

تأثير الخدمة المتوقعة وجودة الخدمة المدركة برضا الطالب

الدكتور سعد مهدي حسين

كلية التراث الجامعة/قسم ادارة الاعمال

المستخلص

في اطار مفهوم نظام ادارة الجودة لخدمة التعليم أصبح التركيز ينصب أكثر فأكثر على الكيف أي نوعية الخدمة المقدمة وعزز هذا التوجه كثرت التحديات التي تواجهها الكلية في الحصول على الحصة السوقية المتميزة نتيجة لثورة تكنولوجيا المعلومات التي اعطت للطلبة خيارات متعددة في اختيار الكلية التي تتفق مع حاجاته ورغباته التي بنيت على مجموعة من المعايير والافتراضات التي يملكها الطالب وسوق العمل السائد في البيئة .

يهدف هذا البحث الى تعريف ادارة الكلية والطلبة بنوعية ومستوى الخدمات التي تقدمها وهل هناك وجود لأبعاد جودة الخدمة المدركة والتمتله ب (الملموسية ، الاستجابة ، الموثوقية ، التعاطف ، الاعتمادية) وهل هناك فجوات في تطبيق هذه الأبعاد وهل هناك علاقة بين هذه الأبعاد ورضا الطالب .توصل الباحث الى مجموعة من الاستنتاجات المهمة تمثلت بوجود ابعاد جودة الخدمة المدركة في الخدمات التي تقدمها الكلية لطلبتها الا انها لا ترتقي الى المستوى المتميز ، كذلك وجود العلاقة المعنوية ما بين هذه الأبعاد ورضا الطالب وكذلك وجود العلاقة المعنوية بين أبعادها ، وتبعاً لذلك وضعت مجموعة من التوصيات أهمها ضرورة قيام ادارة الكلية بإجراء التقييم الدوري أو السنوي لنوع وجودة خدماتها مع تطوير المهارات السلوكية للعاملين فيها وبما يعزز من جودة تلك الخدمات وادراك الطالب لها.

المقدمة

ترتبط جودة الخدمة المدركة بالادراك الذي هو عملية عقلية تخلق استجابة توجيهية تلعب الدور المهم في اتخاذ القرار المرتبط بتعامل الطالب بشكل متميز مع البيئة المحيطة به على وفق ما تمليه عليه حاجاته ورغباته لذا نجد انه يبني تصورات حول جودة الخدمة المتوقعة حول قدرة الكلية على تلبيتها المبنية على مجموعة من الافتراضات والمعايير التي يتصرف من خلالها ، وتبعاً لذلك أصبح على الكلية العمل على توفير الخدمة على وفق توقعاته وتوفير

المستلزمات التي تسهل عملية ادراكه لجودة هذه الخدمة لأن عملية جذب الطالب للانتماء الى الكلية أصبحت من التحديات الكبيرة التي تواجهها الكلية والذي يتمثل بزيادة عدد الكليات الالهية العاملة في بغداد وخصوصا في جانب الكرخ ، مع توفر وسائل الاتصالات الحديثة التي جعلت للطالب مجموعة من الخيارات التي يفاضل بها لتحقيق رضاه عما يحصل عليه من خدمات اضافة لتوسع سوق العمل الذي يطلب تنوع بالخدمة قد لا يتوفر في الكلية . وتبعاً لذلك فقد تم تقسيم هذا البحث الى فصلين الفصل الاول اهتم بمنهجية البحث والتأطير النظري لمفهوم الخدمة والجودة وجودة الخدمة المتوقعة والمدركة برضا الطالب ، أما الفصل الثاني فقد اهتم بالجانب التطبيقي للبحث مع الاستنتاجات والتوصيات .

الفصل الاول : منهجية البحث والتأطير النظري للخدمة وجودة الخدمة المتوقعة والمدركة ورضا الطالب

قسم هذا الفصل الى مبحثين اختص الاول بمنهجية البحث ، والمبحث الثاني اختص بالتأطير النظري للخدمة وجودة الخدمة المتوقعة والمدركة ورضا الطالب

المبحث الاول : منهجية البحث

أولاً : هدف البحث : يهدف البحث الى تعريف الكلية والطلبة بنوعية ومستوى الخدمات التي تقدم وكذلك التعريف بالفجوات ما بين التوقع والادراك لجودة الخدمة وتأثير ذلك على رضا الطالب عبر تفاعل الطالب مع مقدم الخدمة وتوافق ذلك مع الافتراضات والخبرات التي يحملها الطالب .

ثانياً: أهمية البحث والتي يمكن النظر اليها من جانبين هما :

١- الجانب النظري الذي يقدم مفاهيم عامة للتوقع والادراك لجودة الخدمة وأبعادها المتمثلة باللموسية ، الاستجابية ، الموثوقية ، التعاطف ، الاعتمادية ، رضا الطالب .

٢- الجانب التطبيقي الذي يعرف الفروقات الجوهرية ما بين توقعات الطالب وادراكه لجودة الخدمة ومدى توافرها مع حاجاته ورغباته وماهي المداخل التي يجب أن تعتمد ادارة الكلية لتحقيق مستوى الادراك المتميز الذي يقود الى تحقيق الرضا .

ثالثاً : مشكلة وفرضيات البحث

يمكن صياغة مشكلة البحث من خلال دراسة مدى توافر ابعاد جودة الخدمة المدركة والمتمثلة باللموسية ، الاستجابية ، الموثوقية ، التعاطف ، الاعتمادية . وهل توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية بين هذه الابعاد ورضا الطالب . انطلاقاً من المشكلة أعلاه يمكن صياغة الاسئلة الآتية كمدخل لصياغة فرضيات البحث:

- ١- هل تتوفر ابعاد جودة الخدمة المدركة أعلاه لدى الكلية ؟
- ٢- هل يعمل منتسبي الكلية على تحقيق التطابق ما بين الجودة المتوقعة والجودة المدركة ؟
- ٣- هل توجد فجوات ما بين الجودة المتوقعة والمدركة وماهو تأثيرها على الطالب ؟
- ٤- هل للكلية وسائل اتصال حديثة تجعل الطالب يدرك نوع الخدمات التي يتوقع الحصول عليها قبل وعند انتمائه لها ؟
- ٥- هل يحقق وجود هذه الجودة قدرة تنفيذية للكلية لتحقيق خطة القبول السنوي وتبعاً لما ورد أعلاه يمكن صياغة الفرضيات الآتية :

١-الفرضية الرئيسية الاولى لاتوجد علاقة ذات دلالة احصائية معنوية بين ابعاد جودة الخدمة المدركة ورضا الطالب .

٢-توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين ابعاد جودة الخدمة المدركة ورضا الطالب .

٣-لاتوجد علاقة ذات دلالة احصائية معنوية بين ابعاد جودة الخدمة المدركة .

تفرعت من الفرضية الرئيسية هذه الفرضيات الفرعية الآتية :

*لاتوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين بعد اللموسية والاستجابية

- *لا توجد علاقة ذات دلالة أحصائية معنوية بين بعد الاستجابة والموثوقية .
- *لا توجد علاقة ذات دلالة أحصائية بين بعد الملموسية والتعاطف.
- *لا توجد علاقة ذات دلالة أحصائية معنوية بين بعد الملموسية والاعتمادية.
- *لا توجد علاقة ذات دلالة أحصائية معنوية بين بعد الاستجابة والموثوقية.
- *لا توجد علاقة ذات دلالة أحصائية معنوية بين بعد الاستجابة والتعاطف.
- *لا توجد علاقة ذات دلالة أحصائية معنوية بين بعد الموثوقية والتعاطف.
- *لا توجد علاقة ذات دلالة أحصائية معنوية بين بعد الموثوقية والاعتمادية.
- *لا توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين بعد التعاطف والاعتمادية .
- ٤- توجد علاقة ذات دلالة أحصائية معنوية بين أبعاد جودة الخدمة المدركة.

رابعاً : عينة البحث واداة البحث

تم اختيار كلية التراث الجامعة لغرض إجراء البحث الميداني وتم اختيار عينة عشوائية قوامها (٨٠) طالب وطالبة من أقسام ومراحل مختلفة وللدراسين الصباحية والمسائية وتم أعداد استبانته خاصة لهذة الغرض وزعت على الطلبة واعد منها (٧٨) استمارة تمت الاجابة عليها ، وقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي لغرض أنجاز هذا البحث وتم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي في الاستبانته كما تم اعتماد مقياس بيرسون لقياس علاقات الارتباط بين ابعاد جودة الخدمة المدركة ورضا الطالب ، كما تم استخدام اختبار (T) لقياس معنوية العلاقة من عدمه بين متغيرات وابعاد البحث .

المبحث الثاني :التأطير النظري لمفهوم الخدمة وخصائصها وطرائق انتاجها،جودة الخدمة المتوقعة وجودة الخدمة المدركة، أبعاد جودة الخدمة المدركة

أولاً: مفهوم الخدمة Service concept

أهتمت معظم المنظمات الناجحة بالعمل على معرفة ماهو الشيء الجديد الذي يريده الزبون حتى تضمن استمرار تفوقها فلا يكفي تقديم الخدمة ذات جودة وسعر معقول بدون توفير المعاملة الجديدة إذ يرتبط مفهوم الخدمة بوجود الإنسان وهذا يعني وجود طرفين الأول طالب الخدمة والثاني مقدم الخدمة ويستند في ذلك الى حاجة طرف أو جهة معينة لمنفعة هي متوفرة لدى طرف أو جهة أخرى.وفي ضوء ذلك يمكن النظر الى الخدمة على أنها المنافع غير الملموسة التي تقدمها المنظمة لعملائها من خلال عملية التبادل التي تتم بين مقدم الخدمة وطالبها ومن خلالها يحكم على مستوى جودتها في مدى إشباعها وتلبيةها لحاجاته و توقعاته وتبعاً لذلك يتطلب أن يكون مقدمي الخدمة مدربين ومهنيين لتقديم الخدمة بالجودة المطلوبة وذلك لأن هدف المنظمة من تقديم تلك الخدمة إلى العملاء ليس تحقيق ربح اقتصادي بل الوصول الى التفوق و المنافسة. وتبعاً لذلك نجد أن هنالك مجموعة من التعاريف تناولت تعريف الخدمة ندرج بعضاً منها ،أذ تعرف الجمعية الامريكية الخدمة على أنها النشاطات او المنافع التي تعرض للبيع او التي تعرض لارتباطها بساعة معينة ، ويعرفها (ثابت: ٢٠٠٦:٣٥) على أنها منتجات غير ملموسة تهدف اساساً الى اشباع حاجات ورغبات الزبائن وتحقيق المنافع له. أما (Kottler:٢٠٠٧:٤٥٦) فيعرفها على أنها أنشطة أو منافع يقدمها الفرد الى آخر وهي بطبيعتها غير ملموسة ولا يترتب على بيعها وتقديمها نقل ملكيتها . وتشير (رفاد :٢٠٠٨:٢٠) الى أن الخدمة هي نشاط أو منفعة يتم الحصول عليها بواسطة أنشطة ناشئة من التداخل بين المؤسسة والزبائن وهي تهدف الى اشباع حاجات الزبائن وتحقيق رضاهم . ويعرف الباحث الخدمة كتعريف إجرائي بأنها المنفعة التي يحصل عليها الزبون لأشباع حاجاته ورغباته الحالية.

ثانيا خصائص الخدمات: The characters of services

تتميز الخدمات بجملة من الخصائص هي : (بن همام : ٢٣:٢٠١٢)

١- اللاملموسية : تعتبر قابلية اللمس من أهم الخواص التي تفرق بين السلع والخدمات بمعنى أن الخدمة ليس لها مكان مادي مما يجعل المشتري لها يفقد القدرة على إصدار قرارات وأحكام بناءً على تقييم محسوس من خلال لمسها . أي أنه لا يمكن الوصول إليها بالحواس الخمسة قبل تقديمها من قبل المنظمة الخدمية

٢- التلازمية : نعني بها درجة الترابط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها وهذا التزامن بين الانتاج والاستهلاك للخدمة يعنى أن انجاز الخدمة يتأثر بالعامل الانساني بثلاث مستويات هي :

أ- البيئة التي تحدث فيها .

ب- الاشخاص المشاركين في تقديم الخدمة

ت- الزبون / المستهلك المتلقي للخدمة

٣- عدم التجانس : أن الوصول الى النمطية في المنتجات الخدمية المقدمة ووضع معايير لها صعبة لذا فالزبون لا يمكن أن يعرف جودة الخدمة ومستواها قبل عملية الشراء، كما أن تداخل وتبادل العلاقة بين مزاج الزبون والوقت ومقدم الخدمة تجعل عملية تقديم الخدمة عملية معقدة جداً.

٤- عدم القابلية للتخزين : هي من الخصائص الايجابية للخدمات لكنها تشكل ضغط على مقدم الخدمة في السعي الحثيث لتخفيض القدرة الاستيعابية غير المستغلة في أوقات معينه.

٥- عدم انتقال الملكية : لا تنتقل ملكية الخدمة للزبون والدفع مقابلها يكون بغرض الاستعمال او الاستخدام فقط .

٦- يساهم العميل بشكل كبير في إنتاج الخدمة فالبيانات التي يقدمها طالب الخدمة من اية منظمة عن نوع وشكل الخدمة يتوقف عليها نجاح مقدم الخدمة في تادية الخدمة بالكفاءة المطلوبة. فمقدم الخدمة يصنع ويقدم الخدمة وفقا لحاجات ورغبات وتوقعات وتفضيلات العميل، والحكم على ما قدمه سيرتبط بما طلبه وتوقعه العميل.

٧- الخدمات التي تقدمها أي منظمة يجب أن تراعي نوعية كل عميل على حدة...فبالرغم من أن بعض المنتجات يجب أن يراعي الحكم على مواصفاتها بمعايير ثابتة بين غالبية العملاء..إلا أن كل الخدمات تقريبا ترتبط بما يطلبه كل عميل على حده. وربما كان ذلك من أصعب ما يواجهه الذين يقدمون الخدمات...حيث يجب عليهم الاهتمام الشخصي بكل عميل على حده...وربما ينزعج مقدم الخدمة من ذلك في بداية عمله، ولكن بمرور الوقت سيشعر بان في ذلك متعة.

٨ - الخدمات غير قابلة للفحص بعد تقديمها... فمقدم الخدمة بعد إعداده و تقديمه الخدمة لطالبيها لا يستطيع تأملها ومراجعة مواصفاتها، حيث يعمل مقدم الخدمة في مجال مبني على التفاعل البشري بينه وبين العميل...وكل ذلك يستلزم توفير الجودة والتميز قبل لحظة تقديم الخدمة.

٩ - الطلب على الخدمات يتولد من مدى الثقة في الشخص الذي يقدم تلك الخدمة... فنجد أن ثقة الكثير من طالبي الخدمة في بعض الأشخاص من مقدميها يتجهون إليهم دون غيرهم عند رغبتهم الحصول على الخدمة.

١١ - عرض الخدمات هو عملية مرنة ... فطالما أن حاجات ورغبات العملاء طالبي الخدمة في تغير مستمر، فإنه يمكن ابتكار وتطوير خدمات جديدة أو تطوير وتبسيط إجراءات تقديم الخدمات الحالية وبما يضمن تلبية وإشباع كافة احتياجات طالبي الخدمة وبالشكل الذي يحقق لهم الرضا.

١٢ - تتقلب الكثير من الخدمات وفقا للعوامل الموسمية والدورية.

ثالثاً: عناصر إنتاج الخدمة The elements of service product

بشير (٢٠٠٠:٤٤٨: kotler & Dubois) (نعيمات : ٢٠٠٥:٩) الى أن هنالك خمسة عناصر تدخل في إنتاج الخدمة تمثل في الآتي :

١-مجلس الإدارة وهو المجلس المسؤول عن اصدار القرارات المتعلقة بإنتاج الخدمة من خلال اختيار المستلزمات المادية والبشرية وتحديد نوع النظام الذي يؤمن العلاقة مابين الكلية وطلبتها.

٢-العاملون في الكلية: وهم العاملون الذين يتعاملون بشكل مباشر مع الطلبة الذين ينتمون للكلية وكذلك المنتمين اليها ويؤدي هؤلاء الدور الرئيسي ويعط دورهم ذو اهمية قصوى في عملية تقديم الخدمة وجودتها مما يتطلب تمتعهم بقدرات ومهارات عالية تمكنهم من تقديم الخدمة بالجودة المطلوبة وعندما نقول العاملين في الكلية فالمقصود هنا اعضاء الهيئات التدريسية والموظفون في الحلقات السائدة الاخرى في الوحدات العاملة في الكلية .

٣- المستلزمات المادية وهي تشمل موقع المنظمة واينيتها واقسامها وكافة المعدات والمستلزمات الخدمية الضرورية لإنتاج الخدمات وتوافر هذه المستلزمات يؤثر بشل مباشر على عملية إنتاج الخدمة

٤-الطلبة وهم المستهلكون الاوئل للخدمة التي تقدمها الكلية وهم ذوي الاتصال المباشر مع مقدمي الخدمة فيها.

٥-عرض الخدمات : ان الخدمة تتطلب اولا وجود مقدم الخدمة ومستهلكها في آن واحد ويعد عرض الخدمة من الاساليب الجاذبة للزبون من حيث المستلزمات المادية التي تساعد في العرض والمكاملة والوسائل التوضيحية التي تساعد على الحصول عليها ويرتبط عرض الخدمة بطرائق متعددة تتمثل بالآتي : (المصري : ٢٠٠٢:١٦)

- أ- طريقة الخدمة الباردة
- ب- طريقة المصنع للخدمة
- ت- طريقة الحديقة الوردية
- ث- طريقة جودة خدمة الزبون

ما يهمنا هنا هو الطريقة الاخيرة لارتباطها بالقدرات والمهارات التي يمتلكها مقدم الخدمة والتي تساعد على تقديمها عبر سلوكيات مرتبطة بقدراته ومهاراته وعلى مقدم الخدمة ان يقدم للزبون ما يرضه ويتوقعه، وان يوفر له التجربة التي تزوده بالمنفعة التي ينشدها ولعل هذا يتطلب إعداد مقدمي الخدمة وتهيئتهم الإعداد المناسب، وكذلك توفير كافة الإمكانيات اللازمة لتحقيق الهدف الأساسي وهو تقديم خدمة متميزة لعملاء المنظمة. لقد أنصب اهتمام المنظمات بالعمل على تحقيق الجودة في منتجاتها لضمان بقائها وأستمراريتها في القطاع الذي تعمل فيه ، إذ أن جودة الخدمة

يعد سلاح تنافسي مهم يستخدم لجذب الزبائن وتحقيق التميز والريادة في قطاع الاعمال الذي تعمل فيه .

رابعا : مفهوم الجودة Quality Concept

تعود اهتمامات الانسان والمنظمات بالجودة في اداء العمل الى بدايات الحضارة السومرية والبابلية وبالتحديد الى شريعة حمورابي (١٧٥٠) قبل الميلاد التي تضمنت مجموعة من النصوص التي اكدت الاهتمام بجودة الانتاج ونصت في طياتها على انه عندما يبني المهندس المعماري منزلا لا تتوفر فيه المتانة المطلوبة التي قد تسبب سقوط احد الجدران يكون لزاما على المهندس اعادة هذا البناء على نفقته الخاصة. الجودة على انها ملائمة المنتج للاستخدام ، والجودة هي الريادة والتميز في المنتج او الخدمة والتي جعلها قادرة على تلبية توقعات الزبون او تجاوزها وبما يقود الى تحقيق رضا الزبون. يشير (Abdallah:٢٠٠٣:٢٣) الى أن منظمة (ISO) ووفقاً للمواصفه ٢٠٠٠/٩٠٠٠ عرفت الجودة على انها قابلية مجموعة من الخصائص الباطنية لمنتج لغرض ارضاء الزبون. وعرفها (٢٠٠٠:٣٣٠: Hakserver et al) هي بعض الصفات والخصائص والسمات التي يمكن قياسها وتحديد كميتها ويعرفها الباحث على أنها قابلية المنتج على تلبية احتياجات ورغبات الزبون الحالية. وتبعاً لذلك يمكن القول الى أن الخدمة ذات الجودة العالية تعزز أداء الكلية وتعد مؤشر مهم لذا يجب أن تتصف هذه الخدمة بأنها فريدة أي بمعنى أن المنافسين لا يملكون مثلها، إذ أن التفرد بالخدمة يخلق علاقة معنوية من وجهة نظر الطالب وخصوصاً عندما يفكر في الانتماء لهذه الكلية من دونها عندما يقارن بين مجموعة البدائل المتوفرة، كذلك يجب أن تكون هذه الخدمة تتصف بالتميز أي امتلاكها سبباً يجعلها تجذب الطالب من خلال قيمة وخصائص الخدمة المقدمة .

خامساً: جودة الخدمة المتوقعة Expectation service quality

هي التي تنبئ على تنبؤ الطالب او تصوراته حول قدرة الكلية على تلبية احتياجاته ورغباته المبنية على مجموعة من الافتراضات والمعايير التي يتصرف من خلالها . لذا يعرفها (Morhrman: ٢٠٠٣:٧) بركات (٢٠١٠) على أن جودة الخدمة المتوقعة هي ترجمة احتياجات توقعات الطالب الى خصائص محددة تكون اساساً في تعليمهم وتدريبهم لتصميم الخدمة التعليمية وصياغتها بأهداف بما يتوافق وتطلعات الطلبة المتوقعة وبرنامج البيئة الاكاديمية . وفي إطار جودة الخدمة المتوقعة ينصب التركيز على قياسها على وفق مجموعة من الادوات ولكن قبل عملية القياس لا بد من قيام مقدم الخدمة ان يعمل على تسلسل الكلمات الآتية :

متى : متى يتم تقديم الخدمة ومتى يتم قياس رضا الطالب عنها .

لماذا: تحديد الهدف من عملية تقديم الخدمة والقياس .

مالذي : تحديد نوع الخدمة المتوقعة ومالذي يتم قياسه .

من الذي : تحديد فريق العمل الذي يقدم الخدمة ومن الذي يقوم بقياسها.

كيف: كيف اقدم وكيف احلل نتائجها.

سادساً: جودة الخدمة المدركة: Cognitive quality service

ترتبط جودة الخدمة المدركة بعملية الإدراك الذي هو عملية عقلية تخلق استجابة توجيهية تلعب الدور المهم في اتخاذ القرار المرتبط بتعامل الطالب بشكل متميز مع البيئة المحيطة به على وفق ما تملّيه عليه حاجاته ورغباته. والإدراك هو الصورة التي يكونها الفرد عن البيئة الخارجية الذي يتعامل معها وهو عمليات أختيار وتعظيم وتفسير لمنبه ما او المعلومات أو للأشارات التي تردنا عن طريق الحواس وأعطاء المنبه ووصفه في صورة واضحة تميزه عن بقية الأشياء ، وتبعا لذلك يمكن القول الى أن الإدراك يتكون من أربعة عناصر اساسية تتمثل بالآتي : (عبد الكريم : ٢٠٠٩)

- ١- المنبه :و هو مدخل لآثارة أي حاسه من حواسنا.
- ٢-المستقبل الحسي : هو عبارة عن الاعضاء الانسانية التي بواسطتها يستقبل الفرد جميع المدخلات و هي تشمل (العين، الأذن، الفم، الاتف، الجلد)
- ٣-الشعور و الاحساس:و هو الاستجابة المباشرة و الفورية للمستقبلات الحسية للمنبه، وتتأثر قوة حساسية الفرد للمنبه بتجاربه السابقة و الاهداف التي يحددها لنفسه و مدى اهمية او غرابة الموضوع الذي اثاره المنبه.
- ٤-الحد المطلق للاحساس :و هو الحد الذي يستطيع الفرد المستهلك الاحساس به حول شئ معين و الحد الذي يستطيع الفرد تمييزه للتفريق بين شئين عند التعرض لمنبه معين و هو يستخدم أو يطبق ضمن ما يعرف بالحد المميز الذي يمكن ان يظهر فيه الفرد و هذا يقودنا الى قانون ويبر و هنا القانون هو قانون الحد الأدنى من التغيير، فلو كان التخفيض او الزيادة في السعر ،بمعنى انه لو كان هناك تخفيض على سعر بعض الخدمات او السلع في الفندق او المنشأة تحاول هذه المنشأة او الفندق ان تلتفت انتباه المستهلكين على هذا التخفيض و لو كان العكس اي هناك زياده في السعر فلا بهم المنشأة او الفندق ان تلتفت انتباه المستهلكين اليها و ان تاتي هذه الزيادة ضمن منطقة أقل من منطقة الشعور.

سابعاً: ابعاد جودة الخدمة المدركة : principles of quality cognitive service

يشير (العبادلة ، يوسف ; ٢٠٠٧) الى أن ابعاد جودة الخدمة المدركة تتمثل بالابعاد الخمسة الآتية :

- ١-الملموسية : وهي التي تمثل الجوانب المادية المتعلقة بالخدمة مثل التجهيزات المباني الآلات والمعدات ومظهر العاملين والاجزاء الملموسة التي تشكل جزء من الخدمة نفسها.
- ٢-الاستجابة : هو السلوك الذي يأتي به الانسان كرد فعل لمثير ، والاستجابات التي يقوم بها الفرد متنوعه مثل التفكير ، الاستبصار ،حل المشكلات ، ويرى الباحث بأن الاستجابة هي رد فعل او رجوع جزء محدد من سلوك وعلى ضوء ذلك يمكن تقسيم الاستجابة الى استجابة خارجية و ظاهريه والاستجابة عند تقديم الخدمة لطلبة الكلية نعني بها الرغبة في مساعدة الطلبة وتقديم الخدمة الفوريه لهم .

٣-الموثوقية: يشير (عيشوني : ٢: ٢٠١٣) الى أن الموثوقية هي مقياس لقدرة منتج على أداء الوظيفة المطلوبة منه بنجاح في ظروف استعمال عادية ولمدة زمنية محددة ، وينظر الباحث الى الموثوقية على أنها الاهلية واللياقة التي يتمتع بها العاملين بالكلية وقدرتهم على كسب ثقة وانتان طلبة الكلية . ويشير (عيشوني ٢٠١٣) الى أن هناك عناصر أساسية للموثوقية تتمثل بالقيمة العديده والتي نعني بها قيمة احتمال بأن المنتج سيعمل بكفاءة وعدم فشله خلال مدة معينه ،

٤-التعاطف : بدء يمكن القول أن أي تفاعل أو اتصال يحدث بين شخصين هو واحد من ثلاثة أنواع هي :

- أ- اتصال فكري يتمثل في تبادل الافكار والآراء والمعلومات .
- ب- اتصال وجداني يتمثل في تبادل المشاعر والانفعالات .
- ت- اتصال فكري وجداني أي تفاعل مزدوج لكل من العقل والعاطفة

أما من حيث المفهوم نجد أن نيازي (٢: ٢٠١٢) يعرف التعاطف على أنه المشاركة والتفاعل الوجداني المتزن وهو تجاوب لمشاعر الطرف الآخر يعتمد على قدرة الشخص المتعاطف على الاحساس بمشاعر الشخص الآخر وتفسيرها والاستجابة لها . وللتعاطف ثلاثة عناصر أساسية تتمثل بالشفافية الحسية والمهارة التفسيرية والاستجابة المناسبة وهذا العناصر تقود الى تغذية العلاقة المهنية والمحافظة عليها وعلى استقرارها. ولكي يتم استخدام التعاطف كبعد من أبعاد جودة الخدمة المدركة يشترط أن يكون الشخص قادراً على اختبار وفهم مشاعر الطالب كما يخبرها وأن يكون المختص قادراً على الفصل ما بين مشاعر الطالب ومشاعره الشخصية وبما يؤدي الى العناية والانتباه الشخصي الذي تمنحه الكلية لطلبتها وهو ظاهره نفسيه واجتماعية وأخلاقية وجمالية .

٥-الاعتمادية : وهي القدرة على أنجاز الخدمة بالاعتمادية والدقة الموعودة من حيث تقديم الخدمة بحرفية عالية مع انجازها بشكل دقيق وصحيح و ضمن الوقت المحدد وبالشكل الذي يرغب الطالب بالحصول عليها .

سابعاً: رضا الطالب Student satisfaction

هو مؤشر للفرق بين الاداء والتوقعات حيث يتم التعبير عنه بمستوى من احساس الفرد الناتج من المقارنه بين اداء المنتج كما يدركه العميل وبين توقعاته ، إذ أن رضا الطالب يجب على أسنله عديده تتمثل بالآتي : (العجمي ، محمد صالح : ٢٠١٣)

١-هل تجري عملية تقديم الخدمات وفق المواصفات المعتمده؟.

٢-هل يتم مواجهة مشاكل التنفيذ وعقباته على النحو الذي يحافظ على وجود الاداء؟.

٣-هل تلبى الكلية طموحات الفئات المستهدقه؟

ويشير العجمي انه لقياس رضا الطالب يجب على الكلية أولاً أن تحدد العملاء الداخليين والخارجيين ، أذ يمثل العملاء الداخليين أعضاء مجلس الاداره والجهاز التنفيذي والعاملون فكل منهم يمثل متلقي لخدمة أو نتائج أعمال الآخرين وهو في الوقت ذاته مورد لخدمة أو يؤدي أعمالاً ويبني عليها ، والعملاء الخارجيين الذين هم الطلبة الذي يجب أقناعهم بأنهم قد تلقوا الخدمة المتوقعة أو ان خدمة تفوق توقعاتهم فكلما كان الطالب راضياً كلما تعامل أكثر مع الكلية كما أنه عادة

ماينصح أصدقاءه بالتعامل مع الكلية . ولرضا الطالب أهمية يمكن الإشارة إليها من أنها تقود الى الآتي : (Daniel; ٢٠٠١: ٢٢)

١-يقود رضا الطالب الى تطوير جودة الخدمة وتحقيق الميزة التنافسيه .

٢-نجاح الكلية في تحقيق الارباح من خلال تلبية حاجات ومتطلبات الزبون .

٣- خلق ولاء للكلية وزيادة تعامل الطالب معها .

ثامناً: قياس جودة الخدمة المدركة

يمكن قياس جودة الخدمة المدركة عبر أبعادها اعلاه من خلال الآتي : (بركات ٦: ٢٠١٠)

١- رقابة جودة الخدمة وهي العملية اللاحقة لعملية انتاج الخدمة وتسويقها وفي التعليم يتم رقابة هذه الجودة من خلال التعرف على أي مظاهر للضعف يتم اكتشافها بعد استكمال العملية التعليمية .

٢- ضمان الجودة : ويتم هذه العملية قبل وخلال العملية التعليمية وليس بعدها وهنا يمكن تطبيق المواصفات والسعي لمنع اي خلل او عيب .

٣- تطبيق نظام إدارة الجودة الذي يقوم على أساس إدارة ومراقبة العاملين في الكلية ويشمل ذلك التخطيط لعملية انتاج الخدمة ، التحديد الواضح للنتائج ، الاتفاق على الاستراتيجيات المناسبة لتحقيق تلك النتائج ومراقبة النظام التعليمي باستمرار.

٤- ادارة الجودة الشاملة : وهي الادارة التي تسعى الى جعل كل استاذ او موظف في الكلية راغبا في تحقيق الخدمة التي ترضي الطالب .

الفصل الثاني : الجانب التطبيقي للبحث والاستنتاجات والتوصيات

المبحث الاول : الجانب التطبيقي للبحث

اولا : الاوساط الحسابية الموزونه وعلاقات الارتباط : تم استخراج الاوساط الحسابية الموزونه لمعرفة مدى التطابق او الانحراف لاجابات عينة البحث عن الوسط الفرضي البالغ (٣) كذلك استخراج الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لمعرفة مدى تجانس اجابات عينة البحث من عدمها حول الاسئلة المطروحة في استمارة الاستبيان ، كما تم استخدام مقياس بيرسون لمعرفة علاقات الارتباط بين ابعاد جودة الخدمة المدركة وعلاقتها برضا الطالب ، كما تم استخدام اختبار (T) لمعرفة معنوية العلاقة بين ابعاد جودة الخدمات المدركة وكذلك معنوية العلاقة بين تلك الابعاد ورضا الطالب

جدول رقم (١) قياس وجود الملموسية كبعد من ابعاد الجودة المدركة

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الملموسية
٪ ٦,٥	٪ ١٦,٨	٢,٦	موقع الكلية مناسب وجيد ويسهل الوصول اليه
٪ ٩,٢	٪ ٣١,٢	٣,٤	تتوافر في الكلية قاعات دراسية مكيفة ونظيفة ومريحة
٪ ٦,٥	٪ ٣٠,٩	٤,١	يظهر منتسبي الكلية بمظهر انيق وجيد
٪ ٨,٨	٪ ٣٣,٨	٢,٨	وثائق الكلية جذابه ومكتوبه بشكل واضح
٪ ١٠,٤	٪ ٣٥,٥	٢,٤	تستخدم الكلية معدات واجهزة حديثه في انجاز اعمالها
٪ ٨,٩	٪ ٣١,٤	٣,٥	

يشير الجدول رقم (١) الى أن بعد الملموسية قد عكس وسطا حسابياً موزوناً بلغ (٣,٥) متجاوز الوسط الفرضي البالغ (٣) وبتشتت ومعامل اختلاف كانا (٣١,٤) (٪) (٨,٩) على التوالي ويشير هذا البعد الى تمتع الكلية بالملموسية في تقديم الخدمة لطلبتها اي بمعنى نجاحها في هذا البعد ، وقد حققت الفقرة (٣) يظهر منتسبي الكلية بمظهر انيق وجيد على أعلى وسط حسابي (٤,١) وبتشتت مقبول يظهر انسجام اجابات عينة الدراسة . إذ بلغ الانحراف المعياري (٣٠,٩) (٪) ومعامل الاختلاف (٦,٥) (٪) . وهذا يؤشر الكليه موضوعه البحث الى استخدام مواردها المادية والبشريه بشكل يتناسب ومتطلبات جودة الخدمة، فيما حققت الفقرة (١) موقع الكلية مناسب وجيد ويسهل الوصول اليه على أقل درجة بلغت (٢,٦) من الوسط الحسابي البالغ (٣) وعلى تشتت من خلال انحراف معياري (١٦,٨) (٪) ومعامل اختلاف (٦,٥) (٪) على التوالي، مما يشير الى عدم انسجام اجابات افراد العينة مما يتطلب من ادارة الكلية العمل على توفير موقع بديل يتناسب وطبيعة الظرف الحالي .

جدول رقم (٢) قياس وجود بعد الاستجابة

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الاستجابة
٩ %	٣٢,٧ %	٣,٧	يرحب الاساتذة والموظفين باستفسارات وتساؤلات الطلبة
١١ %	٣٩ %	٣,٥	يستجيب الاساتذة والموظفين بسرعه لطلب الطلبة رغم ضغوط العمل
١١,٨ %	٣٩ %	٣,٣	تولي الكلية اهتماماً كبيراً لمقترحات الطلبة
١١,٨ %	٣٩ %	٣,٣	عند حدوث حادث تهتم الكلية بمعالجتها بأسرع وقت
١٢,٥ %	٣٩ %	٣,١	سرعة رد الكلية على شكاوي الطلبة
١٠,٨ %	٢٣ %	٣,٤	

يظهر الجدول رقم (٢) والخاص ببعد الاستجابة وجود هذا البعد ضمن الخدمة المدركة من قبل الطلبة ولكنه لايرقي الى مستوى التفوق إذ حصل على وسطاً حسابياً موزوناً قدره (٣,٤) وهي أعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (٣) وبانحراف معياري ومعامل تشتت بلغ على التوالي (٢٣ %) و (١٠,٨ %) وحصلت الفقرة الاولى (يرحب الاساتذة والموظفين باستفسارات وتساؤلات الطلبة على أعلى وسط حسابي بلغ (٣,٧) الامر الذي يعكس وجود استجابة لطلبات الطلبة ولكن سرعة اجابة الكلية على تلك الاستفسارات ليست بمستوى تلقي الشكاوى او الاستفسار وهذا ما عكسه الوسط الحسابي الموزون البالغ (٣,١) للفقرة الاخيرة الذي يتطلب تعديل السياسات التي تعتمدها الكلية بهذا الخصوص وبما يتلائم مع تلك الشكاوي والاستفسارات .

جدول رقم (٣) قياس وجود بعد الموثوقية

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الموثوقية
٥ %	٢٥ %	٤,٤	تتصف الكلية بالسمعة الجيدة
٧ %	٢٩ %	٤	تصدر الكلية وثائقها بصورة صحيحة وخالية من الخطأ
٨ %	٣٥ %	٤	بتصف منتسبي الكلية بالنزاهة والصدق في شرح شروط القبول واستثناءاتها
١١ %	٤٢ %	٣,٨	الدقة والامانة في تحديد الاجور الدراسية المناسبة التي يتحملها الطلبة
٦,٤ %	٢٤ %	٤	

يظهر الجدول رقم (٣) والخاص ببعد الموثوقية التي تمثل الاهلية واللباقة للعاملين وقدرتهم على كسب الثقة والاطمان وجود موثوقية جيدة جدا لدى الكلية إذ أظهر هذا البعد وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (٤) وهو أعلى من الوسط الفرضي البالغ (٣) مما يعكس ثقة الطلبة بما تقوم به الكلية من سياسات وأجراءات بهذا الجانب كما يؤكد ذلك الانحراف المعياري البالغ (٢٤ %) والتشتت البالغ (٦,٤) الذي يعكس تجانس اجابة أفراد العينة حول هذا البعد .

جدول رقم (٤) قياس بعد التعاطف

التعاطف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
يحظى كل طالب باهتمام شخصي من قبل اساتذة وموظفي الكلية	٣,٤	٣٩ %	١١ %
يتعامل منتسبي الكلية بلباقة وود واحترام مع الطلبة	٣,٤	٣٨ %	١١ %
تعلن الكلية عن خدماتها بأسلوب مناسب	٣,٦	١٠,١ %	٣٠ %
يبني اساتذة وموظفي الكلية علاقات جيدة مع الطلبة	٣,٧	١٠,٢ %	٣٢ %
توفر الكلية مطبوعات كافية لشرح أنواع الخدمات التي تعرضها	٣,٤	١٠,٢ %	٣٥ %
	٣,٥	١٤ %	٤ %

يشير بعد التعاطف الى العناية والانتباه الشخصي الذي تمنح الكلية لطلبتها - إذ تظهر نتيجة الجدول اعلاه وجود هذا البعد من جودة الخدمة المدركة إذ كان الوسط الحسابي الموزون يبلغ (٣,٥) وهو اعلى من الوسط الفرضي البالغ (٣) وبانحراف معياري قدره (١٤ %) وتشبتت (٤ %) الامر الذي يظهر أن هذا البعد لايرتقي الى مستوى التفوق الامر الذي يتطلب من الكلية التوسع في هذا الجانب وبما يضمن تفوق هذا البعد في مستوى الخدمة المدركة التي تقدمها عن مثيلاتها .

يظهر الجدول (٥) الى حصول المعولية على وسط حسابي موزون قدره (٣,٦) وهو اعلى من الوسط الفرضي البالغ (٣) مما يشير الى وجود بعد المعولية في جودة الخدمة المدركة التي يحصل عليها الطالب من الكلية الا أنه لايرتقي الى مستوى التفوق او التميز وبانحراف معياري (٢١ %) ومعامل اختلاف (٥ %) مما يعزز دقة الاجابة وتجانسها .

جدول رقم (٥) بعد المعولية (الاعتمادية)

المعولية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
يقدم منتسبي الكلية الخدمات بحرفية ومهارة عالية	٣,٦	٣١ %	٩,٣ %
عند حدوث حادث تفي الكلية بالتزاماتها وعودها تجاه الطلبة	٣,٣	٣٥ %	١٠,٦ %
تلتزم الكلية بأنجاز المعاملات بزمن انتظار قصير	٣,٤	٣٥ %	١٠,٢ %
تقدم الكلية معلومات دقيقة وواضحة عما ارغب بالحصول عليه	٣,٨	٣٧ %	٩ %
تقدم الكلية خدماتها بشكل صحيح من المرة الاولى	٣,٧	٣٦ %	٩,٧ %
	٣,٦	٢١ %	٥ %

يظهر الجدول (٦) والخاص برضا الطالب وجود هذا الرضا لدى طلبة الكلية وهذه ما عكسه الوسط الحسابي الموزون البالغ (٢,٦) وهو اعلى من الوسط الفرضي البالغ (٣) ويعكس الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف البالغين (٣٢ %) و(١١,٥) تجانس اجابات افراد العينة ورغم وجود الرضا الا ان مستواه لايرتقي الى مستوى التميز او التفوق مما يتطلب من ادارة الكلية العمل على توفير المناخ التنظيمي والخدمات التي تعزز هذا الرضا وبما يقودها الى قوة التنافس مع مثيلاتها .

جدول رقم (٦) رضا الطالب

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	رضا الطالب
% ١٠,٤	% ٣٣	٣,٤	هناك قناعه بمستوى الخدمة المقدمة من قبل الكلية
% ١١	% ٣٤	٣,٨	قناعتي بمستوى الخدمة أشجع الآخرين على التعامل مع الكلية
% ٩,٨	% ٣١	٣,٥	المناخ التنظيمي السائد بالكلية ايجابي ومريح
% ١٠,٥	% ٣٠	٣,٦	الحوافز المعنوية التي يقدمها الاساتذة تتفق وتوفعاتنا
% ١١,٥	% ٣٢	٣,٦	

ثانياً : اختبار الفرضيات وجود العلاقة ذات الدلالة الاحصائية المعنوية بين ابعاد جودة الخدمة المدركة ورضا الطالب وكذلك بين هذه الابعاد .

أختبار الفرضيات الرئيسية

١-لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية معنوية بين ابعاد جودة الخدمة المدركة ورضا الطالب

٢-توجد علاقة ذات دلالة احصائية معنوية بين ابعاد جودة الخدمة المدركة ورضا الطالب

النتيجة	SIG T	T الجدولية	T المحسوبة
رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة	صفر	٠,٢١٧٢	١١,٥٥٥

أختبار العلاقة المعنوية بين ابعاد جودة الخدمة المدركة

١-لا توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين بعد الملموسية وبعد الاستجابة

٢-توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين بعد الملموسية وبعد الاستجابة

النتيجة	SIG T	T الجدولية	T المحسوبة
رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديله	صفر	٠,٢١٧٢	١٦,٩٢٩

٣-لا توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين بعد الملموسية والموثوقية

٤-توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين بعد الملموسية والموثوقية

النتيجة	SIG T	T الجدولية	T المحسوبة
قبول الفرضية البديله ورفض فرضية العدم	صفر	٠,٢١٧٢	٢٢,٤١٦

٥- لا توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين بعد الملموسية والتعاطف

٦- توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين بعد الملموسية والتعاطف

النتيجة	SIG T	T الجدولية	T المحسوبة
قبول الفرضية البديله ورفض فرضية العدم	صفر	٠,٢١٧٢	٢٢,٤١٦

٧- لا توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين بعد الملموسية والاعتمادية (المعولية)

٨- توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنويه بين بعد الملموسية والاعتمادية.

النتيجة	SIG T	T الجدولية	T المحسوبة
قبول الفرضية البديله ورفض فرضية العدم	صفر	٠,٢١٧٢	٩,٦٨٦

٩- لا توجد علاقة معنوية ذات الدلالة الاحصائية بين الاستجابة والموثوقية

١٠- توجد علاقة ذات دلالة احصائية معنوية بين الاستجابة والموثوقية

النتيجة	SIG T	T الجدولية	T المحسويه
رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديله	صفر	٠,٢١٧٢	٥,٦٦٠

١١- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائه معنوية بين بعد الاستجابة والتعاطف

١٢- توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنويه بين بعد الاستجابة والتعاطف

النتيجة	SIG T	T الجدولية	T المحسويه
رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديله	صفر	٠,٢١٧٢	٦,٧٦٨

١٣- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين بعد الاستجابة والاعتمادية

١٤- توجد علاقة ذات دلالة احصائيه بين بعد الاستجابة والاعتمادية

النتيجة	SIG T	T الجدولية	T المحسويه
رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديله	صفر	٠,٢١٧٢	٥,٥٨٦

١٥- لا توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين بعد الموثوقية والتعاطف

١٦- توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين بعد الوثوقية والتعاطف

النتيجة	SIG T	T الجدولية	T المحسوبة
رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديله	صفر	٠,٢١٧٢	١٠٠,٥٨

١٧- لا توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين بعد الوثوقية والاعتمادية

١٨- توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين بعد الوثوقية والاعتمادية

النتيجة	SIG T	T الجدولية	T المحسوبة
رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديله	صفر	٠,٢١٧٢	٣,٧٣٦

١٩- لا توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين بعد التعاطف والاعتمادية

٢٠- توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين بعد التعاطف والاعتمادية

النتيجة	SIG T	T الجدولية	T المحسوبة
رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديله	SIG T	٠,٢١٧٢	٦,٣٨١

المبحث الثاني : الاستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات : اظهر العرض النظري والتطبيقي الاستنتاجات الآتية :

١- وجود ابعاد جودة الخدمة المدركة في الخدمات التي تقدمها الكلية الا أن مستوى تنفيذها من قبل بعض العاملين ليس بالمستوى المطلوب الذي يرقى الى الامثلية التي تحقق الميزة التنافسية في تقديمها.

٢- أن الطالب عندما ينتمي للكلية فإنه يبني نموذج الخاص بكيفية عمل هذه الكلية وتقديم خدماتها عبر تحويل احساسه الى مدركات مؤقتة مع صياغة فرضيات مؤقتة لحين اثباتها أو رفضها تبعاً للخبرة التي يمتلكها ، لذا توفر جودة الخدمة المدركة معلومات حسية تغير ادراكه بالكلية التي يريد الانتماء اليها وعدم توافرها يقلل من مستوى الاستجابة التوجيهية للانتماء اليها .

٣- وجود علاقة معنوية بين ابعاد جودة الخدمة المدركة ورضا الطالب .

٤- وجود علاقة معنوية ذات دلالة احصائية بين مكونات الخدمة المدركة .

ثانياً: التوصيات

- ١- قيام الكلية بأجراء التقييم الدوري او السنوي لنوع وجودة الخدمات التي تقدمها لطلبتها .
- ٢- فتح دورات تطويرية لمنتسبي الكلية لتنمية المهارات السلوكية في تقديم الخدمات ذات الجودة العالية عبر أبعادها المتمثلة ب (الملموسية ، الاستجابة ، الموثوقية ، التعاطف ، العمولية) .
- ٣- ضرورة قيام ادارة الكلية بالعمل على فتح اقسام جاذبة تنمائي وطبيعة سوق العمل الحالية والمستقبلية.
- ٤- تعزيز المناخ التنظيمي السائد في الكلية وجعله أكثر دافئاً في العلاقة مابين ادارة الكلية وطلبتها من خلال عقد اللقاءات الدورية مع الطلبة للتعرف على مشاكلهم وحلها لفغرض تغيير مستوى أدراك الطلبة نحو الكلية وخدماتها .
- ٥- منح التسهيلات المالية للطلبة المعسرین مثل تقسيط الاجور الدراسية على دفعتين .
- ٦- استغلال موقع الكلية على صفحة الويب لتعريف الطالب بالآتي :
 - أ- نوع الاقسام العاملة في الكلية مع نشر مفردات المناهج الدراسية اعلمتمدة في اقسام ومراحل الكلية.
 - ب- استنساخ الكتب العملية التي تعتبر مناهج دراسية ونشرها على صفحة الويب لتوفير خدمة مجانية مدركة يستطيع الطالب الحصول عليها خلال مراحل دراسته.

المصادر العربية :

- ١- العزاوي ، نجم : قياس ادراك جودة الخدمات الفندقية من وجهة نظر الزبائن/ مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية العدد /٢٥/ ٢٠١٠.
- ٢- الدراركه / مأمون سليمان / إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء/ عمان دار الصفاء للنشر والتوزيع /٢٠٠٦ .
- ٣- المساعد ، محمد : جودة الخدمات : مقالة عبر الانترنت (٢٠٠٦)
- ٤- العجمي ، محمد صالح : (٢٠١٢) قياس رضا العملاء / مقالة عبر الانترنت
- ٥- العبادلة ، طلال عثمان ، يوسف عاشور : (٢٠٠٧): قياس جودة الخدمات التعليمية في الدراسات العليا : مجلة جامعة الاقصى / المجلد ١١ العدد الاول ٢٠٠٧ .
- ٦- العبادلة ، طلال عثمان : جودة الخدمات التعليمية في مصر / مقالة عبر الانترنت.
- ٧- بن همام ، العتيبي : خصائص الخدمات : مقالة عبر الانترنت (٢٠١٢)
- ٨- بركات ، زيادة : الفجوة بين الادراكات والتوقعات لقياس جودة الخدمات التعليمية ٢٠١٠
- ٩- ثابت عبد الرحمن الدريس / كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية وطرق القياس والتقييم مفاهيم أساسية /مصر / الاسكندرية /٢٠٠٦ .
- ١٠- رقاد صليحة / تقييم جودة الخدمات من وجهة نظر الزبون / رسالة ماجستير غير منشورة / جامعة الخضر / الجزائر/ ٢٠٠٨ .
- ١١- عبد الحميد نعيمات / جودة الخدمات البنكية وتأثيرها على رضا الزبون .
- ١٢- د. عبد الكريم ، بليل : مفهوم الادراك : ٢٠٠٩ : مقالة عبر الانترنت.
- ١٣- محمد سعيد المصري / إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية / الاسكندرية/ الدار الجامعية /٢٠٠٢
- ١٤- محمد حسن/ بسام عزام : إدارة الجودة وعناصر الجودة / سلسلة الرضا للمعلومات /دمشق ١٩٩٩ .
- ١٥- محمد عيشوني / جودة الخدمة : مقالة عبر الانترنت
- ١٦- نيازي ، عبد المجيد : التعاطف مقالة عبر الانترنت (٢٠١٢)
- ١٧- هاني حامد منصور: تسويق الخدمات : دار وائل للنشر : الاردن : ٢٠٠٥
- ١٨- هاني بن سعيد الفيثي : (٢٠١٠) معايير إدارة الجودة الشاملة في تطوير الاداء ، أطروحة دكتوراه غير منشورة :

١٩- يوسف عاشور وآخرون : قياس جودة الخدمات التعليمية في الدراسات العليا/ مجلة جامعة
الاقصى / المجلد ١١ / العدد الاول / ٢٠٠٧ .

المصادر الاجنبية

١- Abdalah Seddik ; Management de la Qualite; Algeria office des
publations universities ; ٢٠٠٣.

٢- Daniel Ray/Mussureret delteloper la satisfatio des client: tirage
edition ٢٠٠١.

٣-Kottler.ph,Armestrong Q. The principle of marketing : ٢٠٠٧

٤- Kottler & Dubais : Mrketing management : Paris public union ١٠
ed ٢٠٠١.

٥-Morhraman .A. : Changing the organization through time;
Sanfrancisco . Bass publishers .٢٠٠٣.

ABESTRAC

The framework of the conceptual system of quality service management in education could be more and more focusing on the kind of service . This direct support by the challenges that face college to reach an excellent marketshare . According to the information technology revolution that give the students more oppositions to choice the college that fit with his needs and desires that build on his principle and the market labor . Th e aim of this research to show the management of the college and the students the kinds , level of these services, and the gaps that exist in college service s that will reflect in the satisfaction of the students when dealing with these services and their quality. The research is summed up by conclusion which points out existence of the dimensions of the quality of cognitive services but not in perfect level also existence of the relation between these services and the satisfaction of students . The researcher's recommendations that the college must make annual and periodically evaluation for the existence services and develop the behaviour skills of the employees .