

## تطوير مقياس مقترح لتقييم جودة خدمات الملحقيات الثقافية المقدمة للطلاب

د. محمد الصغير قاسم الشعبي  
جامعة الملك خالد-المملكة العربية السعودية

### ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تطوير مقياس جديد أطلق عليه "QUSECUMI" كـيوس كومي وذلك اختصاراً لـ "The quality of services in the Cultural Missions"، لقياس جودة خدمات الملحقيات الثقافية نظراً لعدم وجود مقياس خاص بهذا القطاع الواسع و المنتشر عبر دول العالم. وقد تم تطوير المقياس عبر منهجية علمية متبعة في تطوير المقاييس، حيث تم اتباع العديد من الخطوات والمراحل في تطويره تمثلت الأولى في تحديد العوامل الهامة والجوهرية في جودة الخدمات التي تقدمها الملحقيات الثقافية، وتمثلت الثانية في تطوير المقياس بصورته الأولية، في حين تم في الثالثة تحكيم المقياس من خلال المحكمين، إضافة إلى الاختبار التجريبي. وفي المرحلة الرابعة تم إجراء المسح الميداني على عينة بلغت 527 طالباً وطالبة، أما الخامسة فقد تم فيها تحليل النتائج وذلك باستخدام مجموعة من الأساليب الأحصائية، وقد دلت النتائج في جميع الاختبارات الأحصائية على صدق وموثوقية وثبات مقياس QUSECUMI. كما بينت نتائج التحليل العاملي أنَّ فقرات مقياس QUSECUMI تحددت بـ (45) فقرة، وهي تمثل متغيرات جودة خدمات الملحقيات الثقافية، وقد توزعت تلك الفقرات على خمسة عوامل أو أبعاد هي (بعد الدعم والمساندة، والبعد الثقافي/الاجتماعي، والبعد المالي، وبعد الاتصال، وبعد المكان).  
الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة، كـيوس كومي، الملحقيات الثقافية.

**Abstract:**

This study aimed at developing anew Criterion called QUSECUMI ; which is a shortened from for "The Quality of Services in Cultures Mission " it is basically intended to standardize the quality of services of the cultural mission as this broad area lacks specialized standard worldwide.

The Criterion has been developed through a scientific process that widely applied to promote such standards .A number of steps and stages have been implemented for this Purpose including; first: identification of primary and fundamental factors affecting service quality provided by cultural missions. Second: developing the criterion in its primary stage. Third: criterion to be arbitrated through recognizable arbitrators, in addition to an experimental test. Fourth: field survey for a sample of 527 students has been circulated . Fifth: result analysis has been done using a number of statistical methods. Results, thereon, prove Validity and Reliability of QUSECUMI as anew Criterion . Furthermore , factor analysis that QUSECUMI have been determined by 45 items; represent variabilities of cultural mission quality of services . The aforementioned stages are classified into five dimension ; support and assistance, social-cultural dimension, financial dimension, communication and place.

**Keywords:** Service Quality, QUSECUMI , Cultural mission.

**1. مقدمة :**

شهدت العقود الأخيرة تطوراً هاماً في مجال الخدمات، حيث باتت تشكل أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول ، وقد أدت العولمة وانفتاح الأسواق وتوسع تطبيق إتفاقيات منظمة التجارة العالمية لتشمل الخدمات إلى بروز الإتجاه التسويقي في تقديم الخدمات والذي يركز على الجودة ورضا الزبون باعتبارها المرتكز الرئيس للمنافسة. ولم يقتصر الأمر على منظمات الاعمال الخاصة المقدمة للخدمات بل تعداها إلى المنظمات الحكومية، إذ اصبحت في معظم دول العالم تحرص على رضا الزبون وكسب ثقته مثلها مثل المنظمات الخاصة، ولذلك برز الإهتمام بجودة الخدمات منذ سبعينات القرن الماضي، وقد حظي باهتمام كبير من قبل كثير من الممارسين والأكاديميين والباحثين، وذلك بسبب ارتباطه الوثيق بالأرباح والنتائج المالية للمنظمات ( Zeithmal and Betner,2001).

لقد مثلت جودة الخدمات حجر الزاوية في الإستراتيجيات التنافسية للعديد من المنظمات، ودار حولها جدل كبير وخصوصاً فيما يتعلق بكيفية قياسها نظراً للخصائص الفريدة التي تتميز بها الخدمات عن غيرها من المنتجات السلعية. من هنا بادر بعض الأكاديميين والباحثين في تطوير مقاييس لقياس جودة الخدمات كما فعل ( Parasaruman, Zeithmal, 1985 and Berry, 1985) عندما طوروا مقياس الـ SERVQUAL وكما فعل ( Cornin and Talyor,1992) اللذان طورا مقياس الـ SERVPERF ، وتتابعت من بعدهما الدراسات والأبحاث مستخدمة هذين المقياسين، ووفقاً لمحرك الباحث العلمي google scholar فقد استشهد بمقياس SERVQUAL في 27700 ورقة علمية حتى 2015 في حين استشهد بمقياس SERVPERF في 9480 ورقة علمية للفترة ذاتها. ولم تقف جهود

الباحثين عند هذين المقياسين بل ظهرت مقاييس أخرى متعددة بتعدد المجالات، من أشهرها مقياس الـ HEDPERF الذي خصص لقياس جودة الخدمات في قطاع التعليم العالي.

## 2. الخلفية النظرية :

### 1.2. مقياس جودة الخدمة :

تحدث الإحصائيات عن أدّ الخدمات باتت تشكل ( 25% ) من حجم التبادل التجاري العالمي (International Trade Statistics 2014) وتعتمد مهام وأنشطة الحكومات على تقديم حزمة كبيرة من الخدمات لمواطنيها سواءً في المجال الصحي أو الأمني أو التعليمي أو خدمات الكهرباء والمياه والصرف الصحي، إضافة إلى خدمات كالضمان والتأمين الاجتماعي. كما تقوم بتقديم مجموعة من الخدمات لرعاياها خارج النطاق الجغرافي لأراضيها من خلال قنصلياتها وبعثاتها المختلفة. ونتيجة لهذا التوسع في مجال الخدمات العامة وبروز الإنحياز التسويقي المركز على الزبون برزت قضية الجودة كمحدد هام ومعياري أساسي من معايير المنافسة، وقد بدأ الحديث عن جودة الخدمات من وقت مبكر، لكن البدايات الحقيقية والجادة بدأت في أواسط العقد الثامن من القرن الماضي، من خلال دراسة الباحث (Gronroos, 1984) الذي قدم نموذجاً لقياس جودة الخدمة يتكون من ثلاث عناصر رئيسية هي الجودة الفنية، والجودة الوظيفية، والصورة الذهنية لكن هذا المقياس لم يلق الإهتمام الكافي من قبل الباحثين، ولم يجد رواجاً وانتشاراً ويبدو أن ذلك عائداً إلى ظهور سلسلة دراسات الثلاثي الشهير (Berry, Parasuraman and Zeithmal) ويرمز لهم بالرمز (BPZ) ( ) الذين قدموا دراستهم الأولى عام 1985م وحاولوا فيها تطوير مقياس خاص بقياس جودة الخدمات وأطلقوا عليه اسم SERVQUAL حيث تركزت فكرة هذا المقياس على قياس الفجوات الناتجة عن توقعات العملاء للخدمة والأداء الفعلي لها، وقد حددوا في هذا المقياس خمس فجوات هي: (Parasuraman, Zeithmal and Berry, 1988) الفجوة بين توقعات العميل وإدراك الإدارة، والفجوة بين ادراك الإدارة لتوقعات العميل ومواصفات الجودة، والفجوة بين مواصفات الخدمة الفعلية ومستوى أداء الخدمة الفعلي، والفجوة بين مستوى أداء الخدمة الفعلي والوعود المقدمة من مقدمي الخدمة، والفجوة بين جودة الخدمة المتوقعة والجودة المدركة. لقد احتوي مقياس الـ SERVQUAL في نسخته الأولى على عشرة أبعاد للجودة تمثلت في الاعتمادية، وسرعة الاستجابة، والكفاءة، والسهولة في تقديم الخدمة، ومهارات الاتصال واللباقة، والأمان، والمصداقية، وفهم العميل، والجوانب المادية. وقد استخدم هذا المقياس من قبل (BPZ) لدراسة وتقييم جودة العديد من الخدمات كخدمات البنوك والوجبات السريعة والغسيل الجاف، وخدمات النظافة، لكنهم أجروا عليه سلسلة دراسات أخرى (Parasuraman, et al, 85, 88, 91, 94) و قاموا من خلالها بمراجعتها، وعملوا على دمج الأبعاد العشرة واختصارها في خمسة أبعاد (Parasuraman, et al, 1988) هي :

المظهر أو الجوانب المادية الملموسة "Tangibles" والثقة والاعتمادية "Reliability"، والإستجابة "Responsiveness"، أو الأمان "Assurance"، والتعاطف "Empathy". وقد ضمت هذه الأبعاد نحو 22 فقرة لقياس جودة الخدمة. وقد استخدم مقياس الـ SERVQUAL في دراسات عديدة لتقييم جودة الخدمات المتنوعة كالخدمات المصرفية والصحية والتعليمية والنظافة والفنادق. وقد خضعت أبعاد جودة الخدمة لجدل واسع بين الكتاب والمهتمين حيث اتفق العديد من الباحثين (Parasuraman, et al, 1988; Carman, 1990; Derw and

(Bolton 1991; Smith,1995) على أن مفهوم الجودة مفهوم صعب والوقوف عليه ليس بالأمر السهل، وأن هناك جدلاً و نقاشاً مستفيضاً حول أفضل الطرق والأساليب لقياس جودة الخدمة، وذلك يعود كما أشاروا إلى الخصائص الفريدة التي تتميز بها الخدمة والمتمثلة في عدم الملموسية ، والتلازمية بين الإنتاج والإستخدام والتلف، وعدم التجانس. ويرغم إنتشار استخدام مقياس SERVQUAL كأداة لقياس جودة الخدمات المتنوعة الصحية والمصرفية والتعليمية والفندقية وغيرها كدراسات Mangold,1989 ; Carman,1990; Babakus & Boller,1992; Rigotti & Pitt,1992; Saleh & Ryan,1992; Buttel,1995; Donnelly, et al,1995; Kay & kek,2004; Lee,2005; Lee, et al, 2009; Randheer et al,2011; Lau ,et al, 2013 ، إدريس ، 1995 ، معلا، 1998 ، أبو معمر، 2005 ؛ بركات، 2010 ، الشعبي ، 2012) إلا أن العديد من الإنتقادات برزت لهذا المقياس وكان ( Cornin and Talyor,1992) أبرز من وجهها نقداً لهذا المقياس ، حيث أشارا إلى أن مقياس SERVQUAL مبني على قياس الفجوات بين التوقعات والأداء الفعلي، وقد استندا في نقدهما هذا إلى تقييمهما وفحصهما لسلسلة الدراسات التي قام بهما ( BPZ) مطوروا مقياس ال SERVQUAL حيث توصلوا إلى أن أبعاد الجودة تختلف باختلاف نوع الخدمة، ولذلك ما يصلح لقياس جودة الخدمات البنكية قد لا يصلح لقياس جودة خدمات التعليم، كما أشارا إلى أن مقياس SERVQUAL مبني على نموذج الرضا، على الرغم من اختلاف الرضا والجودة ، وهو من وجهة نظرهم لا يتسم بالكفاءة لقياس جودة الخدمة التي يستخدمها الفرد لأول مرة في حياته، معللين ذلك بمثالية صياغة العبارات الخاصة بالتوقعات ، إضافة إلى أن العميل لم يسبق له وأن استخدم هذه الخدمة من قبل وليس له أي تجارب سابقة يمكن له المقارنة بناء عليها. كما أكدا بأن نموذج الفجوة يصلح فقط لقياس جودة الخدمة في حالات التأكد التام، من قبل مستخدم الخدمة بشأن خصائص الخدمة ، أما (Green,2006) فقد أشار إلى أن مقياس SERVQUAL هو أكثر المقاييس استخداما في قياس جودة الخدمات، لكن أبعاد جودة الخدمات تختلف باختلاف القطاعات والمجالات ونوعية الخدمة المقدمة وثقافة البلدان، فضلا عن إختلاف مقدمي الخدمة (Sultan and Wong, 2010) ومن جهتهما أكدا ( Babakus and Boller 1992) على أن مقياس SERVQUAL يسبب مشكلة للعينة محل الدراسة نظراً لأن الاسئلة التي توجه للمستقيصين تتضمن استفهاما عن التوقعات وعن الأداء المدرك وذلك في قائمة واحدة. ولم يقتصر الأمر في نقد مقياس ال SERVQUAL على من سبق ذكرهم من الباحثين بل أن زيثمال وهو أحد المشاركين في تطوير المقياس أكد في دراسة له على أن الدراسات التي تناولت قياس الجودة في الخدمات ليست كافية، كما أشار إلى أن معظم تلك الدراسات ركزت على المداخل النظرية (Zeithaml and Valarie 1988) .

بناءً على هذا الجدال قام الثنائي (Cornin and Talyor (1992) بتطوير مقياس جديد لقياس جودة الخدمات أطلقا عليه إسم SERVPERF ويعتمد نفس بناء مقياس SERVQUAL من حيث الأبعاد الخمسة، لكنه يختلف عنه في أنه يقيس الأداء الفعلي المدرك فقط، ولا يلتفت للتوقعات، وقد أوصت دراستهما بضرورة استخدام هذا المقياس نظراً لسهولة وساطته.

كلما طرح سابقاً أعطى ثقةً أكبر للكثير من الباحثين في مجال جودة الخدمات في التحول نحو مقياس SERVPERF فقد استخدم هذا النموذج في دراسات عديدة ولقياس أنواع مختلفة من الخدمات كخدمات التعليم والصحة والطيران والفندق والمالية والمحاسبية كدراسات ( Quester, Wilkinson and Romaniuk, 1995; Zhou,2004; Kekale,2002; ;Cornin and Taylor,1995; Llusar and Zormoza,2000 Kim, Eom and Ahn, 1997; Owlia and Aspinwall,1998; Brady , Cornin and Brand, 2002; Tolga and Antony,2006; Babakus and Boller, 1992; Jain and (Gupta, 2004; Ahmadi and Bidarpoor, 2011; Karami and Olfati,2011, وقد أثبتت تلك الدراسات أفضلية وتفوق مقياس الـ SERVPERF في قياس جودة الخدمات على مقياس الـ SERVQUAL خصوصاً فيما يتعلق بسهولة المقياس وعملية تطبيقه وقد طبق في بيئات متنوعة، فمثلاً في البيئة العربية استخدمت العديد من الدراسات هذا المقياس وأشادت به كدراسات ( المبيرك، 2002 ؛ أبو عبدالله، 2010 ؛ الشعبي،1998؛ الشعبي،2014؛ الشعبي، 2016).

وعلى الرغم من الزخم والقبول الذي حظى به مقياس الـ SERVPERF إلا أنَّ ذلك لم يستمر طويلاً، فقد ظهرت دراسات تشكك في مصداقيته وصلاحيته لقياس جودة الخدمات بصورة عامة، وفي هذا الصدد طورت العديد من المقاييس الخاصة بالجودة من أبرزها مقياس القيمة المثالية لجودة الخدمة Ideal Value model of Services quality الذي قدمه (Mattson,1992) والذي قدم فيه منهجاً جديداً لقياس الجودة وهو مدخل القيمة المثالية المدركة. وتبعه ( Teas,1993) بدراسة قدم فيها نموذجاً جديداً لقياس جودة الخدمات أطلق عليه نموذج تقييم الأداء ومقياس الجودة Evaluated Performance and normed quality model حيث انتقد فيه نموذج Mattson واقترح إطارين لقياس جودة الخدمة هما إطار تقييم الأداء، ونموذج معيار الجودة لتعريف الجودة المدركة. وتوالت الدراسات تباعاً حيث قدم (Avkiran,1994) نموذجاً لقياس جودة الخدمة في فروع البنوك Services quality in Branch Banking حيث ضم هذا المقياس أربعة أبعاد لجودة الخدمة هي (سلوك الموظفين، والمصداقية، والاتصالات، وإمكانية الوصول للخدمة) ومن جهته طور (Spreng-Mackoy,1996) نموذجاً أطلق عليه نموذج الجودة المدركة ورضا العميل Perceived quality and Customer satisfacion وفيه حاول تحسين القدرة على فهم مكونات جودة الخدمة المدركة ورضا العميل. واحتوى هذا المقياس على عشر خصائص لجودة خدمة العميل هي (الراحة في المقابلات الشخصية، والتودد من جانب المستخدمين، والاستماع لشكاوى العملاء واستفساراتهم، وتقديم معلومات دقيقة عن الخدمة والمنظمة، والمعرفة من جانب العاملين بجوانب الخدمة، والمساعدة على التخطيط في المدى البعيد، ومساعدة الزبون في اتخاذ القرار السليم، والاهتمام بالحياة الشخصية للعميل، ومدى احترافية العاملين في أعمالهم). وفي العام 1997م قدم سويني وزملاءه نموذجاً لقياس جودة خدمات التجزئة والقيمة المدركة Retail services quality and perceived value model حيث أشاروا فيه إلى أنَّ جودة الخدمة الوظيفية وتوقعات جودة الخدمة يؤثران في إدراك القيمة (Sweeney, Soutar, and Johnson, 1997). وفي العام نفسه طور كاريونا وبيت مقياساً لجودة الخدمة الداخلية (Internal mesure of service quality (INTQUL) وذلك لقياس الجودة الداخلية للمنظمات

وقياس مستوى أداء الأعمال وذلك بمقياسين مختلفين، وقد تضمن مقياس الجودة خمسة أبعاد هي ( الاعتمادية، والمصادقية، واتجاهات الإدارة، والمظهر المادي، وتفاعل العاملين) (Pitt, 1997 & Caruana). وفي مجال التعليم العالي طور Owlia and Aspinwall, (1996) نموذج جودة خدمات التعليم العالي Higher education services quality model وهو من المقاييس الأولى في مجال التعليم العالي حيث حددا ستة أبعاد لقياس جودة خدمة التعليم العالي، لكن المقياس الأشهر في مجال التعليم العالي هو المقياس الذي طوره فردوس عبدالله وأطلقت عليه إسم HedPERF ويعني أداء التعليم العالي Higher Education Performance والتي طبقتها على مؤسسات التعليم العالي الماليزية ( الجامعات الحكومية، الجامعات الخاصة، المعاهد والكليات). وقد اعتمد بصورة أساسية على مقياس الأداء الفعلي (SERVPERF). واستمرت جهودها في هذا الجانب من خلال دراسات أخرى قدمتها للمقارنة بين مقياس ال (HedPERF) الذي طوره ومقياس ال (SERVPERF) الذي اعتمدت عليه في التطوير. وتوصلت في دراستها إلى تفوق مقياس (HedPERF) على مقياس (SERVPERF) في قياس جودة الخدمة في قطاع التعليم العالي، كما تفوق مقياس ال (HedPERF) على المقياسين (SERVEQUAL) و (SERVPERF). وعزت ذلك إلى ما يمتلكه مقياس (HedPERF) من قدرة تفسيرية عالية لجودة الخدمة في مؤسسات التعليم العالي، إضافة إلى تمتعه بدرجة عالية من الصدق والثبات (Abdullah, 2005a,b). وقد احتوى مقياس ال (HedPERF) على ستة أبعاد لجودة الخدمة التعليمية هي: الجوانب غير الأكاديمية Non-academic aspects، الجوانب الأكاديمية Academic aspects، البرامج الدراسية Programs issues، تسهيلات الوصول Access، السمعة والصيد Reputation، الفهم، وتم تقليص تلك الأبعاد في الدراسة الثانية إلى خمسة أبعاد رئيسة تمثلت في: الجوانب غير الأكاديمية، والجوانب الأكاديمية، والسمعة، وتسهيلات الوصول، والبرامج الدراسية. وقد تم تطبيق هذا المقياس في بيئات أخرى غير ماليزيا، حيث قامت (ابو وردة، 2007) بتطبيق هذا المقياس على الجامعات المصرية، بعد أن أجرت عليه تحويلات عديدة، وقد توصلت الباحثة إلى ضرورة تحديد مقياس خاص بكل صناعة على حدة وخاص بكل ثقافة على حدة. وتؤكد على أن المقياس الذي يصلح لقياس الجودة في خدمة ما قد لا يصلح لخدمة أخرى، كما أن المقياس الذي يصلح لقياس جودة خدمة ما في بلد ما ليس بالضرورة أن يصلح لقياس جودة نفس الخدمة في دولة أخرى. وهذا ما أكدته (Lee, 2007) في دراسة مقارنة بين المقياسين ال (SERVQUAL) وال (SERVPERF) وذلك في ثلاث بيئات مختلفة، حيث أشار إلى أن مقياس ال (SERVPERF) أكثر دقةً وصلاحيّةً لقياس جودة الخدمات وخاصة في الثقافات المتعددة. لكنه أشار إلى أن دراسته هذه محاطة بمجموعة من القيود والعوامل خاصة أنّها أجريت في ثلاث بيئات مختلفة، ومن شأن أي دراسة أخرى إذا ما أجريت في إطار ثقافي أوسع وبيئات أكثر من شأنها أن تظهر نتائج قد لا تتوافق مع النتائج التي توصل إليها في دراسته. ويدعم هذا الرأي سبراهمنيام وشيخار في دراستهما التي طوروا فيها مقياساً لجودة خدمات التعليم العالي في الهند في HiEdQUAL for Measuring service Quality in Development of sector Indian Higher Education. وقد حددا في هذا المقياس خمسة أبعاد يمكن من خلالها قياس جودة خدمات التعليم العالي في الهند هي ( التدريس ومحتوى المقررات، والخدمات الإدارية والتسهيلات الأكاديمية والبنية التحتية في الحرم الجامعي، وخدمات دعم الجودة) (Shekhar, 2012 & Subrahmanyam). وقد تنوعت المقاييس بتنوع

الخدمات فمثلاً تم تطوير مقياس لجودة خدمات النقل العام Public Transportation Service quality model من قبل (Cunningham, et, al.200). كما تم تطوير مقياس جودة خدمات التمويل العقاري Real Estate brokerage service quality من قبل الثنائي نيلسون الذين عملوا على تحديد العوامل التي تؤثر في جودة خدمات شركات التمويل العقاري (Nelson and Nelson,1995). وفي مجال تجارة التجزئة تم تطوير مقياس اطلق عليه مقياس جودة خدمات متاجر التجزئة Retail Service Quality scale وقد أجريت الدراسة الخاصة بهذا المقياس على عملاء متجر التجزئة في كل من أمريكا وكوريا الجنوبية، وتوصلت الدراسة إلى أن إدراكات الزبائن لأبعاد الجودة اختلفت بين الأمريكيين والكوريين، مما يؤكد تأثير الثقافة على إدراك وتقييم جودة الخدمات (Jin, & Kim, 2001). وقدم لي وآخرون مقياساً خاصاً بجودة الخدمات المقدمة على صفحة الويب Web-based Service quality Scale وتضمن المقياس ستة أبعاد هي ( سرعة الاستجابة، والراحة، وجودة المعلومة، والتعاطف، والمساعدة، والاتصال) (Li, et al.,2002) وفي القطاع المصرفي طُوِّرَ مقياس يُاسم نموذج جودة الخدمات البنكية Bank Services quality model وأطلق عليه إسم (SYSTRA-SQ) وحدد الباحثون أبعاد الجودة بأربعة هي ( جودة نظام الخدمة، والجودة السلوكية للموظفين، ودقة المعاملات الخدمية، وجودة الخدمات الآلية) (Jin & Al-dlaigan, 2002). ولم تقتصر عملية تطوير مقاييس لجودة الخدمات في المنظمات ذات الكيان المادي المحسوس بل تعدى الأمر إلى تطوير نماذج لقياس جودة خدمات المنظمات الافتراضية كما فعل كيو الذي قدم نموذج باسم Virtual Community web-sites services quality model. وقد اعتمد الباحث على مقياس ال-SERVEQUAL مع إجراء بعض التعديلات عليه بما يتناسب والمنظمات الافتراضية، وقد تكون المقياس من الأبعاد التالية ( إدارة البريد الترويجي، وإدارة خدمة العملاء، وأمن المعلومات، وتصميم موقع المنظمة، والخدمات الإضافية) (Kuo, 2003).

## 2.2. خدمات الملحقيات الثقافية:

الهدف من إنشاء الملحقيات الثقافية بدرجة رئيسة هو خدمة الطلاب الدارسين خارج بلدانهم، إضافة الى توطيد العلاقة الثقافية بين البلد التي تمثلها الملحقية والبلد المضيف. وما يهمننا التركيز عليه هنا هو الخدمات التي تقدمها الملحقيات للطلاب المبتعثين خارج بلدانهم، فعلى سبيل المثال ينص القانون الاتحادي لدولة الامارات العربية المتحدة رقم (4) لسنة 1984م في شان البعثات والمساعدات الدراسية في مادته رقم (16) على أن "المكاتب الثقافية التابعة لدولة الإمارات في الخارج تتولى الإشراف على الموفدين في بعثة، بما فيها الموظفين المجازين دراسياً من النواحي الدراسية والمالية والاجتماعية والصحية"، كما تشير المادة (18) من نفس القانون على أن "للمكاتب الثقافية وفروعها تنظيم الرحلات والحفلات والندوات الثقافية والاجتماعية واقامة معارض طلابية ثقافية وفنية ودعوة اساتذة محاضرين لهذه الندوات" ([http://www.mohe.gov.ae/Ar/Law/Documents/qanonet7adi%20\(2\).pdf](http://www.mohe.gov.ae/Ar/Law/Documents/qanonet7adi%20(2).pdf))

ونظراً لعدم توفر دراسات سابقة في هذا الجانب حسب علم الباحث، فقد قام الباحث بمحاولة لجمع معلومات عن الخدمات التي تقدم في الملحقيات الثقافية من خلال الإطلاع على المواقع الالكترونية للملحقيات بعض البلدان وخاصة تلك

التي لديها اعداداً كبيرة من الطلاب الموفدين كالمملكة العربية السعودية ، ومن خلال المعلومات المتاحة على مواقع تلك الملحقيات حاول الباحث تصنيف الخدمات التي تقدمها الملحقيات الثقافية في الجوانب الآتية:

أ- الخدمات الأكاديمية : وتمثل بتسلم النصح والإرشاد ومتابعة الأداء الدراسي، والإشراف الأكاديمي، وتذليل الصعاب التي تواجههم، ومساعدة الطلبة في الحصول على القبول في الجامعات، وتوفير كافة الوسائل المساعدة لخلق جو دراسي مناسب (<http://www.culturaloffice.info/#!student-section/c1nvk>) . كما تقوم الملحقيات بالتواصل مع المؤسسات التعليمية في البلدان المضيفة لحلحلة المشاكل التي تعترض الطلاب المبتعثين. ([http://www.uksacb.org/page/educational\\_affairs](http://www.uksacb.org/page/educational_affairs))

ب- الخدمات الإرشادية : يعد الإرشاد الطلابي من أهم الخدمات التي تقدمها الملحقيات الثقافية للطلاب في البلدان المضيفة وذلك لمساعدتهم على التكيف مع البيئة الجديدة التي انتقلوا إليها، والعمل على تخفيف الضغوط النفسية التي قد يتعرضون لها نتيجة للتغيرات المعيشية والحياتية التي طرأت عليهم. ويتعدد الإرشاد بتعدد جوانب الحياتية للمبتعث، فهناك إرشاد قانوني يهدف الى تقديم النصح والمشورة القانونية للطلاب وذلك بأهم القوانين والتشريعات والأنظمة ذات الصلة بمعاملتهم وحياتهم في البلد المضيف. وهناك إرشاد نفسي ويهدف الى تقديم الدعم النفسي للطلاب ومساعدتهم على تجاوز الفجوة الثقافية بين بيئتهم الأم والبيئة المضيفة، إضافة الى تخفيف الضغوط النفسية على الطلبة نتيجة التغيرات في نمط الحياة والمعيشة وبالتالي خلق التوازن النفسي المطلوب لدى الطالب حتى يتمكن من إكمال دراسته على الوجه المطلوب. وعلى الجانب الآخر هناك إرشاد اجتماعي يحتاج إليه الطلاب وخصوصاً أولئك الذين يصطحبون عوائلهم، إذ تقوم الجهات المختصة بالملحقيات بمتابعة الوضع الاجتماعي والأسري للمبتعث ، إضافة الى مساعدتهم هم وأسرتهم على التعايش الحضاري مع محيطهم الجديد. ([http://www.uksacb.org/page/student\\_advice](http://www.uksacb.org/page/student_advice))

ج- الخدمات المالية : إذ يعد هذا الجانب من أهم جوانب الخدمات التي تقدمها الملحقيات الثقافية للطلاب، نظراً لارتباط هذه الخدمات بالتمويل الذي يتلقاه الطلاب لإكمال دراستهم، ومن أهم عناصر الخدمة المالية التي تقدم للطلاب صرف مستحقات المبتعثين وبدلاتهم، وصرف الرسوم الدراسية للمؤسسات التعليمية المنتح بها الطلبة، ومتابعة التأمين الطبي للطلاب، إضافة الى تقديم النصح والمشورة فيما يتعلق بالأموال والقضايا المالية. )

[http://www.uksacb.org/page/finance\\_dept](http://www.uksacb.org/page/finance_dept)

(<http://www.saudibureau.org/inside.php?ID=4>)

د- خدمات الدعم الفني والاتصال : إذ تقوم الملحقيات بتقديم الدعم الفني للطلبة داخل الملحقيات ، كخدمات تصوير المستندات والمسح الضوئي، وأجهزة الحاسوب ، وشبكة النت، التي قد يحتاجونها لاكمال بعض التعاملات الإلكترونية. كما توفر موظفين للرد على اتصالات واستفسارات الطلاب على مدى ساعات الدوام الرسمي، فضلاً عن إحالة شكاوى الطلاب التي تصل اليهم الى المختصين في الملحقية لحلها واتخاذ الاجراءات اللازمة حيالها . إضافة الى ذلك توفر الملحقيات بوابة إلكترونية يتم من خلالها إتاحة كل المعلومات والأخبار والنماذج التي يحتاجها الطلبة.

هـ- الخدمات الثقافية والاجتماعية : تتمثل الخدمات التي تقوم بها الملحقيات الثقافية في هذا الجانب في إقامة الحفلات الدورية، والمشاركة في المعارض والمؤتمرات والمهرجانات والاحتفالات، وتنظيم المسابقات الاجتماعية، وتكرّم الطلاب المتميزين،



والإشراف على النوادي الثقافية، وإقامة حفلات استقبال وتوديع الطلاب، ومشاركة الطلاب في مناسباتهم الاجتماعية فرحاً وترحاً. كما تقوم الملحقيات الثقافية بتوفير مكتبات للمطالعة وإيداع الأبحاث والرسائل التي ينجزها الطلاب المبتعثين. ([http://www.uksacb.org/page/cultural\\_dept](http://www.uksacb.org/page/cultural_dept))

عموماً ومن خلال استعراض الخلفية النظرية يمكن استخلاص الآتي:

1. إن مفهوم جودة الخدمة لا زال مفهوماً مثيراً للجدل، وذلك للغموض الكبير الذي يكتنفه والناتج عن الخصائص الفريدة التي تتميز بها الخدمات عن غيرها من المنتجات.
2. تعدد مقاييس جودة الخدمات، وكل مقياس له ماله وعليه ما عليه، لكن في المحصلة فإن هناك شبه اتفاق بين الكتاب والمهتمين على الآتي:
  - أ- ليس هناك مقياسٍ مثالي ونموذجي لقياس جودة الخدمة يمكن تعميمه واستخدامه بشكل دائم.
  - ب- إن مفردات وعناصر جودة الخدمة تختلف باختلاف نوع الخدمة، فمثلاً تختلف عناصر مكونات جودة الخدمة الصحية عن عناصر ومكونات جودة الخدمة التعليمية أو المحاسبية والمالية أو الفندقية والضيافة وهكذا.
  - ج- إن مفردات وعناصر جودة الخدمة تختلف باختلاف الثقافات والبيئات، فما يعد عنصراً هاماً وجوهرياً من عناصر جودة الخدمة في بلد أو مجتمع ما قد لا يكون كذلك في بلدٍ أو مجتمعٍ آخر.
  - د- إن هناك تركيز على أنواع من الخدمات بعينها في الدراسات والمقاييس التي طُوّرت، فمثلاً تم التركيز على الخدمات التعليمية والصحية والمالية، في حين غاب الإهتمام عن خدمات كالحفلات القنصلية التي لا تقل أهمية عن سابقتها، خصوصاً في ظل التداخل الحاصل في العالم اليوم، وازدياد أعداد المسافرين والمنتقلين بين دول العالم سواءً لأغراض العمل أو السياحة والاستجمام أو التطبيب والعلاج أو التعليم.
  - هـ- إن الملحقيات الثقافية منوطٌ بما تقدمه حزمة متنوعة وواسعة من الخدمات للطلاب، تبدأ بالإرشاد والتوجيه مروراً بالخدمات المالية والتأمينية والأكاديمية والعلمية، وانتهاءً بالخدمات الثقافية والاجتماعية، ومن هنا فإنه لا بد من سبر أغوار جودة تلك الخدمات والوقوف على مستوى جودتها ومدى رضا الطلاب عنها.

#### منهجية الدراسة :

### 1.3 . هدف الدراسة :

نظراً لعدم توفر مقياس خاص بجودة الخدمات التي تقدمها الملحقيات الثقافية للطلاب فقد هدفت الدراسة إلى تطوير مقياس " QUSECUMI " لقياس جودة تلك الخدمات، واختبار صحته وكفاءته وموثوقيته، ومدى صلاحيته، إضافة إلى تحديد أهم العوامل الجوهرية التي تؤثر في جودة خدمات الملحقيات الثقافية.

### 2.3 . مبررات الدراسة :

رغم كل الجهود التي بذلت في البحث والدراسة في إطار جودة الخدمات والتي سبق الإشارة إليها في مقدمة الدراسة والخلفية النظرية، إلا أن التركيز كان منصباً على قطاعات معينة، من أبرزها قطاعي التعليم والصحة، ويلاحظ أن قطاع الخدمات القنصلية أهمل بشكل كبير برغم التداخل الكبير الذي يشهده العالم وحركة الانتقال والسفر الكبيرة، حيث أن المسافرين خارج بلدانهم يحتاجون إلى حزمة من الخدمات التي تقوم بها الملحقيات والبعثات الدبلوماسية، ومن أبرز الشرائح



3. تم بعد ذلك عرضه على مجموعة محددة من الطلبة وطلب منهم تحديد الغموض فيه، والوقوف على مدى سلاسة صياغة العبارات وفهمها بسهولة.

4. كما تم اختبار المقياس اختباراً مبدئياً وذلك من خلال اختبار تجريبي Pilot Testing عبر استجابة 50 مفردة من الطلاب ، حيث قام الطلاب بالإجابة على المقياس وكتابة ملاحظاتهم ومقترحاتهم عليه.

5. تم اعتماد المقياس بصورته النهائية وبفقرات بلغت 53 فقرة، منها 50 فقرة تتعلق بعناصر جودة الخدمة، وثلاث فقرات ألحقت كأئلة عامة عن تقييم الجودة الكلية ، والرضا العام عن جودة الخدمات ، ومستوى الولاء للملحقية.

د. **الخطوة الرابعة :** المسح ( تطبيق الدراسة) : و تم فيها تدوين ونشر المقياس على منصة التخزين السحابي *Google Drive* ، ومن ثم اتاحة الرابط على صفحتي الخاصة في الفيسبوك، ثم مشاركته من قبل مجموعة فاعلة من الطلبة في معظم الدول التي يتواجد فيها طلاب يمنيين. وتم إتاحتها لمدة ثلاثة شهور، وذلك خلال الفترة من بداية أكتوبر 2014 وحتى نهاية ديسمبر من نفس العام، مع المتابعة المستمرة. وقد استجاب 653 طالباً وطالبة، وعند مراجعة الإجابات اتضح أن هناك مجموعة من المستجيبين لم يكملوا تعبئة المقياس إذ تم استبعاد كل الردود التي لم تكتمل إجابتها، وتلك التي بدت غير منطقية في إجابتها ، وبذلك فان الردود التي تم اعتمادها وإخضاعها للتحليل بلغت 527 وتمثل نسبة 77.2% من المستجيبين. ونحو 3.5% من إجمالي تقديرات الطلاب اليمنيين الدراسين بالخارج للعام 2014 والبالغة (15000) طالباً وطالبة.)

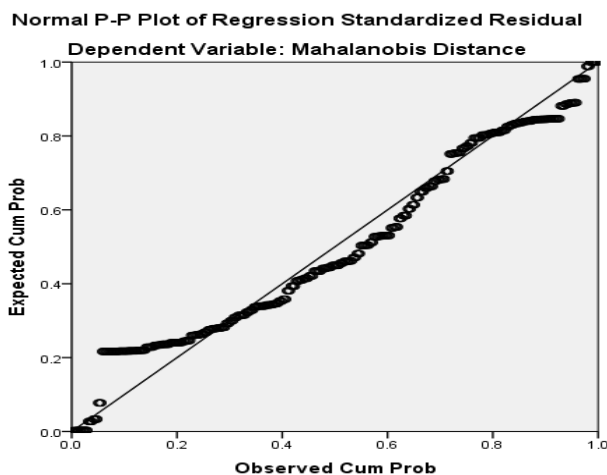
[http://mohe.gov.ye/DEFAULTDET.ASPX?SUB\\_ID=30256&pnc=32](http://mohe.gov.ye/DEFAULTDET.ASPX?SUB_ID=30256&pnc=32)

هـ. **الخطوة الخامسة :** التحليل الإحصائي : تم في هذه الخطوة إخضاع البيانات التي جمعت من المستجيبين لعملية التحليل الإحصائي ، وذلك باستخدام الحزمة الإحصائية SPSS ، وقد أفضت عملية التحليل إلى اعتماد المقياس بصورته النهائية بعدد 45 فقرة متوزعة على أبعاده الخمسة التي نتجت عن عملية التحليل العاملي. وسيتم الحديث عن هذه الخطوة تفصيلاً في الجزء اللاحق النتائج والمناقشة.

3. **النتائج والمناقشة :** تم استخدام مجموعة من الأساليب والأدوات الإحصائية لإثبات صدق وموثوقية وثبات المقياس، يمكن شرح نتائجها كما يلي :

#### 1.4 اختبار الطبيعية : Normality test

التحليل الإحصائية المختلفة تفترض أن البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً، وهذا الافتراض ناتج عن الفلسفة التي ترى أن الحياة مبنية أساساً وفقاً لتوزيع طبيعي. وقد اعتمدت هذه الدراسة على هذه الفلسفة كونها تتضمن متغيرات متعددة ، ولإثبات طبيعية البيانات فقد تم استخدام شكل الانتشار الطبيعي الموضح في الشكل ( 1 ) وذلك من خلال استخدام قيم Mahalanobis Distance واحتمالات Chi-Square ، وتشير النتائج في الشكل إلى أن توزيع البيانات أخذ شكلاً طبيعياً.



شكل ( 1 ) نتائج اختبار الطبيعية للمقياس

#### 2.4. التحليل العاملي : Factor analysis

تم استخدام التحليل العاملي وذلك لتحديد العوامل التي يمكن استخراجها من المقياس. وقد أظهرت مصفوفة العوامل ظهور خمسة عوامل تم اشتقاقها من العبارات الأصلية البالغة (50) عبارة. وقد تم استبعاد 5 عبارات من عبارات المقياس لعدم حصولها على تشعب معنوي على أي من العوامل وفقاً لـ Hair, Anderson, Tatham, & Black, (1998) ويمكن تسمية هذه العوامل بالعوامل المعنوية ، وقد قُصِّرت تلك العوامل ما نسبته ( 66%) من إجمالي التباين وهذه النسبة مقبولة. ويمكن تناول تلك العوامل التي ظهرت في التحليل والمتغيرات التي تشعبت عليها كما يلي:

جدول ( 1 ) نتائج التحليل العاملي لنموذج QUSECUMI

ت	العبرة	العامل الأول	العامل الثاني	العامل الثالث	العامل الرابع	العامل الخامس
1	انجاعات الموظفين الإيجابية نحو الطلبة المراجعين.	0.69				
2	تَوْفُّرُ موظفين لتقديم النصح والمشورة للطلاب.	0.81				
3	كفاءة موظفي الملحقية أثناء أداء أعمالهم .	0.69				
4	مواقف الموظفين الإنسانية تجاه الطلاب عند مقابلتهم.	0.82				
5	وجود تعليمات واضحة تنظم مساعدة موظفي الملحقية للطلاب.	0.70				
6	تعاطف الموظفين مع الطلاب وطمأننتهم عند تعرضهم للمشكلات.	0.81				
7	شعور الطلاب بالأمان عند إجراء أي معاملات داخل الملحقية.	0.80				
8	الطف وحسن أخلاق الموظفين.	0.80				
9	الوقوف مع الطلاب عندما يتعرضون لمشاكل في بلدان الدراسة.	0.78				
10	حل مشاكل الطلاب أولاً بأول.	0.83				
11	الإهتمام الشخصي بالطلاب من قبل الموظفين.	0.76				

تطوير مقياس مقترح لتقييم جودة خدمات الملحقيات الثقافية المقدمة للطلاب

				0.67	كفاءة الموظفين في التعامل مع الشكاوى والتظلمات.	12
				0.81	العدالة والمساواة بين الطلاب في المعاملة والإحترام.	13
			0.58		إقامة الملحقية للأنشطة الثقافية المتنوعة.	14
			0.67		تمثيل الملحقية للبلاد في الأنشطة العلمية والثقافية التي تقام في بلد الاستضافة.	15
			0.72		مشاركة ممثلين للملحقية حلقات النقاش والدفاع عن الأطرايح والمشاريع التي يقدمها الطلاب في جامعاتهم.	16
			0.71		احتفاظ الملحقية بإصدارات الطلاب من أطرايح ورسائل ومشاريع بحثية.	17
			0.52		توفر مكتبة للمطالعة والقراءة بمبنى الملحقية.	18
			0.63		متابعة إنجازات الطلبة العلمية والثقافية أولاً بأول.	19
			0.72		عقد لقاءات دورية للطلاب لتوطيد الصلات فيما بينهم.	20
			0.70		مشاركة الملحقية للطلبة في مناسباتهم.	21
			0.63		وجود ناد بالملحقية مجهز للطلاب لممارسة هواياتهم.	22
			0.79		تنظيم حفل استقبال وتوديع سنوي للطلبة.	23
			0.66		تكريم الطلاب المتميزين والمبدعين.	24
			0.74		تشجيع الطلبة على التواصل والإرتباط ببعضهم.	25
		0.53			صرف المستحقات المالية للطلاب في مواعيدها.	26
		0.47			صرف المستحقات بكل يسر وسهولة.	27
		0.75			تسديد رسوم وأجور الدراسة للجامعات والمعاهد في مواعيدها.	28
		0.82			تسديد رسوم التأمين الصحي في مواعيده.	29
		0.75			تواجد الموظف المالي ومعاونوه بالملحقية على طول أوقات الدوام.	30
		0.72			إيصال المستحقات المالية للطلبة إلى المدن التي يقيمون فيها.	31
	0.54				حدائثة و نظافة مباني الملحقية.	32
	0.91				سعة ورحابة مباني الملحقية.	33
	0.81				وجود صالات انتظار نظيفة ومهيأة.	34
	0.70				مظهر العاملين.	35
	0.75				تَوْفُر أجهزة تصوير واستنساخ للطلاب.	36
	0.46				قُرْب موقع الملحقية من الطرق العامة.	37
0.7 2					توفر قنوات اتصال حديثة لتلقي الشكاوى والاستفسارات من الطلبة.	38
0.5 7					امتلاك الملحقية موقعاً إلكترونياً على الشبكة العنكبوتية.	39
0.5 5					إتاحة المعلومات التي يحتاجها الطلاب على موقع الملحقية الإلكتروني.	40

تطوير مقياس مقترح لتقييم جودة خدمات الملحقيات الثقافية المقدمة للطلاب

0.7 9					التواصل الالكتروني بصورة مستمرة بين الموظفين في الملحقيات والطلاب.	41
0.7 6					استجابة الموظفين لآراء ومقترحات الطلاب الخاصة بتحسين أداء الخدمات.	42
0.5 6					استجابة موظفي الملحقيات بسرعة لمطالب الطلاب رغم ضغوط العمل.	43
0.5 7					امتلاك موظفي الملحقيات مهارات اتصال جيدة.	44
0.5 5					وجود قاعدة بيانات متكاملة عن الطلبة الدارسين في البلد التي تعمل فيها.	45
1.4 0	1.50	1.90	6.00	18.02	Eigen value	القيم الذاتية
7.4 2	9.97	14.73	14.94	18.95	% Variance	التباين المفسر
66. 00	58.60	48.60	33.90	18.95	Variance explained Cumulative % of	التباين التجميعي

وقد توفرت في نتائج التحليل العاملي لهذه الدراسة كما يتضح من الجدول ( 1 ) الشروط التي يجب توفرها في نتيجة هذا التحليل حسب ما أشار اليه (ابو وردة، 2007 ، Haier, et al, 1998) وهي :

أ- إنَّ النسبة المئوية التراكمية للتباين المُفسَّر لا بد أن تتجاوز 60% حتى تكون مقبولة وتعطي دلالة كبيرة.

ب- ضرورة تجاوز قيمة Eigen Value الحد الكامن الواحد الصحيح.

ج- زيادة تشعبات العوامل عن 0.40 حتى تكون ذات دلالة احصائية.

د- إنَّ قيمة التباين المشترك يقبل عند ( 0.5 ) ويفضل استبعاد المتغيرات التي تقل قيمتها عن هذا الحد.

وفيما يلي تفصيلا بالعوامل التي استخرجت من نتائج التحليل العاملي :

#### العامل الأول : الدعم والمساندة

العبارات التي تحملت على العامل الأول بلغت ( 13 ) عبارة، وتحمل الأرقام من ( 1 - 13 ) في الجدول (1)، وجميعها تتعلق بالدعم والمساندة التي يحتاجها الطلاب من الملحقيات، والتي يجب أن تقوم بها الملحقيات كخدمة للطلاب، ولذلك أُطلق على هذا العامل إسم الدعم والمساندة، وكما يتضح من الجدول ( 1 ) فإنَّ هذا العامل قد فسر نحو ( 18.95% ) من التباين المتغير وهي نسبة كبيرة مقارنة ببقية العوامل الأخرى، في حين بلغت القيمة الذاتية نحو ( 18.02 )، وتراوح مقدار التحميل للمتغيرات بين ( 0.688 ) كأقل قيمة و ( 0.831 ) كأعلى قيمة.

#### العامل الثاني : الثقافي والاجتماعي :

ضم هذا العامل ( 12 ) عبارة، وتحمل الأرقام من ( 14 - 25 ) في الجدول (1)، وجميعها تتعلق بالخدمات الثقافية والاجتماعية التي يحتاجها الطلبة، والتي يفترض أن تقدمها لهم الملحقيات الثقافية، و لذلك سمي هذا العامل بـ "الثقافي

والاجتماعي". وقد قُتِر من التباين الاجمالي للمقياس (14.94%) وبلغت القيمة الذاتية لهذا العامل (6.00). وتراوحت قيمة التحييلات للمتغيرات التي تحملت على هذا العامل بين (0.485) كقيمة دنيا و (0.787) كقيمة عليا.

#### العامل الثالث: المالي

تجمعت تحت هذا العامل (6) عبارات، وتحمل الأرقام من (26-31) في الجدول (1)، وجميعها تتعلق بالجوانب والمعاملات المالية التي يقوم بها الطلبة في الملحقية ولذلك تم إطلاق تسمية "المالي" على هذا العامل. وقد قُتِر نحو (14.73) من إجمالي التباين المفسر للمقياس، وهو يعد هام لدى الطلبة كونه يتعلق بالجوانب المالية التي تمثل أهم الجوانب في الدراسة الخارجية. وقد بلغت القيمة الذاتية لهذا العامل (1.90) أما قيمة التحييلات للمتغيرات في هذا العامل فقد تراوحت بين أدنى قيمة (0.474) وأعلى قيمة (0.819).

#### العامل الرابع: المظهر المادي

هذا العامل تجمعت تحته (6) عبارات، وتحمل الأرقام من (32-37) في الجدول (1)، وجميعها تتعلق بالمظهر المادي سواء لمبنى الملحقية ومرافقها أو لمظهر العاملين، ولذلك أطلق على هذا العامل أو البعد تسمية المظهر المادي، وقد قُتِر هذا العامل نحو (9.97%) من التباين الخاص بالمقياس. وبلغت القيمة الذاتية لهذا العامل نحو (1.50) في حين تراوحت قيمة التحييلات بين (0.457) كحد أدنى و (0.911) كحد أعلى.

#### العامل الخامس: الاتصال والمعلومات

تجمعت تحت هذا العامل (8) عبارات، وهي تحمل الأرقام من (38-45) في الجدول (1)، وجميعها تعبر عن توفر المعلومات وسهولة عملية التواصل والاتصال بين الطلبة والعاملين في الملحقيات الثقافية، ومن هنا أطلق عليه إسم "الاتصال والمعلومات". وقد بلغ قيمة ما قُتِر هذا العامل من إجمالي التباين الخاص بالمقياس نحو (7.42%). وبلغت القيمة الذاتية لهذا العامل نحو (1.40) وتراوحت قيم التحييلات بين (0.552) كادنى قيمة و (0.793) كأعلى قيمة، كما تبين النتائج الواردة في الجدول (1).

### 3.4. الثبات Reliability

يعرف كارمينز وزيلز (1991) الثبات على أنه قدرة الأداة على إعطاء نفس النتائج إذا تم تكرار القياس على الشخص نفسه عدة مرات في نفس الظروف، وتحتاج المقاييس المطورة إلى التحقق من موثوقيتها وثباتها واتساقها الداخلي (Gebring and Anderson, 1988).

جدول (2) نتائج اختباري كرومباخ الفا على مستوى المقياس ككل وعلى مستوى الأبعاد

ت	البعد	قيمة الفا كرونباخ
1	الدعم والمساندة	0.93
2	الثقافي والإجتماعي	0.91
3	المالي	0.89
4	المظهر المادي	0.81
5	الاتصال والمعلومات	0.95

0.97	جميع الأبعاد مجتمعة	6
------	---------------------	---

ويعد مقياس كرومباخ الفا Cronbach's alpha من أفضل المقاييس وأكثرها شيوعاً واستخداماً للدلالة على الثبات والموثوقية، وقد تم استخدامه في هذه الدراسة، ويتضح من قيم كرونباخ الفا الواردة في الجدول (2) أن نسبة ثبات المقياس وموثوقيته واتساقه الداخلي عالية سواء كان ذلك على المستوى الكلي للمقياس أو على مستوى كل بعد من أبعاده الخمسة، وهي قيم تتراوح بين (0.81) كأقل قيمة و (0.97) كأعلى قيمة، وبذلك فإنها تتجاوز القيمة الدنيا (0.70) التي حددها (Haier, et al, 1988) لقيمة كرومباخ الفا.

#### 4.4. اختبار الصدق: Validity test

يقصد بالصدق درجة قياس المقياس لما وضع لقياسه، وقد تم في هذه الدراسة استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية للتأكد من صدق المقياس هي:

**1.4.4. الصدق الظاهري أو صدق المحتوى:** وتم ذلك من خلال عرض المقياس على مجموعة من المحكمين من أكاديميين ومهتمين وخبراء وقد تم الحديث عن ذلك في فقرة بناء المقياس.

**2.4.4. الصدق البنائي Structure Validity:** ويعد من أهم أنواع الصدق، وفي هذه الدراسة تم قياسه من خلال قياس الارتباط بين أبعاد الجودة بعضها وبينها وبين فقرات المقياس ككل.

جدول (3) مصفوفة الارتباط بين أبعاد جودة الخدمات الخمسة في الملحقيات الثقافية

المقياس ككل	الثقافي والاجتماعي	المالي	الاتصال	المكان	الدعم والمساندة	الأبعاد
0.71	0.62	0.68	0.63	0.79	1.00	الدعم والمساندة
0.76	0.66	0.67	0.73	1.00	0.69	المكان
0.83	0.74	0.78	1.00	0.73	0.73	الاتصال
0.84	0.76	1.00	0.78	0.67	0.68	المالي
0.93	1.00	0.77	0.74	0.66	0.62	الثقافي والاجتماعي
1.00	0.87	0.81	0.78	0.68	0.77	المقياس ككل

مستوى معنوية (0.01)

وأظهرت النتائج الواردة في الجدول (3) ارتباطاً وثيقاً وعالياً بين أبعاد الجودة الخمسة بعضها ببعضاً، وبينها وبين المقياس ككل، وكانت درجة الارتباط عالية، وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01).

**3.4.4. الصدق التمييزي Discriminate Validity:** ويقصد به قدرة المقياس على التمييز بين المجموعات المختلفة أو الأفراد المختلفين التي تقع درجاتهم على طرفي المنحنى، وقد تم استخدام اختبار Chi-Square للوقوف على الصدق التمييزي للمقياس على مستوى أبعاد المقياس الخمسة.



جدول ( 4 ) نتائج اختبار Chi- Square لقياس الصدق التمييزي بين أبعاد المقياس الخمسة.

الثقافي والاجتماعي	المالي	الاتصال	المكان	الدعم والمساندة	البعد
265.73	427.26	255.62	194.16	190.60	Chi-square
26	22	25	21	34	df
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Asymp.sig

دال معنويًا عند 0.01

وتبين النتائج الواردة في الجدول ( 4 ) أن جميع الاختبارات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $p = 0.01$  ، مما يشير إلى أن جميع الأبعاد الخمسة ذات بناء متميزٍ، وهذا يعطي دلالة على صلاحية المقياس.

#### 4.4.4. الصدق المرتبط بالمحك Criterion related validity : تم حساب الصدق المتعلق

بالحك أو المعيار وذلك للتحقق من أداء المعيار مقابل بعض المعايير، وقد تم إنشاء هذا الاختبار من خلال الارتباط بين أبعاد جودة الخدمة التي أظهرتها نتائج التحليل العاملي وبين معايير ثلاثة تمثلت في مستوى جودة الخدمة بصورة عامة، ومستوى الرضا لدى الطلاب ، والولاء.

جدول ( 5 ) مصفوفة الارتباط بين أبعاد جودة الخدمات الخمسة والمعايير

الأبعاد	مستوى جودة الخدمة	مستوى الرضا	الولاء
الدعم والمساندة	0.52	0.57	0.52
المكان	0.63	0.58	0.58
الاتصال	0.70	0.53	0.61
المالي	0.66	0.55	0.60
الثقافي والاجتماعي	0.88	0.72	0.81

كل الارتباطات دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01)

وتؤشر النتائج في الجدول ( 5 ) أن كل أبعاد الجودة الخمسة لها ارتباطات إيجابية عالية مع المعايير الثلاثة ( مستوى جودة الخدمة بصورة عامة، مستوى الرضا لدى الطلاب، والولاء) وعليه فإن هذا يعني صدق المقياس المتعلق بالمعايير أو المحك.

#### 5. الاستنتاجات والتوصيات:

قدمت هذه الدراسة منهجية لتطوير نموذج QUSECUMI لقياس جودة خدمات الملحقيات الثقافية، وقد تكون النموذج النهائي من 45 فقرة ، توزعت على خمسة أبعاد هي ( الدعم والمساندة، والمكان، والاتصالي، والمالي، والثقافي والاجتماعي. وقد بينت نتائج التحليل الإحصائي المتنوعة والمتعددة التي تم استخدامها في هذه الدراسة تمتع مقياس QUSECUMI بدرجة عالية من الصدق والثبات والكفاءة والصلاحية لقياس جودة الخدمات الملحقيات الثقافية، وأظهرت النتائج أن البعد الثقافي والاجتماعي فسّر نحو 58% من قياس الجودة الكلية لخدمات الملحقيات الثقافية، تلتها أبعاد ( الاتصال، المالي، المكان، الدعم والمساندة). وبرغم هذه النتائج المشجعة للمقياس والصدق والثبات الذي حظي به فإن

مسألة تنوع الثقافات واختلافها واختلاف معايير الجودة فيها تبقى محل نظر، فما يناسب بيئة من المقاييس قد لا يناسب بيئة أخرى.

وبناء على ما تقدم توصي هذه الدراسة بما يلي:

- أ- دعوة الباحثين لإجراء دراسات في مجال جودة خدمات الملحقيات الثقافية، فهذا القطاع لا يزال غائباً عن الباحثين، برغم أهميته وحيويته وكثرة المستفيدين من خدماته.
- ب- دعوة الباحثين إلى استخدام مقياس QUSECUMI سواء في البيئة التي أجريت فيها الدراسة، أو في بيئات أخرى، فيما قد تأتي نتائج الدراسات المستقبلية لتدعيم نتائج هذه الدراسة أو الاختلاف معها، مما يؤدي إلى ترصين المقياس.
- ج- ضرورة تطوير مقاييس جديدة لأنواع الخدمات التي لم تدرس من قبل الباحثين حتى الآن، مع مراعاة الإهتمام بمدى موافقة تلك المقاييس لثقافتنا وواقعنا في المنطقة العربية.

### المراجع العربية:

1. أبو عبدالله ، صالح ( 2010 ). "قياس أبعاد جودة الخدمة : دراسة تطبيقية على بريد الجزائر"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة محمد بو ضياف :المسيلة، (7) 10 : 89-108.
2. أبو وردة ، شيرين(2007). " نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات التعليمية بالتطبيق علي مؤسسات التعليم العالي في مصر"، المحلة المصرية للدراسات التجارية، (31) 1: 277-327.
3. إدريس، ثابت عبد الرحمن ( 1995 ). "قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات: دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمات الصحية بدولة الكويت"، المجلة العلمية للعلوم الإدارية ش جامعة الكويت، (4) 1: 9-41.
4. الشعبي، محمد و الديلمي ، عبد الكريم (2008). " مدى إدراك المرضى لجودة الخدمات الصحية: دراسة استطلاعية لأراء عينة من المرضى المترددون على المستشفيات الخاصة بدمار"، مجلة جامعة دمار للدراسات والبحوث : جامعة دمار ، (2) 8: 35-60.
5. الشعبي، محمد الصغير ( 2016 ). "مستوى جودة الخدمات التعليمية في الجامعات الحكومية والخاصة في الجمهورية اليمنية: دراسة تقييمية لجامعتي دمار والحكمة اليمانية"، المجلة العربية لضمان جودة التعليم العالي، اتحاد الجامعات العربية. (4) 23:75-100 .
6. الشعبي، محمد الصغير ( 2012 ). "تقييم جودة الخدمات التدريبية المقدمة في معاهد ومراكز التدريب الخاصة بمدينة صنعاء من وجهة نظر المتدربين"، مجلة الدراسات الاجتماعية، جامعة العلوم والتكنولوجيا: صنعاء، (17) 34: 279-335.
7. الشعبي، محمد الصغير و الشهري، سعيد بن عبدالله، ( 2014). "تقييم جودة الخدمات التعليمية بجامعة الملك خالد من وجهة نظر الطلبة"، مجلة جامعة دمار للدراسات والبحوث : جامعة دمار ، (5) 19: 316-346.
8. المبيرك، وفاء (2002). "جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية"، الملتقى الاول : التسويق في الوطن العربي الواقع وآفاق التطوير"، الشارقة : الامارات العربية المتحدة.
9. بركات، زياد ( 2010 ). " الفجوة بين الإدراكات والتوقعات لقياس جودة الخدمة التي تقدمها جامعة القدس المفتوحة من وجهة نظر الدارسين"، <http://unpan1.un.org/intrados/groups/public/documents/arado/unpan006490.pdf>
10. معلا ، ناجي ( 1998 ). "قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في الاردن : دراسة ميدانية"، دراسات العلوم الادارية ( 25) 2 : 143 - 175.

المراجع الانجليزية:

11. Abdullah, F. (2005). "HEdPERF versus SERVPERF: the quest for ideal measuring instrument of service quality in higher education sector". *Quality Assurance in Education*, ( 13) 4: 305-328.
12. Abdullah, F. (2006c). "The development of HEdPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector". *International Journal of Consumer Studies*, ( 30) 6: 569- 581.
13. Abdullah, F.( 2006a). "Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF". *Marketing Intelligence and Planning*, ( 24) 1: 31-47.
14. Abdullah, F.( 2006b). "Measuring service quality in higher education: three instruments compared". *International Journal of Research and Method in Education*, ( 29) 1: 71-89.
15. Ahmadi, F. , and Bidarpoor, F. (2011). "Measuring service quality in islamic azad university-sanandaj branch, Iran". *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, (13) 5 :732:751.
16. AL-dlaigan,A. and Buttel ,F.A. (2002). "SYSTRA-SQ: a new measure of bank service quality". *International Journal of Service Industry Management*, (13) 4:362 – 381.
17. Avakirav N.K(1994). "Developing an Instrument to Measure Customer Service Quality in Branch Banking". *International Journal of Bank Marketing*, ( 12) 6:10 – 18.
18. Babakus Emin and Mangold W. Glenn. (1992). "Adapting the SERVQUAL scale to Hospital Services: An Empirical Investigation". *Health service Research*, ( 26) 6: 767-780.
19. Babakus, Emin and Boller, Gregory, W.(1992). "An Empirical Assessment of the SERVQUAL scale". *Journal of Business Research*, ( 24)3 : 253-268.
20. Buttle F (1995). "SERVQUAL: review, critique research agenda European". *Journal Marketing*, (30) 1 : 8-32.
21. Carman, J (1990). "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL dimensions". *Journal of Retailing*, (66) 1 : 33-55.
22. Caruana Albert , Leyland Pitt, (1997). "INTQUAL an internal measure of service quality and the link between service quality and business performance". *European Journal of Marketing*,. (31) 8: 604 – 616
23. Cronin, J. and Taylor, S.A. (1992). "Measuring service quality: re-examination and extension". *Journal of Marketing*, (56) 3: 56-68.
24. Cronin, J. and Taylor, S.A. (1994). "SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality". *Journal of Marketing*, (58) 1 : 125-131.
25. Donnelly M, Wisniewski M, Dalrymple JF, Curry AC (1995). "Measuring service quality in local government: the SERVQUAL approach. Int". *J. Publ. Sector Manage*,( 8) 7: 15-20
26. Drew JH , Bolton RN, (1991b). "A multi stage model of customer's assessments of service quality and value". *Journal of Consumer Research*, (17) 4: 375- 384.
27. Green.J.P(2006). "Determining the reliability and validity of Service Quality Scores in a public Library Context :A confirmatory approach". Unpublished . PhD Dissertation , Capella University.
28. Gronroos, C. (1984). "A service Quality model and its marketing implications". *European Journal of Marketing*, (18) 4: 36-44..
29. Hair, J.F. Jr. , Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, (5th Edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
30. International Trade Statistics, (2011). ([https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/its2014\\_e/its2014\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2014_e/its2014_e.pdf))

31. Karami Masoud and Olfati Omid, (2011). "Measuring service quality and satisfaction of students: A case study of students' perception of service quality in high-ranking business schools in Iran" African Journal of Business Management, (6) 2: 658-669. Available online at <http://www.academicjournals.org/AJBM>
32. Kay, C. Tan and Sei, W. Kek. (2004). "Service Quality in Higher Education Using an Enhanced SERVQUAL Approach", Quality in Higher Education, ( 10) 1:17-24.
33. Kekale Jouni (2002),"Conceptions of Quality in Four Different Disciplines" Tertiary Education Education and Management ,(8) 1: 65-79.
34. Kim, Soyong and ByoungHo Jin (2001) ,"An Evaluation of the Retail Service Quality Scale For U.S. and Korean Customers of Discount Stores", Advances in Consumer Research, (28)1: 169-176.
35. Kuo. Y. F, (2003). "A study on service quality of virtual community websites". Total Quality Management and Business Excellence, (14) 4 : 461- 473.
36. Lau Mei .M, Chung ,R, Lam A.Y.C, Chu X.T. (2013). " Measuring Service Quality in the Banking Industry: A Hong Kong Based Study". Contemporary Management Research. (9) 3: 263-282.
37. Lee Yu-Je, Ching-Yaw Chen, Ching-Ling Huang, Lung-Yu Chang .(2009) ." A Comparison of Service Quality Perception in Real Estate Brokerage Between Taiwan and Thailand ". International Management Studies, (4) 163: 135- 167.
38. Lee, J. (2007). "SERVQUAL vs SERVPERF: round 2 in a multicultural setting". Journal Academy of Business and Economics., March. available at: [www.allbusiness.com/companyactivities-management/operations quality-control/5508408-1.html](http://www.allbusiness.com/companyactivities-management/operations-quality-control/5508408-1.html) (accessed 30 July 2009).
39. Lee, J.,( 2005). "Measuring Service Quality in a Medical Setting in a Developing Country: The Applicability of SERVQUAL". Services Marketing Quarterly. (27) 2 : 1-14.
40. Llusar, J. C. B. & Zornoza, C. C. (2000). "Validity and reliability in perceived quality measurement models: an empirical investigation in Spanish ceramic companies". International Journal of Quality & Reliability Management, (17) 8: 899-918.
41. Mattsson, Jan (1992). "A Service Quality Model Based on an Ideal Value Standard". International Journal of Service Industry Management, (31) 3:18 – 33
42. Nelson, Susan and Theron Nelson. (1995). "RESERV: An Instrument for Measuring Real Estate Brokerage Service Quality". Journal of Real Estate Research, ( 10) : 99-113.
43. Owlia, M. and Aspinwall, E. (1996). "A Framework for the Dimensions of Quality in Higher Education". Quality Assurance in Education, (4)2: 12-20. doi:10.1108/09684889610116012
44. Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988). "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality". Journal of Retailing, (64) 1:12-40.
45. Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1991). "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale". Journal of Retailing, (67) 4: 420-450.
46. Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1994). "Reassessment of Exceptions as a Comparison Standard in Measuring Service Quality :Implications for Further Research". Journal of Marketing, (58) 1: 111-124
47. Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. & Berry, L.L.. (1985). "Conceptual model of service quality and its implications for future research". Journal of Marketing,( 49)4: 41-50.
48. Quester, JW Wilkinson, S Romaniuk. (1995)."Marketing Australian universities to overseas students". JW Wilkinson. Asia-Australia Marketing Journal , (1)1: 71-78.

49. Randheer.K, AL-Motawa A.A. , Prince Vijaay.J. (2011). " Measuring Commuters' Perception on Service Quality Using SERVQUAL in Public Transportation". International Journal of Marketing Studies, (3)1: 234-275.
50. Rigotti, S. and Pitt, L.(1992). "SERVQUAL as a Measuring Instrument for Service Provider Gaps in Business Schools". Management Research, (15) 3: 9-17.
51. Saleh, F. and Ryan, C.( 1992). "Analyzing Service Quality in the Hospitality Industry Using the SERVQUAL Model". Services Industries Journal, (11) 3: 324-343.
52. Senthilkumar, N. . Arulraj, A. (2011). "SQM-HEI – determination of service quality measurement of higher education in India. Journal of Modeling in Management, ( 6) 1: 60 – 78.
53. Smith M. Anne , (1990) "Quality Aspects of Services Marketing". Marketing Intelligence and Planning, ( 8) 6: 25 -35
54. Subrahmanyam A. & Raja Shekhar, B. (2012). "Development of HiEdQUAL for Measuring Service Quality in Indian Higher Education Sector". International Journal of Innovation, Management and technology, (3) 4:412-416.
55. Sultan, P. & Wong, H. (2010). "Performance-based service quality model: an empirical study on Japanese universities". Quality Assurance in Education, ( 18) 2: 126-143.
56. Sweeney, J.C.; Soutar, G.N.; Johnson, L.W. (1997). "Retail service quality and perceived value – A comparison of two models". Journal of Retailing and Consumer Services, (4) 1: 39-48.
57. Teas, K. R. (1993). "Expectations, Performance Evaluation, and Consumer's Perceptions of Quality". Journal of Marketing, (57)4:18-34.
58. Tolga, Taner, Jiju Antony. (2006). "Comparing public and private hospital care service quality in Turkey". Leadership in Health Services, (19) 2:1 – 10.
59. unningham, Lawrence; Young, Clifford; Lee, Moonkyu. (2000) . "Methodological Triangulation in Measuring Public Transportation Service Quality" .Transportation Journal, (40) 1: 35 – 47.
60. Zeithaml, A. Valarie (1988). "Consumer Perceptions of Price Quality and value: A means End Model and Synthesis of Evidence". Journal of Marketing , ( 62) 2 : 2-22.
61. Zeithaml, V A and Bitner, M J (2001). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firms, 2nd Edition, Boston: Tata-McGraw Hill.
62. Zhou, L. (2004). "A dimension-specific analysis of performance-only measurement of service quality and satisfaction in china's retail banking". The Journal of Services Marketing, (18) 6,7: 534-546.
63. Zhu, F.X., Wymer, W.J. and Chen, I. (2002), "IT-based services and service quality in consumer banking". International Journal of Service Industry Management, (13) 1: 69-90.
64. Zhu, Z. J., Nakata, C. (2007). "Reexamining the Link Between Customer Orientation And Business Performance: The Role of Information Systems". Journal Of Marketing Theory and Practice, (15) 3:187-203.
65. <http://www.culturaloffice.info/#!student-section/c1nvk>
66. [http://www.huffpostarabi.com/2016/02/02/story\\_n\\_9134292.html](http://www.huffpostarabi.com/2016/02/02/story_n_9134292.html)
67. [http://www.mohesr.gov.ae/Ar/Law/Documents/qanonet7adi%20\(2\).pdf](http://www.mohesr.gov.ae/Ar/Law/Documents/qanonet7adi%20(2).pdf)
68. <http://www.saudibureau.org/inside.php?ID=4>
69. [http://www.uksacb.org/page/cultural\\_dept](http://www.uksacb.org/page/cultural_dept)
70. [http://www.uksacb.org/page/educational\\_affairs](http://www.uksacb.org/page/educational_affairs)