

ترقية جودة الخدمات في الإقامة الجامعية

دراسة حالة الإقامة الجامعية 1000 سرير (القطب الطبي) خروبة

زكية قصاص أستاذة مساعدة أ جامعة عبد الحميد بن باديس مخبر MECAS جامعة تلمسان

z.kessa@yahoo.fr

فتيحة يعقوبي ماستر تسويق جامعة عبد الحميد بن باديس yaagoubif@gmail.com

الملخص:

الملخص:

ترقية جودة الخدمات في الإقامة الجامعية دراسة حالة الإقامة الجامعية 1000 سرير (القطب الطبي) خروبة

إن الهدف الأساسي من معالجة هذا الموضوع هو تقديم إطار نظري يحدد و يعرف مختلف المفاهيم المتعلقة بالجودة، باعتبارها مدخل إداري حديث. و قد ركزت بصورة أساسية على جودة الخدمات من حيث خصائصها والأبعاد المحددة لها، بالإضافة إلى التطرق لرضا الزبون وأهم المعايير المؤثرة عليه من خلال جودة الخدمات وذلك لإيجاد العلاقة التي تربط بينهما. وقد تم التطرق في الدراسة الميدانية إلى دراسة حالة الإقامات الجامعية باعتبارها مؤسسة خدمتية، إذ تم التركيز من خلال الاستبيان على محددات جودة الخدمات التي تحقق رضا الطالب، وقد تبين أن من أهم هذه المحددات: الملموسية، الاعتمادية، الأمان، سرعة الاستجابة وأخيرا التعاطف. الكلمات المفتاحية:

جودة الخدمة، أبعاد جودة الخدمة، الاقامات الجامعية، رضا الطالب

**Résumé**

Le but principal de cette étude est de donner un aspect théorique qui définit les différentes notions de la qualité en précisant, d'une façon essentielle la qualité des services du point de vue de ses caractéristiques aussi ses dimensions, et de la satisfaction des clients tout t'en reliant les deux aspects.

Le questionnaire réalisé au niveau des résidences universitaires nous a permis de clarifier la qualité des services offerts aux étudiants pour satisfaire leurs besoins et permis ses dimensions on trouve la tangibilité, la fiabilité, la sécurité, la réactivité, La sympathie.

**Les mots clés** : qualité du service, les dimensions de la qualité des services, les cités universitaires, satisfaction des étudiants.

المقدمة

لقد شهدت العقود الأخيرة تطور هاما في مجال الخدمات التي أصبحت تشكل أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول، مما خلق منافسة شديدة بين مقدميها. و في هذه الظروف، أصبح هناك وعي لدى الباحثين و المهتمين بالأنشطة الخدمية بأهمية الجودة في تقديم الخدمات و أثرها على رضا الزبون من أجل خلق ميزة تنافسية و زيادة الربحية للمؤسسات الخدمية.

## Les cahiers du MECAS..... N° 12/ Juin 2016

و من أجل النمو و التطور أصبحت إدارة الجودة و تحقيق رضا الزبون هاجسا للمؤسسات الخدمية، حيث أصبح رضا الزبون محور اهتمامها، و دائمة البحث و التعرف على حاجات و توقعات الزبون، و تقديم خدمة تحقق رضاه وولائه للمؤسسة التي تقدمها، خاصة و أن ثورة تكنولوجيا الاتصالات و المعلوماتية مكنت الزبون من أن يستطيع المفاضلة بين الخدمات حسب رغبته و اختياراته. إن المتتبع لواقع المؤسسات الخدمية الجزائرية و في ظل اقتصاد السوق و الانفتاح على العالم، لا تزال تطمح إلى التقدم و التطور في طرق تقديم الخدمات و تنوعها، و تسويقها و تحسين جودتها باستخدام تقنيات التأثير على الزبائن و قياس مستوى الرضا لديهم عن الخدمات المقدمة. كما أن استمرارية المؤسسات الخدمية على غرار الإقامات الجامعية باعتبارها مؤسسة خدمية مرهون بأداء نشاطها بشكل جيد و ضمان نموها و تطورها من خلال مدى قدرتها على جلب عدد أكبر من التعاملات، و تلبية حاجات و رغبات الزبائن ( الطلبة المقيمين)، و يتوقف ذلك على مستوى جودة الخدمة المقدمة و الاستراتيجيات الفعالة في تسويق خدماتها و تطبيق أساليب إدارية حديثة تهدف إلى تلبية حاجات و توقعات الزبون(الطلبة المقيمون) و إشباع رغبته.

مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

**كيف يمكن للإقامات الجامعية الجزائرية في ظل تطبيق التسويق الخدمي أن تحقق رضا الطالب المقيم؟.**

لمعالجة الإشكالية المطروحة و قصد تسهيل الإجابة على الأسئلة المطروحة ارتأينا طرح الفرضيات التالية التي تكون منطلق لدراستنا:

- **ف1** تؤثر الملموسية ايجابيا على الجودة المدركة من قبل الطالب الجامعي.
- **ف2** تؤثر الاعتمادية ايجابيا على الجودة المدركة من قبل الطالب الجامعي.
- **ف3** تؤثر سرعة الاستجابة ايجابيا على الجودة المدركة من قبل الطالب الجامعي.
- **ف4** يؤثر التعاطف ايجابيا على الجودة المدركة من قبل الطالب الجامعي.
- **ف5** تؤثر جودة الأمان ايجابيا على الجودة المدركة من قبل الطالب الجامعي.

### **1- الإطار النظري لجودة الخدمة:**

تعرف الجودة على أنها "جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة أي التي يتوقعها العملاء أو يدركونها في الواقع الفعلي، وهي المحدد الرئيسي لرضا العميل أو عدم رضاه حيث يعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسية التي تريد تعزيز مستوى الجودة في خدماتها"<sup>1</sup>.

وتعرف أيضا على أنها: "التفوق على توقعات الزبون، أي يقصد بجودة الخدمة في هذا التعريف بأن المؤسسة تتفوق في خدماتها التي تؤديها فعليا على مستوى التوقعات التي يحملها الزبون اتجاه هذه الخدمات"<sup>2</sup>.

### **1-1 محددات جودة الخدمة:**

أما محددات جودة الخدمة فيمكن حصرها فيم يلي<sup>3</sup>:

✓ **الاعتمادية:**

هي القدرة على الإصغاء للعميل لفهم جميع رغبته ومتطلباته سواء تحدث أو صمت، وتمثل في استعداد مقدم الخدمة في إعطاء الوقت الكافي للعميل للتحدث وإبداء وجهة نظره دون ملل بهدف فهم حاجاته الحقيقية.

✓ **الاستجابة:**

<sup>1</sup> مأمون الدراكة وآخرون، (2001)، إدارة الجودة الشاملة، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، ص 143.

<sup>2</sup> ريتشالد.ل. ويليامز، (199)، "أساسيات إدارة الجودة الشاملة، الجمعية الأمريكية للإدارة، مكتبة جرير، الطبعة الأولى، مصر، ص 35.

<sup>3</sup> محمد عبد الفتاح الصيرفي، (2003)، الإدارة الرائدة، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، ص 278.

وهو محاولة تحقيق رغبة العميل في تقديم الخدمة له في الوقت الذي يريده، وبسرعة المطلوبة.

✓ **التعاطف:**

يتمثل في المهارة التي يجب أن يتمتع بها مقدم الخدمة وذلك فيما يتعلق بطريقة عرض الخدمة وإقناع الزبائن بها. وتعني المقدرة على أداء الخدمة بنفس الكفاءة والفاعلية طوال الوقت.

✓ **الملموسية:**

قد يتطلب تقديم بعض الخدمات استعمال بعض الأدوات المادية لذلك، مثل الأدوات التي يستخدمها الطبيب، وهنا يتوقع العميل بأن تكون الأدوات متوفرة وعلى درجة عالية من الكفاءة.

✓ **الأمان :**

هو الثقة التي يتحلى بها مقدم الخدمة كي يشعر الزبون بأنه بأمان عند اقتنائه للخدمة، كما تكمن في سيادة الأمان في المحيط الذي يتم تقديم فيه الخدمة .

## 2-1 مربع جودة الخدمة ( مربع *Averous* ) .

انطلاقا من الشكل السابق يمكننا تحديد أربعة مستويات لدورة حياة جودة الخدمة، وهي:<sup>1</sup>

- **الجودة المرغوبة (Prévue):** هو مستوى الجودة الذي تتمنى المؤسسة الخدمية بلوغه، أو هو مستوى الخدمات الذي تريد تقديمه عبر مواردها المتاحة مع الأخذ بعين الاعتبار القيود الداخلية والخارجية المفروضة عليها.

- **الجودة المحققة (Fournie):** تعبر عن مستوى الجودة المحقق فعلا من طرف المؤسسة الخدمية وذلك من خلال تحديد المعايير التي تتبعها والتي تساعد على تحقيق جودة عالية من الخدمة.

- **الجودة المدركة (Perçue):** هو مستوى الجودة المحسوس من قبل الزبون انطلاقا من رغبته. وهو تعبير عن درجة رضاه، وتعتبر هذه الدراسة مصادر معرفة التوقعات الجديدة للعملاء، وكذلك في تحسين جودة الخدمات وهي أكثر أهمية من الجودة المحققة في إطار رضا المريض، وهي محل دراستنا.

- **الجودة المتوقعة (Attendue):** تمثل مستوى الجودة من الخدمات التي يتوقع العملاء أن يحصلوا عليها من المستشفى الذي يتعاملون معه، وتعتمد المؤسسات الخدمية على البحوث التسويقية لفهم حاجات الزبائن، كما تستخدم أسلوب الشكاوى والاستقصاء للتعرف على أسباب عدم رضا المريض.

يمكن تحديد أربع مراحل تتعلق بدورة جودة الخدمة و التي يمكن تلخيصها كاللاقي<sup>2</sup>:

### 1-2-1 المرحلة الأولى:

في هذه المرحلة تبحث المؤسسة بفضل الدراسات التسويقية، عن معرفة توقعات العملاء، معرفة نقاط عدم رضا العملاء، من خلال الشكاوى، البحوث... الخ.

### 1-2-2 المرحلة الثانية:

بعدها تقوم المؤسسة بدراسة منافسيها، والموارد البشرية والتقنيات الضرورية، تقوم بتحديد توقعات خدماتها والمتعلقة بالجودة المرغوبة.

### 1-2-3 المرحلة الثالثة:

<sup>1</sup> نجاة صغيزو ، (2012) "تقييم جودة الخدمات الصحية-دراسة ميدانية بالمؤسسات الاستشفائية الخاصة بباتنة"، مذكرة ماجستير تخصص اقتصاد تطبيقى تسيير المنظمات، جامعة الحاج لخضر -باتنة، الجزائر، ص. 40- بتصرف -

<sup>2</sup> نورالدين، بوعنان (2006-2007)، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، (مذكرة ماجستير تخصص تسويق)، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، ص 119.

## Les cahiers du MECAS..... N° 12/ Juin 2016

بعد تحديد الجودة المرغوبة تقوم المؤسسة بتحديد المعايير والمواصفات التي يجب أن تحترم عند تقديم الخدمة ثم تصنع العملية التي تسمح لها بالحصول على جودة الخدمة (الجودة المحققة).

### 1-2-4 المرحلة الرابعة:

لكل عميل نظريته الخاصة حول الجودة والتي تسمى (الجودة المدركة), فقياس رضا العميل هو الذي يسمح بمراقبة أهداف الجودة المدركة من طرف العميل وذلك بالمقارنة بين توقعاته وإدراكه . وتعتبر هذه الدراسة مصدر لمعرفة التوقعات الجديدة للعملاء وذلك لتحسين جودة الخدمة.

### 1- عموميات حول رضا الزبون.

#### 1-2-1 تعريف رضا الزبون

هناك العديد من التعاريف الخاصة برضا الزبائن نذكر منها ما يلي<sup>1</sup>:

- Dubois و Kotler : فقد قام كلاهما بتعريف رضا الزبون على انه: " سلوك العميل ناتج عن حكم مقارنة بين أداء منتج ما مع ما ينتظر منه".

- أما lindre vie و lindon (1997) : اقترح هذا التعريف " الرضا هو حالة نفسية بعد الشراء و الاستهلاك للمنتج أو الخدمة، و التي تترجم إلى سلوك قصير المدى ناتج عن الاختلاف بين توقعات (رغبات) الزبون و الأداء المتوقع و المحتمل : الرضا متوقف أيضا على موقف الزبون المسبق حول الخدمة أو علامة المنتج ".

- يعرفه R. Ladwin بأنه " الحالة النفسية الناتجة عن عمليات تقييم مختلفة.<sup>2</sup>، بهذا التعريف نستخلص أن الزبون يقوم بعملية تقييم أداء المنتج أو القيمة المدركة ومقارنتها بالقيمة المتوقعة والتي تم على أساسها اختيار المنتج أو العلامة من بين البدائل، فيصدر حكما بالإيجاب أو السلب على نتيجة التقييم هذه الأخيرة تولد لدى الزبون شعور معين سواء بالرضا أو الاستياء.

- يعرف "Philip kotler" الرضا بأنه: " الشعور أو الإنطباع الإيجابي أو السلبي المدرك من طرف الزبون والذي ينتج عند مقارنته لأداء المنتج الفعلي بتوقعاته"<sup>3</sup>.

- ويعرف أيضا بأنه "الفرق بين المزيج المثالي والفعلي بمجموعة من الصفات والخصائص التي يحصل عليها الفرد (تيسير العجارية) من خلال هذه التعاريف نستنتج أن رضا العميل هو سلوك ناتج عن عملية مقارنة بين أداء المحصل من طرف العميل جراء اقتناؤه سلعة أو استفادته من خدمة معينة، ورغباته التي كان يرغب في الحصول عليها أو تحقيقها. ويعبر الرضا أيضا عن حالة نفسية تأتي بعد عملية الشراء ناتجة من مقارنة الزبون لأداء المنتج الفعلي بتوقعاته.

#### 2-2 مستويات رضا الزبون.

من خلال مقارنة أداء المؤسسة بتوقعات الزبون فانه يمكن تحديد ثلاث مستويات للرضا موضحة في الجدول التالي:

### جدول رقم 1: مستويات رضا العميل

الحالة	نسبة الجودة	موقف العميل
الأداء > التوقعات	اللاجودة	الزبون غير راضي .
الأداء = التوقعات	الجودة	الزبون راض .
الأداء < التوقعات	الجودة العالية	الزبون راضي جدا .

<sup>1</sup> Youssef BOUSKIA, ( juillet 2004 ), « le système de contrôle intérieur », CNEP news, numéro 18, alger, p.25.

<sup>2</sup> Richard LADWIN ,( 2003), « Le comportement de consommateur et de l'acheteur », édition economica, , 2<sup>ème</sup>, Paris, , p 377.

<sup>3</sup> Philip KOTLER et al,( 2009), Marketing management, pearson édition, 13<sup>e</sup>, France, , p169 .

## 2-3 دور جودة الخدمة في تحقيق رضا الزبائن.

تحرص العديد من المؤسسات على تطوير و تحقيق مستوى جودة خدماتها لنيل رضا زبائنها باستخدام مجموعة من الطرق و الأساليب نذكر منها:

**1-الاستخدام المستمر للدراسات و البحوث:** إنّ الفشل في الوصول إلى خدمات ذات جودة عالية من قبل المؤسسات يُلزمها اللجوء إلى استخدام البحوث كوسيلة لتجميع المعلومات و تحقيق الفهم عن توقعات الزبائن للخدمة و تقييمها للأداء الفعلي لها، و من هذا المنظور فإنّ مؤسسة الخدمة يجب أن تسعى جاهدة للبحث عن إجابات حاسمة للأسئلة الرئيسية التالية<sup>1</sup>:  
ما الذي يعتبره الزبائن هاماً في ملامح أو خصائص الخدمة؟ ما هو المستوى الذي يتوقّعه الزبون بالنسبة لهذه الملامح؟ كيف يتم إدراك و تقييم هذه الجوانب من الخدمة في الواقع العملي؟  
إنّ التعرف على دور الخدمة و أبعادها و التعرف على توقعات الزبائن و إدراكاتهم للخدمة و مشكلات التعامل فيها يمثل جوهر أي برنامج فعال لتحسين جودة الخدمة.

كذلك فإنّ قرارات وضع معايير الخدمة للعاملين و تدريبهم و قياس أدائهم و تحفيزهم يتوقف على نتائج هذه الأبحاث، و تساعد البحوث بصفة عامة في تحقيق الفوائد التالية لمؤسسة الخدمة:

\*التعرف على معايير جودة الخدمة، و مساعدة الإدارة في المفاضلة بين معايير الجودة.

\*معرفة الأهمية النسبية لأبعاد الخدمة.

\*تقييم الأداء الفعلي للخدمة قياساً على المنافسين.

## 2-تحليل شكاوي الزبائن:

تعتبر شكاوي الزبائن مؤشراً خطيراً لمستوى جودة الخدمة المقدمة و بالنسبة لبعض المؤسسات فإنّ هذه الوسيلة تعتبر الأداة الرئيسية للتعرف على أداء الزبائن و مدى رضاهم على مستويات الخدمة المقدمة، كما تقوم بها مؤسسة بحثية متخصصة.

و عادة ما يكشف هذا التحليل بعض الجوانب الهامة مثل المعايير التي يستخدمها الزبائن للحكم على جودة الخدمة و نواحي الضعف في الأداء و توقعات التحسن و من ثم توفير قاعدة من المعلومات و التي تفيد في رسم السياسات التي تساعد على تحسين الجودة.

## 3-العمل على استقطاب و توظيف أفضل الكفاءات:

إنّ وضع معايير و برامج لتحسين جودة الخدمة ليس لها قيمة ما لم يتوافر لدى المؤسسة قاعدة من الأفراد الذين يتمتعون باتجاه إيجابي و المقدرة على تحقيق تلك المعايير

و تشير نتائج الدراسات إلى أنّ نحو ثلث مشكلات الجودة تنحصر في ضعف مهارات مقدمي الخدمة أو افتقارهم للرغبة في العمل و تدني نظرهم للزبون، و لذا فإنّ المؤسسة يجب أن تكون حريصة على انتقاء و توظيف أفضل العناصر التي سوف تقوم بالعرض الفعلي للمؤسسة.

## 4-الاهتمام ببرامج التسويق الداخلي:

إنّ مجرد الحصول على أفضل العاملين قد لا يمكن المؤسسة من تحقيق الأداء المتميز و لكن يجب أن يتوافر لدى هؤلاء العاملين الرغبة و الاتجاه الإيجابي نحو تحسين جودة الخدمة، و التسويق الداخلي هو مفهوم حديث بمقتضاه يتم النظر إلى العاملين على أنّهم زبائن داخليين و إلى وظائفهم على أنّها منتجات داخلية. و أنّ المؤسسة يجب أن تبدل جهوداً معينة لبيع تلك الوظائف للعاملين و إقناعهم بما كشرط مسبق لتحقيق النجاح في تعاملاتهم مع الزبائن الخارجيين، يعني ذلك أنّ العاملين يجب النظر إليهم كسوق أول من وجهة نظر المؤسسة و أنّ الهدف النهائي للتسويق الداخلي يتمثل في تحفيز مقدم الخدمة و زيادة إدراكاته بأهمية الزبون وتحقيق العناية به.

<sup>1</sup> عوض بدير الخداد، (1999) تسويق الخدمات المصرفية، البيان للنشر و الطباعة، الطبعة الأولى، مصر، ص306

## Les cahiers du MECAS..... N° 12/ Juin 2016

و بصفة عامة فإنه إذا ما استطاعت المؤسسة أن تحقق العناية للزبائن، فإنّ الناتج النهائي سوف يتمثّل في زيادة درجة التحفيز و الرضا بين العاملين و من ثمّ تحقيق مستوى مرتفع من جودة الخدمة و هو ما يؤدي في النهاية إلى مقابلة توقعات الزبائن و تحقيق رضاهم و ولائهم للمؤسسة.

### 5- سرعة التصدي لمشكلات الزبائن: في دراسة أجريت عام 1988 عن درجة رضا زبائن بعض المؤسسات في مواجهة المشكلات و

التصدي لها و التعامل معها، و جاءت النتائج كما يلي<sup>1</sup>:

-تختلف نسبة رضا الزبائن عن حل المشكلات باختلاف طبيعة نشاط المؤسسة.

-يؤثر أسلوب التعامل مع الشكوى على احتمالات إعادة الشراء، و بصفة عامة كلما زاد التعامل الفعال مع الشكوى كلما زاد احتمال إعادة الشراء و العكس صحيح.

### 6-تعليم الزبائن عن الخدمة: يمكن للمؤسسة تعزيز مصدر قيمتها لدى الزبون من خلال بذل جهود ملموسة لتعليمه و تطوير معرفته

بالخدمات المقدّمة، و لا شك أنّ زيادة إلمام الزبون بالخدمات يزيد من قدرته على اتخاذ قرارا أفضل، و من ثمّ تحقيق درجات أعلى من الرضا عن هذه الخدمات، و تأخذ عملية التعلم عدة أشكال أبرزها<sup>2</sup>:

تعريف الزبون بكيفية إنجاز بعض الخدمات بنفسه. تعريف الزبون متى يستخدم الخدمة. تعريف الزبون كيف يستخدم الخدمة، مثلا: وسائل تقليل معدلات التأخير في صفوف الانتظار للحصول على الخدمة.

### 7-تنمية ثقافية تنظيمية تدعم الجودة: يتطلّب تحقيق التميز في الخدمة أن تصبح الجودة شعارا يؤمن به جميع العاملين و يسعون إلى التطبيق

العملي له، بمعنى أن تصبح الجودة قيمة تنظيمية يتولد عنها الإبداع و الرضا بل و التحفيز لدى العاملين، و لإيجاد هذه الثقة فإنّ الأمر يتطلب مايلي<sup>3</sup>: وجود معايير متفق عليها للجودة. إستقطاب أفراد مؤهلين و قادرين على تحقيق تلك المعايير. تشجيع إداري للمقترحات و الآراء بشأن تحسين الجودة.

بصفة عامة فإنه يرتبط بالثقافة التنظيمية ضرورة توفّر درجة عالية من الاعتمادية و خلو الممارسات من الأخطاء و توليد الاتجاه نحو شعار " أداء الخدمة على الوجه الصحيح من أول مرة."

### 8-تأكيد دور فرق الجودة: يتمثّل أحد المتطلبات البارزة لتحقيق جودة الخدمة في وجود ما يسمى بفرق الجودة و يُقصد بفرق الجودة<sup>4</sup>: مجتمع

العاملين الذين تتوفّر لديهم المقدرة على التنسيق و العمل المشترك و الرغبة في تحقيق الأداء المتميز و توليد الشعور بالرضا لدى الزبائن<sup>4</sup> و تُعتبر هذه الفرق أداة للتحفيز كما تستمد أهميتها من كون أنّ إنجاز الخدمة يتطلّب في الغالب تضامناً جهود أكثر من موظف في أكثر من موقع، فهذا الاعتماد المتبادل يجعل من العمل كفريق أحد محددات نجاحه في أداء الخدمة، و تشير الدراسات و الأبحاث إلى أنّ العاملين في الوحدات التي تنجح في تحقيق مستويات متميزة من الخدمة يتوفّر لديهم الخصائص التالية<sup>5</sup>:

-الشعور بأنّ كل فرد هو جزء من فريق يسعه إلى تحقيق هدف مشترك.

-الشعور بالمسؤولية اتجاه مساعدة الزملاء من أجل القيام بأعمالهم على أكمل وجه.

<sup>1</sup> عبد العزيز أبو نبرة، (2005)، تسويق الخدمات المتخصصة، الوراق للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، ص 27.

<sup>2</sup> أحمد سيّد مصطفى، (بدون سنة)، إدارة الجودة الشاملة و الإيزو 9000، دليل عملي، مطابع الدار الهندسية، مصر، ص 191.

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق، ص 192.

<sup>4</sup> نفس المرجع السابق، ص 193.

<sup>5</sup> Isabelle BLUM, (2000), « Qualité de service dans les reseaux locaux », thèse de Doctorat, en informatique industrielle, université paul SABATIER, France, p 12.

-سيطرة روح التعاون بدلاً من التنافس في العلاقة بالزملاء.

-الشعور بالولاء و الانتماء للمؤسسة.

-الإدراك بأنّ الهدف النهائي هو نجاح الفريق في تحقيق التميز و خدمة الزبائن.

**9-وجود تعهد أو التزام إداري نحو جودة الخدمة:** يرتبط تحقيق الفعالية و النجاح لبرامج جودة الخدمة أو العناية بالزبائن بضرورة إحداث تغيير جذري في ثقافة المؤسسة ككل بدءاً من الإدارة العليا و إنتهاءً بالمستويات التنفيذية، و يتطلّب ذلك توافر أنماط قيادية فعالة يتوافر لديها: رؤية واضحة لأهداف النشاط و رسالته.المقدرة على إيصال و تحقيق الفهم لتلك الأهداف.القدرة في التصرفات و العمل.الإيمان بالتميز و القدرة على تحقيقه.الحماس و الولاء.

● **نظرية التوقعات / المطابقة (Expectation Confirmation Theory (ECT):**<sup>1</sup> تحدد هذه النظرية أربع (4)

متغيرات: التوقعات، الأداء المدرك، عدم المطابقة والرضا كما هو موضح في الشكل التالي:

شكل رقم 01: نظرية التوقعات / المطابقة



Source: Wenjuan Wang, 2012, <<Supply Chain Management Systems: The Expectation – Confirmation Theory Perspective>>, (Thesis of doctor of philosophy), Queensland University of Technology, P.4

يمثل التوقع حسب هذا النموذج معيار مقارنة يقاس عليه الأداء المدرك؛ فإذا انحرف الأداء عن التوقع فهذا يعني عدم مطابقة توقعات الزبون. إذا تجاوز أداء المنتج التوقع (عدم تطابق إيجابي) فإنّ الزبون يشعر بالرضا، أما إذا عجز الأداء عن التوقع (عدم تطابق سلبي)، فإنّ الزبون يكون في حالة عدم الرضا.

**3- دراسة حالة: جودة الخدمات المقدمة و دورها في تحقيق رضا الطالب المقيم – الإقامة الجامعية 1000 سرير – خروبة.-**

**3-1 أدوات جمع البيانات و عينة الدراسة.**

تم الاعتماد على الاستمارة الاستبائية: وقد كان توظيف هذه الأداة يهدف خاصة إلى اختبار الفرضيات, ومن أجل تقليص الأثر السلبي

لكثرة عدة الأسئلة فقد ركزنا على الأسئلة المغلقة والأسئلة ذات الاختبارات المحددة.

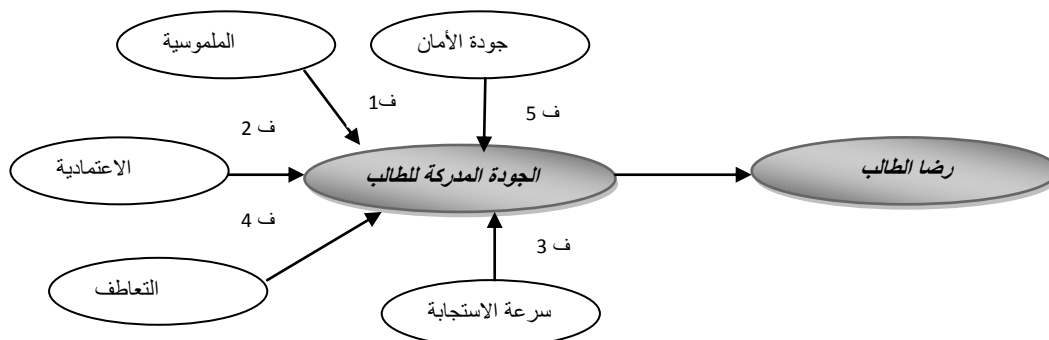
تم إعداد الاستمارة بتقسيمها إلى محورين: المحور الأول خاص بالبيانات الشخصية, أما المحور الثاني فهو خاص بمحددات جودة الخدمة في الإقامة من وجهة نظر الطلبة. وقد ركزنا على ألاّ نحمل الأسئلة الاختيارية الرئيسة في الاستمارة خاصة المتعلقة بالكشف عن العوامل المقللة والمؤثرة في رضا الطالب, وهي ترتبط أساساً بفرضيات الدراسة.

<sup>1</sup> Wenjuan Wang, 2012, <<Supply Chain Management Systems: The Expectation – Confirmation Theory Perspective>>, (Thesis of doctor of philosophy), Queensland University of Technology, Australia, pp: 4-5.

أما فيما يخص مجتمع الدراسة فقد تم توجيه الاستبيان إلى الطلبة المقيمين في الإقامة الجامعية 1000 سرير، وذلك باختيار عينة مكونة من 80 طالب.

النموذج النظري للدراسة

الشكل رقم 2: النموذج النظري للدراسة



المصدر : صياغة شخصية

المحور الأول: بالبيانات الشخصية ( السن، مدة الإقامة بالحي الجامعي، المستوى الدراسي).

جدول رقم 02: البيانات الشخصية لعينة الدراسة

السن	21-18 سنة	25-22 سنة	29-26 سنة	30 سنة فما فوق
النسبة المؤوية	41%	32%	18%	9%
مدة الإثامة	سنة	سنتين	ثلاث سنوات	أكثر
النسبة المؤوية	21%	44%	35%	00%
المستوى الدراسي للمقيمين	سنة لولى ليسانس	سنة ثانية ليسانس	سنة ثالثة ليسانس	ماستر
النسبة المؤوية	19%	27%	38%	16%

المصدر : بالاعتماد على بيانات الاستبيان

من خلال الجدول نجد أن فئة السن الغالبة في الإقامة الجامعية هي من 18 سنة إلى 21 سنة بنسبة 41% تليها، نسبة 32% لفئة 22-25 سنة. أما فئة 26-29 سنة بنسبة 18%، وفي الأخير نسبة 9% كانت من نصيب فئة 30 سنة فما فوق. وبالتالي الإقامة الجامعية تحتوي على مزيج متنوع من فئات السن وهذا راجع لعدم تحديد سن الدراسة في الجامعة .

أما فيما يتعلق بمدة الإقامة فقد تم تحديد الحد الأقصى في الاستبيان لمدة ثلاث سنوات وهذا راجع لسنة بداية استقبال الإقامة للطلبة الجامعيين والتي كانت في 2013 وبالتالي لا يمكن أن يكون هناك مقيمين أكثر من ثلاث سنوات، وبذلك نجد مدة الإقامة سنة تحتل نسبة 21% تليها مدة الثلاث سنوات بنسبة 35%، أما النسبة الأكبر 44% كانت لمدة الإقامة لسنتين.

من الجدول نجد أن الطلبة المقيمين في الإقامة الجامعية تختلف مستويات دراستهم من سنة لأخرى، إذ نجد أن مستوى الثالثة - ليسانس - يحتل النسبة الأكبر 38%، تليها نسبة 27% لطلبة السنة الثانية ليسانس، أما نسبة 19% كانت لسنة الأولى ليسانس، أما النسبة المتبقية 16% فهي تمثل نسبة طلبة مستوى الماستر.

المحور الثاني: محددات جودة الخدمة في الإقامة الجامعية 1000 سرير - خروية-



جدول رقم 03: محدد الملموسية الخاص بجودة الخدمة المقدمة

غير موافق جدا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جد	أولاً: الملموسية.
03	11	00	74	12	مدى توفر الغرفة على التجهيزات اللازمة
20	43	26	07	04	نظافة الغرفة محل الإقامة
00	15	11	30	44	خدمات الاطعام
00	00	00	85	15	توفر النشاطات الثقافية و الرياضية على المستلزمات اللازمة للطلبة
00	00	00	00	100	مدى توفر اعوان الامن بالإقامة الجامعية
00	00	12	45	43	مدى يوفر فرع الوقاية الصحية كافة العتاد والأدوية اللازمة للطلبة
00	00	00	69	31	حافلات النقل الموفرة من طرف الإقامة من حيث الراحة و الحداثة

المصدر: صياغة شخصية اعتمادا على بيانات الاستبيان

- س1: هل تتوفر الغرفة الشاغلة من قبلكم على التجهيزات اللازمة (كراسي, طاولات, أسرة...الخ)؟  
 من خلال الجدول نستنتج أن أغلبية الطلبة يرون أن الغرفة تحتوي على كل التجهيزات اللازمة بنسبة 86% ( موافق وموافق جدا), وهذا راجع لحداثة الإقامة والصرامة المطبقة من طرف الإدارة, أما نسبة 14% يرون أن الغرف تعاني من نقائص ويعود السبب لعدم امتثال بعض الطلبة للقوانين ويقوم بأخذ بعض المستلزمات من غرف زملائهم.
- س2: ما رأيك في نظافة الغرفة محل إقامتكم؟  
 من الشكل السابق نستنتج أن النسبة الأعلى 63% ترى أن نظافة الغرفة جيدة أما نسبة الطلبة التي تراها مقبولة متمثلة في 26% في حين البقية 11% ترى أن نظافة الغرفة سيئة وتحتاج إلى تصرف من قبل الإدارة.
- س3: هل ترى أن خدمات المطعم تؤمن جميع متطلبات الطلبة؟  
 من خلال تحليل الإجابات نجد أن أغلبية الطلبة 74% يوافقون على أن خدمات المطعم توفر جميع متطلباتهم, فحين نسبة 15% فهي ترى أن الخدمات لا تتمتع بجودة المطلوبة من طرفهم, أما النسبة المتبقية فامتنتعت عن الإجابة وهذا راجع ربما لعدم انتساجهم إلى خدمة الإطعام ويفضلون الأكل في المطاعم.
- س4: هل تتوفر مصلحة النشاطات الثقافية والرياضية على المستلزمات اللازمة للطلبة؟  
 جميع الطلبة كانت إجابتهم على توفر مصلحة النشاطات الثقافية والرياضية على المستلزمات اللازمة بالموافقة, وأن هذه المصلحة لا تعاني من أي نقائص.
- س5: هل تتوفر الإقامة الجامعية 1000 سرير على عدد كافي من أعوان الأمن؟  
 من خلال الشكل نجد أن نسبة 100% أي جميع الطلبة راضون على عدد أعوان الأمن, ويرون أن الإقامة توفر لهم الأمن اللازم.

## Les cahiers du MECAS..... N° 12/ Juin 2016

س6: يوفر فرع الوقاية الصحية كافة العتاد والأدوية اللازمة للطلبة؟.

من الشكل السابق نجد أن 88% من الطلبة يجدون أن الفرع الصحي في المستوى الجيد والمطلوب وهذا راجع توفره على جميع المستلزمات من أدوية , سيارات إسعاف, أطباء...الخ. أما نسبة 12% فقد كانت محايدة هذا نظرا لعدم استعمالهم للخدمات الطبية المتواجدة بالإقامة.  
س7: ما تقييمك لحافلات النقل الموفرة من طرف الإقامة من حيث الراحة و الهدائة ؟.  
من خلال الشكل نجد أن الطلبة ككل يرون خدمات النقل متوفرة في جميع الأوقات الدراسية وفي المستوى المطلوب .

ثانيا: الاعتمادية:

### جدول رقم 04 : بعد الاعتمادية الخاص بجودة الخدمة المقدمة

<u>ثانيا: الاعتمادية:</u>				
موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
00%	70%	04%	24%	02%

حرص أعوان و موظفو الإقامة على تقديم أحسن الخدمات للطلبة (أعوان أمن، اداريون...)

س8: يحرص أعوان الإقامة على تقديم أحسن الخدمات للطلبة.  
س9: يرى 70% من الطلبة أن أعوان و موظفو الإقامة في المستوى الجيد من حيث الحرص على تقديم أحسن الخدمات للطلبة, وهذا راجع للمستوى التعليمي للموظفين ومدى حرصهم على أداء مهامهم على أكمل وجه. وأن 26% يرونهم في المستوى غير المقبول و هذا راجع لموقف ما مع الموظفين, ولا يمكن أن ننسى أن الموظف انسان غير ثابت في حالاته النفسية. والنسبة الباقية 4% فلم تقدم أي رأي .

ثالثا: الاستجابة

### جدول رقم 05 : بعد الاستجابة الخاص بجودة الخدمة المقدمة

<u>ثالثا: الاستجابة.</u>				
موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
15%	63%	00%	22%	00%
13%	81%	00%	06%	00%

مدو تلبية ادارة الإقامة لجميع متطلبات الطلبة المقيمين  
سرعة استجابة الإقامة لطلبات الطلبة المقيمين

المصدر: صياغة شخصية اعتمادا على بيانات الاستبيان

س9: هل تلي إدارة الإقامة جميع متطلباتك؟  
س10: ما رأيك في سرعة استجابة الإقامة لطلباتكم؟.  
س11: من خلال الشكل نجد أن الإقامة 1000 سرير تتميز بسرعة الاستجابة لطلبات الطلبة المقيمين بما وهذا من خلال اجابات الطلبة التي كانت بنسبة 94% , أما النسبة الباقية 6% فهي تراها بأنها غير سريعة وهذا بسبب أن بعض الأحيان تأتي الطلبات متأخرة , أو في أوقات غير مناسبة, كما نضيف أن مقدم الخدمة هو إنسان ويتعب لهذا يحدث تأخر في تقديم الخدمة.

جدول رقم 06: بعد التعاطف الخاص بجودة الخدمة المقدمة

رابعاً: التعاطف.	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
مدى تحلي أعوان و موظفو الإقامة باللباقة في التعامل مع الطلبة	00%	80%	00%	20%	00%

المصدر: صياغة شخصية اعتمادا على بيانات الاستبيان

س11: يتحلى أعوان (موظفو) الإقامة باللباقة في التعامل مع الطلبة؟  
فيما يخص لباقة الموظفون نجد أن 80% من الطلبة أجمعوا أن موظفو الإقامة يتمتعون باللباقة اللازمة في التعامل مع الطلبة, أما نسبة 20% فهي ترى أنها متوسطة. وهذا يعود لأن بعض الطلبة يجب التعامل معهم بأسلوب معين فليس كل الطلبة متشابهون في سلوكهم .

خامساً: الأمان

جدول رقم 07 : بعد الامان الخاص بجودة الخدمة المقدمة

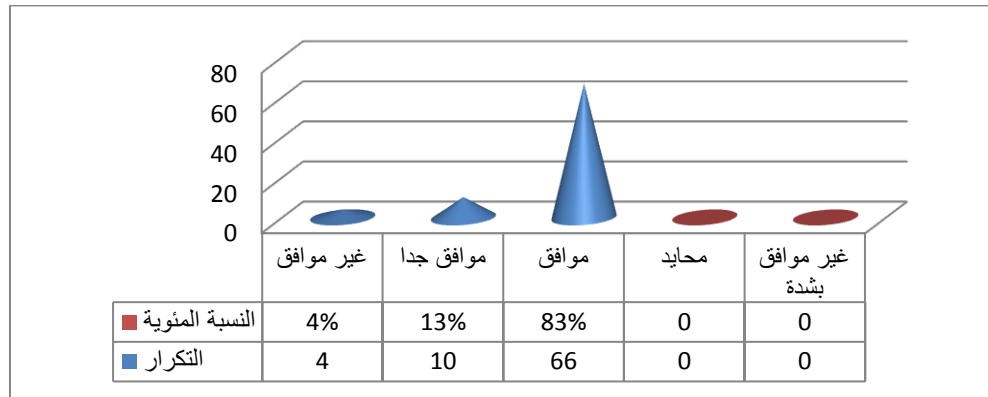
خامساً: الأمان	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
شعور الطالب بالراحة والأمان داخل الإقامة, وأن الأخيرة تسعى جاهدة لتحقيقه	00%	100%	00%	00%	00%

س12: هل يشعر الطالب بالراحة والأمان داخل الإقامة, وأن الأخيرة تسعى جاهدة لتحقيقه؟  
اتفق جميع الطلبة في رأيهم عن الأمان داخل الإقامة إذ كانت نسبة 100% لنعم, وهذا راجع لوجوب توفير الأمان داخل الإقامة وأن أي ضرر بمس الطالب تعاقب عليه إدارة الإقامة ككل.

سادساً: رضا الطالب.

س13: بصفة عامة هل يرى الطالب أن خدمات الإقامة مرضية؟

الشكل رقم 03: مدى رضا الطالب عن خدمات الإقامة.

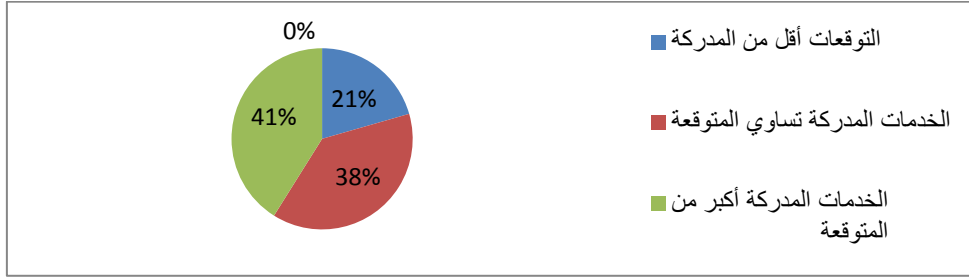


المصدر: صياغة شخصية اعتمادا على بيانات الاستبيان

## Les cahiers du MECAS..... N° 12/ Juin 2016

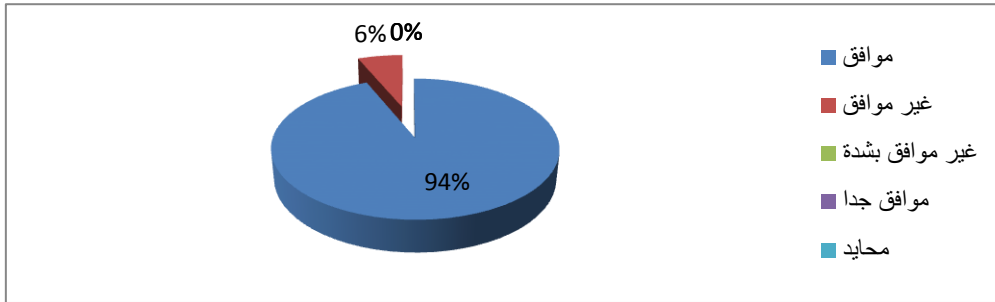
من خلال الشكل نجد أن نسبة 83% من الطلبة راضون عن الخدمات المقدمة من طرف الإقامة ككل وهذا نظرا لتلبية الإقامة لجميع مطالباتهم , أما نسبة 13% نجد أن رضاهم نوعي أي راضون عن خدمات معينة وأخرى لا, أما النسبة المتبقية والمتمثلة في 4% فنجد أنها غير راضية عن جميع الخدمات وهذا ربما لتوقعها أن الإقامة يمكنها أن تقدم أكثر من هذه الخدمات. س14: تقدم الإقامة خدمات تتوافق أو تفوق أو أدنى من توقعات الطالب؟.

الشكل رقم 04: مقارنة الطالب للخدمات المقدمة من طرف الإقامة.



من خلال الشكل نجد أن نسبة الطلبة الذين وجدوا أن الخدمات المتوقعة أقل من الخدمات المدركة هي 21% , أما الذين وجدوها متساوية فهم يمثلون نسبة 38% , في حين نسبة 41% من الطلبة وجدوا أن الخدمات المدركة أكبر من المتوقعة وهذا راجع للفكرة المكونة من الكلمة المسموعة من قبل ، و جودة الخدمات ترجع ربما لحدثة الإقامة والإدارة الصارمة لها. س15: هل ينصح الطالب أصدقائه وزملائه بالتسجيل لدى إقامة 1000 سرير -حروبة-؟.

الشكل رقم 05: نسبة الطلبة الذين ينصحون أصدقائهم وزملائهم بالتسجيل في الإقامة.

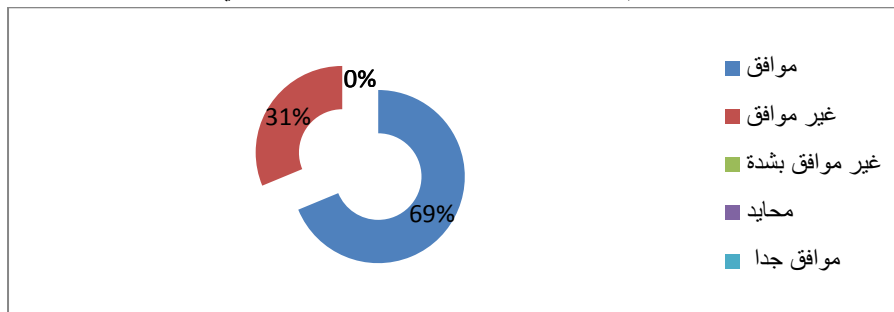


المصدر: صياغة شخصية اعتمادا على بيانات الاستبيان

من نتائج الاستبيان المبينة في الشكل نجد 94% أي أن أغلبية الطلبة ينصحون أصدقائهم وأفراد العائلة بالتسجيل في الإقامة وهذا ما يبين مدى رضاهم عن الخدمات المقدمة من طرفها, في حين أن 6% من الطلبة لا ينصحون وهذا راجع لتعرضهم لموقف معين أو عدم رضاهم عن خدمات الإقامة.

س16: هل ستقوم بالتسجيل في السنة المقبلة لدى إقامة 1000 سرير -حروبة- القطب الصحي.؟.

الشكل رقم 06: نسبة الطلبة الذين سيعيدون التسجيل في السنة المقبلة أو لا .



المصدر: صيغة شخصية اعتمادا على بيانات الاستبيان

كانت نسبة إجابة الطلبة بالموافقة تمثل 69% وهذا لعدم وجود أي مشكل بمنعهم من التسجيل , في حين نسبة 31% أجابت بعدم الموافقة فهذا راجع لأن معظمهم أنهى دراسته, وآخرون بسبب تغيير مكان إقامتهم.

### 3-3 اختبار الفرضيات و استخلاص النتائج

من خلال تحليلنا لبيانات الاستبيان سمكن استنتاج ما يلي :

- ف1 تؤثر جودة الملموسية ايجابيا على الجودة المدركة من قبل الطالب الجامعي.الفرضية الأولى صحيحة
- ف2 تؤثر الاعتمادية ايجابيا على الجودة المدركة من قبل الطالب الجامعي. الفرضية الثانية صحيحة
- ف3 تؤثر سرعة الاستجابة ايجابيا على الجودة المدركة من قبل الطالب الجامعي. الفرضية الثالثة صحيحة
- ف4 يؤثر التعاطف جودة ايجابيا على الجودة المدركة من قبل الطالب الجامعي. الفرضية الرابعة صحيحة
- ف5 يؤثر الأمان ايجابيا على الجودة المدركة من قبل الطالب الجامعي. الفرضية الخامسة صحيحة.

من خلال دراستنا وتحليلنا للاستبيان توصلنا إلى النتائج التالية:

- تتمتع إقامة 1000 سرير -خروبة- (القطب الصحي) بسمعة جيدة من حيث جودة الخدمات المقدمة من طرفها, وهو ما جعلها محط أنظار الطلبة للتسجيل بها.
- يحرص موظفو إقامة 1000 سرير -خروبة- على تقديم أفضل ما لديهم لتلبية طلبات الطلبة المقيمين داخل الإقامة .
- تربط الطلبة مع الموظفين علاقة طيبة وجيدة وهو ما يعكس حالة الهدوء والنظام داخل الإقامة.
- تهتم إدارة الإقامة الجامعية 1000 سرير بحل جميع المشاكل التي تواجه الطلبة, والعمل على إرضاء جميع الأطراف.
- أغلب أفراد العينة راضون عن الخدمات المقدمة من طرف الإقامة الجامعية 1000 سرير -خروبة- وهو ما يدل على حسن أداء المهام داخل الإقامة.
- توفر الإقامة جميع التجهيزات والمستلزمات التي توفر الراحة والأمان والرفاهية للطلبة وذلك للتخفيف من إحساس الطالب بالبعد عن مجتمعه الأصلي (عائلته).

### الخاتمة

أصبح الاهتمام بجودة الخدمة و تحقيق رضا الطالب هاجسا للإقامات الجامعية، حيث أصبح رضا الطالب محور اهتمامها، و دائمة البحث و التعرف على حاجات و توقعات الطالب، و تقدم خدمة تحقق رضاه وولائه للخدمات التي تقدمها، خاصة و أن ثورة تكنولوجيا الاتصالات و المعلوماتية مكنت الطالب من أن يستطيع المفاضلة بين الخدمات حسب رغباته و اختياراته.

ومن خلال الدراسة الميدانية وبعد معالجة جوانب الموضوع نظريا تم التوصل إلى إجابات فيما يخص الإشكالية المطروحة إذ نجد أن أبعاد جودة الخدمة تؤثر إيجابيا على الجودة المدركة من قبل الطالب المقيم بالإقامة الجامعية و بالتالي فهي تحقق رضاه إذ تؤثر عليه إيجابيا إذ كانت توقعاته تتساوى أو تفوق الجودة المدركة، و تؤثر عليه سلبا إذ كانت الجودة المدركة أقل من الجودة المتوقعة.

بناء على ذلك يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تساهم في رفع من جودة الخدمات داخل الإقامات الجامعية و تحقيق رضا الطالب.

- عدم التهاون في تقديم الخدمات للطلبة والحرص على تجديد التجهيزات والوسائل متى استلزم ذلك.
- العمل على تحديد احتياجات الطالب قبل أن يصرح بما وهذا لضمان رضاه الدائم.
- العمل على الاهتمام بالموظفين أكثر وهذا لرفع من مستوى أدائهم في تقديم الخدمات، وبالتالي الرفع من جودة الخدمة. و كذا الوعي بضرورة تكوين العمال وتأهيلهم وتحفيزهم، وحسن اختيارهم في التوظيف.
- إثراء النشاطات الثقافية والعلمية والترفيهية داخل الإقامات من أجل قتل الفراغ و الملل الذي يصيب الطالب.
- تعويض الطالب عن مجتمعه الأصلي بالاهتمام به وبحاجاته وخلق جو عائلي بينه وبين الموظفين..

- أحمد سيد مصطفى، (بدون سنة)، إدارة الجودة الشاملة و الإيزو 9000، دليل عملي، مطابع الدار الهندسية، مصر.
- ريتشالدل. ويليامز، (1999)، «أساسيات إدارة الجودة الشاملة، الجمعية الأمريكية للإدارة، مكتبة جرير، الطبعة الأولى، مصر.
- عبد العزيز أبو نبعه، (2005)، تسويق الخدمات المتخصصة، الوراق للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن.
- عوض بدير الحداد، (1999) تسويق الخدمات المصرفية، البيان للنشر و الطباعة، الطبعة الأولى، مصر.
- مأمون الدراكة وآخرون، (2001)، إدارة الجودة الشاملة، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان.
- محمد عبد الفتاح الصبري، (2003)، الإدارة الرائدة، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان.
- نجاة صغيرو، (2012)، "تقييم جودة الخدمات الصحية-دراسة ميدانية بالمؤسسات الاستشفائية الخاصة بباتنة"، مذكرة ماجستير تخصص اقتصاد تطبيقى تسيير المنظمات، جامعة الحاج لخضر -باتنة، الجزائر.
- نور الدين، بوعنان (2006-2007)، "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء"، (مذكرة ماجستير تخصص تسويق)، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.
- Philip KOTLER et al, (2009) , **Marketing management**, pearson édition, 13° France.
- Richard LADWIN , (2003), « **Le comportement de consommateur et de l'acheteur** », édition economica, 2<sup>ème</sup>, Paris.
- Wenjuan Wang, (2012), <<Supply Chain Management Systems: The Expectation – Confirmation Theory Perspective>>, (Thesis of doctor of philosophy), Queensland University of Technology, Australia.
- Youssef BOUSKIA, ( juillet 2004 ), « **le système de contrôle intérieur** »، CNEP news, numéro 18·Alger