictionnaire marketing banque assurance ، Dunod ، Paris .1988 . P 122.

- إن الخدمة هي نشاط أو عدة أنشطة التي تحدث عند التفاعل بين الشخص من المنظمة أو آلة وبين المستهلك، وتهدف هذه النشاطات إلى إشباع حاجات المستهلك.
 - الخدمة هي تجربة زمنية مؤقتة معاشة من طرف المستهلك .
 - الخدمة هي نشاط لإنجاز تجربة .
 - الخدمة تتميز بسلسلة من الأنشطة الموجهة لتسوية الصعوبات التي يعاني منها الزائن ، هذه الأنشطة تعطي مكانا للانتقال أو التحول بين الزبون وموظفي الخدمة أو التجهيزات المنظمة .
- إن الخدمة حسب هذا المفهوم لا تقتصر على نشاط معين ، بل يمكن أن تشمل عدة أنشطة ، ووجودها يساهم في حل مشاكل الزائن وتحقيق نوع من الأرباح ، ويتم تقديمها بالاتصال المباشر من المستفيد منها ومقدمها
- الخدمة هي كل نشاط أو أداء يخضع للتبادل ، بحيث أن هذا التبادل غير ملموس والذي لا يسمح بأي تحويل للملكية ، ويمكن أن تكون الخدمة مرتبطة بمنح مادي كما يمكن أن لا تكون كذلك ¹.
- وتعتبر الخدمة من خلال هذا التعريف كونها نشاط محل التبادل وتكون أساسا غير ملموسة ، ولا تسفر على أي نقل للملكية، يمكن أن تكون مصاحبة لسلعة ملموسة أولا .
- أما **Lovelock** فإنه يعرف الخدمة بالإعتماد على ما يشتريه الزبون أو العميل في الأساس بغض النظر عما يرافق ذلك الشراء من توابع وملحقات .
- فالزبون في صالون الحلاقة يشتري خدمة قص الشعر بغض النظر عن الأشياء والمواد التي سوف يستخدمها الحلاق لتحقيق ذلك الغرض ، والمسافر يشتري خدمة النقل من نقطة أ إلى ب بصرف النظر عن ما يحيط من ملاحق وتسهيلات .
- إلا أن **Lovelock** نفسه يقر بأن هذا التعريف لا يعطي للخدمة أبعادها ومضامينها الحقيقية ، بل هو يعتبر هذا التعريف مجرد مؤشر يمكن اللجوء إليه للتمييز بين السلعة والخدمة .
- وفي الواقع العلمي أو الميداني يصعب بالفعل التمييز بشكل مطلق بين الخدمات والسلع ، وهذا يعود إلى حقيقة أنه عندما تتم عملية شراء سلعة ما ، فإن هذه العملية تتضمن في الغالب أن عنصر الخدمة يكون مرافقا للسلعة ، ونفس الشيء يتطبق على شراء الخدمة ، حيث أن تقديم الخدمة يتم من خلال شيء ملموس يكون مرتبطا بها .

¹ P.Kother et B.dubois – Marketing mangement – 12eme édition publi , learson 2006 .P 462.

جدول رقم (1 - 2) : فهم طبيعة الخدمة

من هو المنتفع المباشر من الخدمة		
الأشياء	الأشخاص	ما هي طبيعة عملية الخدمة ؟
خدمات موجهة إلى سلع وأشياء مادية قابلة للإملاك	خدمات موجهة للأشخاص	
- الشحن - الصيانة وتصليح صناعي - الحراسة - التنظيف والغسل - علاج بيطري	- علاج / صحة - نقل الأشخاص - قاعة التجميل - قاعة للرياضة - مطعم - قاعة للحلاقة	عملية مادية
خدمات موجهة لأملاك غير ملموسة	خدمات موجهة لأذهان الأشخاص	عملية غير مادية
- المصرف - المحاسبة - التأمينات - الخدمات القانونية	- برامج إذاعية - المسرح - المتحف - التعليم - خدمات إعلامية	

Source : Lovelock .E.et jochen .w et Demis .L – marketing des services – 5^e ed
Pearson éducation 2004. P 15

وبصفة عامة يمكننا اعتبار الخدمة بمثابة أداء إنساني يقدمه شخص إلى آخر لينتفع منه فهو غير ملموس ولا يؤدي إلى إمتلاك شيء مادي ، أو تكون متعلقة بسلعة في شكلها المادي ، كما يمكن أن تجمع بين الإثنين ولا تكون بالضرورة مصاحبة لسلعة منظورة .

وبهذا الشكل يمكن الحصول على الخدمة إما من طرف شخص يعمل في المنظمة أو من خلال المعدات والتجهيزات الآلية التي تضعها المنظمة في خدمة الزبائن فإستعمال المنظمة لهذه التجهيزات بغرض رفع أدائها والسماح للزبون من الإنتاج بالخدمة بالطريقة والأسلوب الذي يراه مناسباً.¹

2- تصنيف الخدمات : عادة ما تصنف الخدمات وفق المعايير ، و الأسس التالية:²

أ- حسب نوع السوق / الزبون / المستفيد :

- خدمات إستهلاكية : هي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات شخصية مثل السياحة ، الصحة ، وخدمات النقل والإتصال ، التجميل .
- خدمات المنشآت : وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات المنظمات كما هو الحال في الإستثمارات الإدارية والخدمات المحاسبية والقانونية والمالية وصيانة المباني والمعادن.

ب- حسب الإعتماذية في تقديم الخدمة :

- خدمات تعتمد في تقديمها على الإنسان بدرجة كبيرة مثل الأطباء، المحامين، والإداريين.
- خدمات تعتمد على المستلزمات المادية، ومن أمثلتها خدمات الإتصالات السلكية واللاسلكية ، وخدمات النقل العام وخدمات غسل السيارات ألياً ، والنقل الجوي .

ج- حسب درجة إتصال المستفيد :

- خدمات ذات إتصال شخصي عالي مثل خدمات الطبيب ، المحامي ، النقل الجوي ، فحضور المستفيد من الخدمة أمر ضروري .
- خدمات ذات إتصال شخصي منخفض مثل خدمة الصراف الألي والتسويق عبر الأنترنت .
- خدمات ذات إتصال شخصي متوسط مثل خدمة المطاعم السريعة وخدمة الترفيه في المسرح .

¹ ساهل سيدي محمد ، " آفاق تطبيق التسويق في المؤسسات المصرفية العمومية الجزائرية " ، دكتوراه دولة ، أبو بكر بلقايد ، تلمسان ، 2003/ 2004 ص105.

² حميد الطائي ، بشير العلاق ، " تسويق الخدمات (مدخل استراتيجي ، وظيفي، تطبيقي)" ، الطبعة العربية ، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2009 ، ص 28 .

II - 1 - 2 : خصائص الخدمة

تنفرد الخدمة بالمقارنة مع السلعة بعدد من السمات والخصائص المتفق عليها من قبل الباحثين المتخصصين ، وهذا التباين يخلق الكثير من أنواع التحديات بإعتبار أنها محددة لأي إستراتيجية تسويقية بالنظر إلى الخدمات بمختلف أنواعها ، كما تعد هذه الخصائص من المقومات الأساسية في إعداد البرامج التسويقية في مجال الخدمات التي يجب أخذها في الحسابات ومن أبرز هذه الخصائص .

1- الخدمات الغير الملموسة : Intangibility

من أبرز ما يميز الخدمة عن السلعة أن خدمة غير ملموسة بمعنى أنه ليس للخدمة وجود مادي ، أي من الصعب تذوقها والإحساس بها ورؤيتها أو شمها أو سماعها قبل شرائها، فالإتجاهات والأراء حولها يتم البحث عنها قبل الحصول عليها ، وتكرار الشراء قد يعتمد على الخبرة السابقة والمستهلك قد يحصل على شيء مادي ملموس ليمثل الخدمة، ولكن في النهاية فإن شراء الخدمة هو شراء غير ملموس.¹

وقد ترتب على لاملموسية الخدمات العديد من النتائج أهمها :²

- ❖ إن الخدمة تعتبر مستهلكة لحظة إنتاجها بمعنى صعوبة تخزين الخدمة قياسا بالسلعة فمثلا مقعد خالي في الطائرة أو المسرح يعتبر خسارة طالما أنه لا يمكن خزن هذه المقاعد الخالية لبيعها لاحقا .
- ❖ إستحالة المقارنة بين الخدمات لإختيار أفضلها كما هو الحال في السلع وبالتالي فان الفحص والمقارنة لا تتم إلا بعد شراء الخدمة وليس قبله.
- ❖ يترتب على عدم ملموسية الخدمة إقتصار توزيعها على الوكلاء والسماسة وبالتالي فان عملية التجار ليس لهم دور في ذلك لأن التاجر هو وسيط تنقل إليه ملكية الأشياء التي يتعامل بها ، وهو ما لا يمكن أن يحصل في الخدمات طالما أنها غير ملموسة ، فنقل الملكية ينصب بالطبع على أشياء ملموسة فقط .
- ❖ وبما أن الخدمات غير ملموسة ، فإن قدرة مسوقها على إستخدام الأساليب التقليدية في الرقابة على الجودة تكون ضئيلة أو معدومة ، ولهذا توجد أساليب أخرى مبتكرة لقياس جودة الخدمات مثل قياسات ولاء الزبائن ومستويات الرضا .

¹ هاني حامد الضمور - تسويق الخدمات - دار وائل ، الأردن ، 2005 ، ص 24.

² حميد الطائي ، بشير العلاق ، المرجع السابق ، ص 24.

❖ يصعب اللجوء إلى الأساليب المضاربة في الخدمات حيث لا يمكن شراء الخدمة وقت الفيض حيث تصل الأسعار إلى مستوياتها الدنيا وخزنها فترة معينة من الزمن وبيعها فيما بعد عندما يقل المعروض منها حيث تبدأ الأسعار بالارتفاع .

2- عدم الانفصال عن المصدر: Inseparability

بدون المستهلك فإن المنظمة ذات طابع خدماتي لا تنتج شيء فعدم انفصال عن مقدم الخدمة في الخدمات يعني في آن واحد بالتلازمة ووجود المستفيد وقت إنتاج الخدمة .

🚦 **التلازمة :** عدم انفصال المستفيدين من الخدمة عن مقدمها، وهي خاصية تتميز بها معظم الخدمات في حين أن السلع تنتج ومن بعد ذلك تباع ثم تستهلك فالخدمات تنتج وتباع في وقت واحد ، مثل قضاء ليلة في فندق ، أو تناول وجبة طعام في مطعم ، أو السفر في طائرة .و من السمات المهمة في هذه الخاصية بالنسبة للمنظمات عدم إمكانية تخزين الخدمة مما يعني أن عامل الوقت ليس مهما بالنسبة للمنظمات الخاصة بالخدمات وهذا لإستحالة عرض الخدمة وتخزينها لمواجهة تغيرات الطلب

🚦 **وجود المستفيد من الخدمة:** في كثير من الحالات فإن المستفيد من الخدمة يجب أن يكون حاضرا طيلة فترة تقديمها، مثل حلاقة الشعر، السفر في الطائرة، في حين أن حضور ووجود المستفيد من السلعة ليس بالأمر الضروري.¹

3- عدم ثبات أو تماثل الجودة: Inconsistency

نعني بهذه الخاصية البالغة الصعوبة هي عدم القدرة في كثير من الحالات على تنميط الخدمات وخاصة تلك التي يعتمد تقديمها على الإنسان بشكل كبير وواضح ، وهذا يعني ببساطة أنه يصعب على مورد الخدمة أن يتعهد بأن تكون خدماته متماثلة أو متجانسة على الدوام ، وبالتالي فهو لا يستطيع ضمان مستوى جودة معين لها مثلما يفعل منتجو السلع ، وبذلك يصبح من الصعوبة على طرفي التعامل المورد والمستفيد التنبؤ بما ستكون عليه الخدمات قبل تقديمها والحصول عليها .

¹ J. Lendrevie . J . Lévy et D. Lindon – Mercator – Editions Dalloz – 7eme édition 2003.

فعملية جراحية مثلاً يجريها جراح مشهور تعد أفضل من حيث الجودة والإتقان والأمان وفرص النجاح مقارنة بعملية يجريها جراح أقل خبرة .

كما أن هذه الخاصية تدفع منظمات الخدمة إلى السعي لتقليل التباين في خدماتها إلى أدنى حد ممكن ويمكن أن يتم ذلك من خلال إتباع الخطوات التالية :¹

- الإختيار والتدريب الجيد للعاملين كما يحدث بالنسبة للعاملين في مجال الخدمات المصرفية ، وشركات الطيران ، الفنادق ، المطاعم ، وصالونات الحلاقة والتجميل .
- تنميط عمليات أداء الخدمة على مستوى المنظمة كليا مثل الإستعانة بالأجهزة والمعدات خصوصا الإلكترونية منها للمحافظة على ثبات وتجانس الخدمة المقدمة .
- متابعة مستوى رضا المستفيد عن الخدمات المقدمة له ، وذلك من خلال تسويق العلاقات ومتابعة الشكاوي وغيرها .

4- عدم إمكانية الإحتفاظ أو تخزين الخدمات : Inventory

لا يمكن الإحتفاظ بالخدمة وتخزينها من أجل إستخدامها في أوقات لاحقة فالخدمات تتعرض للزوال والفناء حال إستخدامها وهذا ما يميز التذبذب في الطلب على بعض الخدمات بإعتباره غير مستقر ، فيختلف الطلب على الخدمات الصحية من يوم لأخر أو على الخدمات الفندقية من يوم لأخر وليس فقط من موسم لأخر ، فوجود غرف فارغة في فندق أو مقعد غير مشغول على متن رحلة جوية أو مسرح يشكل خسارة بإعتبارها تمثل طاقات غير مستغلة ومعطلة في ذلك الوقت وبالتالي عدم قدرة مقدمي الخدمات على تخزين هذه الطاقة المعطلة لوقت آخر كما يحدث في السلع المادية الملموسة التي لو تم إنتاجها تخزن لحين الطلب عليها .²

وللحد من عدم التوازن بين العرض والطلب في الخدمات يمكن إتباع الإجراءات التالية :³

- تسعير الخدمات بأسعار مختلفة بمواسم مختلفة مما يؤدي إلى تحويل جزء من طلب الخدمات من أوقات الشدة إلى أوقات الكساد كما هو الحال في تسعير أسعار تذاكر السفر في موسم الصيف وموسم الشتاء (التسعير التمييزي).

- إستخدام أنظمة الحجز المسبقة لمواجهة التغير في مستوى الطلب بشكل جيد .

¹ حميد الطائي ، محمود الصميدعي ، بشير العلاق ، " الأسس العلمية للتسويق الحديث " ، دار البازوري العلمية ، عمان ، 2007 ، ص 199 .

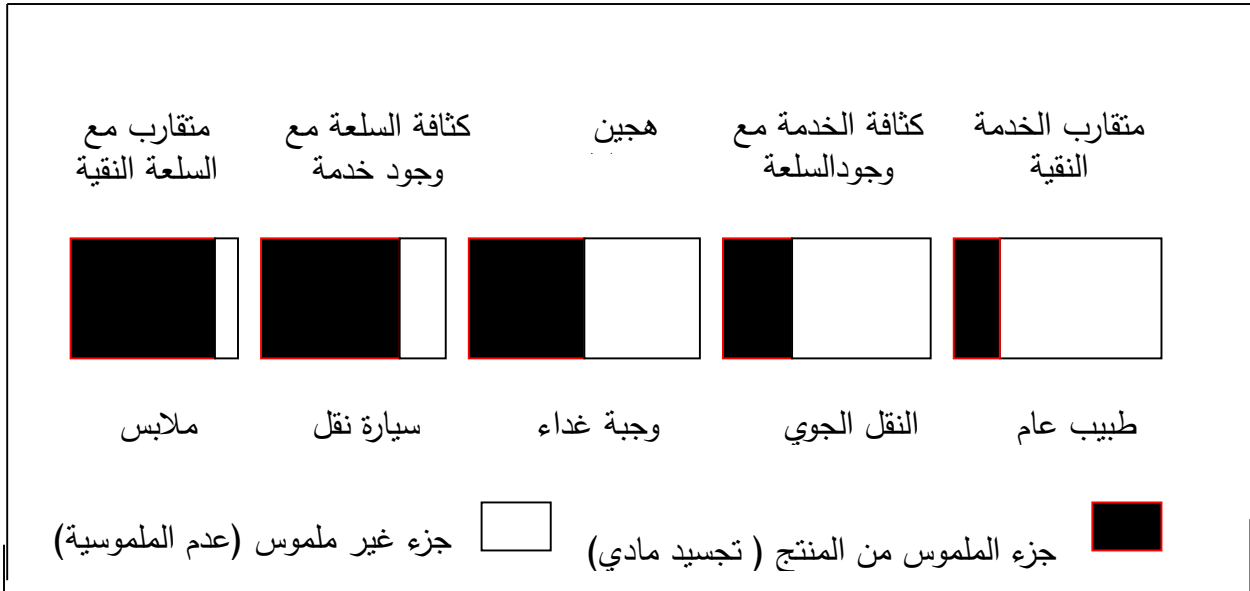
² زكريا عزام ، عبد الباسط حسونة ، مصطفى الشيخ ، " مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق " ، دار السيرة ، عمان ، 2008 ، ص ص 257-258 .

³ P .kotler -Marketing Management – the Millemium 10th Edition Prentie Hall N.J. 2000 .P P 429, 433

- تشغيل قوة إضافية خلال فترات الذروة كما هو الحال في المطاعم وشركات الطيران .
 - زيادة مساهمة طالبي الخدمة في أدائها مثل المطاعم التي تعتمد نظام الخدمة الذاتية Self-services لتخفيف العبء على مقدم الخدمة .
- وبناء على الخصائص الأربعة السابقة الذكر يمكننا التمييز بين السلع المادية والخدمات ، ولكن في كثير من الأحيان تطرح لدينا مشكلة التداخل بين السلعة والخدمة فمثلا عندما يدخل الشخص إلى مطعم وتقدم له وجبة فهل يمكننا إعتبارها خدمة أم سلعة ؟

لمحاولة الإجابة على هذا السؤال سنأخذ الشكل التالي :

الشكل رقم (1 - 2) : التداخل بين السلع والخدمات

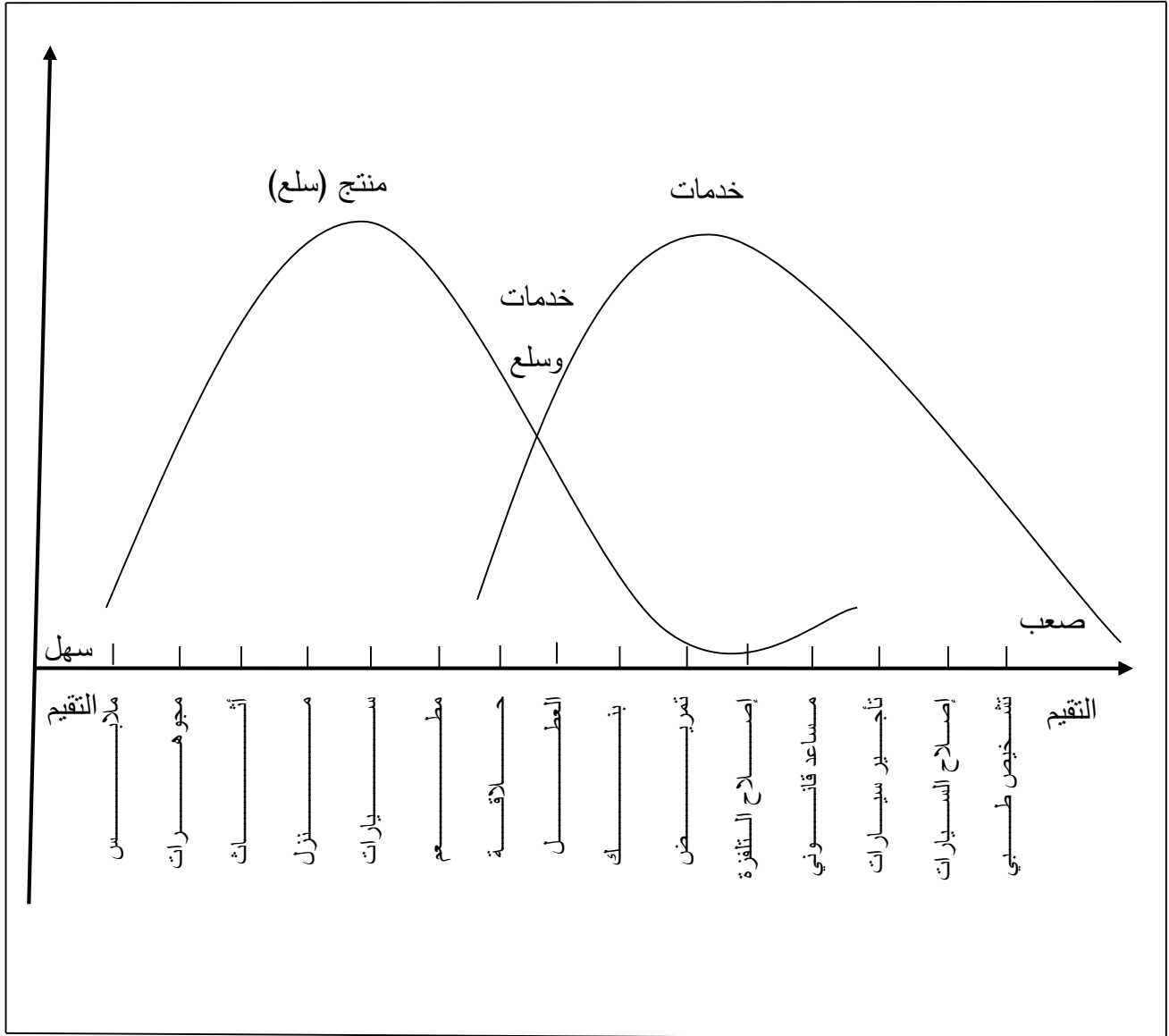


Source : Léonard.L , Berry –le Marketing Fondement et Application – Mc Grahll . Canada 1990. P10

يوضح الشكل أعلاه في ميدان الطب العام سيطرة جزء كبير من الخدمة مع وجود جزء طفيف من المنتج ، أما في ميدان النقل الجوي هناك جزء معتبر من الخدمة مع وجود معتبر من المنتج المادي ، أما وجبة الغداء فهناك تقاسم نصفي بين الجزء الملموس وغير الملموس وعليه يمكن القول بأن التعريف السابق هو متعارف عليه وليس تقسيم صحيح مئة بالمئة .

وهناك شكل آخر يسهل التقسيم بين المنتجات المادية والخدمة وهو كالأتي :

الشكل رقم (2 - 2) : التمييز بين السلع والخدمات



Source : P.kotler et B.debois OP.Cit. P64

يوضح الشكل التداخل والتمييز بين الخدمات والسلع، فمن جهة تكون مصادر المعلومات من طرف الأعوان كما يكون الإتصال الشخصي قويا مع عدم التجسيد المادي ، أما من الجهة اليسرى فمصادر المعلومات لا تكون من طرف الأعوان والعمال ، والإتصال الشخص في هذه الحالة يكون ضعيفا مع التجسيد المادي ، إن أنشطة المصارف تقع بين مختلف السلع والخدمات حيث نلاحظ أنها تتوسطها . لذا يصعب التفريق بين السلع والخدمات في القطاع المصرفي والمعلومات التي يريد الفرد الحصول عليها تكون بالخبرة في هذا المجال .

II - 2 : نماذج قياس جودة الخدمة

تعتبر عملية القياس أحد المحاور الأساسية لتطوير جودة المنتجات و الخدمات فقد ذكر (Oakland,1995)¹ أن ما لا يمكن قياسه لا يمكن تطويره، و قد ناقش (Crosby,1984) اعتقاد بعض المؤسسات أن عملية القياس مكلفة للوقت و المال حيث أكد أن المكلف للمال و المضيع للوقت هو عدم وجود مقاييس، حيث لا يمكن تحديد مدى تطور أو تراجع الكفاءة الإنتاجية و مستوى الخدمة. أما (Pearson,1999) فقد أضاف بأن وجود نظام محكم للقياس هو الخطوة الأولى للتكامل و الإبداع في تطوير جودة الخدمات و المنتجات، و قال أن استخدام التكنولوجيا الحديثة و الأساليب الإحصائية تدعم كفاءة العمليات الإنتاجية و الخدماتية.

يرى (PZB,1985)² أن الخدمات أكثر صعوبة للتقييم و القياس بالمقارنة مع السلع المادية، و ذلك بسبب خصائصها المميزة، خاصة فيما يتعلق بصفات البحث، التجربة و الاعتقاد، فإذا كان ما تقدمه مؤسسة ما لزبائنهم يحتوي على: صفات البحث فهو سهل التقييم، صفات التجربة صعب التقييم، صفات الاعتقاد أصعب للتقييم. و بما أن الخدمات غنية بصفات التجربة و الاعتقاد و فقيرة من حيث صفات البحث فهذا ما يجعل عملية القياس صعبة، فأبعاد جودة الخدمة العشرة حسب (PZB,1985) اثنين منها تحوي صفات البحث (الملموسية و المصادقية)، و التي يمكن معرفتها قبل عملية الشراء، في حين ستة منها تحوي صفات التجربة (الوصول إلى الخدمة، المجاملة، الاعتمادية، الاستجابة، فهم/معرفة العميل و الاتصال)، و اثنين تحوي صفات الاعتقاد (المهارات و المعارف لتقديم الخدمة و الأمن).

لقد وضع العديد من الباحثين العديد من النماذج لقياس و تقييم جودة الخدمات، أحصاها (Seth,N., Deshmukh,S.G., and Vrat,P.,2005)³ في 19 نموذجاً مختلفاً، غير أن أكثر هذه النماذج شهرة و تطبيقاً هما نموذج جودة الخدمة و نموذج أداء الخدمة، و سوف نتطرق فيما يلي إلى هاذين النموذجين، بالإضافة إلى بعض أهم النماذج الأخرى.

¹ بو مطيع، خالد جاسم، الجودة الشاملة في التعليم بين المقاييس و المؤشرات، 2002
<http://www.ksa-teachers.com/forums/t185034> , (06/04/2015)

² Parasuraman,A.,Zeithaml, Valarie A., and Berry, Leonard L.(1985), A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Vol.49,PP. 41-50

³ Seth,N.,Deshmukh,S.G., and Vrat,P.(2005),Service Quality Models: a Review, International Journal of Quality and Reliability Management, Vol.22,N°9,PP.913-949.

II - 2 - 1 : نموذج جودة الخدمة

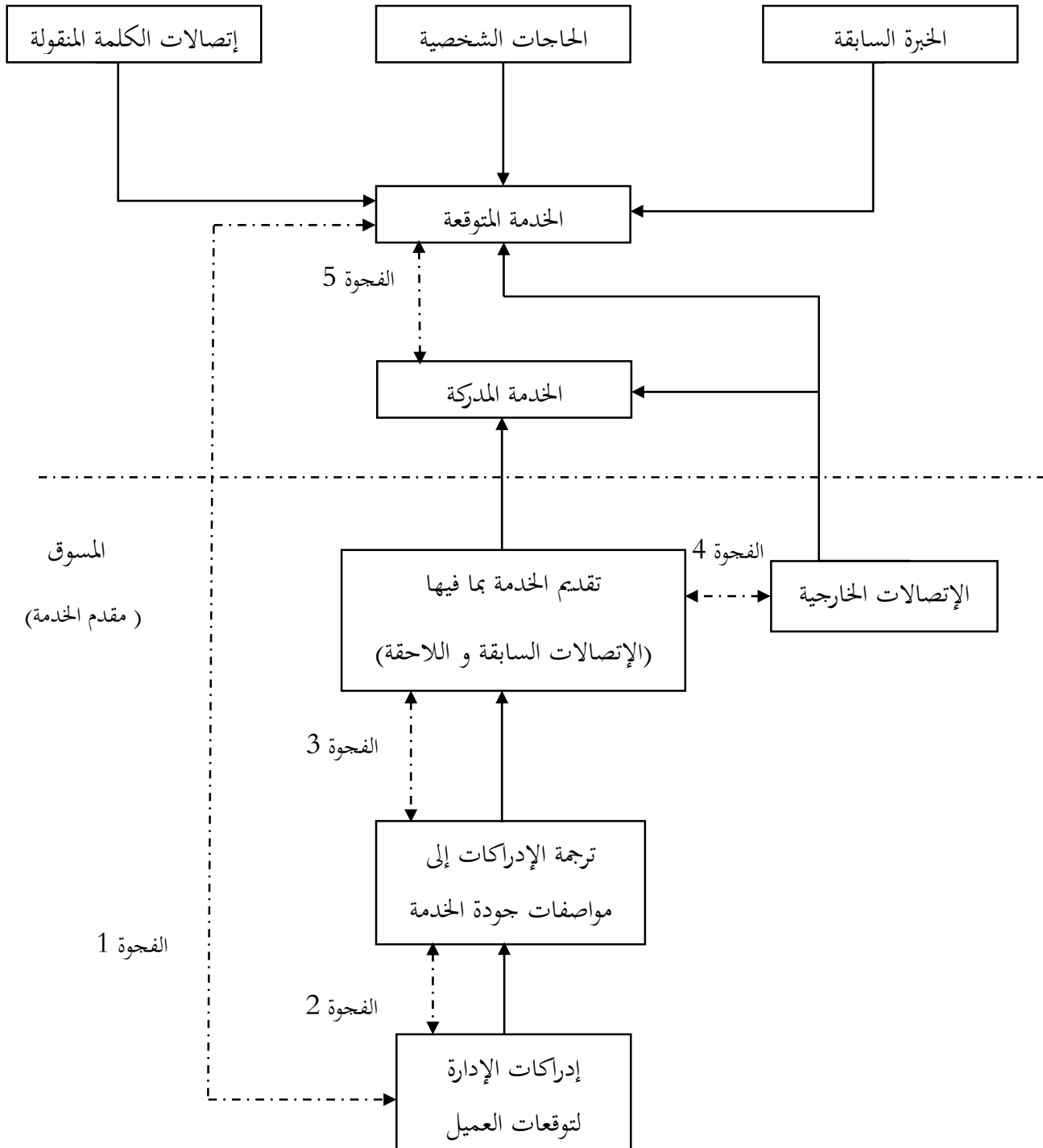
1- تطور نموذج جودة الخدمة :

يطلق على نموذج جودة الخدمة (Service Quality) الذي يعرف اختصاراً بـ (ServQual) ، تسميات أخرى هي : نموذج الفجوات (The Gaps Model) ، الإدراكات ناقص التوقعات (Perceptions-Minus-Expectations) ، و فرق النتيجة (Different Scores).

يرجع نموذج جودة الخدمة إلى الباحثين (Parasuraman, Zeithaml and Berry) الذين طوروا سنة 1985 نموذجاً لقياس وتقييم جودة الخدمة يقوم على قياس خمس فجوات (أربع فجوات من جهة مقدم الخدمة أو المسوق، و فجوة من جهة الزبون)، و الشكل الموالي يوضح مختلف هذه الفجوات:

العميل

الشكل رقم (3-2): نموذج جودة الخدمة (PZB, 1985)



المصدر : Parasarman,A.,Zeithaml, Valarie A., and Berry, Leonard L.,Op.Cit.,P 44

يمثل الجزء العلوي من النموذج الفجوة التي تتعلق بالزبون ، و التي تتطلب قياسا خارجيا (External Measurement) ، بينما يمثل الجزء السفلي الفجوات الأربع المتعلقة بمقدم الخدمة و التي تتطلب قياسا داخليا (Internal Measurement) ، و هي كما يلي:

الفجوة الأولى : بين توقعات العميل و إدراك الإدارة لهذه التوقعات.

معرفة عن عجزها أي التوقعات، لهذه الإدارة إدراك و العميل توقعات بين الاختلاف عن الفجوة هذه تنتج و احتياجات و رغبات العملاء المتوقعة، لأنه إذا ما عرفت إدارة المنظمة ما الذي يتوقعه العملاء كان بمقدورها تقديم خدمات وفقا لهذه التوقعات و بالتالي سوف تكون مرضية (الخدمات) بالنسبة لهم لأنها تقابل توقعاتهم.

أما فيما يخص الأسباب التي تؤدي إلى ظهور هذه الفجوة حسب¹ (ZBP,1988) نجد ما يلي:

1- التوجه ببحوث التسويق*(-)(Marketing Research Orientation): و يضم هذا العنصر ما يلي:

- حجم بحوث التسويق
- مدى استخدام بحوث التسويق
- درجة تركيز بحوث التسويق على المسائل المتعلقة بجودة الخدمة
- درجة التفاعل المباشر بين الإدارة و العملاء

2-الاتصالات الصاعدة (-)(Upward Communication): و يقصد بها:

- درجة الاتصال بين الموظف و المدير
- درجة الأخذ بمدخلات (المعلومات التي يحصل عليها) موظفي المكاتب الأمامية
- جودة الاتصال بين الإدارة العليا و موظفي المكاتب الأمامية

3- مستويات الإدارة (+)* (Levels of Management) و يقصد بها عدد المستويات بين موظفي المكاتب الأمامية و الإدارة العليا، فكلما كان هناك عدد كبير من هذه المستويات كلما اتسعت الفجوة الأولى.

¹ Zeithaml, V.A., Berry, L.L., and Parasuraman, A. (1988), Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality, Journal of Marketing, Vol.52, PP. 38-44.

*إشارة (-) تعني أن وجود هذا العنصر يؤدي إلى تضيق الفجوة، أما إشارة (+) تعني وجود هذا العنصر يؤدي إلى اتساع الفجوة.

الفجوة الثانية: بين إدراك الإدارة و مواصفات جودة الخدمة.

تنتج هذه الفجوة عن الاختلافات بين المواصفات الخاصة بالخدمة المقدمة بالفعل، و بين إدراكات الإدارة لتوقعات العملاء، بمعنى أنه حتى لو كانت حاجات العملاء المتوقعة و رغباتهم معروفة للإدارة فإنه لن يتم ترجمتها إلى مواصفات محددة في الخدمة المقدمة و ذلك للأسباب التالية:

1- التزام الإدارة بجودة الخدمة (-)(Management Commitment to Service Quality): و تشمل:

- حجم الموارد المخصصة للالتزام بالجودة
 - وجود برامج للجودة الداخلية
 - درجة إدراك المسيرين في المنظمة أن جهودهم لتحسين جودة الخدمات سوف يعترف بها، و يكافئون عليها
- 2- تحديد هدف (-)(Goal Setting):

- تحديد أهداف شكلية خاصة بجودة الخدمة

3- تنميط المهمة (-) (Task Standardization):

- استخدام التكنولوجيا التي تعتمد على الأجهزة من أجل تنميط العمليات
- استخدام التكنولوجيا التي تعتمد على البرمجيات من أجل تنميط العمليات

4- إدراك ما يمكن القيام به (-)(Perception of Feasibility):

- كفاءات/أنظمة لمقابلة المواصفات
- درجة اقتناع المسيرين بمقابلة توقعات العملاء

الفجوة الثالثة: بين مواصفات جودة الخدمة و التسليم الفعلي للخدمة.

و التي يمكن أن يطلق عليها أيضا اسم فجوة أداء الخدمة الفعلي¹ (Service Performance Gap)

تنتج هذه الفجوة عن الفرق بين مواصفات جودة الخدمة و التسليم الفعلي لها، بمعنى أن مجرد وجود مواصفات

¹ Zeithaml, V.A., Berry, L.L., and Parasuraman, A., Op.Cit., P. 41

مناسبة لجودة الخدمة لا تكفي بل لابد أن يلتزم مقدمو الخدمة بهذه المواصفات حتى تضمن المنظمة تقديم الخدمة وفقا للمواصفات الصحيحة الموضوعية و بالتالي تقابل توقعات العملاء، و لهذه الفجوة أيضا عدد من الأسباب تتمثل فيما يلي:

1- فريق العمل (-)(Team Work) و يضم ما يلي:

- مدى اعتبار الموظفين لبعضهم البعض كزبائن
- مدى إحساس موظفي المكاتب الأمامية باهتمام المسيرين بهم
- مدى إحساس موظفي المكاتب الأمامية بتعاونهم مع بعضهم البعض (بدلا من منافسة بعضهم البعض) داخل المنظمة

- مدى إحساس الموظفين بإشراكهم و التزامهم بجودة الخدمة.

2- ملائمة الموظفين للعمل (-)(Employee-Job Fit): و يضم:

- قدرة الموظفين على أداء العمل
- أهمية و فعالية العمليات الاختيارية،(عمليات اختيار الموظف المناسب للعمل المناسب)
- 3- ملائمة التكنولوجيا للعمل (-)(Technology-Job Fit): و يضم هذا العنصر ما يلي:
- ملائمة الأدوات و التكنولوجيا من أجل أداء العمل.

4- الرقابة المدركة (-)(Perceived Control) و يضم ما يلي:

- إدراك الموظفين بأنهم يراقبون أعمالهم
- مدى إحساس موظفي المكاتب الأمامية بالمرونة في معاملاتهم مع الزبائن
- القدرة على التنبؤ بالطلب (Predictability of Demand).

5- أنظمة الرقابة الإشرافية (-)(Supervisory Control Systems):

- مدى تقييم الموظفين لما يقومون به (السلوكات) بدلا من تقييمهم على حجم المخرجات الفردية.

6- صراع الأدوار (+)(Role Conflict):

- الصراع المدرك بين توقعات العملاء و توقعات المنظمة
- وجود سياسة إدارية تتعارض و مواصفات جودة الخدمة

7- عدم وضوح الأدوار (+)(Role Ambiguity):

- عدم امتلاك الموظفين للمعلومات اللازمة لأداء أعمالهم بطريقة مناسبة.
- الفجوة الرابعة:** بين تسليم الخدمة و الاتصالات الخارجية.

تنتج هذه الفجوة عن الفرق بين الخدمة المقدمة بالفعل و الاتصالات الخارجية، و هي تعني أن الوعود التي قطعتها المنظمة على نفسها خلال اتصالاتها بالعملاء لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة، و لهذه الفجوة أسباب تتمثل فيما يلي:

1- الاتصالات الأفقية (-)(Horizontal Communication): و يضم هذا العنصر ما يلي:

- اتصال موظفي المكاتب الأمامية بموظفي الإشهار حتى يتمكنوا (موظفو المكاتب الأمامية) من تقديم خدمات تقابل ما تم عرضه و الوعد به في إشهارات المنظمة
- مدى إدراك موظفي المكاتب الأمامية لأهمية الاتصال مع الزبائن
- الاتصال ما بين قسم المبيعات و قسم العمليات
- تشابه الإجراءات ما بين المصالح و الفروع

2- الميل لإعطاء وعود مبالغ فيها (+)(Propensity to Overpromise):

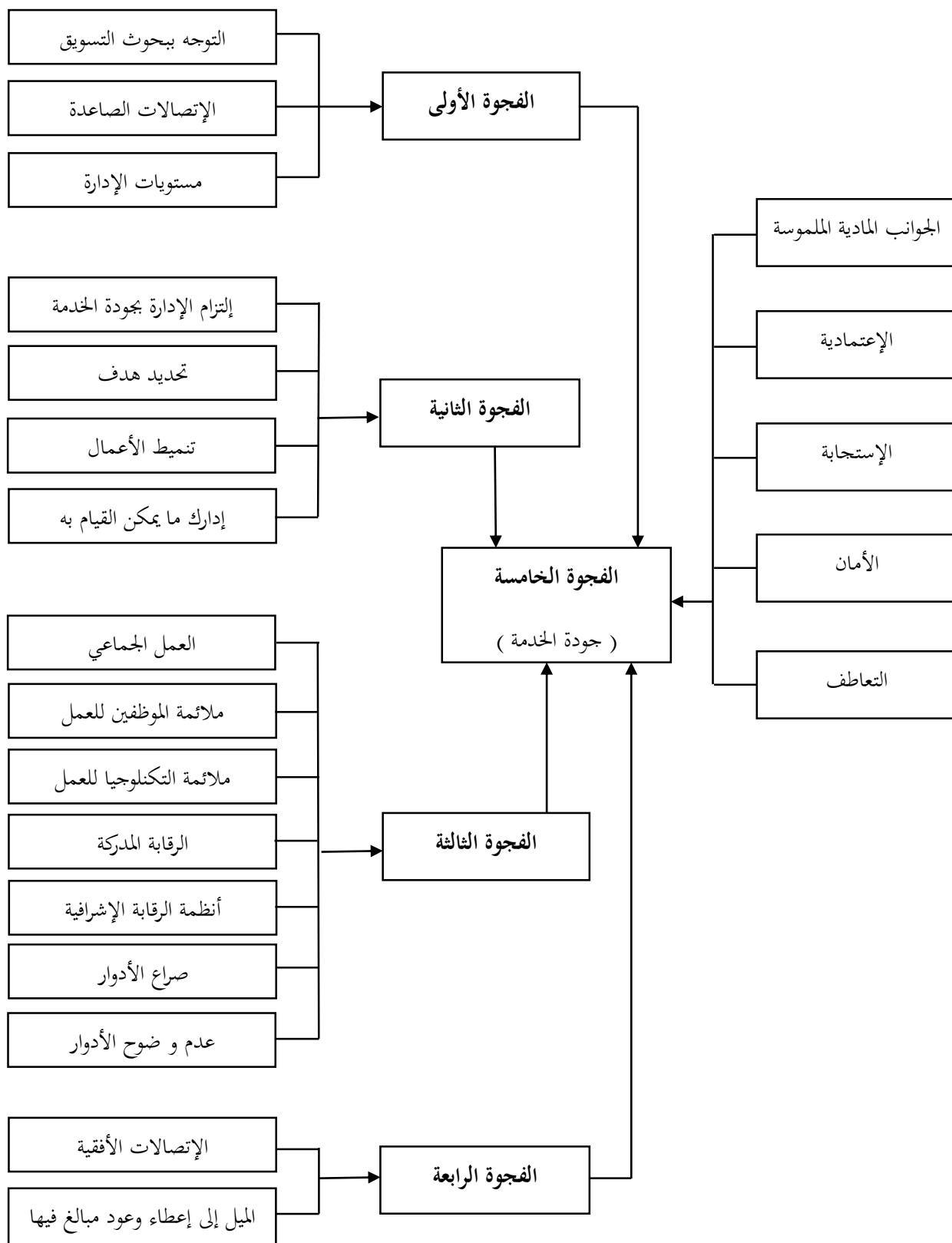
- مدى إحساس المنظمة بالضغط لجلب زبائن آخرين
- درجة إدراك المنظمة بأن المنافسين يبالغون في إعطاء وعود

الفجوة الخامسة: بين الخدمة المدركة و الخدمة المتوقعة.

تمثل هذه الفجوة المحصلة النهائية لجميع الفجوات السابقة أي: $Gap\ 5 = F(Gap1, Gap2, Gap3, Gap\ 4)$ ¹ إذ يتم على أساسها الحكم على جودة الخدمة ككل، أما عن أسباب حدوث هذه الفجوة فإنها تنتج إذا ظهرت إحدى الفجوات السابقة أو جميعها، لأن ظهور أي فجوة من هذه الفجوات يعني أن الخدمة لم تقدم بما يقابل توقعات العملاء، و حتى تتمكن المنظمة من سد هذه الفجوة فإنه يتوجب عليها أن تسد جميع الفجوات و اعتمادا على ما سبق فقد قدم (ZBP) سنة 1988 نموذجا موسعا لجودة الخدمة يضم مختلف الأسباب المؤدية لظهور الفجوات الأربع السابقة كمتغيرات مستقلة و الفجوة الخامسة كمتغير تابع، و الشكل الموالي يوضح ذلك.

¹ Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., and Berry, Leonard L., Op.Cit., P. 46

الشكل رقم (4 - 2) : النموذج الموسع لجودة الخدمة. (Extended Model of Service Quality).



المصدر : Zeithaml, V.A., Berry, L.L., and Parasuraman, A., Op.Cit., P.44

إن نموذج جودة الخدمة كان يعتمد سنة 1985 على عشرة أبعاد تتمثل في: الاعتمادية ، الاستجابة ، الوصول إلى الخدمة ، المجاملة ، الاتصال ، المصداقية ، الأمان ، فهم/معرفة العميل ، و الجوانب المادية الملموسة، و لكن (PZB) اختزلوا هذه الأبعاد سنة 1988 إلى خمسة أبعاد هي : الجوانب المادية الملموسة ، الاعتمادية ، الاستجابة ، التعاطف و الأمان ، و من هذه الأبعاد قاموا باستنباط اثنين و عشرين محددًا من محددات الجودة (Quality Determinants) و ذلك من خلال سلسلة من المقابلات أجروها مع جماعات تركيز، تمثل عملاء لمؤسسات خدمية مختلفة ، و يحتوي نموذج جودة الخدمة على مجموعتين من عناصر القياس ، منها اثنين و عشرين عنصرا (عبارة Item, لقياس توقعات العميل عن المنظمة المميزة و ما يجب أن تقدمه من خدمات، و اثنين و عشرين عنصرا لقياس إدراكات العميل، أي ما وجدته فعلا في الخدمة المقدمة له (انظر الملحق رقم 1) بين التوقعات و الإدراكات و الذي يمثل جودة الخدمة المدركة، و يمكن توضيح ذلك حسب المعادلة التالية:

$$Q=P-E..... (1)$$

حيث تمثل كل من:

Q : جودة الخدمة

P : الأداء المدرك

E : التوقعات

- فإذا كانت الجودة المتوقعة أكبر من الخدمة المدركة (الأداء الفعلي) فإن جودة الخدمة تكون أقل من مرضية؛

- أما إذا كانت الجودة المتوقعة متساوية مع الجودة المدركة، فإن جودة الخدمة تكون مرضية؛

- أما إذا كانت الجودة المتوقعة أقل من الخدمة المدركة فإن جودة الخدمة تكون أكثر من مرضية.

2- انتقادات نموذج جودة الخدمة:

على الرغم من الشهرة الواسعة التي نالها نموذج جودة الخدمة، و تطبيقه في العديد من دول العالم على مختلف أنواع الخدمات ، إلا أنه لم يسلم من انتقادات العديد من الباحثين سواء من الناحية المفاهيمية أو التطبيقية، و الذين انتقدوا طريقة قياس جودة الخدمة على أساس الفرق بين إدراكات و توقعات العملاء.

- ❖ يرى (Cronin and Taylor ، 1992)¹ أنه من غير الضروري إدماج توقعات العملاء عند قياس جودة الخدمة، و إنما يمكن الاكتفاء بإدراكاتهم، و على هذا الأساس فقد اقترحوا نموذجاً اتجاهياً لقياس جودة الخدمة أطلقوا عليه اسم نموذج أداء الخدمة و الذي سنتطرق إليه في المطلب الموالي.
- ❖ و بالنسبة إل (Lacobucci et al ، 1994)² فإنه من المناسب سؤال العملاء عن معايير و ليس توقعات.
- ❖ يرى (Cronin and Taylor ، 1994) أن مقياس جودة الخدمة لا يقيس جودة الخدمة، و لا يقيس رضا العملاء و إنما هو شكل من أشكال التوقعات/ عدم التطابق، كما انتقدها من ناحية صدقه و بينوا بأنه فشل في إظهار صدق البناء .
- ❖ أما أهم دليل بالنسبة لـ (Cronin and Taylor ، 1994)³ في أفضلية نموذجهم على نموذج جودة الخدمة، فهو ما جاء في دراسة قام بها مجموعة من الباحثين (Boulding, Kalra, Staelin and Zeithaml) و من بينهم (Zeithaml) و هي من بين الباحثين الثلاثة الذين وضعوا نموذج جودة الخدمة ، حيث توصلوا إلى أن جودة الخدمة تتأثر فقط بإدراكات العملاء، و هو ما توصل إليه باحثون آخرون من بينهم: (Babakus and Mangold, 1992) و (Peter, Churchill, Brown ، 1992)

¹ Cronin, J. Joseph, and Taylor, Steven A. (1994), Servperf Versus Servqual : Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality, [Electronic Version] Journal of Marketing, Vol.58, PP.125-131

² Coulthard, Lisa J. Morisson (2004), Measuring Service Quality: A Review and Critique of Research Using Servqual, [Electronic Version] International Journal of Market Research, Vol.46, Quarter 4, PP. 479-497.

³ Cronin, J. J., and Taylor, S. Op. Cit., P. 126

II - 2 - 2 : نموذج أداء الخدمة

1- التعريف بنموذج الخدمة :

يطلق على نموذج أداء الخدمة (Service Performance) الذي يعرف اختصاراً بـ (ServPerf) تسميات أخرى هي: الإدراكات فقط (Perceptions Only) ، التركيز على الأداء (Performance-based) .

ينسب نموذج أداء الخدمة الذي ظهر سنة 1992 إلى الباحثين (Joseph Cronin and Steven Taylor) ، وذلك نتيجة للانتقادات التي وجهوها لنموذج جودة الخدمة و خاصة ذلك الجزء المتعلق بالتوقعات، بحيث يرى (Cronin and Taylor,1994) أنه من غير المناسب قياس جودة الخدمة بالاعتماد على الفرق بين توقعات و إدراكات العملاء، و هو ما دفعهم إلى تقديم مقياس آخر يعتمد على الأداء الفعلي للخدمة و ذلك باعتبارها شكلاً من أشكال الاتجاهات.

لقد توصل (Cronin and Taylor ، 1992) إلى أن مقياس الأداء فقط (غير المرجح)، يعد أفضل المقاييس لقياس جودة الخدمة و ذلك بعد دراسة تطبيقية قاموا فيها باختبار أربعة بدائل من مقاييس جودة الخدمة كما يلي¹ :

- مقياس جودة الخدمة: جودة الخدمة= الأداء الفعلي-التوقعات
- مقياس جودة الخدمة المرجح: جودة الخدمة=الأهمية(الأداء الفعلي-التوقعات)
- مقياس أداء الخدمة: جودة الخدمة=الأداء الفعلي
- مقياس أداء الخدمة المرجح: جودة الخدمة= الأهمية*الأداء الفعلي

كما توصل (Cronin and Taylor ، 1992) أيضاً إلى أن إضافة أوزان الأهمية النسبية لا يزيد من القدرة التفسيرية لأي مقياس (سواء نموذج جودة الخدمة أو نموذج أداء الخدمة) .

أما فيما يتعلق بأبعاد ومحددات جودة الخدمة، فقد استخدم (Cronin and Taylor ، 1992) نفس الأبعاد و نفس العبارات الاثنى عشر المنقحة التي اقترحها (PZB، 1991).

و فيما يخص الأهمية النسبية فقد قام الباحثان بقياسها بالنسبة لكل عبارة من العبارات الاثنى عشر باستخدام مقياس ليكرت ذي سبع درجات

¹ Stewart,Robinson (1999),Measuring Service Quality : Current Thinking and Future Requirements,Marketing Intelligence and Planning, Vol.17,Issue 1,P. 23

2- انتقادات نموذج أداء الخدمة:

لقد حظي نموذج أداء الخدمة بقبول واسع لدى العديد من الباحثين الذين اتفقوا على أن مفهوم جودة الخدمة إنما ينعكس من خلال تقييم العميل أو المستفيد للخدمة المقدمة له، إلا أنه لم يسلم من الانتقادات و إن تركزت معظمها حول منهجية القياس و الطرق الإحصائية المستخدمة للتحقق من ثباته و مصداقيته.

يرى (Llosa et al ، 1998)¹ أن قياس (الإدراكات-التوقعات) أكثر منطقية و معنى من قياس الأداء وحده ، و ذلك لأن المجيبين حتى عند قياسهم للأداء وحده سوف يقومون ذهنيا بحساب الإدراكات-التوقعات يصرف النظر عن فهمهم أو لا لمفهوم التوقعات.

و يرى (PZB ، 1991)² أن نسبة التباين التي يفسرها نموذج أداء الخدمة 45 % و إن كانت أعلى من نسبة التباين التي يفسرها نموذج جودة الخدمة 39 % ، إلا أن الفرق بين النسبتين 6 % غير كاف للإدعاء و المطالبة بأفضلية نموذج أداء الخدمة على نموذج جودة الخدمة ، و ذلك راجع حسبهم إلى طريقة التغير المشتركة (Shared Method Variance)

و يرى (PZB, 1994) أيضا أنه و إن أظهر نموذج جودة الخدمة قدرة تفسيرية أقل من نموذج أداء الخدمة إلا أنه يتفوق عليه في قيمته التشخيصية (Diagnostic value) ، بحيث يسمح للمسيرين بتحديد مواطن الضعف في الخدمة حسب ما يراه العملاء و العمل على معالجتها.

يعتبر مقياس جودة الخدمة و مقياس أداء الخدمة أكثر مقياسين استعمالا في قياس جودة الخدمة حتى الآن، إلا أن الجدل مازال مستمرا حول أفضلية أي منهما، لدى فقد انقسم الباحثون بين مؤيد ومعارض لكل منهما، الأمر الذي يوجب على الباحثين القيام بالمزيد من الدراسات التطبيقية في هذا الشأن، و الجدول الموالي يوضح بعض الدراسات التي قارنت بين المقياسين على أساس معامل التحديد R^2 .

¹ Coulthard, Lisa J. Morisson, Op. Cit., P. 485.

² Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1994a), Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research, Journal of Marketing, Vol. 58, P. 114

الجدول رقم (2 - 2) : دراسات مختارة لمقارنة مقياس جودة الخدمة و أداء الخدمة.

ملخص النتائج	R ² لمقياس أداء الخدمة	R ² لمقياس جودة الخدمة	طبيعة الخدمة	الدراسة
في كل حالة، مقياس أداء الخدمة فسر تغير أكثر في جودة الخدمة	0.48 0.39 0.45 0.48	0.47 0.37 0.42 0.35	الخدمات المصرفية مكافحة الآفات التنظيف الجاف للملابس الوجبات السريعة	Cronin and Taylor, 1992
بينت الدراسة أن مقياس أداء الخدمة فسر تغير أكثر في جودة الخدمة الكلية من مقياس جودة الخدمة	0.44	0.35	المرافق السكنية	Babakus and Boller, 1992
بينت الدراسة أن مقياس جودة الخدمة فسر تغير أكثر في جودة الخدمة الكلية من نموذج أداء الخدمة	0.40	0.45	المؤسسات المالية	Brown, Curchill and Peter, 1992
في كل حالة، مقياس أداء الخدمة فسر تغير أكثر من مقياس جودة الخدمة	0.74 0.73 0.72 0.86	0.51 0.55 0.54 0.60	صناعة الحواسيب سلاسل التجزئة التأمين على السيارات التأمين على الحياة	PZB, 1994
استخدم الباحثون أربعة أبعاد لجودة الخدمة، و توصلوا إلى أن مقياس أداء الخدمة تفوق على مقياس جودة الخدمة.	0.81	0.48	دليل الكنيسة	Dabholkar, Shepherd And Thorpe, 2000

المصدر :

Page Jr, Thomas J, and Spreng, Richard A. (2002), Difference Score versus Direct Effects in Service Quality Measurement, Journal of Service Research, Vol.4, N°.3, P. 185

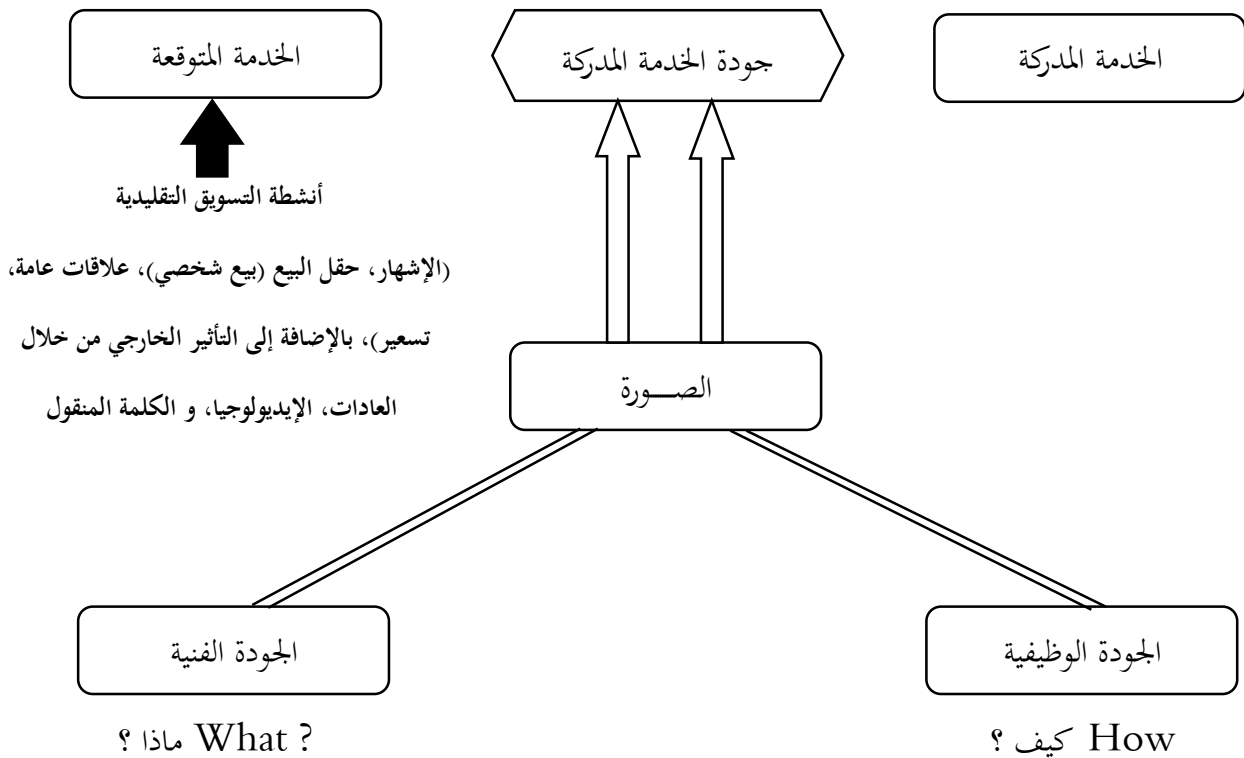
II - 2 - 3 : نماذج أخرى

بالإضافة إلى نموذجي جودة الخدمة و أداء الخدمة، وضع الباحثون نماذج أخرى لقياس جودة الخدمة نذكر منها ما يلي:

1- نموذج الجودة الوظيفية و الجودة الفنية:

يرجع هذا النموذج إلى الباحث (Grönroos ، 1984) ، الذي اقترح ثلاثة أبعاد لجودة الخدمة تتمثل في: الجودة الوظيفية ، الجودة الفنية و الصورة الذهنية للمنظمة (و التي سبق التعريف بها)، و التي على أساسها يتم تقييم جودة الخدمة، و الشكل الموالي يوضح هذا النموذج:

الشكل رقم (5 - 2) : نموذج الجودة الوظيفية و الجودة الفنية



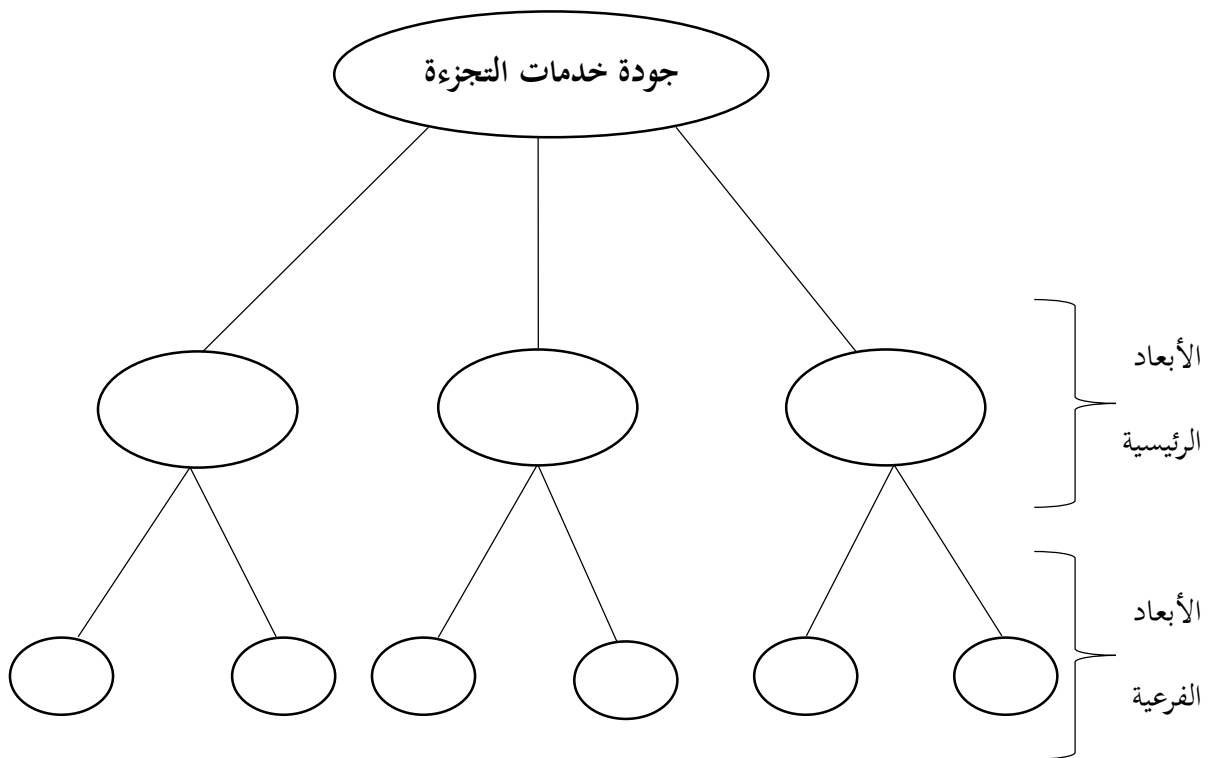
المصدر : Grönroos, C., Op. Cit., P 40

فحسب هذا النموذج فإن جودة الخدمة المدركة هي دالة لتقييم العملاء للخدمة عن طريق الفرق بين إدراكاتهم و توقعاتهم حول الخدمة، كما يوضح النموذج العناصر المؤثرة على الخدمة المتوقعة و المتمثلة في : عوامل داخلية هي أنشطة التسويق التقليدية، و مجموعة عوامل خارجية تتمثل في العادات، الإيديولوجيا، و الكلمة المنقولة.

2- نموذج المستويات (Hierarchical Approach):

لقد قدم (Dabholkar, Thrope and Rentz) سنة 1996 نمودجا لقياس جودة الخدمات بالتجزئة (Retail Service)، يعتمد على الحاجة لقياس جودة الخدمة على عدة مستويات، بحيث يعتمد الزبائن في تقييمهم لجودة خدمات التجزئة على أبعاد رئيسة، تتفرع منها أبعاد فرعية كما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (6 - 2) : نموذج متعدد المستويات لجودة خدمات التجزئة (The Multilevel Model)

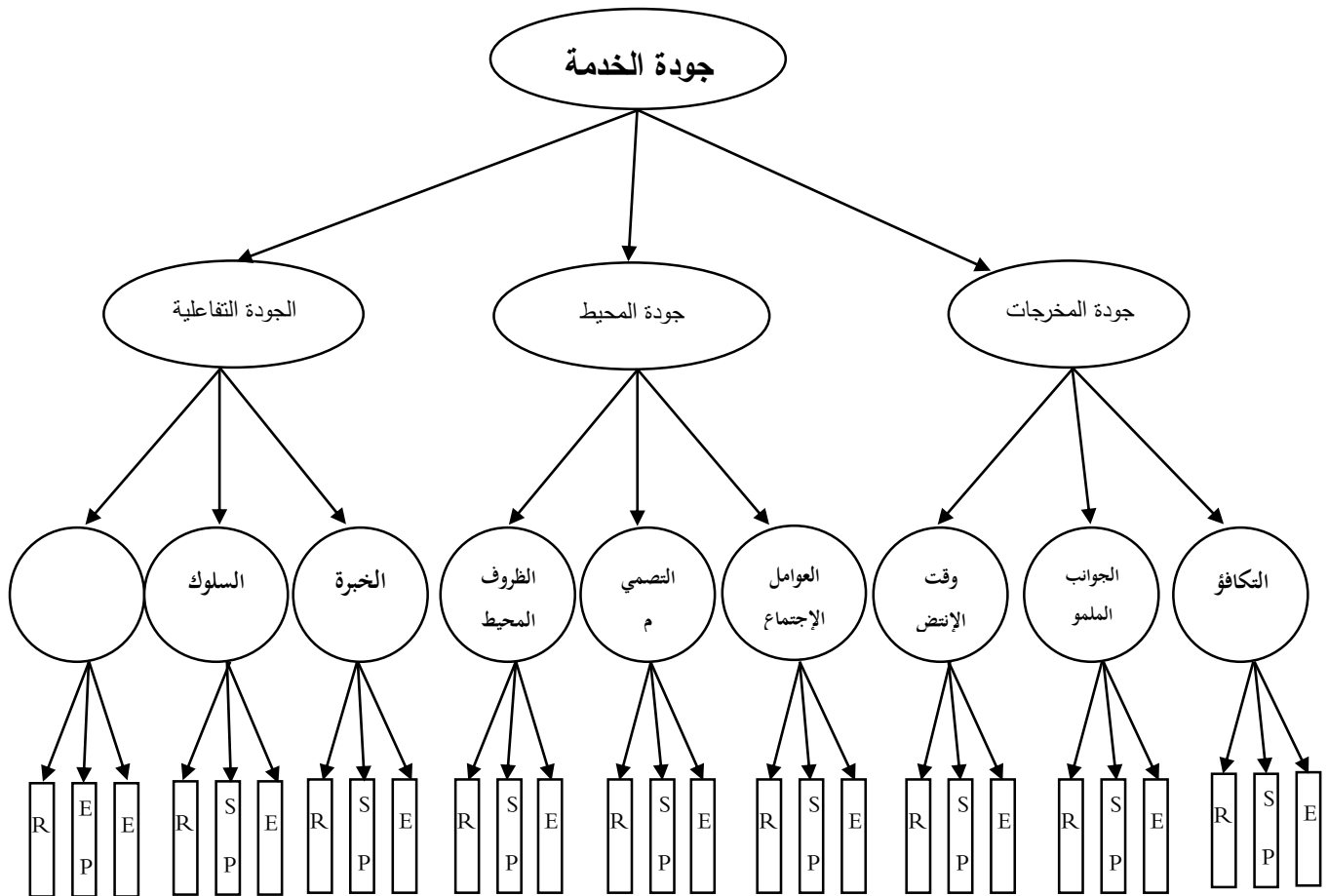


المصدر :

Brady, Michael K., and Cronin, J.J. (2001), Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality : A Hierarchical Approach, Journal of Marketing, Vol.65, P. 35.

و لقد راجع (Brady and Cronin ، 2001) هذا التحليل القائم على عدة مستويات لأبعاد جودة الخدمة و قدما نمودجا آخر يعتمد هو الآخر على مستويات كما يوضحه الشكل الموالي :

الشكل رقم (7 - 2) : نموذج المستويات



Reliability : R (الإعتمادية)

Responsiveness : SP (الإستجابة)

Empathy : E (التعاطف)

المصدر : Ibid., P 37

فلقد توصل (Brady and Cronin ، 2001) إلى أن نموذج جودة الخدمة لا يمكن تعميمه على كل أنواع الخدمات وذلك بسبب عدم الثبات في عوامله (أبعاده)، و عجزه عن تغطية و بصورة ملائمة للتعقيد في إدراكات العملاء. يعتمد نموذج المستويات على ثلاثة أبعاد رئيسية لجودة الخدمة، تندرج تحت كل بعد منها ثلاثة أبعاد فرعية كما يلي:

1) جودة المخرجات (Outcome Quality): و يتعلق هذا البعد بالجودة الفنية للخدمة، أي ما يتبقى للزبون عند انقضاء عملية تقديم الخدمة، و يضم هذا البعد الأبعاد الفرعية التالية:

التكافؤ (Valence)، الجوانب المادية الملموسة (Tangibles)، و وقت الانتظار (Waiting time)

2) جودة المحيط المادي (Physical Environment Quality): و يشمل هذا البعد كل ما يحيط بمكان تقديم الخدمة، أو ما أطلقت عليه (Bitner ، 1992) بمحيط البيئة المادية (Servicescape) و يضم:

العوامل الاجتماعية (Social Factors)، التصميم (Design) و الظروف المحيطة (Ambient Conditions)

3) الجودة التفاعلية (Interaction Quality): و يمثل هذا البعد كل التفاعلات التي تحصل أثناء تقديم الخدمة، و يضم: الخبرة (Expertise)، السلوك (Behavior) و الاتجاه (Attitude).

لقد أبقي (Brady and Cronin ، 2001) على متغيرات الاعتمادية، الاستجابة و التعاطف و لكن ليس كأبعاد مباشرة لجودة الخدمة و إنما كوصف للأبعاد الفرعية التسعة الموضحة سابقا.

يعد نموذج المستويات لـ (Brady and Cronin ، 2001)، أحدث النماذج لقياس جودة الخدمة ، و مع ذلك فإن الأبحاث مستمرة في اختبار و إعادة اختبار أكثر النماذج كفاءة، في حين يعمل باحثون آخرون على دراسة الانترنت و كيفية تطبيقه في مجال الخدمات.

خلاصة الفصل :

اتضح جليا مما سبق أن المدخل الأكثر شيوعا في تقييم جودة الخدمات هو ذلك الذي يعتمد على حكم العميل الذي يعتمد على معايير مختلفة للحكم على جودة الخدمة، لدى فإنه يتوجب على مؤسسة الخدمة العمل على معرفة هذه المعايير ، و على تقديم خدمات تلبي حاجات زبائنهم و تلبي توقعاتهم، حتى تتمكن من تحقيق رضاهم و كسب ولائهم.

كما تبين أيضا أن نماذج قياس جودة الخدمة تساعد إدارة المؤسسة الخدمية في التعرف على مدى قدرة الخدمة المقدمة للعملاء على الوفاء باحتياجاتهم و رغباتهم بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم و يحقق رضاهم، بالإضافة إلى التعرف على مواطن الضعف فيها و معالجتها و هذا ينطبق أيضا على المؤسسات الجامعية و تعاملاتها مع الطلبة و التي سنتطرق إليها في دراستنا التطبيقية .

الفصل الثالث
الدراسة الميدانية

مقدمة الفصل :

يهدف هذا الفصل إلى عرض ومناقشة الجوانب التطبيقية لهذه الدراسة من أجل التعرف على مستوى الجودة في الخدمات المقدمة لطلبة جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة من وجهة نظر الطلاب أنفسهم وهم الفئة المستفيدة من الخدمات المقدمة بالدرجة المباشرة.

ولتحقيق ما يهدف إليه هذا الفصل فقد تم دراسته على النحو الآتي :

1. مجتمع وعينة الدراسة.
2. صدق وثبات الاستبانة.
3. نتائج الدراسة ومناقشتها.
4. توصيات الدراسة

ويتناول هذا الفصل وصفًا لمنهج الدراسة، وأفراد مجتمع الدراسة وعينتها، وكذلك أداة الدراسة المستخدمة وطرق إعدادها، وصدقها وثباتها، كما يتضمن هذا الفصل وصفًا للإجراءات التي قمنا بها في تقنين أدوات الدراسة وتطبيقها، وأخيرًا المعالجات الإحصائية التي اعتمدنا عليها في تحليل الدراسة.

III - 1 : المنظومة الجزائرية للتعليم العالي

III - 1 - 1 : مسار بناء قطاع التعليم العالي

إن الجامعة الجزائرية هي اليوم نتاج عملية طويلة من البناء و التطوير و الإصلاحات التي تم الشروع فيها ابتداء من سنة 1962 ، تاريخ إستعادة السيادة الوطنية ، و قد بدأت هذه العملية بإنشاء وزارة التربية الوطنية سنة 1963 ، و قد أستخدمت جامعة الجزائر ، التي يعود تاريخ تأسيسها إلى سنة 1909 ، كقاعدة لإطلاق منظومة جزائرية للتعليم العالي و البحث العلمي ، شهدت بعد ذلك تطورا سريعا للغاية ، فبعد أن كان تعداد الطلبة مركّزا سنة 1962 في مؤسسة واحدة هي جامعة الجزائر (و في ملحقاتها في كل من قسنطينة و وهران) ، فإنه اليوم يتوزع على كامل التراب الوطني ، و يستجيب هذا التوزيع إلى مبدأ الخدمة العمومية الجوارية ، و قد أصبحت المؤسسات الـ 90 و كذا هياكل المرافقة الإجتماعية التابعة لها تشكل شبكة هائلة تربط كافة ربوع الوطن .

III - 1 - 2 : حركية منظومة التعليم العالي

تمثل التعدادات بمختلف محاورها في منظومة التعليم العالي في الجزائر أمرا يتطلب التمعن والنظر فيه، وذلك لارتفاع هذه الأخيرة بشكل ملفت للنظر.

بلغ عدد الطلبة الجزائريين في 1961 في مؤسسات التعليم العالي 1317 طالبا مسجلا في جامعة الجزائر وملحقتها في كل من وهران وقسنطينة، ولقد زاد العدد عن الضعف أثناء الدخول الجامعي 1962 / 1963 ، وتضاعف 9.5 مرة بعد ذلك بأقل من عشر سنوات، وبلغ عددهم عند الدخول الجامعي 2010 / 2011 ، بعد خمسين عاما من الاستقلال 1200.000 طالب، حيث تضاعف عدد الطلبة بين سنة 1962 وسنة 2012 بحوالي 1000 مرة، ويوضح الجدول التالي مثل هذا التطور:

الجدول رقم (3 - 3) : تزايد عدد الطلبة المسجلين

	/2010 2011	/2000 2009	/1999 2000	/1989 1990	/1979 1980	/1969 1970	/1962 1963	
عدد الطلبة المسجلين في التدرج	1077945	1034313	407995	181350	57445	12243	2725	
عدد الطلبة المسجلين في ما بعد التدرج	60617	58975	20846	13967	3965	317	156	
الاجمالي	1138562	1093288	428841	195317	61410	12560	2881	

المصدر: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وثيقة " 50 سنة في خدمة التنمية 1962 - 2012 ، ص 32

لقد تضاعف عدد الطلبة المسجلين ما بين سنة 1960 وسنة 1970 ب 09 مرات، وب 4.5 مرة ما بين سنة 1970 وسنة 1980 ، وب 03 مرات بين 1980 و 1990 ، وب 2.25 مرة بين 1990 و 2000 ، و ب 2.5 مرة بين 2000 و 2010 .

III – 1 – 3 : النشأة و تطور جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة

إن التعليم العالي بولاية سعيدة نشأ و تبلور بمقتضى المرسوم 86 / 254 المؤرخ في 07 أكتوبر 1986 المتضمن إنشاء المدرسة العليا للأساتذة في العلوم الأساسية .

نظرا للموقع الإستراتيجي لولاية سعيدة فهي نافذة على الجنوب و قريبة من الساحل الشمالي على بعد 153 كلم عن وهران ، 100 كلم عن سيدي بلعباس و 150 كلم عن تيارت ، فموقعها الجغرافي المتميز يحتم عليها ضرورة التطور و التوسع لإستقطاب كافة حاملي البكالوريا بالمنطقة .

في سنة 1998 تم إنشاء المركز الجامعي بسعيدة بمقتضى المرسوم رقم 98 / 222 المؤرخ في 07 جويلية 1998 و يتضمن 03 معاهد و هي كتالي :

1. معهد العلوم الدقيقة

2. معهد الإلكترونيات

3. معهد الري

و بفضل المحمودات المبدولة من طرف جهات مختلفة أصبح المركز الجامعي يحتوي على 05 معاهد و كان ذلك بناء على المرسوم التنفيذي رقم 06 / 256 المؤرخ في 16 أوت 2006 :

1. معهد العلوم و التكنولوجيا

2. معهد علوم الطبيعة و الحياة

3. معهد الآداب و اللغات

4. معهد العلوم القانونية و الإدارية

5. معهد العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير

بحيث كل واحد من هذه المعاهد يحتوي على مجموعة من الدوائر و كما سبق الذكر فبفضل الإرادة السياسية للسلطات العليا في البلاد من جهة و إهتمام الأسرة الجامعية لمركزنا من جهة أخرى فالتكوين العالي بسعيدة يشهد تطور ملحوظ من خلال ما يلاحظ من كل دخول جامعي من فتح لشعب جديدة الإستقبال المتضاعف للطلبة ،

التوظيفات لإطارات مؤهلة إضافة إلى إستلام هياكل قاعدية دعما للعملية التكوينية و الحصول على التكوين النوعي ، فبموجب المرسوم التنفيذي رقم 09 – 10 المؤرخ في يوم 04 / 01 / 2009 المتضمن تحويل المركز الجامعي بسعيدة إلى * جامعة الطاهر مولاي * و قد تم عن ذلك إنشاء 04 كليات :

1. كلية العلوم و التكنولوجيا
2. كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير
3. كلية الحقوق و العلوم السياسية
4. كلية الآداب و اللغات و العلوم الإنسانية و الإجتماعية

و بعد ذلك تم تقسيم كلية العلوم و التكنولوجيا إلى كلية العلوم و كلية التكنولوجيا ، و كذلك بالنسبة لكلية الآداب و اللغات و العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، و بذلك أصبحت جامعة سعيدة تحتوي على ستة كليات :

1. كلية العلوم
2. كلية التكنولوجيا
3. كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير
4. كلية الحقوق و العلوم السياسية
5. كلية الآداب و اللغات
6. كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

و بعد هذا سيتم عرض بطاقة إستعلامات لجامعة سعيدة تخص : الكليات و الميادين و الشعب التابعة لها للسنة الجامعية 2014 – 2015

الجدول رقم (4 - 3) : بطاقة إستعلامات لجامعة سعيدة للسنة الجامعية 2014 - 2015

الكليات	الميدان	الشعب
العلوم	رياضيات و إعلام آلي	الرياضيات
	علوم المادة	الفيزياء
		الكيمياء
	علوم الطبيعة و الحياة	بيئة و محيط
		بيولوجيا
التكنولوجيا	علوم و تقنيات	الري
		الهندسة المدنية
		الإلكتروني
		الإلكترونيك
		الإتصالات السلكية و اللاسلكية
		هندسة الطرائق
		هندسة ميكانيكية
		هندسة كهربائية
		الإعلام الآلي
العلوم الإنسانية و الإجتماعية	العلوم الإجتماعية	
	العلوم الإنسانية	
الأدب و اللغات	اللغة و الأدب العربي	
	اللغة الفرنسية	
	اللغة الإنجليزية	
	فنون	فنون العرض المسرحي
كلية الحقوق و العلوم السياسية	الحقوق	
	العلوم السياسية	
العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير	العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير	العلوم الإقتصادية
		العلوم التجارية
		علوم التسيير

المصدر : مصلحة التنمية و الإستشراف التابعة لنيابة مديرية الجامعة للتنمية و التوجيه بجامعة سعيدة ، 2014

III - 2 : إجراءات الدراسة الميدانية

III - 2 - 1 : مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعة بسعيدة بمختلف كلياتها و البالغ عدده 10533. وقد تم توزيع الاستبانة على عينة مكونة من 370 طالب وذلك بالاعتماد على معادلة ستيفن ثامبسون و صيغتها كالتالي :

$$n = \frac{N \times p(1 - p)}{\left[\left[N - 1 \times \left(\frac{d^2}{Z^2} \right) \right] + p(1 - p) \right]}$$

حيث أن : N : حجم المجتمع ، n : حجم العينة

Z : لدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95

d : نسبة الخطأ وتساوي 0.05

P : نسبة توفر الخاصية والمحايدة = 0.50

وبعد تفحص الاستبانات لم يتم استبعاد أي من الاستبانات نظراً لتحقق الشروط المطلوبة للإجابة على الاستبيان، وبذلك يكون عدد المفردات الخاضعة للدراسة 370 استبانة و للعلم تم الإعتماد على بيانات مؤخوذة من مصلحة التنمية ، و الإستشراف التابعة لنيابة مديرية الجامعة للتنمية و التوجيه بجامعة سعيدة (الملحق رقم 02) .

جدول رقم (5 - 3) : توزيع الاستبانات على مختلف الكليات بجامعة مولاي الطاهر سعيدة.

الرقم	الكلية	عدد الاستبانات الموزعة	عدد الاستبانات المستردة
01	كلية العلوم الاقتصادية	50	50
02	كلية الحقوق و العلوم السياسية	52	52
03	كلية العلوم و التكنولوجيا	60	60
04	كلية العلوم	52	52
05	كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية	73	73
06	كلية الأدب و اللغات	83	83

المصدر : من إعداد الطالب إستنادا إلى معلومات سابقة

خصائص وسمات مجتمع الدراسة:

1. الجنس.

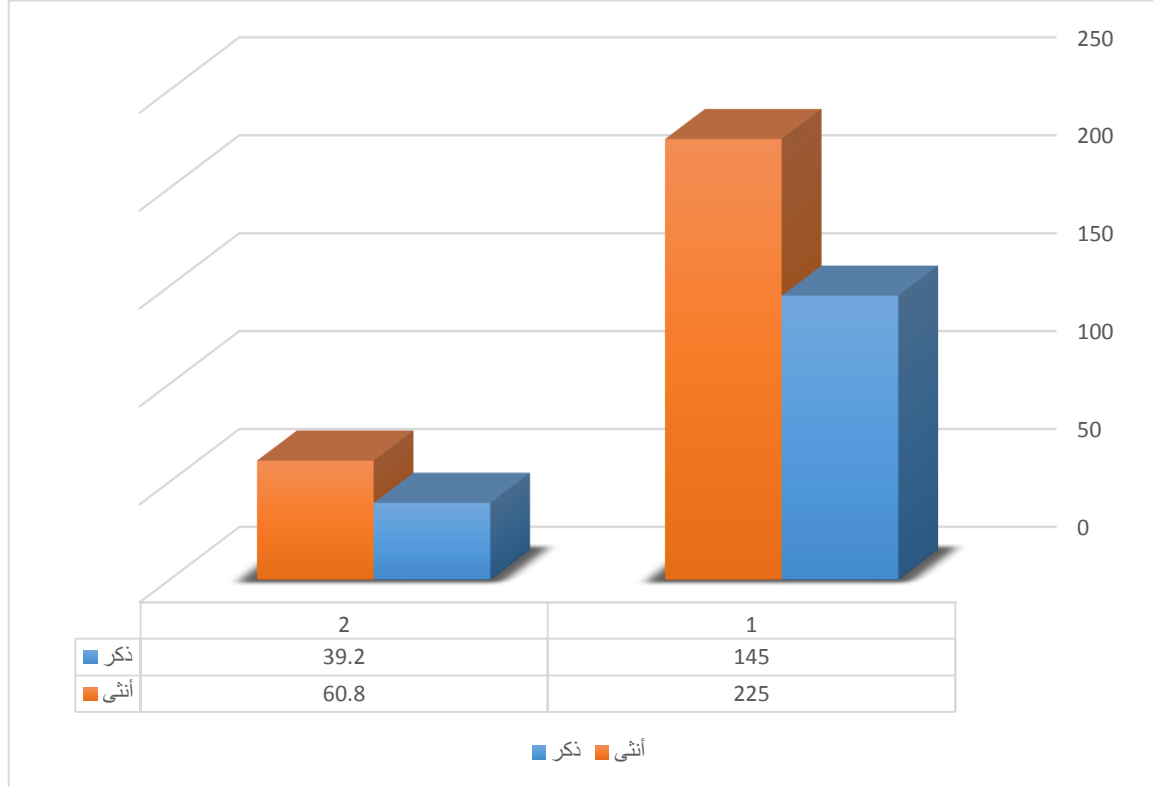
يبين الجدول رقم (6 - 3) 39.2 بالمائة من عينة الدراسة من فئة الذكور و 60.8 بالمائة من عينة الدراسة من فئة الإناث ، أي أن النسبة الكبرى هي لمتغير الإناث في عينة الدراسة.

جدول رقم (6 - 3) : توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسب المئوية
ذكر	145	39.2
أنثى	225	60.8
المجموع	370	100.0

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

الشكل رقم (8 - 3) : توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس



2. المؤهل العلمي.

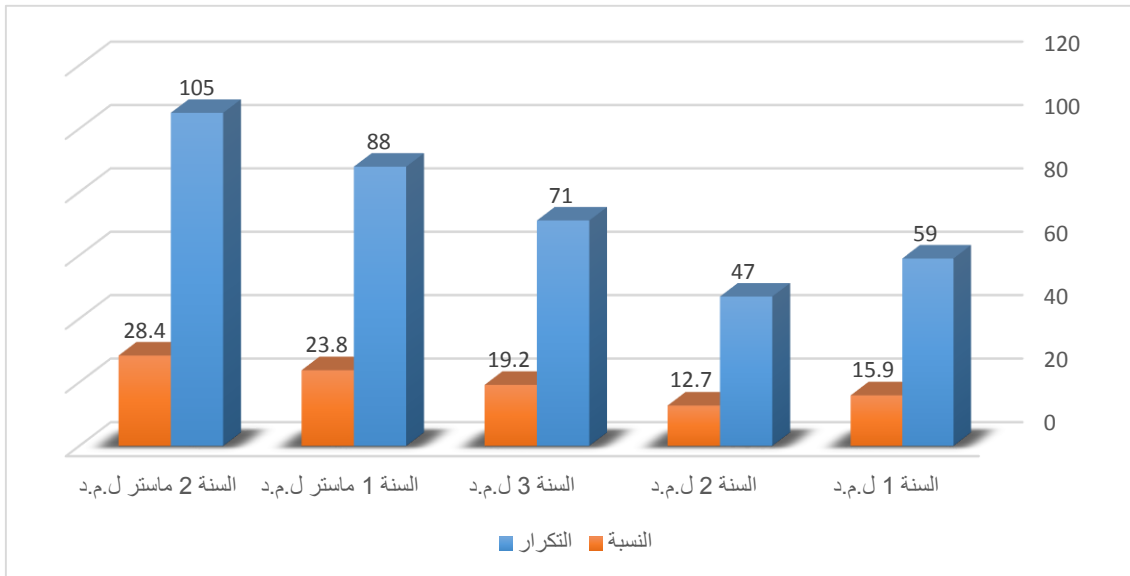
يبين جدول رقم (7 - 3) 15.9 بالمائة من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي السنة 1 ل.م.د. ، و 12.7 بالمائة من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي السنة 2 ل.م.د. ، و 19.2 بالمائة من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي السنة 3 ل.م.د. ، و 23.8 بالمائة من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي السنة 1 ماستر ل.م.د. ، و 28.4 بالمائة من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي السنة 2 ماستر ل.م.د. ، وتدل هاتين النسبتين الكبيرتين من حاملي ماستر ل.م.د. على صدق إجابات الاستبانة، وتفهم العينة للدراسة ومدى أهميتها.

جدول رقم (7 - 3) : توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
السنة 1 ل.م.د.	59	15.9
السنة 2 ل.م.د.	47	12.7
السنة 3 ل.م.د.	71	19.2
السنة 1 ماستر ل.م.د.	88	23.8
السنة 2 ماستر ل.م.د.	105	28.4
المجموع	370	100.0

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

الشكل رقم (9 - 3) : توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي



3. الكليات.(الفروع الجامعية) :

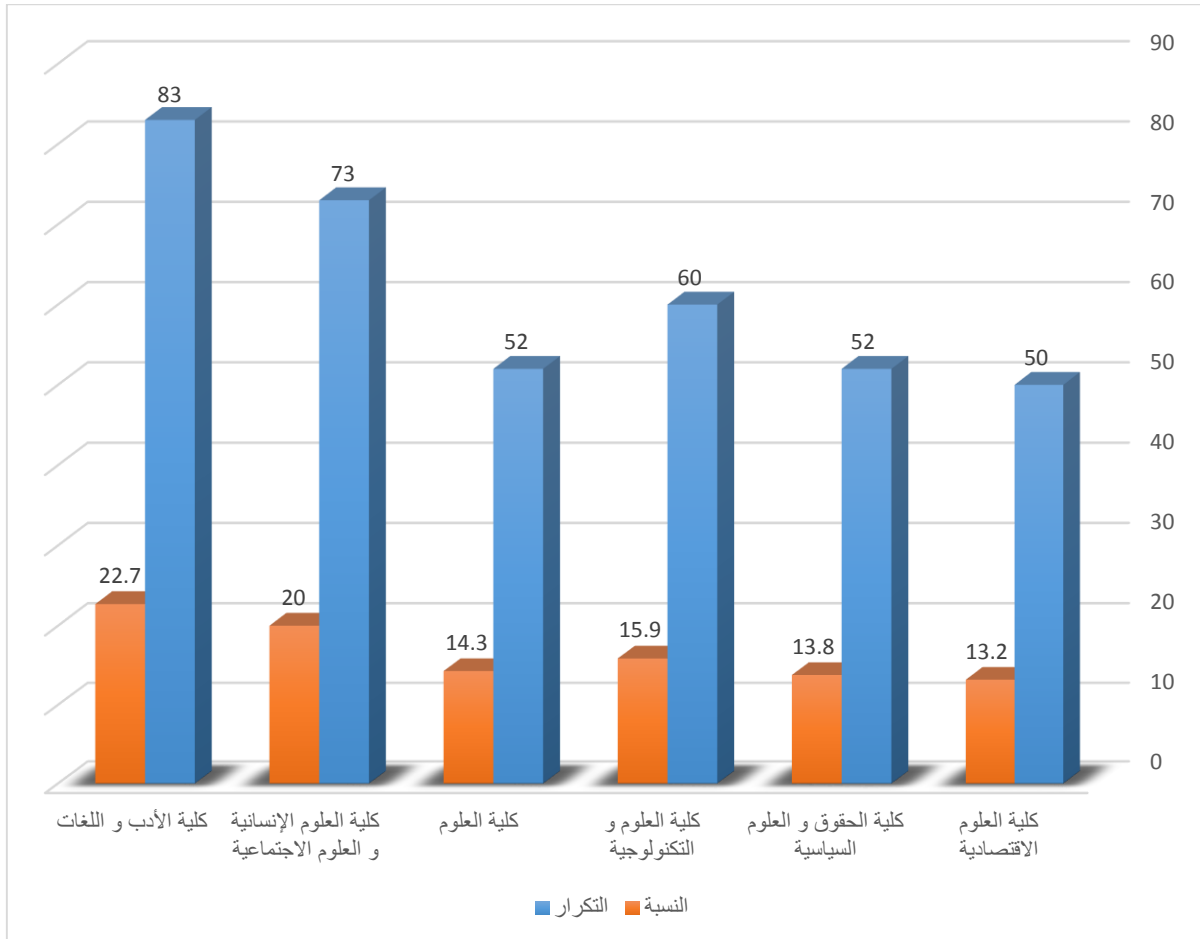
يبين الجدول رقم (8 - 3) 13.2 بالمائة من عينة الدراسة يدرسون في كلية العلوم الاقتصادية، و 13.8 بالمائة من عينة الدراسة يدرسون في كلية الحقوق و العلوم السياسية ، و 15.9 بالمائة من عينة الدراسة يدرسون في كلية العلوم و التكنولوجيا ، و 14.3 بالمائة من عينة الدراسة يدرسون في كلية العلوم ، و 20.0 بالمائة من عينة الدراسة يدرسون في كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية ، و 22.7 بالمائة من عينة الدراسة يدرسون في كلية الأدب و اللغات.

الجدول رقم (8 - 3) : توزيع عينة الدراسة حسب متغير الكلية.

النسب المئوية	التكرار	الكلية
13.2	50	كلية العلوم الاقتصادية
13.8	52	كلية الحقوق و العلوم السياسية
15.9	60	كلية العلوم و التكنولوجيا
14.3	52	كلية العلوم
20.0	73	كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية
22.7	83	كلية الأدب و اللغات
100.0	370	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

الشكل رقم (10 - 3) : توزيع عينة الدراسة حسب متغير الكلية.



III – 2 – 2 : صدق وثبات الاستبانة.

تم إعداد الاستبانة على النحو التالي:

- 1- إعداد استبانة أولية من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات.
- 2- عرض الاستبانة على المشرف من أجل اختبار مدى ملاءمتها لجمع البيانات.
- 3- تعديل الاستبانة بشكل أولي حسب ما يراه المشرف.
- 4- توزيع الاستبانة على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة ، ولقد تم تقسيم الاستبانة إلى قسمين كما يلي:

القسم الاول : يتكون من أسئلة عامة تتعلق بالبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة ويتكون من 03 فقرات (الجنس و المؤهل العلمي و الكلية).

القسم الثاني : يتكون من 22 فقرة موزعة على خمسة محاور رئيسية هي :

المحور الاول : الجوانب الملموسة ، ويتكون من 04 فقرات.

المحور الثاني : الاعتمادية ، ويتكون من 05 فقرات.

المحور الثالث : الاستجابة ، ويتكون من 04 فقرات.

المحور الرابع : السلامة (الامان) ، ويتكون من 05 فقرات.

المحور الخامس : التعاطف ، ويتكون من 05 فقرات.

وقد تم استخدام مقياس ليكرت خماسي الدرجات لقياس الاستبيان وذلك حسب جدول رقم (9 - 3).

جدول رقم (9 - 3) : مقياس الإجابة على الفقرات

التصنيف	لا اوافق على الإطلاق	لا اوافق	محايد	اوافق لحد ما	اوافق بشدة
الدرجة	1,79 – 1	2,59 – 1,8	3,39 – 2,6	4,19 – 3,4	5 – 4,2

المصدر : من إعداد الطالب

III – 2 – 2 – 1 : صدق الاستبانة.

يعتبر الصدق والثبات من الخصائص المطلوبة لأداة الدراسة، ولذلك تم تقنين فقرات الاستبانة للتأكد من صدق وثبات فقراتها كالتالي :

III – 2 – 2 – 1 – 1 : صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة.

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد تم حساب الاتساق الداخلي للاستبانة من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للمحور التابع له.

III – 2 – 2 – 1 – 1 – 1 : الصدق الداخلي لفقرات المحور الأول : الملموسة.

يبين جدول (10 – 3) معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول (الملموسة) والمعدل الكلي لفقراته ، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05) حيث أن مستوى الدلالة لكل فقرة أقل من 0.05 ، وبذلك تعتبر فقرات المحور الأول صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (10 – 3) : الصدق الداخلي لفقرات المحور الأول : الملموسة.

الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1. تتمتع الكلية بموقع ملائم يسهل الوصول إليه بسرعة	0.722	0.000
2. الوسائل و التجهيزات المستعملة في الكلية ذات جودة و تفي باحتياجات الطلبة.	0.666	0.000
3. المظهر العامل لكلية جذاب (المباني، المرافق، القاعات، الساحات، الملاعب...).	0.668	0.000
4. يتميز موظفي وعمال الكلية بمظهر أنيق وحسن.	0.593	0.001

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

III - 2 - 2 - 1 - 1 : الصديق الداخلي لفقرات المحور الثاني : الاعتمادية.

يبين جدول (11 - 3) معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الثاني (الاعتمادية) والمعدل الكلي لفقراته ، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05) حيث أن مستوى الدلالة لكل فقرة أقل من 0.05 ، وبذلك تعتبر فقرات المحور الثاني صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (11 - 3) : الصديق الداخلي لفقرات المحور الثاني : الاعتمادية.

الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1. يلتزم العاملون وأعضاء هيئة التدريس في الكلية بتقديم الخدمة في الوقت المحدد.	0.639	0.000
2. تحرص الكلية على تقديم الخدمة التعليمية بشكل صحيح ومن أول مرة.	0.663	0.000
3. البرامج والتخصصات في الكلية تتميز بالجاذبية والتنوع.	0.634	0.000
4. تبدي الكلية اهتماماً خاصاً بمشاكل واستفسارات الطلبة.	0.674	0.000
5. تحتفظ الكلية بسجلات دقيقة و موثقة .	0.575	0.000

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

III – 2 – 2 – 1 – 3 : الصديق الداخلي لفقرات المحور الثالث : الاستجابة.

يبين جدول (12 – 3) معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الثالث (الاستجابة) والمعدل الكلي لفقراته ، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05) حيث أن مستوى الدلالة لكل فقرة أقل من 0.05 ، وبذلك تعتبر فقرات المحور الثالث صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (12 – 3) : الصديق الداخلي لفقرات المحور الثالث : الاستجابة.

الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1. تقدم الكلية خدماتها التعليمية بشكل فوري.	0.681	0.000
2. الاستجابة الفورية لحل مشاكل و الانشغالات المطروحة للطلبة.	0.663	0.000
3. تُعلم الكلية بمواعيد تقديم الخدمات و الانتهاء منها.	0.693	0.000
4. الاستعداد الدائم لدى الإدارة وأعضاء هيئة التدريس لمساعدة الطلبة.	0.706	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

III - 2 - 2 - 1 - 4 : الصديق الداخلي لفقرات المحور الرابع : السلامة.

يبين جدول (13 - 3) معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الرابع (السلامة) والمعدل الكلي لفقراته ، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05) حيث إن مستوى الدلالة لكل فقرة أقل من 0.05 ، وبذلك تعتبر فقرات المحور الرابع صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (13 - 3) : الصديق الداخلي لفقرات المحور الرابع : السلامة.

الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1. سلوك هيئة التدريس و إدارة الجامعة يعزز الشعور بالأمان و الثقة.	0.661	0.000
2. إلمام هيئة التدريس و إدارة الكلية بالمعلومات الكافية و حسن توصيلها.	0.727	0.000
3. اللباقة و حسن الخلق في التعامل من قبل هيئة التدريس و إدارة الكلية.	0.599	0.000
4. تتعامل الكلية بالمعلومات الخاصة للطلبة بسرية.	0.560	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

III – 2 – 2 – 1 – 1 : الصديق الداخلي لفقرات المحور الخامس : التعاطف.

يبين جدول (14 - 3) معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الخامس (التعاطف) والمعدل الكلي لفقراته ، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05) حيث إن مستوى الدلالة لكل فقرة أقل من 0.05 ، وبذلك تعتبر فقرات المحور الخامس صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (14 - 3) : الصديق الداخلي لفقرات المحور الخامس : التعاطف.

الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1. تُظهر الإدارة و هيئة التدريس الود في علاقتهم مع الطلبة.	0.732	0.000
2. وضع مصلحة الطالب في مقدمة اهتمامات الإدارة.	0.719	0.000
3. العلم و الدراية الكافية من طرف الإدارة وهيئة التدريس باحتياجات المختلفة للطلبة.	0.704	0.000
4. الروح المرحية و الصداقة واضحة في التعامل داخل الكلية.	0.693	0.000
5. احترام ضيوف الجامعة وزوارها واستقبالهم بحفاوة.	0.530	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

III – 2 – 2 – 2 : ثبات الاستبانة.

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي الاستبانة نفس النتائج في حالة تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، وهذا يعني أن تكون النتائج التي تعطيها الاستبانة متقاربة إذا تم تكرار توزيعها على عينة الدراسة، وقد تم التحقق من الثبات من خلال الطريقة المعروفة ألا وهي معامل ألفا كرونباخ.

جدول رقم (15 - 3) : جدول معامل الثبات (طريقة ألفا كرونباخ) :

المحور	محتوى المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
الأول	الجوانب الملموسة	04	0.576
الثاني	الاعتمادية	05	0.592
الثالث	الاستجابة	04	0.624
الرابع	السلامة	04	0.476
الخامس	التعاطف	05	0.702
	جميع الفقرات	22	0.835

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

إذ نلاحظ أن معاملات الثبات مرتفعة.

III - 2 - 3 : نتائج الدراسة ومناقشتها.

إجابة السؤال الأول : والذي نص على: ما مستوى جودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة من قبل طلبة جامعة سعيدة طبقا لمقياس جودة الخدمة (SERVPERF)؟.

ولإجابة عن هذا السؤال ، تم استخدام المتوسطات والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لفقرات الاستبيان وذلك من وجهة نظر الطلبة، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (16 - 3) : جدول يبين المتوسطات والانحرافات المعيارية و النسب المئوية والترتيب لأبعاد الاستبيان

الرقم	الأبعاد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
01	الجوانب الملموسة	3.12	.857	متوسطة و حيادية	2
02	الاعتمادية	2.71	.799	متوسطة و حيادية	5
03	الاستجابة	2.89	.918	متوسطة و حيادية	4
04	السلامة	3.21	1.036	متوسطة و حيادية	1
05	التعاطف	2.92	.894	متوسطة و حيادية	3

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

يتضح من الجدول السابق أن بعد السلامة جاء في الترتيب الأول بين أبعاد المقياس و بمتوسط مرجح للعبارات بـ 3,21 و بإنحراف معياري 1,036 مما يدل على تفاوت الإجابات ، بينما جاء في الترتيب الثاني بعد الجوانب الملموسة بمتوسط مرجح للعبارات بـ 3,12 و بإنحراف معياري 0,857 ، وجاء بعد التعاطف في المرتبة الثالثة بمتوسط مرجح للعبارات 2,92 و بإنحراف معياري 0,894 ، وفي الترتيب الرابع جاء بعد الإستجابة بمتوسط مرجح للعبارات بـ 2,89 و بإنحراف معياري 0,918 ، بينما جاء بعد الإعتمادية في الترتيب الخامس و الأخير بمتوسط مرجح للعبارات بـ 2.71 و بإنحراف معياري 0.799 ، ومن خلال المتوسطات المرجحة و درجة الموافقة و ترتيب الأبعاد التي حصلت عليها الأبعاد المختلفة ، ونعلل ذلك بأن :

- أن عناصر السلامة احتلت مرتبة متقدم و قريبة من درجة الموافقة الإيجابية نظرا لحرص إدارة الجامعة بتزويد الطلبة بجميع المعلومات التي تظمن السير الحسن و العادي للتعليم و التدريس بالكليات بالإضافة إلى لباقة و حسن معاملة مختلف هيئات التدريس للطلبة إلى جانب التعامل بسرية و شفافية فيما يخص التعاطي مع نتائج تحصيل الطلبة.
- أما العناصر الخاصة ببعد الجوانب الملموسة فقد إحتلت المرتبة الثانية و هذا بسبب الجهود المعتبرة التي تقوم بها جامعة سعيدة في مجال تجهيز المرافق البيداغوجية و البناء والتطوير خاصة في السنوات الأخيرة ، و كذلك الموقع الملائم و توافر المواصلات من و إلى الجامعة.
- فيما يخص عناصر البعد الخاص بالتعاطف فقد إحتل المرتبة الثالثة بدرجة موافقة حيادية و متوسطة و هذا لتوفيق الجامعة في إبداء مظاهر الإحترام و الإستقبال الجيد لزوار الجامعة بالإضافة إلى تحسينها للعلاقة التي تربط هيئة التدريس مع الطلبة ، و إخفاقها في الجوانب المتعلقة بتحسين علاقتها مع الطالب كونه محور العملية التعليمية و الإمام بجميع إنشغالاته و مشاكله و يظهر هذا جليا في الفقرة رقم 20 حيث كان متوسطه الحسابي ضعيف.
- أما عناصر البعد الخاصة بالإستجابة فجاءت في المرتبة الرابعة و هو ما يعكس تأخر إدارة الجامعة نوعا ما على التحرك الفوري لحل مشاكل الطلبة و التكفل بإنشغالاتهم على الرغم من الجهود المبذولة .
- و في الأخير إحتلت العناصر الخاصة ببعد الإعتمادية المرتبة الأخيرة من منظور الطلبة و يمكن إرجاع ذلك إلى نقص إهتمام مختلف كليات الجامعة بنوعية التخصصات و البرامج إلى جانب تسجيل بعض النقائص و الإختلالات فيما يخص المواعيد البيداغوجية و عدم إحترام بعض الآجال و المواعيد فيما يخص تقديم الخدمات التعليمية ، على الرغم من إعتمادها على سجلات دقيقة و موثقة لتسيير المسار الدراسي للطلاب إلى جانب الحرص على تقديم إجابات لمختلف الإستفسارات و الإنشغالات الخاصة بالطلبة .

الإجابة عن السؤال الثاني : ينص السؤال الثاني من أسئلة الدراسة على " :هل يختلف مستوى جودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة حسب مقياس (SERVPERF) في أبعاد الجودة من وجهة نظر طلبة جامعة سعيدة تبعا لمتغير الجنس (ذكور – إناث)؟

ولإجابة على هذا السؤال قام الباحثان باستخدام اختبار(ت) لاختبار الفروق بين مجموعة الذكور والإناث.

والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول رقم (17 - 3) : يبين الفروق في جودة الخدمات الجامعية حسب متغير الجنس

مستوى الدلالة	قيمة " t "	الجنس				
		الإناث		الذكور		
		الانحراف	متوسط	الانحراف	متوسط	
غ دال	1.637	0.803	3.18	0.927	3.03	الجوانب الملموسة
غ دال	0.147	0.610	2.82	0.775	2.72	الاعتمادية
غ دال	0,592	0.867	2.92	0.989	2.84	الاستجابة
غ دال	1,101	0.932	3.33	1.179	3.28	السلامة
غ دال	1,447	0.721	2.98	0.848	2.84	التعاطف

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

يتضح من الجدول رقم (17 - 3) و من خلال قيمة مستوى الدلالة لكل بُعد ، كلها أكبر من 0.05 أي عدم صحة الفرضية البديلة H_1 و قبول الفرضية العدمية H_0 و التي تنص على : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير الجنس بين الذكور والإناث ولصالح الإناث في مستوى جودة الخدمات الجامعية المدركة في جميع الأبعاد ، والتي بينت نتائجها أن الإناث أكثر ميلا إلى إعطاء مستوى الجودة أعلى من الذكور و هذا ما يبينه إختلاف المتوسطات .

ويرجع ذلك في اعتقادنا إلى :

- أن الطالبات يتواجدن في داخل حرم الجامعة طوال اليوم مما يجعلهن قادرات على التقييم أكثر من الطلاب، حيث من المعروف أن الطالبات وخاصة في الإقامات الجامعية الخاصة بهن حيث يدخلن حرم الجامعة ضمن مواصلات مؤمنة ويمنع عليهن الخروج للحفاظ على أمنهن الشخصي وهذا يؤدي بهن للبقاء في الحرم الجامعي طوال اليوم الدراسي.

- أن عدم وجود فروق ذات دلالة في جميع الأبعاد و ما يؤكد على أن الطلبة في جامعة سعيدة بكلياتها ومستوياتها يشعرون بنفس الإجراءات التي تشعرهم بالحاجة إلى المزيد من التحديثات المادية من حيث جاذبية المباني توفير وسائل الإتصال ، أيضا مدى الوفاء في تقديم الخدمة في المواعيد المحددة و بدقة ، أيضا السرعة في تقديم الخدمة و الرد الفوري على إنشغالات الطلبة ، بالإضافة إلى توفير الأمان داخل الحرم الجامعي من خلال الثقة المتبادلة بين هيئة التدريس و الطالب و حسن توصيل المعلومات كما يلزم ، و أخيرا ، تعاطف إدارة الجامعة و الأساتذة في فهم إحتياجات و إنشغالات الطلبة بشكل خاص وهذا ما أظهرته نتائج الدراسة في الجدول السابق.

الإجابة عن السؤال الثالث : والذي نص على " هل يختلف مستوى جودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة حسب مقياس (SERVPERF) في أبعاد الجودة من وجهة نظر طلبة جامعة سعيدة تبعا للمستوى الدراسي وللإجابة على هذا السؤال قام الباحثان باستخدام اختبار (ت) لاختبار الفروق بين المجموعات، والجدولين التاليين يوضحا ذلك:

جدول رقم (18 - 3) : يبين الفروق في جودة الخدمات الجامعية حسب المستوى الدراسي الأول و الثالث

مستوى الدلالة	قيمة " t "	المستوى الدراسي				
		الثالث		الأول		
		الانحراف	متوسط	الانحراف	متوسط	
دال	2.025	0.901	2.99	0.724	3.28	الجوانب الملموسة
غ دال	0.290	0.772	2.83	0.802	2.87	الاعتمادية
غ دال	0,623	0.932	2.86	0.955	2.97	الاستجابة
غ دال	0,473	0.901	3.17	0.833	3.24	السلامة
غ دال	0,430	0.860	2.88	0.843	2.95	التعاطف

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

جدول رقم (19 - 3) : يبين الفروق في جودة الخدمات الجامعية حسب باقي المستويات الدراسية

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	المستوى الدراسي				
		ثانية ماستر		أولى ماستر		
		الانحراف	متوسط	الانحراف	متوسط	
غ دال	0,875	0,941	3,12	0,852	3,23	الجوانب الملموسة
غ دال	0,970	0,740	2,68	0,887	2,80	الاعتمادية
غ دال	0,295	0,899	2,91	0,971	2,95	الاستجابة
غ دال	0,965	1,037	3,10	0,940	3,24	السلامة
غ دال	0,359	0,897	2,99	1,052	2,94	التعاطف

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

يتضح من الجدولين رقم (18 - 3) و (19 - 3) و من خلال قيمة مستوى الدلالة لكل بُعد ، كلها أكبر من 0.05 أي عدم صحة الفرضية البديلة H_1 و قبول الفرضية العدمية H_0 و التي تنص على : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير المستوى الأول و الثاني و الثالث و أطوار الماستر الأول و الثاني من المستوى الدراسي في جودة الخدمات الجامعية المدركة و يرجع ذلك في رأينا إلى :

- بعد ما بينه اختبار " t " بين المجموعات و من خلال الجدولين رقم (18 - 3) و (19 - 3) أعلاه أن مستوى الدلالة للأبعاد جميعها أكبر من 0,05 و هذا ما يعكس مستوى جودة الخدمة في الجامعة عدا بعد الجوانب الملموسة في الجدول (18 - 3) لأنه دال إحصائيا و هذا راجع إلى أن الطلبة في المستوى الأول يجدون تغييراً قد حدث بالنسبة لهم مقارنة بالمدارس الثانوية التي قدموا منها وهم ما زالوا حديثي العهد بها فيشعرون بأن هناك أشياء جديدة وأفضل من المدارس الثانوية. ولكن مع مرور الوقت ومن خلال تفحص باقي المستويات نجد أن الطلبة يبدوون بالشعور بعدم الرضا على بعض الخدمات التعليمية المقدمة من طرف الجامعة.

الإجابة عن السؤال الرابع : والذي نص على " هل يختلف مستوى جودة الخدمات الجامعية الفعلية المدركة حسب مقياس (SERVPERF) في أبعاد الجودة من وجهة نظر طلبة جامعة سعيدة تبعا للكليات بالجامعة.؟ وللإجابة على هذا السؤال قام الباحثان باستخدام اختبار (ت) لاختبار الفروق بين المجموعات، والجدول التالية توضح ذلك: جدول رقم (20 - 3): يبين الفروق في جودة الخدمات الجامعية حسب كلية العلوم و كلية التكنولوجيا

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	الكلية				
		التكنولوجيا		العلوم		
		الانحراف	متوسط	الانحراف	متوسط	
غ دال	0,325	0,822	2,92	0,838	2,97	الجوانب الملموسة
غ دال	0,055	0,866	2,62	0,789	2,62	الاعتمادية
غ دال	0,288	0,948	2,74	0,953	2,79	الاستجابة
غ دال	0,951	1,376	3,03	0,919	3,24	السلامة
غ دال	1,327	0,914	2,80	0,846	3,02	التعاطف

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

جدول رقم (21 - 3) : يبين الفروق في جودة الخدمات الجامعية حسب كلية العلوم الإقتصاد و التجارية و علوم التسيير و كلية الحقوق و العلوم السياسية

مستوى الدلالة	قيمة "ت"	الكلية				
		الحقوق و العلوم السياسية		ع.إقتصادية و تجارية		
		الانحراف	متوسط	الانحراف	متوسط	
غ دال	1,442	0,966	2,89	0,754	3,14	الجوانب الملموسة
دال	3,893	0,810	2,54	0,731	3,14	الاعتمادية
دال	6,005	0,833	2,50	0,696	3,43	الاستجابة
دال	2,905	1,361	2,89	0,783	3,54	السلامة
دال	4,154	0,881	2,63	0,787	3,32	التعاطف

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

جدول رقم (22 - 3): يبين الفروق في جودة الخدمات الجامعية حسب كلية الآداب و اللغات و كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

مستوى الدلالة	قيمة"ت"	الكلية				
		ع.إنسانية و إجتماعية		الأدب و اللغات		
		الانحراف	متوسط	الانحراف	متوسط	
غ دال	3,28	0,843	3,30	0,825	3,34	الجوانب الملموسة
غ دال	0,148	0,752	2,69	0,772	2,71	الاعتمادية
دال	2.343	0,924	2,78	0,865	3,11	الاستجابة
غ دال	0,523	0,857	3,23	0,849	3,30	السلامة
غ دال	0,984	0,919	2,97	0,884	2,83	التعاطف

يتضح من الجداول (20 – 22) و من خلال مستوى الدلالة لكل بعد ، أغلبها أكبر من 0,05 أي عدم صحة الفرضية البديلة H1 و قبول الفرضية العدمية H0 و التي تنص على : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الأبعاد كلها تبعا لمتغير الكلية و يمكننا تعليل ذلك إلى أن:

يتبين بأن هناك اختلاف في وجهات النظر من قبل طلبة جامعة سعيدة في جميع الكليات ففي الجدول رقم (20 – 3) يتضح من خلال اختبار " t " لمستوى معنوية الأبعاد كلها أكبر من 0,05 أي لا يُقرُّون الطلبة بمستوى جودة الخدمات و هذا يدل على عدم رضا الطلبة حول هذه الخدمات المقدمة من قبل الجامعة و بالتحديد في الكليتين (العلوم و التكنولوجيا) ، و بالنسبة للجدول رقم (21 – 3) يتضح أيضا من خلال اختبار " t " لمستوى معنوية الأبعاد كلها أقل من 0,05 عدا بعد الجوانب الملموسة و توضح هذه النتائج أن الطلبة في الكليتين (العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، و الحقوق و العلوم السياسية) راضون عن معظم الخدمات المقدمة إليهم عدا جانب جاذبية المباني و الوسائل الإلكترونية المستخدمة في قاعات الدراسة و أيضا وسائل الإتصال في الكلية ، و أخيرا في الجدول رقم (22 – 3) يتضح من خلال اختبار " t " لمستوى معنوية الأبعاد كلها أكبر من 0,05 عدا بعد الإستجابة فهو مقبول من قبل طلبة الكليتين (العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، و الآداب و اللغات) من حيث سرعة تقديم الخدمة و وصولها في الوقت المناسب أما بالنسبة لباقي الأبعاد فهي غير مقبولة بالنسبة لهم .

بصفة عامة و من خلال النتائج المستخلصة من الجداول أعلاه و بغض النظر عن عدم رضا الطلبة لهذه الخدمات في مختلف الكليات إلا أن جامعة سعيدة هي في طريق التحسين و التطوير و الرقي بخدماتها إلى مستويات أعلى .

III – 2 – 4 : توصيات الدراسة

في ضوء نتائج الدراسة يوصى بالآتي.

- العمل على تحسين نوعية الخدمات الجامعية بكافة أشكالها من خلال الاستعانة بمقياس (SERVPERF) لقدرته على التفسير.
- ضرورة الاهتمام بالجوانب الايجابية في الخدمات الجامعية المقدمة والعمل على تعزيزها خصوصا في بعدين التعاطف و الجوانب الملموسة .
- أن تركز الإدارة الجامعية على العنصرين الإستجابة و الإعتمادية نظراً لأنها الأكثر أهمية لدى الطلبة من خلال تحسين نوعية الخدمة المقدمة على سبيل المثال إعطاء مواعيد لتقديم الخدمة و الإنتهاء منها ، حل مشاكل و إنشغالات الطلبة ، تقديم الخدمة بشكل فوري....إلخ
- العمل على نشر ثقافة الجودة ومفاهيمها بين العاملين والطلاب في الجامعة.
- العمل على معرفة رأي الطلبة بجامعة سعيدة في نوعية وجودة الخدمات الجامعية المقدمة لهم وباستمرار من أجل التعرف على أهم تطلعاتهم وطموحاتهم الحالية و المستقبلية .
- أن تقوم الجامعة بتشجيع الباحثين على القيام بالدراسات والأبحاث التي تبحث في الخدمات الجامعية و جودتها.
- تكريس مبدأ الديمقراطية والشفافية في إدارة الجامعة والكليات من خلال الإشراف الفعلي للطلبة والأساتذة في اتخاذ القرارات، وأن لا يقتصر ذلك فقط على المجالس البيداغوجية .

خلاصة الفصل :

بعد عرض ومناقشة الجوانب التطبيقية لهذه الدراسة من أجل التعرف على مستوى الجودة في الخدمات المقدمة لطلبة جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة ، و هم الفئة المستفيدة من الخدمات المقدمة بالدرجة الأولى ، حيث حاولنا أن نسقط نموذج أداء الخدمة SERVPERF على واقع الجامعة ذاتها فإخترنا كعينة من طلبتها ، و قمنا بتوزيع إستبيان عليهم حتى يتسنى لنا قياس جودة الخدمات التعليمية المقدمة من طرف الجامعة و طبعا كما يدركها الطلبة ، و خلصت الدراسة إلى أن الخدمات الجامعية المقدمة للطلاب تلتزم بها الإدارة الجامعية و كافة إطاراتها و عمداء كلياتها ، و رؤساء أقسامها ، و باقي أساتذتها و غيرهم من المسؤولين عن تقديم هذه الخدمات ، و هي تعد بصفة دون المتوسط و غير مرضية نوعا ما حيث لا بد على إدارة الجامعة أن تركز على جميع عناصر الأبعاد و بالإعتماد على نموذج SERVPERF فهو حسب رأينا يعتبر نموذج أساسي يساعد في تفسير الخدمات التعليمية و هذا ما لا بد على الإدارة الجامعية أن تهتم به و بالرغم من ذلك تعد جامعة سعيدة متميزة عن عدة جامعات جزائرية أخرى في مجال تقديم الخدمة .

الخلاصة

خاتمة :

من خلال دراسة موضوع هذا البحث تبين أن وجود عنصر الجودة في الخدمات التعليمية الجامعية أصبح ضرورة حتمية تفرضها واقعية التغيرات العالمية الحديثة حيث إستطاع قطاع التعليم العالي في كثير من الدول، خاصة المتقدمة منها من خلال أدواره الكبيرة أن يحقق التنمية الشاملة، ويعود ذلك إلى أنظمة التعليم و المبنية على النوع والكم والمجسدة لمبادئ جودة التعليم، وذلك بفضل موقعه ضمن الاستراتيجيات التي تحددها هذه الدول، حيث احتل أولويات اهتماماتها للارتقاء بمستوى حياة الأفراد الاقتصادية والاجتماعية والمعرفية.

هاهي ذي الجزائر اليوم ، تشهد تحولات عميقة ، سريعة الوتيرة ، في شتى المجالات من بينها توطيد بناء منظومة تربوية بمختلف مكوناتها ، و هو أمر كان دوما من بين التحديات الكبرى في طليعة أولويات الدولة الجزائرية من إستقلال البلاد إلى اليوم ، حيث أصبحت الجامعة هي القلب النابض لأي مجتمع كان، فهي محط إهتمامه في التقدم ، والتنمية ، وهو ما أثبتته هذه الأخيرة في الدول المتقدمة، والجامعة الجزائرية مدعوة اليوم بانتهاج مسار هذه الدول من خلال ضمان الجودة، والاستجابة لمتطلبات المجتمع ورغباته، من خلال ملائمة عرض منتجاتها لمحيطها الاقتصادي والاجتماعي.

من خلال الدراسة الميدانية بجامعة د. طاهر مولاي في ولاية سعيدة و اعتمادا على استمارة الأسئلة الموزعة على الطلاب تبين أن مستوى الخدمات لا ترقى إلى مستوى توقعات الطلبة بصورة نسبية فهي تحتاج إلى بعض التحسينات ، و هذا ما أثبتته إجابة السؤال الأول ، حيث أن الطلاب قيموا جودة الخدمات التعليمية من خلال مقياس (servperf) و خلصة إلى أن الأبعاد الخمسة غير جيدة إلى حد ما فيما بينها مما يفرض ذلك على الجامعة أن تشتهد في تحسين و تطوير هذه الأبعاد من خلال الحرص على السرعة في تقديم الخدمات التعليمية و الإستعداد الدائم للعاملين للتعاون مع الطلاب و الرد الفوري على إنشغالاتهم (و نشير إلى هذه النقطة بوضع مرشدين أكاديميين) مما يسهل ذلك وصول الخدمة في الموقع و الوقت المناسبين لأنه كلما ارتفعت جودة الخدمة كلما زاد رضا الطلبة حول مستوى الأداء الفعلي للخدمة في الجامعة والعكس صحيح.

العلاج

مراجع باللغة العربية :

❖ أولا - الكتب :

- 1- فواز الشميمي: " إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للايزو (9001) " ، الطبعة الأولى ، عالم الكتب الحديثة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2008
- 2- محمد عبدالوهاب العزاوي: "إدارة الجودة الشاملة " ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2005
- 3- سونيا محمد البكري ، " إدارة الجودة الكلية " ، الدار الجامعية للنشر ، الإسكندرية ، 2002
- 4- قاسم نايف علوان ، " إدارة الجودة الشاملة و متطلبات الآيزو 9001:2000 " ، الطبعة الثانية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2009
- 5- مهدي السامرائي ، "إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي و الخدمي" ، الطبعة الأولى ، دار جرير للنشر و التوزيع ، عمان ، 2007
- 6- سميحة بلحسن ، " تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون " ، ماستر تخصص علوم تجارية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2011 / 2012
- 7- محفوظ أحمد جودة ، " إدارة الجودة الشاملة مفاهيم و تطبيقات " ، الطبعة الرابعة ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2009
- 8- صالح ناصر عليمات ، " إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات التربوية (التطبيق و مقترحات التطوير) " ، الطبعة الأولى ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008
- 9- ميد الطائي ، بشير العلاق ، " تسويق الخدمات (مدخل استراتيجي ، وظيفي ، تطبيقي) " ، الطبعة العربية ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2009
- 10- هاني حامد الضمور ، " تسويق الخدمات " ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2005 .

11- حميد الطائي ، محمود الصميدعي ، بشير العلاق ، " الأسس العلمية للتسويق الحديث " ، دار اليازوري العلمية ، عمان ، 2007

12- زكريا عزام ، عبد الباسط حسونة ، مصطفى الشيخ ، " مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق " ، دار السيرة ، عمان ، 2008

❖ ثانيا - مذكرات :

1- بوعنان نور الدين: " جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء " ، ماجستير تخصص علوم التسيير فرع تسويق ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، 2006 / 2007

2- بولومة هجيرة: " أثر تطبيق إدارة جودة التعليم على تقديم خدمات تعليمية متميزة بإستخدام المعادلات الهيكلية " ، ماستر في العلوم الإقتصادية تخصص طرق كمية في التسيير ، جامعة الدكتور ملاي الطاهر ، سعيدة ، 2012/2013

3- يعقوبي خليفة ، "تطبيق إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي بالجزائر" ، رسالة دكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص تسيير، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، 2013/2014

4- يزيد قادة ، " واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم الجزائرية " ، ماجستير في علو التسيير تخصص حوكمة الشركات ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، 2011/2012

5- سميحة بلحسن ، " تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون " ، ماستر تخصص علوم تجارية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2011 / 2012

6- ساهل سيدي محمد ، " آفاق تطبيق التسويق في المؤسسات المصرفية العمومية الجزائرية " ، دكتوراه دولة ، أبو بكر بلقايد ، تلمسان ، 2003 / 2004

❖ ثالثا - مقالات علمية :

- 1- عطية مصلح: " قياس جودة الخدمات من وجهة نظر العاملين و المرضى في المستشفيات العامة ، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث و الدراسات ، العدد السابع و العشرون ، جوان 2012

❖ رابعا - التظاهرة العلمية :

- 1- نزي عزالدين و آخرون ، "تحقيق الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي" ، ملتقى وطني في إدارة الجودة الشاملة و تنمية أداء المؤسسة ، جامعة الدكتور ملاي الطاهر، سعيده ، 2012

❖ خامسا - مواقع إلكترونية :

- 1- بو مطيع، خالد جاسم ، الجودة الشاملة في التعليم بين المقاييس و المؤشرات ، 2002، (2015/04/06)

<http://www.ksa-teachers.com/forums/t185034>

مراجع باللغة الأجنبية :

أولا – كتب :

- 1- Gérard tocque et Langlois Michel - Marketing des services- Le défi relationnel ,Edition Gaetan Morin, Collection Dunob, 1992.
- 2- Lovelock .E.et jochen .w et Demis .L - marketing des services - 5^e ed Pearson éducation 2004
- 3- Léonard.L , Berry –le Marketing Fondement et Application – Mc Grahll . Canada 1990. P10
- 4- P.Kother et B.dubois - Marketing mangement - 12eme édition publi , learson 2006
- 5- J. Lendrevie . J . Lévy et D. Lindon - Mercator – Editions Dalloz – 7eme édition 2003

ثانيا – مقالات علمية :

- 1- Parasuraman,A.,Zeithaml, Valarie A., and Berry, Leonard L , A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Vol.49 (1985),PP. 41-50
- 2- Seth,N.,Deshmukh,S.G., and Vrat,P , Service Quality Models: a Review, International Journal of Quality and Reliability Management,Vol.22,N°9, (2005) PP.913-949.
- 3- Zeithaml,V.A.,Berry,L.L., and Parasuraman , A Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality, Journal of Marketing, Vol.52, (1988), PP. 38-44.
- 4- Cronin,J.Joseph, and Taylor, Steven A Servperf Versus Servqual : Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality,[Electronic Version] Journal of Marketing, Vol.58, (1994) PP.125-131
- 5- Coulthard,Lisa J.Morisson ,Measuring Service Quality: A Review and Critique of Research Using Servqual,[Electronic Version] International Journal of Market Research, Vol.46 Quarter 4, (2004) PP. 479-497.

- 6- Stewart, Robinson , Measuring Service Quality : Current Thinking and Future Requirements, Marketing Intelligence and Planning ,Vol.17 Issue 1, (1999), PP 21-32
- 7- Parasuraman,A.,Zeithaml,V.A., and Berry,L.L , Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research, Journal of Marketing, Vol.58, (1994a) PP. 111-124.
- 8- Page Jr, Thomas J, and Spreng, Richard A Difference Score Versus Direct Effects in Service Quality Measurement ,[Electronic Version] Journal of Service Research, Vol.4, N°.3, (2002) PP. 184-192.
- 9- Gronroos, C. A Service Quality Model and Its Marketing Implications, European journal of Marketing, Vol.18 N°.4, (1984) PP.36-44
- 10- Brady, Michael K., and Cronin, J.J , Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach, Journal of Marketing, Vol.65, (2001) PP.34-49

ثالثا - قواميس :

- 1- Oxford, Advanced learner dictionary of current English, oxford university press, seventh edition, new York 2005,
- 2- Le petit larousse illustré- Larousse – Paris 1992.
- 3- Yves le Golvan dictionnaire marketing banque assurance ‘Dunod ‘Paris .1988
- 4- P .kotler -.Marketing Management – the Millemium 10th Edition Prentie Hall N J. 2000

العلاقات

جامعة د. مولاي طاهر – سعيدة – الجزائر
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية و علوم التسيير

استبيان
قياس جودة الخدمات التعليمية

أولا : المعلومات الشخصية :

1- الجنس : ☐ ذكر ☐ أنثى

2- المستوى التعليمي: السنة 1 ل.م.د ☐ السنة 1 ماستر ل.م.د ☐

السنة 2 ل.م.د ☐ السنة 2 ماستر ل.م.د ☐

السنة 3 ل.م.د ☐

3- الكلية :

ثانيا : أسئلة الاستبيان:

الرقم	عبارات الاستبيان	لا أوافق على الإطلاق	لا أوافق	محايد	أوافق لحد ما	أوافق بشدة
Tangible الجوانب الملموسة						
01	تتمتع الكلية بموقع ملائم يسهل الوصول إليه بسرعة.					
02	الوسائل و التجهيزات المستعملة في الكلية ذات جودة و تفي باحتياجات الطلبة.					
03	المظهر العام للكلية جذاب (المباني، المرافق، القاعات، الساحات، الملاعب...).					
04	يتميز موظفي وعمال الكلية بمظهر أنيق وحسن.					
Reliability الاعتمادية						
05	يلتزم العاملون وأعضاء هيئة التدريس في الكلية بتقديم الخدمة في الوقت المحدد.					
06	تحرص الكلية على تقديم الخدمة التعليمية بشكل صحيح ومن أول مرة.					
07	البرامج والتخصصات في الكلية تتميز بالجاذبية والتنوع.					
08	تبدي الكلية اهتماماً خاصاً بمشاكل واستفسارات الطلبة.					
09	تحتفظ الكلية بسجلات دقيقة و موثقة .					
Responsiveness الاستجابة						
10	تقدم الكلية خدماتها التعليمية بشكل فوري.					
11	الاستجابة الفورية لحل مشاكل و الانشغالات المطروحة للطلبة.					
12	تُعلم الكلية بمواعيد تقديم الخدمات و الانتهاء منها.					
13	الاستعداد الدائم لدى الادارة وأعضاء هيئة التدريس لمساعدة الطلبة.					

الرقم	عبارات الاستبيان	لا أوافق على الإطلاق	لا أوافق	محايد	أوافق لحد ما	أوافق بشدة
السلامة (الامان) Assurance						
14	سلوك هيئة التدريس و إدارة الجامعة يعزز الشعور بالأمان و الثقة.					
15	إمام هيئة التدريس و إدارة الكلية بالمعلومات الكافية وحسن توصيلها.					
16	اللباقة وحسن الخلق في التعامل من قبل هيئة التدريس و إدارة الكلية.					
17	تتعامل الكلية بالمعلومات الخاصة للطلبة بسرية.					
التعاطف Empathy						
18	تُظهر الادارة و هيئة التدريس الود في علاقتهم مع الطلبة.					
19	وضع مصلحة الطالب في مقدمة اهتمامات الإدارة.					
20	العلم و الدراية الكافية من طرف الادارة وهيئة التدريس باحتياجات المختلفة للطلبة.					
21	الروح المرحية والصداقة واضحة في التعامل داخل الكلية.					
22	احترام ضيوف الجامعة وزوارها واستقبالهم بحفاوة.					

شكرا على حسن تعاونكم

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي

جامعة د. الطاهر مولاي سعيدة



مصلحة التنمية و الإستشراف التابعة لنيابة مديرية الجامعة للتنمية و التوجيه بجامعة سعيدة

قائمة الطلبة المسجلين بصفة منتظمة للسنة الجامعية 2014 - 2015

طلبة نظام ل.م.د LMD

المجموع الكلية للكلية	دكتوراه	ماستر	ليسانس	الأطوار الكلية
1711	23	717	971	التكنولوجيا
1493	33	386	1074	العلوم
1439	24	412	1003	العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير
1458	–	721	737	الحقوق و العلوم السياسية
2087	20	644	1423	العلوم الإنسانية و الإجتماعية
2345	–	647	1698	الأدب و اللغات
	100	3527	6906	المجموع الكلي للأطوار