

# دور الاستثمار للتعليم الخاص في تعزيز سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية (دراسة تحليلية لآراء عينة من طلبة كليات التعليم الاهلي في محافظة النجف)

مروه عبد المهدي مالك / باحثة  
أ.د.حاکم جبوري الخفاجي / جامعة الكوفة / كلية الادارة والاقتصاد

P: ISSN : 1813-6729

E : ISSN : 2707-1359

<https://doi.org/10.31272/jae.i137.1133>

مقبول للنشر بتاريخ: 2022/9/20

تاريخ أستلام البحث : 2022/9/12

## المستخلص

الغرض من البحث هو تعزيز سلوك الشراء الرقمي وما هو تأثير تطبيق دور الاستثمار للتعليم الخاص، وتبرز مشكلة البحث بانخفاض تطبيق سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية ومن خلال الوقت الحالي والحداثة الحاصلة بدخول الرقمنة في جميع مجالات الحياة تلزمنا الى النظر والتوسع في تعزيز سلوك الشراء الرقمي وادخاله في مجال التعليم الاهلي، ومثل ما حصل في جائحة (كوفيد19) اضطر التعليم العالي الى استخدام الوسائل الالكترونية والرقمية لحل المشكلة والاستمرار بالتعليم. وتم اختيار الجامعات والكليات الاهلية في محافظة النجف الاشراف مجالاً للتطبيق وتم اختيار عينة قصدية من طلبة المرحلة الاولى والبالغ عددهم (380) طالباً والصالح للتحليل، وقد تم اختيار الاستبانة اداة رئيسية للبحث، وتبرز اهداف البحث من خلال اختبار وقياس علاقات الارتباط والتأثير بين متغيري البحث وتشخيص اسباب انخفاض تطبيق سلوك الشراء الرقمي، وللبحث اهمية معرفية واهمية لعينة البحث للمستثمرين وطلبة، وتم وضع فرضيات الارتباط والتأثير وتبني الاساليب الاحصائية مثل بيرسون والانحدار وتبني برنامج (SPSS.Var 24) بهدف تحليل البيانات والتوصل الى النتائج، واهم الاستنتاجات كانت على الرغم من كل جهود المستثمرين في قطاع التعليم العالي الاهلي لتعزيز سلوك الشراء الرقمي ما يدخله للخدمة التعليمية من فائدة وخاصة في مواجهة الظروف الطارئة، وتم وضع التوصيات المناسبة الى الاستنتاجات.

**الكلمات المفتاحية:** دور الاستثمار للتعليم الخاص , سلوك الشراء الرقمي , الكليات الاهلية .



مجلة الادارة والاقتصاد  
مجلد 48 العدد 137 / آذار / 2023  
الصفحات : 1 - 13

\* بحث مستل من رسالة ماجستير

## المبحث الاول المنهجية العلمية

تتضمن المنهجية العلمية خطوات مرتبة يسير في ضونها البحث كطريق للوصول الى اهداف البحث وهي كالآتي:  
اولاً: مشكلة البحث

تعمل المنظمات التي تهدف الى تحقيق الارباح كأولوية من اهدافها سواء كانت في انتاج السلع او الخدمات بغض النظر عن نوع الخدمات مما يدفع المنظمات الاستثمار في مجال عملها لتحقيق اهدافها وهنا كان الاستثمار في الجامعات والكليات الخاصة او الاهلية في مجال التعليم بعاصر العملية التعليمية بهدف تعزيز الشراء الرقمي للخدمة التعليمية وخاصة مع تفشي فايروس (كوفيد 19) وتبرز مشكلة البحث من خلال تعزيز سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية في هذه الكليات وبما يسهم في تعزيز العملية التعليمية وبما يتسم مع حجم الاستثمار من قبل الكليات ووضع الباحثان تساؤل رئيسي للمشكلة كيف تستطيع الكليات الخاصة من تعزيز سلوك الشراء رقميا للخدمة التعليمية وبما يوازي حجم الاستثمار لهذه وهن تبرز عدد من التساؤلات الفرعية والتي تعد اسباب للمشكلة من وجهة نظر الباحثان وهي:

- 1- ما هو تأثير اختيار المعلم او الملاكات العلمية البارزة في تعزيز الشراء للخدمة التعليمية في عينة البحث؟
- 2- ما هو دور المنهج ومحتواه في تعزيز عملية الشراء للخدمات التعليمية والاختيار لعينة البحث؟
- 3- ما هو دور البيئة الدراسية المادية على الشراء للخدمة التعليمية واختيار الكليات عينة البحث؟
- 4- ما هو تأثير الطالب في اختياره لشراء الخدمة التعليمية واختيار عينة البحث للدراسة؟

### ثانياً: اهمية البحث

يمكن اجمال اهمية البحث من خلال الآتي:

- 1- اهمية معرفية من خلال الاطار المفاهيمي لمتغيري البحث.
- 2- استفادة الجامعات والكليات عينة البحث من نتائج البحث.
- 3- تحسين اداء عينة البحث مما يجعلها قادرة على كسب وجذب الطلبة.

### ثالثاً: اهداف البحث

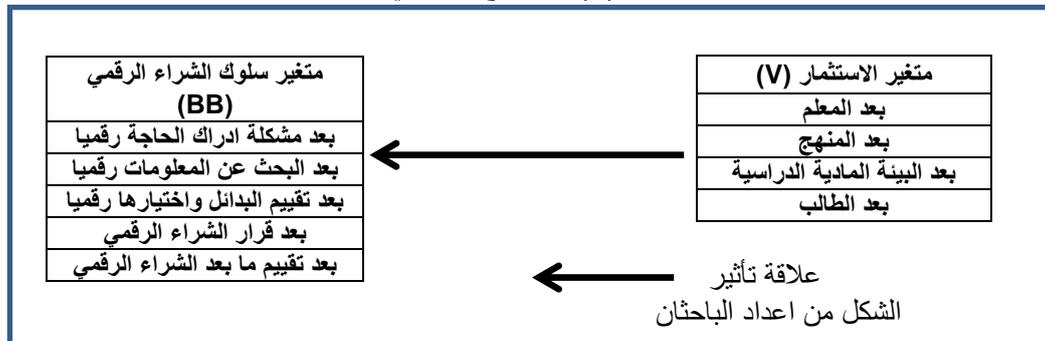
تبرز اهداف البحث من خلال الآتي:

- 1- اختبار وقياس مستوى علاقة التأثير بين متغيري البحث.
- 2- تشخيص كيفية تعزيز سلوك الشراء رقميا للخدمة التعليمية في عينة البحث.
- 3- ايجاد الحلول المناسبة من اجل كسب الشراء.

### رابعاً: الفرضيات والانموذج الفرضي

الفرضية الرئيسية : يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لمتغير الاستثمار وابعاده في سلوك الشراء الرقمي بأبعاده مجتمعة, وتنبثق منه الفرضيات الفرعية الآتية:  
الفرعية الاولى : يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لبعده المعلم في سلوك الشراء الرقمي بأبعاده مجتمعة.  
الفرعية الثانية : يوجد تأثير ذو دلالة احصائية موجبة لبعده المنهج في متغير سلوك الشراء الرقمي بأبعاده مجتمعة.  
الفرعية الثالثة : يوجد تأثير ذو دلالة احصائية موجبة لبعده البيئة المادية في متغير سلوك الشراء الرقمي بأبعاده مجتمعة.  
الفرعية الرابعة : يوجد تأثير ذو دلالة احصائية موجبة لبعده الطالب في متغير سلوك الشراء الرقمي بأبعاده مجتمعة.

الشكل(1) الانموذج الفرضي



## خامساً : مجتمع وعينة البحث

مكان تطبيق الدراسة هو الجامعات والكليات الاهلية في محافظة النجف الاشرف مجال للتطبيق وتم اختيار عينة قصدية من طلبة المرحلة الاولى والبالغ عددهم(380)والصالح للتحليل وفق الجداول الاحصائية المعتمدة لاختيار العينات, وقد تم اختيار الاستبانة اداة رئيسية للبحث.

## المبحث الثاني الجانب النظري

### اولاً : الاستثمار

#### 1- مفهوم الاستثمار

مفهوم الاستثمار بأنه منظمة أو عدة منظمات خاصة بعلم الاقتصاد "مثل مؤسسات او شركات " لها علاقة بالنواحي التجارية الخدمية أو الصناعية يديرها فرد أو مجموعة من الأفراد لتحقيق أهداف استثمارية وانها إحدى المصادر المهمة لتنمية الاقتصاد الوطني (السبيعي,195:2020), وعرفها اخرون بأنه مرتبط بعدة امور ومنها حالة عدم اليقين تؤدي إلى خفض الاستثمار الخاص على نطاق واسع, وايضا أنه كلما زاد حجم السوق يكون الاستثمار الخاص أكبر وينبغي أن تكون نفقات التنمية معزز لتشجيع الاستثمار الخاص (Ahmad & Qayyum, 2009:3), وفي مفهوم اخر للاستثمار (Ahmad & Qayyum, 2008:1) اشارت نظريات الاستثمار على أن الاستثمار يعتمد بشكل أساسي على سعر الفائدة والدخل ومتغيرات العمل وعدم اليقين ونفقات التنمية العامة والاستهلاك العام ومن خلال دمج النفقات لالتقاط الدور الواضح للنفقات العامة في تحديد مستوى الاستثمار الخاص, وكما اشار (غانم, 2000) ان الاستثمار الخاص في التعليم هو ايجاد موارد مالية باستطاعتها تغطية مستلزمات المؤسسة التعليمية, وبماكانها تحقيق أهدافها الاقتصادية, وعمليا هو الاستثمار في الأفراد والبحث العلمي والأكاديمي والبنية التحتية والتطوير المنهجي وإنتاج مختلف المعرفة التقنية مثل كالابتكارات لتحقيق منعة مادية ولأن الاستثمار للموارد البشرية في التعليم جزء اساسي وهام لبناء القدرات والمهارات البشرية الفعالة للمجتمع(السبيعي,194:2020).

بينما اشار (Fischer, 1930) هو ذلك الأثر على مستوى الدخل بشكل إيجابي على الاستثمار الخاص حيث أن مستوى الدخل المرتفع يميل إلى تكريس المزيد من موارد لتمويل الاستثمار وان سعر الفائدة يؤثر سلباً على الاستثمار الخاص لأنه عندما يزيد سعر الفائدة ينخفض العائد على الاستثمار (Ahmad & Qayyum, 2009:2), واثار(Johansen, 1988:3) ان وظيفة الاستثمار الخاص طويل المدى على نطاق واسع ووجود علاقة تكامل مشترك بين الاستثمار الخاص على نطاق واسع توجد علاقة طويلة المدى بين الاستثمار الخاص على نطاق واسع ونفقات الاستهلاك العام ونفقات التنمية العامة وحجم السوق "النتائج المحلي الإجمالي" يشير إلى أن نفقات الاستهلاك العام على المدى الطويل,

بينما يرى(Ahmad & Qayyum, 2009:2) الاستثمار الخاص على نطاق واسع مرتبط بنفقات التنمية العامة وهناك تأثيراً سلبياً على الاستثمار الخاص على نطاق واسع مالم تعزز تلك نفقات, وعلاقة إيجابية طويلة المدى بين الاستثمار الخاص في نطاق واسع ونفقات التنمية العامة وكذلك يشير إلى أهمية توفير البنية التحتية الأساسية للقطاع الخاص قطاع الاقتصاد كوسيلة لخلق البيئة الاقتصادية المناسبة التي تحفز القطاع الخاص حوافز القطاع للاستثمار على نطاق واسع.

#### 2- أهمية الاستثمار

نظراً لأهمية هذا القطاع قمنا بتحليل السلوك الاستثماري للقطاع الخاص في نطاق واسع كان على استكشاف دور النفقات العامة (التنمية وغير التنموية) وعدم اليقين الاقتصادي الكلي في تحديد الاستثمار الثابت للقطاع الخاص على نطاق واسع وجد أن معظم السلاسل غير ثابتة وهناك علاقة تكامل مشتركة بين الاستثمار ونفقات الاستهلاك العام ونفقات التنمية العامة وحجم سوق (Ahmad & Qayyum, 2009:2).

1. اشار (Keynes, 1936:3) أن التدخل الحكومي ضروري لتنشيط الاستثمار الخاص ويعتقد صناع السياسة أن الاستثمار الخاص مرتبط في تكامل البنية التحتية والاستثمارات الحكومية.
2. ان الأهمية الفعالة للاستثمار في التعليم ودورها في أعداد الطاقات البشرية تساعد كثيراً في رفع كفاءة وفاعلية التعليم وتطور مخرجاته لتحقيق الأهداف العامة للمجتمع وأهداف التنمية الشاملة وهو الأمر الذي يؤدي الى تطور المجتمع وتحسينه (سهام,199:2015).
3. ان العلاقة بين الاستثمار الخاص والقطاع العام على نطاق واسع قد يؤدي الى جعل الاستثمار العام يراحم القطاع الخاص ولكن ان إرشاد صانعي السياسات إلى أي مكونات من النفقات ينبغي تصغيرها وأيها يمكن النظر بها لتعزيزها ولتشجيع الاستثمار الخاص لقد وجدت معظم الدراسات علاقة إيجابية بين الاستثمار الخاص والاستثمار العام(Hermes & Lensink 2001:1).

4. يقدر (Looney, 1997:6) العلاقة المقدره بين الاستثمار الخاص في جميع المجالات والبنية التحتية على نطاق واسع من خلال تطبيق منهجية معتمدة تنهض بهذا القطاع.

### 3- اهداف الاستثمار

- اشار كل من (Ang & Marchal, 2013:16) الى اهداف الاستثمار الخاص من خلال الاتي:
1. سيكون من الضروري تعبئة الاستثمار الخاص بخطى سريعة وعلى نطاق واسع لتسهيل الانتقال إلى نهج أكثر تطوراً ونمو.
  2. وغالباً ما تحد حواجز الاستثمار على الاستثمار الخاص في البنية التحتية المستدامة للمشاريع، نظراً لخصائص المخاطر والعائد ويمكن أن يُعزى ذلك إلى إخفاقات السوق والسياسات الحكومية التي لم تحقق النجاح، وكذلك تهدف الى وضع اللوائح ولأدوات المبتكرة لتعزيز ذلك.
  3. تلعب الحكومات دوراً رئيسياً في التأثير على استثمارات القطاع الخاص من خلال تحسين التمكين.
  4. يهدف إلى تقديم المشورة للحكومات بشأن مزيج واسع من السياسات والأدوات التي يمكنهم استخدامها على المستوى الوطني لتوسيع نطاق الاستثمار الخاص في البنية التحتية.
  5. وكذلك تهدف الى وضع اللوائح ولأدوات المبتكرة لتعزيز ذلك.

### 4- الاستثمار في التعليم

بينت الكثير من الاديبيات السابقة ان التعليم هو استثمار لا نه تكلفة وتكفاهة كبيرة جدا وبدأ الربط من قبل الاقتصاديون بين معدلات النمو الاقتصادي والانفاق على التعليم في المجتمعات وهنا بدئت النظرة تجاه التعليم تتغير ويرى ان الانفاق على التعليم نوع من انواع الاستثمار حيث يؤدي هذا الانفاق الى ارتفاع وزيادة في مهارات الافراد وهذا يؤدي الى ارتفاع مستوى الانتاج (سهام,2005:200).

### 5- مقاييس وابعاد الاستثمار للخدمة التعليمية

اشارت الكثير من الدراسات ومنها (طاقة,4-7:2010) ان عمليات الاستثمار في التعليم الاهلي او الخاص هو في حقيقته استثمار في عناصر العملية التعليمية والتي تتضمن (المعلم, المنهج, البيئة المادية الدراسية, والطالب) وتم تبني هذا المقياس ويتضمن الابعاد الاتية:

- **فقرات بعد المعلم :** تستقطب الكليات الاهلية الاساتذة في التخصص النادر ضمن ملاكها التعليمي و تتعاقد الكليات الاهلية مع الخبرات والكفاءات العلمية بأعلى المراتب العلمية بعد تقاعدهم وتدمج الكليات الاهلية بين الدرجات العلمية (استاذ, استاذ مساعد) من حملة الدكتوراه ومع القاب المدرس والمدرس المساعد من الشباب للاستفادة منهم وتدريبهم مع الاساتذة الاعلى.
- **بعد المنهج :** تلتزم الكليات الاهلية بمفردات المناهج الحكومية المناظرة على وفق التعليمات وتلتزم الكليات الاهلية بتدريس الاساتذة ضمن تخصصاتهم العلمية تعمل الكلية على توفير المناهج الدراسية المطلوبة للطلبة يقوم التدريس بتبني طرائق تدريس مختلف ومنها اعتماد التقنيات الحديثة في التعليم.
- **بعد البيئة المادية الدراسية :** تستثمر الكليات مبالغ ضخمة في بناء الكليات والقاعات الدراسية المريحة والمناسبة على وفق معايير الاعتماد الاكاديمي, وتعمل الكليات الاهلية على تهيئة متطلبات القاعات الدراسية ومنها التقنية وتوفر الكليات الاهلية المرافق العامة للطلبة مثل المطاعم وامكان الجلوس والحدائق المناسبة, وتهتم الكليات الاهلية بتوفير متطلبات الانشطة الطلابية مثل القاعات الرياضية المختلفة وكذلك تهتم الكليات بتصاميم البنايات والقاعات واللون والديكورات وبما يجعلها اكثر جمالا وجاذبية.
- **بعد الطالب :** تستقطب الكليات الاهلية الطلبة من خلال سمعة الكلية العلمية وتقدم الكلية الدعم للطلبة المقبولين بالأجور الدراسية من خلال توزيعها على اقساط وتعفي الكليات الاهلية الطلبة الاوائل من دفع اجور الدراسة تشجيعا لهم ورفع روح المنافسة بينهم وتعمل الكليات على التنوع في التخصصات المطلوبة وبمعدل قبول اقل من الحكومي.

### ثانياً: سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية

#### 1- مفهوم سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية

ان مفهوم سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية هو خاصية حالة خدمات الشراء الرقمي (عبر الإنترنت) وهو رغبة العميل في الحفاظ على العلاقة وتعتمد الشركة على تصور هذه العلاقة وفائدة الخدمة التعليمية عالية الجودة التي توفر التدفق المستمر للقيمة مع المشتري (Jiang, Z & Benbasat, 2007:454), وقد اشار (Roberts, Varki & Brodie, 2003) هناك غموض بما يتعلق بهذا المفهوم يتعلق الغموض بسلوك المشتريين والتزام المشتريين الرقميين التي فشلت بعض الدراسات في العثور على علاقة مهمة بين هذين المفاهيم, وبينما يرى (Sullivan & Walstrom, 2001:2-3) تعتبر الأفعال او السلوك بشكل عام سلوكيات ناتجة عن حالات تأثير التحكم خاصة على الإنترنت والمستهلكون تحت تأثير النبض قوي

(العاطفة والرغبة والعنف والخوف) ان الفرد نتيجة النبض يركز على العواقب العاطفية الفورية التي تجعله مندفع للشراء وخاصة الرقمي منها وتجربه مثل هذا النوع من الشراء اليوم شهد قطاع الخدمات نموًا سريعًا هيمن على مختلف مجالات الحياة ومنها النشاط الاقتصادي وزيادة الابتكار في مجال الاتصالات وقد غيرت تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير المفاهيم وتطویر وتقديم واستخدام الخدمات الإلكترونية والابتكارات المتعلقة بالكمبيوتر والإنترنت مبتكر في تقديم الخدمات والاستهلاك الذي يغذي نمو الطلب بالإضافة إلى إنشاء خدمات إلكترونية جديدة إلى تشجيع المتسوقين عبر الإنترنت وحثهم على الشراء.

كما وصفه (Attaran & Kirkland, 2019:1) لقد تم تعديل أحد التحولات الملحوظة في تفاعل المشترين واتجاهاتهم وأسلوب حياتهم بسبب التقنيات الحديثة مثل الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والوسائط الرقمية لتغيير من سلوكيات المشترين، وكما اشار لها (Alam & Waheed, 2019:45) كانت العديد من ممارسات التسويق المعاصرة معروفة بالفعل والتي تعزز سلوك المشترين و المستهلكين على سبيل المثال تسويق قاعدة البيانات والتسويق الفيروسي وتسويق المعاملات والتسويق الشبكي والتسويق الإلكتروني والتسويق التفاعلي وقد أصبح الإنترنت عنصرًا أساسيًا لجميع أنشطة الحياة البشرية مثل الصحة والتعليم والاتصال الشخصي والحياة الاجتماعية وبالتالي اقترح العلماء منصات مهمة على الصعيد الوطني من سياقات ومجالات متنوعة ويُعرّف سلوك المشترين الرقميين عبر الإنترنت بأنه نية شخص ما للتسوق من منتج معين عبر الإنترنت و هناك عدة عوامل تقيد الشراء الرقمي لمنتج ما بما في ذلك الخصوصية ومخاطر الأمان ومشكلات الاحتيال.

اما (Ltifi, 1970:1) يعتبر الشراء عبر الانترنت وخاصة للخدمات التعليمية ظاهرة مهمة في سلوك المستهلك والتوزيع في السياق الكلاسيكي والافتراضي ان نمو الخدمات على أساس الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وخاصة الإنترنت قد غير طريقة الأعمال وبتفاعل المستهلكون الهدف هو توفير فهم أشمل لخصائص الموقع التجاري ودوره في تطويره متعة الخدمة والالتزام بدفع الشراء وان خدمة المستهلكين التي تؤثر بشكل متزايد على التزامهم بهذا الموقع وبالتالي شراء الدافع أي دوافعهم هي التي توجههم.

## 2- اهمية سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية

يعد سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية مهماً وخاصة مع التطور الحاصل في التقنيات الحديثة وأشار (Alam & Waheed, 2019:47) الى اهمية سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية من خلال الاتي:

- أ- التسويق والشراء الرقمي في الوقت الحاضر قد زاد من التوسع المذهل لقبوله بشكل كبير بسبب الاستخدام الواسع لرسائل البريد الإلكتروني والتطبيقات الاجتماعية و SNS والأجهزة والمدونات عبر الإنترنت والشبكات الأخرى المستندة إلى الإنترنت في العصر الرقمي الحالي.
- ب- أدركت الشركات أهمية هذا التطور في أن تصبح أكثر توجهاً نحو الزبائن في وضع الأعمال اليوم ولقد غير عصر الرقمنة الحالي تاريخ الاتصالات التسويقية واساليب الشراء بسبب التحول السريع لقنوات الإعلان على الرغم من أن العلماء جادلوا بأن هناك بعض المشكلات والتحديات في التسوق والشراء عبر الإنترنت.
- ت- وفقاً للخبراء هناك حاجة إلى مزيد من البحث العلمي للتركيز على التسويق الرقمي وتقديم الخدمة التعليمية وسلوك المستهلكين وتطور سلوك الشراء الرقمي بطريقة قوية ولديها القدرة على معالجة عدد كبير من البيانات المنظمة وغير المهيكلة والتي اقترحت إجراء المزيد من التحليل لفهم النية السلوكية للأفراد تجاه قبول واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة.
- ث- حيث تتضمن مجموعة من العمليات لا سيما فيما يتعلق بشراء منتج او خدمة معينة عبر الإنترنت واعتماد تقنيات متسارعة وبارزة جديدة تؤثر على ميول تبني المستهلكين.

## 3- اهداف سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية

يعد سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية ضرورة ملحة للمنظمات الحديثة التي تسعى الى اصال الخدمة بأدق تفاصيل و ايجاد ما يمكن وتحت أي ظروف و اشار مجموعة من الباحثين بما يأتي:

- أ- أدرك المسوقون أهمية هذا التحول في نموذج وهو تبادل السلع إلى نموذج خدمة يعتمد على التبادل حيث يلعب المستهلك دورًا مركزيًا خاصة في حالة الخدمات عبر الإنترنت (Vargo & Lusch, 2004:4)
- ب- يتم التركيز على جودة الخدمة بدلاً من جودة التصنيع بغض النظر عن القطاع رغبة الزبون في الحفاظ على علاقة مع الشركة على تصورها لفوائد الخدمة عالية الجودة التي توفر كل ما يرغب اليه الزبون.
- ت- يتعلق الغموض بجودة الخدمة والتزام المتسوقين عبر الإنترنت وكيفية الحصول على زبائن مستمرين ومتواصلين لهذه الخدمات وجدت أن جودة الخدمات هي التي تحدد مواقف الالتزام (Patterson et al., 2006:265).
- ث- تأثير جودة الخدمة على مواقف الزبائن والتزامهم كمؤشر ولاء الزبون وعلى الرغم من أهمية الاقتصاد في الخدمات الإلكترونية لا يزال هناك نقص في البنى التحتية (Carrillat et al., 2009:95).

ج- ان سوابق جودة الخدمة وتأثيرها على رغبة الزبائن وتتمتع الخدمات الإلكترونية بالعديد من خصائص الخدمات غير المتصلة بالإنترنت لكنها تقدم العديد من الصفات الفريدة التي لم تتناولها سلوكيات الشراء التقليدية السابقة حول جودة الخدمة ونتيجة لذلك لا تحتاج خدمات إدارة المعارف التقليدية إلى استراتيجيات قابلة للتكيف بسهولة في البيئات الوسيطة على عكس الحديثة (Sullivan & Walstrom, 2001:9).

#### 4- مقاييس وابعاد سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية

نظرا الأهمية هذا المفهوم قد تم تناوله من قبل مجموعة من الباحثين وفي هذا الصدد بين Yuruk (Kayapinar, 2020) خمس ابعاد, وهو خاصية حالة خدمات الشراء الرقمي (عبر الإنترنت) وهو رغبة العميل في الحفاظ على العلاقة وتعتمد الشركة على تصور هذه العلاقة وفائدة الخدمة عالية الجودة التي توفر التدفق المستمر للقيمة مع المشتري (Jiang, Z & Benbasat, 2007:454). وتم تبني هذا المقياس ويتضمن الأبعاد الآتية:

- **بعد مشكلة ادراك الحاجة رقميا :** اصبح العمل على رقميا ومن خلال وسائل الرقمية بجلب انتباه الزبون نحو الحاجة له وتعتمد على القدرة الإقناعية والموثوقية لعرض الخدمات المتعلقة بحاجات الزبائن (ugan et al., 2016:897).
- **بعد البحث عن المعلومات رقميا :** باستخدام بيانات المسح وسجلات الويب تقارن بين استخدام ومستخدمي نظامين أساسيين للمعلومات الرقمية موجهين نحو المستهلكين ومواقع الويب والموقع الإلكتروني ومن المستخدم والمواقع المحدد للمنصة الفردية وكمية معلومات المنصة وشمولها ، وتصورات المستخدم للسلطة والتي تعمل على تقييم توفير المعلومات الرقمية للمستهلك (Nicholas & Williams, 2003; 120).
- **بعد تقييم البدائل واختيارها رقميا :** يعد الاستعانة بمصادر خارجية لجمع المعلومات عن البدائل للحاجة يتم التقييم لها بشكل تفصيلي تمهيد لمرحلة الاختيار المناسب لغرض الشراء للخدمة المقدمة. (Chen & Chin 2019:4116).
- **بعد قرار الشراء الرقمي :** اختيار قرار شراء المستهلك ومعرفة أن يدرك المستهلكون أهمية التسويق الرقمي وتأثير القنوات الرقمية في قرار الشراء أن الزبائن على دراية بالتسويق الرقمي ويفضلون ذلك عن طريق السلع الإلكترونية والتسوق عبر القنوات الرقمية في مواقعهم يؤثر على سلوك الشراء, ويلعب دورًا حيويًا في زيادة المبيعات للخدمات المقدمة (Mahalaxmi & Ranjith, 2016:332).
- **بعد تقييم ما بعد الشراء الرقمي :** تكمن المشكلة في استيراد أكثر خطورة للتجار الإلكترونيين فإن عملية التقييم المعرفي والعاطفي الأساسية التي تؤدي إلى حالة الشراء عبر الإنترنت, قد تؤدي إلى قيام المستهلكين بالتفكير بشكل او باخر في قرارهم من خلال التأثير عليهم من الآخرين لذلك تعتمد الكليات الى الاعلانات التي تشجع قرار الشراء من خلال عرض المكاسب له او اضافة محفزات اخرى (Zhang, 2018:1).

## المبحث الثالث

### الجدول العملي

يشمل هذا المبحث عدة فقرات ذات العلاقة في الجانب العملي وهي:

أولاً : **الترميز:** ونتائج الفا كرو نباخ للمقياس يعرضها الجدول (1) حول كل متغير وكل بعد وبانت كلها مقبولة من الناحية الاحصائية في العلوم السلوكية والنفسية ان تكون اكبر من (68).

الجدول ( 1 ) ترميز ومعامل الفا كرو نباخ لمتغيرات البحث

المتغير	البعد	معامل ألفا كرو نباخ
الاستثمار (V) (.856)	المعلم (T)	.873
	المنهج (C)	.874
	البيئة المادية الدراسية (M)	.868
	الطالب (S)	.881
سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية (BB) (.876)	مشكلة ادراك الحاجة رقميا (N)	.860
	البحث عن المعلومات رقميا (R)	.876
	تقييم البدائل واختيارها (CH)	.877
	قرار الشراء الرقمي (DB)	.870
	تقييم ما بعد الشراء (AB)	.892

المصدر اعداد الباحث

### ثانياً: التحليل الوصفي

سوف نتطرق الى التحليل الوصفي لاستجابة العينة لمتغيري البحث وكانت النتائج كالآتي:

1- التحليل الوصفي لمتغير الاستثمار :

**دور الاستثمار للتعليم الخاص في تعزيز سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية (دراسة تحليلية لآراء عينة من طلبة كليات التعليم الأهلي في محافظة النجف)**

يعرض الجدول (2) النتائج استجابات العينة لا بعد المتغير وهي ان جميع الاوساط الحسابية الموزونة كانت اكبر من الوسط الفرضي البالغ (3) وكانت كل من بعد المعلم بلغ (4.54) وبتانحراف معياري (0.765) والوسط الحسابي الموزون لبعده المنهج (4.265) وانحراف معياري (0.70075) وبعده البيئية المادية الدراسية (4.26) وانحراف معياري (0.7386) وبعده الطالب (4.2425) وبتانحراف معياري (0.6785) وهذا يشير الى اتفاق العينة ان جميع الابعاد لو طبقت بشكل كامل وعلى وفق الفقرات سوف يتحقق الاستثمار بالشكل المطلوب.

الجدول (2) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة المبحوثين لأبعاد الاستثمار (n 380)

ت	فقرات ابعاد متغير الاستثمار	الوسط الحسابي الموزون ( $\bar{X}$ )	التانحراف المعياري (Sdi)
	فقرات بعد المعلم		
1	t1	4.19	.827
2	t2	4.25	.735
3	t3	4.23	.845
4	t4	4.29	.653
	الوسط الحسابي والتانحراف المعياري العام	4.54	0.765
	فقرات بعد المنهج		
6	c1	4.26	.816
7	c2	4.26	.557
8	c3	4.27	.777
9	c4	4.27	.653
	الوسط الحسابي والتانحراف المعياري العام	4.265	0.70075
	فقرات بعد البيئية المادية الدراسية		
12	m1	4.27	.767
13	m2	4.27	.895
14	m3	4.29	.629
15	m4	4.15	.797
m5	m5	4.32	.605
	الوسط الحسابي والتانحراف المعياري العام	4.26	0.7386
	فقرات بعد الطالب		
	s1	4.40	.656
	s2	4.10	.757
	s3	4.20	.674
	s4	4.27	.627
	الوسط الحسابي والتانحراف المعياري العام	4.2425	0.6785

المصدر: نتائج برنامج SPSS.

## 2- التحليل الوصفي لمتغير سلوك الشراء الرقمي :

الجدول (3) يبين لنا نتائج اجابات العينة عن ابعاد وفقرات متغير سلوك الشراء الرقمي، والمتعلقة بالوسط الحسابي والتانحراف المعياري، وهي ان جميع الاوساط الحسابية الموزونة كانت اكبر من الوسط الفرضي البالغ (3) وكانت كل من بعد مشكلة ادراك الحاجة رقميا قد بلغ (4.146) وبتانحراف معياري (0.7795) والوسط الحسابي الموزون لبعده البحث عن المعلومات رقميا (4.162) وانحراف معياري (0.697) والوسط الحسابي الموزون لبعده تقييم البدائل واختيارها رقميا (4.988) وانحراف معياري (0.7008) والوسط الحسابي الموزون لبعده قرار الشراء الرقمي (4.1025) وانحراف معياري (0.82675) والوسط الحسابي الموزون لبعده تقييم ما بعد الشراء الرقمي (2.23) وانحراف معياري (0.6725) وهذا يشير الى اتفاق العينة ان جميع الابعاد لو تطبق بالمستوى المطلوب سوف يتحقق سلوك الشراء الرقمي بشكله الصحيح والمطلوب.

الجدول (3) الوسط الحسابي والتانحراف المعياري لعينة المبحوثين لأبعاد سلوك الشراء الرقمي (n 40)

ت	فقرات ابعاد سلوك الشراء الرقمي	الوسط الحسابي الموزون ( $\bar{X}$ )	التانحراف المعياري (Sdi)
	فقرات بعد مشكلة ادراك الحاجة رقميا		
1	n1	4.37	.694
2	n2	4.06	.735
3	n3	4.07	.869
4	n4	4.17	.763
5	n5	4.13	.829
	n6	4.08	.787
	الوسط الحسابي والتانحراف المعياري العام	4.146	0.7795
	فقرات بعد البحث عن المعلومات رقميا		
	r1	4.00	.732
	r2	4.41	.585
	r3	4.21	.612

دور الاستثمار للتعليم الخاص في تعزيز سلوك الشراء الرقمي للخدمة التعليمية (دراسة تحليلية لآراء عينة من طلبة كليات التعليم الاعلي في محافظة النجف)

.870	4.03	r4	
.686	4.16	r5	
0.697	4.162	الوسط الحسابي والاحتراف المعياري العام	
		فقرات بعد تقييم البدائل واختيارها	
.588	4.28	ch1	
.660	4.16	ch2	
.742	4.28	ch3	
.791	3.96	ch4	
.723	4.13	ch5	
0.7008	4.988	الوسط الحسابي والاحتراف المعياري العام	
		فقرات بعد قرار الشراء الرقمي	
.779	4.10	db1	
.814	4.19	db2	
.949	3.93	db3	
.765	4.19	db4	
0.82675	4.1025	الوسط الحسابي والاحتراف المعياري العام	
		فقرات بعد تقييم ما بعد الشراء الرقمي	
.884	4.15	ab1	
.505	1.31	ab2	
.558	1.64	ab3	
.743	1.82	ab4	
0.6725	2.23	الوسط الحسابي والاحتراف المعياري العام	

المصدر: نتائج برنامج SPSS.

ثالثاً : اختبار فرضية التأثير الرئيسية والفرعيات

الفرضية الرئيسية : يوجد تأثير ذو دلالة احصائية موجبة لمتغير الاستثمار وابعاده في متغير سلوك الشراء الرقمي بأبعادها مجتمعة وتنبثق منها الفرضيات الفرعية الآتية:

الاولى : يوجد تأثير ذو دلالة احصائية موجبة لبعده المعلم في متغير سلوك الشراء الرقمي بأبعادها مجتمعة. الثانية : يوجد تأثير طردي ذو دلالة احصائية موجبة لبعده المنهج في متغير سلوك الشراء الرقمي بأبعادها مجتمعة.

الثالثة : يوجد تأثير ذو دلالة احصائية موجبة لبعده البيئة المادية في متغير سلوك الشراء الرقمي بأبعادها مجتمعة.

الرابعة : يوجد تأثير ذو دلالة احصائية موجبة لبعده الطالب في متغير سلوك الشراء الرقمي بأبعادها مجتمعة. اختبار الفرضية الرئيسية: من خلال نتائج الجدول (5) ان قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) لأنموذج تحليل تأثير المتغير المستقل وابعاده الاستثمار (V) في متغير سلوك الشراء الرقمي بأبعادها مجتمعة (BB) قد بلغت (0.637). وهذا يعني ان المتغير المستقل (V) يفسر ما قيمته (0.637) من التباين الحاصل في المتغير التابع (BB) وان (0.363) من التباين غير المفسر يعود لمتغيرات اخرى لم تدخل في نموذج الانحدار. في حين يظهر من الجدولين (5,7) ان تأثير المتغير المستقل وابعاده مجتمعة بتأثير قيمة (Beta) قد بلغ (0.798). وكانت قيمة (F) المحسوبة ( 647.316 ) وتحت مستوى المعنوية (0.000) وهذا يفسر ان العينة تتفق ان تأثير الاستثمار وابعاده سوف يعزز من تحقق سلوك الشراء الرقمي لهم، وفي ضوء هذه النتائج تقبل الفرضية الرئيسية.

الجدول (5) لقيمة معامل التحديد

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 <sup>a</sup>	.637	.636	3.98832
a. Predictors: (Constant), BB				

المصدر: نتائج برنامج SPSS.

الجدول (6) تحليل ANOVA للمتغير المستقل والمعتمد

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10296.678	1	10296.678	647.316	.000 <sup>b</sup>
	Residual	5869.581	369	15.907		
	Total	16166.259	370			

a. Dependent Variable: V
b. Predictors: (Constant), BB

المصدر: نتائج برنامج SPSS.

الجدول (7) يبين التأثير بين المتغير المستقل والمعتمد

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.441	2.318		17.799	.000
	BB	.640	.025	.798	25.442	.000

a. Dependent Variable: V

المصدر: نتائج برنامج SPSS.

أما اختبار الفرضيات الفرعية: من خلال نتائج الجدول (9) لتحليل معاملات التأثير لا بعدد متغير الاستثمار (V) في متغير سلوك الشراء الرقمي بأبعاده مجتمعة (BB).

اذ ان التأثير (الميل) للمتغير المستقل قد حقق ميل قيمته على مستوى الفرضية الرئيسية هو (0.798). في الجدول (7) فيما كان تأثيراً او ميلاً ابعاد المتغير المستقل في المعتمد هي كلها كانت معنوية وهي بحسب الترتيب ( .752 , .781 , .766 , .774 ) وبمستوى معنوية (0.000) وهذا يدل على ان تطبيق الاستثمار الخاص بشكل مناسب وأبعاده سوف ينعكس بشكل ايجابي ومؤثر في تعزيز سلوك الشراء الرقمي لدى الطلبة في اختار احد الكليات, وبشكل ايجابي. فيما كانت قيمة اختبار (t) للفرضية الرئيسية (17.799) والفرعيات المعلم (T) بلغت (10.900), المنهج (C) بلغت (12.627) و البيئة المادية (M) هي (14.270) و الطالب (S) بلغ (13.887) وتحت مستوى معنوية (0.000). وعليه وفي ضوء النتائج اعلاه تقبل الفرضيات الفرعية.

الجدول (8) تحليل التباين (ANOVA)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	10745.433	5	2149.087	144.704	.000 <sup>b</sup>
	Residual	5420.825	365	14.852		
	Total	16166.259	370			

a. Dependent Variable: V

b. Predictors: (Constant), S, M, C, T

المصدر: نتائج برنامج SPSS.

الجدول (9) يبين اختبار الفرضيات الفرعية

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.735	2.731		7.226	.000
	T	.918	.284	.751	10.900	.000
	C	.588	.127	.781	12.627	.000
	M	.479	.112	.766	14.270	.000
	S	.491	.126	.774	13.887	.000

a. Dependent Variable: V

المصدر: نتائج برنامج SPSS.

## المبحث الرابع

### الاستنتاجات والتوصيات

يتناول هذا المبحث صياغة الاستنتاجات التي توصل لها الباحثان خلال الجانب العملي وصياغة التوصيات المناسبة وكالاتي:

**اولاً: الاستنتاجات:** تم التوصل الى مجموعة من الاستنتاجات وهي:

- 1- كلما كان الاستثمار عالي من قبل الكليات لتوفير متطلبات عناصر العملية التعليمية كلما انعكس ايجابياً بزيادة سلوك شراء الطلبة رقمياً عن طريق الاعلانات والتواصل الاجتماعي التي تعرض.
- 2- ظهر من خلال النتائج ان الكليات الاهلية التي تستثمر المعلم (الملاكات التعليمية) والمعروفين والمتميزين بقدراتهم العلمية وتاريخهم التعليمي يكون مؤثراً في سلوك شراء الطلبة باختيارهم لهذه الكليات.

- 3- ظهر من خلال النتائج ان المنهج المعتمد في هذه الكليات تكون على وفق المعايير الوزارية والتي تشابه الكليات الحكومية الرسمية فضلاً عن استخدامهم التقنيات المتوفرة والبرامج المعتمدة في هذه الكليات في التعليم المدمج مما يشير على ان المنهج ومحتوياته يأثر ايجابيا في سلوك اختيار الطلبة لشراء الخدمة في هذه الكليات.
- 4- البيئة المادية الدراسية ان استثمار الكليات في المرافق العامة للكليات مثل التصميم الخارجي والقاعات والمختبرات والمطاعم والحدايق والانشطة الرياضية وجمالية هذه المرافق كان مؤثراً في اختيار الطالب الى الكليات لانها اداة جذب للطلبة لأغراض الدراسة.
- 5- ظهر ان الكليات الاهلية تقوم بالاستثمار تجاه الركيزة الاساسية وهو الطالب لغرض كسبه من خلال الاستثمار في الترويج والاعلانات بأغلب وسائل التواصل الاجتماعي والانترنت فضلاً عن تقديم الدعم للطلبة من خلال الاقساط الاجور الدراسية واعفاء الطلبة المتميزين الاوائل من دفع القسط واقامة الانشطة الاجتماعية في المناسبات في الكليات او مساعدة الطلبة عند تعرضهم لحالات خاصة مما ينعكس بشكل مؤثر في ان يكون الطلبة جاذبين لطلبة اخرين وبذلك يزيد من اعداد الطلبة التي تختار هذه الكليات.

#### ثانياً : التوصيات :

- 1) ضرورة اهتمام الكليات الاهلية الاستثمار في مجال عناصر العملية التعليمية بما يؤدي الى جذب الطلبة من خلال اطلاعهم على ما توفر من متطلبات عناصر العملية التعليمية (المعلم، المنهج، البيئة المادية الدراسية، الطالب) من خلال الاعلانات وبذلك سوف ينعكس بزيادة عدد الطلبة المتوجهين باختيار تلك الكليات.
- 2) ان تهتم الكليات باستقطاب حملة الالقب العلمية والشخصيات العلمية الايجابية والمتميزة من المتقاعدين لهذه الكليات كأداة جذب للطلبة تجاهها وان تقوم باختيار الشباب من حملة الهادات العليا والالقب العلمية الاقل والمتميزين بكفاءتهم لكي يكونوا بالتميز مستقبلاً ولكي يتعلم من اصحاب الخبرات.
- 3) ان تعتمد الكليات على مناهج وزارية مع نسبة قليلة لتطوير مفردات المنهج من خلال الاستعانة بالملاكات العلمية ذات المراتب العلمية العليا وان تتبنى عمليات التوأمة مع الكليات المناظرة الحكومية من ناحية المناهج واعتماد التقنيات المناسبة وطرائق التدريس الملائمة لكي يتم تطوير الجانب العلمي للطلبة.
- 4) ضروري ان تهتم الكليات في البيئة المادية الدراسية للمرافق العامة سواء في تصميم البنايات والقاعات الدراسية والاثاث والحدايق والنوادي الطلابية والانشطة الرياضية التي تعد نقطة جذب اساسية للطلبة فضلاً عن توفيرها اجواء دراسية مناسبة.
- 5) الكليات الاهلية دور في الاستثمار تجاه الطلبة ويفترض ان تزيد من هذا الاستثمار والدعم الخاص للطلبة من خلال دعم الاوائل واعفائهم من الاقساط الدراسية وتشجيع المتميزين واصحاب المهارات والقدرات التي تبرز اثناء الحياة الدراسية ويجب ان تهتم بالأنشطة في المناسبات العامة وزيادة في الترويج والاعلان عن كل ما يتعلق بهذه الكليات والتي سوف تتكامل مع ما يقوم به الطالب من ترويج (كلمة من الفم) لهذه الكليات لذلك سوف ينعكس في زيادة اعداد الطلبة الراغبين لهذه الكليات مستقبلاً.

#### المصادر

#### العربية :

- 1- أ. م. د. سهام كامل محمد. (2015). الاستثمار في التعليم العالي وأثره في سوق العمل. مجلة دراسات محاسبية ومالية. 10(33)، 196-212.
- 2- بنت محمد بن راشد السبيعي، ق.، قماشة، بن عازب الأحمري، & عبدالله. (2020). مجال إسهام القطاع الخاص في الاستثمار في الجامعي في المملكة العربية السعودية رؤية 2030 بحث تكميلي مقدم أنيل درجة الماجستير في علم الاجتماع. مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، (4) 14، 187-242.

#### الانكليزية :

- 1- Ahmad, I., & Qayyum, A. (2009). Role of public expenditures and macroeconomic uncertainty in determining private investment in large scale manufacturing sector of Pakistan.
- 2- Ahmad, Imtiaz & Qayyum, Abdul (2008), Effect of Government Spending and MacroEconomic Uncertainty on Private Investment in Services Sector: Evidence from Pakistan, European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences, Issue No. 11.
- Alam, M. S. A., Wang, D., & Waheed, A. (2019). Impact of digital marketing on consumers' impulsive online buying tendencies with intervening effect of gender and education: B2C emerging promotional tools. *International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)*, 15(3), 44-59,p45.

- 3- Alam, M. S. A., Wang, D., & Waheed, A. (2019). Impact of digital marketing on consumers' impulsive online buying tendencies with intervening effect of gender and education: B2C emerging promotional tools. *International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)*, 15(3), 44-59.
- 4- Ang, G., & Marchal, V. (2013). Mobilising private investment in sustainable transport: The case of land-based passenger transport infrastructure.
- 5-Attaran, M., Attaran, S., & Kirkland, D. (2019). The need for digital workplace: increasing workforce productivity in the information age. *International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)*, 15(1), 1-23.
- 6- Carrillat, F., Jaramillo, F. & Mulki, J. (2009), "Examining the impact of service quality: a meta-analysis of empirical evidence," *Journal of Marketing Theory and Practice* (17:2), pp. 95-110
- 7- Cruz, R. A., & Lee, H. J. (2016). The effects of sentiment and readability on useful votes for customer reviews with count type review usefulness index. *Journal of Intelligence and Information Systems*, 22(1), 43-61.
- 8- Gu, S., Ślusarczyk, B., Hajizada, S., Kovalyova, I., & Sakhibieva, A. (2021). Impact of the covid-19 pandemic on online consumer purchasing behavior. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(6), 2263-2281.
- 9- Hermes, N. and R. Lensink (2001) Fiscal Policy and Private Investment in Less Developed Countries, WDP 2001/32, World Institute for Development Economics Research.
- 10 -Hidayah, D. W. (2021). PENGARUH HARGA KOMPETITIF, PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELKOM INDIHOME DI TELKOM PLASA LUMAJANG.
- 11- Jiang, Z. & Benbasat, I. (2007), "Investigating the influence of the functional mechanisms of online product presentations," *Information Systems Research* (18:4), pp. 454-470.
- 12- Jiang, Z., & Benbasat, I. (2007). Research note—investigating the influence of the functional mechanisms of online product presentations. *Information Systems Research*, 18(4), 454-470
- 13- Johansen S. (1988) Statistical Analysis of Co-integration Vectors, *Journal of Economic Dynamics and Control*.
- 14- Keynes, J. M. (1936) *The General Theory of Employment, Interest and Money*. London, Macmillan.
- 15- Lad, C., Williams, N. H., & Wolfenden, R. (2003). The rate of hydrolysis of phosphomonoester dianions and the exceptional catalytic proficiencies of protein and inositol phosphatases. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 100(10), 5607-5610.
- 16- Looney, R. E. (1997) Infrastructure and Private Sector Investment in Pakistan, *Journal of Asian Economics*, 8(3): 1-41.
- 17-Ltifi, M. O. E. Z. (1970). Antecedents and effect of commitment on the impulse buying by internet. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 18(1), 1-22.
- 18- Patterson, P., Cowley, E. and Prasongsukarn, K. (2006), "Service failure recovery: the moderating impact of individual level cultural value orientation on perceptions of justice," *International Journal of Research in Marketing* (23:3), pp. 263-277.
- 19- Roberts, K., Varki, S., & Brodie, R. (2003). Measuring the quality of relationships in consumer services: an empirical study. *European Journal of marketing*

- 20- Sullivan, J.R. & Walstrom, K. A. (2001), "Consumer perspectives on service quality of electronic commerce web sites," *Journal of Computer Information Systems* (41:3), pp. 8-14.
- 21- Sullivan, J.R. & Walstrom, K. A. (2001), "Consumer perspectives on service quality of electronic commerce web sites," *Journal of Computer Information Systems* (41:3), pp. 8-14.
- 22- Sungur, Ş., Kaya, P., & Koroglu, M. (2020). Determination of titanium dioxide nanoparticles used in various foods. *Food Additives & Contaminants: Part B*, 13(4), 260-267.
- 23- Vargo, S. & Lusch, R. (2004), "Evolving to a new dominant logic for marketing," *Journal of Marketing* (68:1), pp. 1-17.
- 24- Wang, X., Wu, J., Wu, Y., Chen, H., Zhang, S., Li, J., ... & Guo, X. (2018). Inhibition of cGAS-STING-TBK1 signaling pathway by DP96R of ASFV China 2018/1. *Biochemical and biophysical research communications*, 506(3), 437-443.

## The role of investment in private education in promoting the behavior of digital purchase of educational service An analytical study of the opinions of a sample of students of private education faculties in the province of Najaf

Marwa Abdul-Mahdi Al-Amarien / researcher

a.Dr.Hakem Jubouri Al-Khafaji, master's student / University of Kufa  
College of Administration and Economics

### Abstract

The purpose of the research is to enhance digital purchasing behavior and what is the effect of applying the role of investment for private education, and the research problem arises in the decline in the application of digital purchasing behavior for educational service. The field of private education, and as happened in the (Covid 19) pandemic, higher education was forced to use electronic and digital means to solve the problem and continue with education. Universities and private colleges in the Al-Najaf governorate were chosen as a field of application, and an intentional sample of (380) first-year students was chosen, which is valid for analysis. The questionnaire was chosen as a main tool for research. The low application of digital purchasing behavior, and the research has a cognitive and important importance for the research sample for investors and students, and the hypotheses of correlation and influence were developed and the adoption of statistical methods such as Pearson and regression and the adoption of the program (SPSS.Var 24) in order to analyze the data and reach the results, and the most important conclusions were despite all efforts Investors in the private higher education sector to enhance the behavior of digital purchase, which brings benefit to the educational service, especially in the face of emergency conditions, and appropriate recommendations were made to the conclusions.

**Keywords** : the role of investment for private education , digital purchasing behavior , private colleges .

\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*