أثـر مساهمة الدليل المادي للخدمات الجامعية في رضا الطلبة المقيمين– دراسة حالة عينة من الطلبة المقيمين بعين الدفلى.

The impact of the contribution of the physical evidence of university services to the satisfaction of resident students - a case study of a sample of resident students in Ain Defla.

مخـــفـــي حريـــــزي[1]

[1] جامعة تيسمسيلت، مخبر الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، الجزائر،mokhfi.harizi@univ-tissemsilt.dz

تاريخ الاستلام:2024 /01/04 تاريخ القبول: 2024/02/03 تاريخ النشر: 2024/03/16

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر مساهمة الدليل المادي (الشواهد المادية) للخدمات الجامعية المقدمة بالإقامات الجامعية عين الدفلى في كسب رضا الطلبة المقيمين، باعتبار الدليل المادي العنصر الوحيد الملموس ضمن عناصر المزيج التسويقي الموسع للخدمة، وتتمثل الخدمات الجامعية محل الدراسة في كل من خدمة الإيواء، النقل، الإطعام، المنحة، وخدمة الرعاية الصحية؛ حيث أجريت الدراسة على عينة مكونة من 342 طالب مقيم.

وتم التوصل الى وجود أثر ذو دلالة احصائية لمساهمة الدليل المادي للخدمات الجامعية على رضا الطلبة المقيمين حيث بلغ معامل الارتباط(R): بين المتغيرين 0.468، وتم اختبار الفرضيات باستخدام معامل الانحدار الخطي البسيط الذي سمح لنابتقدير نموذج الدراسة على الشكل:Y=1.472+0.528X ، أي انه كلما زاد الدليل المادي للخدمات الجامعية بـ:0.528 زاد رضا الطلبة المقيمين بوحدة واحدة.

كلمات مفتاحية: الدليل المادي، الخدمات الجامعية، الرضا، الطلبة المقيمين.

تصنيفات JEL : M31،N70، I18.**P36**

Abstract:

The study aimed to identify the impact of the contribution of the material evidence (material evidence) of university services provided in Ain Defla university residences in gaining the satisfaction of resident students, considering the material evidence is the only tangible element within the elements of the expanded marketing mix for the service,and the university services under study are represented in: Accommodation, transportation, food, scholarship, and health care services; The study was conducted on a sample of 342 resident students.

It was found that there was a statistically significant effect of the contribution of the physical evidence of university services to the satisfaction of resident students, as the correlation coefficient (R): between the two variables reached 0.468.and the hypotheses were tested using a simple linear regression coefficient, which allowed us to estimate the study model in the form: Y = 1.472 + 0.528X.

Keywords: physical evidence, university services, satisfaction, resident students.

Jel Classification Codes:P36, I18, N70,M31.

المؤلف المرسل: مخفي حريزي.

1. مقدمة:

نظرا للخاصية الأساسية التي يتصف بها المنتج الخدمي مقارنة مع المنتج المادي، والمتمثلة في صفة اللاملموسية وما يترتب عليها من خصائص ثانوية كعدم التجانس وعدم التخزين وتلازمية عملية الإنتاج مع عملية التقديم والتي يترتب عليها مجموعة من المشاكل والعراقيل امام عملية تسويقها وخاصة صعوبة معاينتها وتجربتها، وللحد من هذه المشاكل تلجا المؤسسات الخدمية الى التركيز على الجانب المادي الملموس للخدمة بغرض إضفاء نوع من المادية للخدمة ولهذا الأخير وقع كبير في عملية ادراك جودتها وتموقع الخدمة في ذهن الزبائن كما يساهم في سرعة تذكر الخدمة أو العلامة التجارية للخدمة مما يساهم في كسب رضا الزبائن.

كما يأخذ الجانب المادي للخدمة عدة أشكال كتصميم المباني والديكور والأجهزة والمعدات المستخدمة في انتاج وتقديم الخدمة والزي الرسمي المميز لمقدم الخدمة بالإضافة الى الألوان والإضاءة والكتالوج والتي من شانها جذب انتباه الزبائن، كل هذا يساهم في جعل الخدمة مادية ومرئية وسهلة التذكر، وحتى من جانب سهولة الوصف للآخرين فهي تساهم في تفعيل الكلمة المنطوقة ولما لهذه الأخيرة من مزايا وفوائد لصالح هذه الخدمة او العلامة وخاصة المساهمة في تسويق الخدمة وبالتالي تشكيل وكسب ولاء الزبائن وبناء علاقات طويلة الأمد مع الزبائن.

وبناء على ما تقدم سنحاول في هذه الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى أثر مساهمة الدليل المادي للخدمات الجامعية في رضا الطلبة المقيمين بالإقامات الجامعية عين الدفلى؟

- **فرضيات الدراسة:**

تم صياغة الفرضية الرئيسية كالتالي:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي للخدمات الجامعية المقدمة بالإقامات الجامعية عين الدفلى في رضا الطلبة المقيمين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

كما تم صياغة الفرضيات الفرعية حسب الخدمات المقدمة كما يلي:

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة الايواء المقدمة بالإقامات الجامعية عين الدفلى في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الإيواء عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة النقل المقدمة بالإقامات الجامعية عين الدفلى في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة النقل عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة الإطعام المقدمة بالإقامات الجامعية عين الدفلى في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الاطعام عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة المنحة المقدمة بالإقامات الجامعية عين الدفلى في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة المنحة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة الرعاية الصحية المقدمة بالإقامات الجامعية عين الدفلى في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الرعاية الصحية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

- **أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة الى معرفة مدى مساهمة الدليل المادي للخدمات الجامعية المقدمة بالإقامات الجامعية عين الدفلى في رضا الطلبة المقيمين كهدف رئيسي وتحقيق الأهداف الثانوية التالية:

- معرفة مدى مساهمة الدليل المادي لكل خدمة على انفراد (الإيواء، النقل، الإطعام، الرعاية الصحية، النشاطات المنحة) في رضا الطلبة المقيمين عن هذه الخدمات؛
- لفت انتباه رجال التسويق لطرق ادارة الدليل المادي للخدمة؛
- معرفة تأثير عناصر المزيج التسويقي (عنصر الدليل المادي) في تحقيق الرضا؛
- ابراز الجوانب المادية للخدمات الجامعية المقدمة للطلبة المقيمين؛
- ابراز المنافع المحققة جراء تحقيق رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة.

- **منهجية الدراسة:**

اعتمدت هذه الدراسة على المنهَج الوصفي، والمنهج التحليلي، وذلك ضمن متطلبات طبيعة الإشكالية الّتي تتطلب تحديداً ووصفاً واضحاً لمتغيرات الدراسة الّتي تمثلت في تحديد المفاهيم من خلال المنهج الوصفي، أمّا المنهج التحليلي فهو يساعدنا على تحليل البيانات واستنباط التفسيرات والنتائج،اعتمادا على أداة الاستبيان في جمع البيانات وبرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار 25 (SPSS/V25) لمعالجة البيانات.

2.أساسيات حول مفهوم الدليل المادي للخدمة

يعتبر الدليل المادي للخدمة بمثابة الجانب الملموس للخدمة واحد عناصر المزيج التسويقي للخدمة، حيث انه لا يمكن تسويق منتج خدمي صرف بل لابد من تدعيمه بأشياء مادية تجعل الخدمة أكثر ملموسية، حيث يسهل هذا الأخير عملية التعريف بالمنتج ويسهل عملية تسويقه.

1.2 تعريف الدليل المادي Physical Evidence:

يعرف الدليل المادي على أنه "كافة الأشياء والعلامات الملموسة المستخدمة في تقديم الخدمة للعميل، أو تعميق شعوره المادي بها، كأجهزة الحاسبات الآلية، أجهزة التكييف، آلات تصوير المستندات، مولدات الطاقة".(عبدالرحيم، 2012، صفحة 49)

كما يعرف الدليل المادي أيضا على أنه" البيئة التي تقدم فيها الخدمات والسلع الملموسة التي تسهل عملية التقديم، الاتصالات، ومقدمي الخدمات، فالمستهلك ينظر الى قيمة وجودة الخدمة من خلال تفحص السلع الملموسة الداعمة لتقديمها ومقدمي الخدمات، وهي العنصر الوحيد الملموس الذي يستطيع الزبائن مشاهدته وتكوين صورة ذهنية عنه وهي تلعب دور كبير في تقييم جودة الخدمة، كبناية الفندق والديكور وقاعات الاستقبال.(محمود و ردينة، 2014، صفحة 326)

2.2 أنواع الدليل المادي

يمكن التمييز بين نوعين للبيئة المادية في تسويق الخدمات وهما كما يلي(حامد، 2005، الصفحات 370-371):

– **الدليل المحيط(الخارجي) Peripheral Evidence**: يعد الدليل المحيط أو الشكلي جزءا فعليا يمتلك في عملية شراء الخدمة، ولكن ليس له قيمة ولا أهمية وحده، فهو يؤكد لحامله على الخدمة فحسب وليست بديلا عنها، فالدليل المحيط يضاف الى قيمة الدليل الأساسي للخدمة، ففي الكثير من الفنادق الدولية الكبيرة تحتوي الغرف فيها على عدة دلائل مادية مثل الديكورات، إرشادات عن البلد، أقلام، دفاتر ملاحظات، هدايا الترحيب، صور فوتوغرافية عن الفندق، كل هذه التصورات عن الخدمة يجب تصميمها بما يتناسب مع حاجات وتوقعات الزبائن.

– **الدليل الأساسي Essential Evidence**: وهو بعكس الدليل المحيط الخارجي لا يمكن للعميل امتلاكه، ومع ذلك قد يكون ذو أهمية بالغة في تأثيره على قرار شراء الخدمة ويعد عنصرا مهما بحكم وضعه، فالمظهر الخارجي العام وتصميم الفندق وعلامة السيارة المستأجرة ونوع الطائرة المستخدمة من قبل الناقل، كلها امثلة عن الدليل الأساسي؛

فالدليل الأساسي والمحيط مقترنين مع صور أخرى مثل الأشخاص المقدمون للخدمة تشكل كلها عناصر تؤثر على وجهة نظر العميل وحكمه على نوعية الخدمة، فالزبون قبل اتخاذه قرار شراء الخدمة وحكمه قبل استعمالها أو شرائها يستعين بهذه الأدلة المادية للحكم على الخدمة.

3.2 مؤشرات وأشكال الدليل المادي: ان الترويج وتسويق الخدمات وبسبب الخصوصية غير الملموسة للخدمة يجب ان يركز بشكل كبير على التعابير المادية الملموسة المادية للخدمات ذاتها وهذا لإكسابها الصفة الملموسة قدر المستطاع والتي تكون سهلة الإدراك والاستيعاب والتفهم من قبل الزبائن بصورة أكثر، وذلك من خلال استخدام الرموز المرتبطة ارتباطا وثيقا بالفوائد والمكاسب التي يسعى الزبون للحصول عليها ويمكن حصرها فيما يلي:(ثامر و أحمد، 2008، الصفحات 87-88)

– التسهيلات المقدمة وتصميم الديكور الداخلي؛

– الأثاث والتكنولوجيا المستخدمة لإنتاج وتقديم الخدمة أو المساعدة في تقديمها؛

– مظهر العاملين واستعدادهم لتقديم الخدمة؛

– البناية الخاصة بمؤسسة الخدمة وحداثتها وموقعها الجغرافي.

3.أساسيات حول الخدمة والخدمات الجامعية

1.3تعريف الخدمة:

أصبح قطاع الخدمات يستهوي رجال الاعمال لاستثمار رؤوس الاموال، وهذا نظرا للنمو المتسارع الذي يشهده والتوجه الحديث للاقتصاد العالمي، بالإضافة الى الطلب اليومي لعديد الخدمات حيث لا يمكنها الاستغناء عن عديد الخدمات في حياتنا اليومية مثل استعمال الهاتف او ركوب الحافلة أو مشاهدة الأخبار اليومية، ولقد تطرق الى تعريف الخدمة عديد الباحثين والأكاديميين كما يلي:

– عرف كوتلر (kotler 2000) الخدمة بانها "أي نشاط او إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر، وتكون أساسا غير ملموسة ولا ينتج عنها أية ملكية، وأن إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبطا بمنتج مادي ملموس أو لا يكون"(حامد، 2005، صفحة 20)

– عرف (Adram palmer) الخدمة بالقول" إن الخدمة هي عملية إنتاج منفعة غير ملموسة بالدرجة الأساس، أما بحد ذاتها او كعنصر جوهري من منتج ملموس، حيث يتم من خلال أي شكل من أشكال التبادل إشباع حاجة أو رغبة مشخصة لدى العميل أو المستفيد"(الطائي و العلاق، إدارة عمليات الخدمة، 2009، صفحة 16).

– عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة على أنها " النشاطات او المنافع التي تعرض للبيع او التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة"(الطائي و العلاق، تسويق الخدمات–مدخل استراتيجي وظيفي تطبيقي، 2009، صفحة 33).

وتأسيسا على ما سبق نلمس اتفاق صريح على أن الخدمة نشاط غير ملموس يؤدى من طرف لطرف اخر بناء على تشخيص ما يحتاجه بغرض تحقيق رغبة واشباع حاجة، وهي تخضع للتبادل غير المادي.

2.3. خصائص الخدمة:

تتميز الخدمة بعدة خصائص كونها منتج غير مادي وغير ملموس مقارنة بالسلعة المادية الملموسة، والتي ونذكرها كما يلي:

- **خاصية اللاملموسية:** تعتبر هذه الخاصية أبرز خاصية تميز الخدمة عن السلعة باعتبارها منتج غير مادي، بمعنى ليس لها وجود مادي (Physical existence)، ويترتب عن هذه الخاصية عدة خواص فرعية منها صعوبة معاينة أو تجربة الخدمة قبل شراءها او رؤيتها بعد شراءها مما يحتم على مقدم الخدمة الإلمام بجوانب أخرى كالرموز والألوان والاهتمام بالبيئة المادية التي تقدم فيها الخدمة كالتصميم والديكور ومختلف الأجهزة، والتي من شأنها تعكس الاهتمام بالزبائن(الطائي و العلاق، إدارة عمليات الخدمة، 2009، صفحة 23)،
- **خاصية التلازمية:**ونعني بها تلازم عملية الإنتاج من قبل مقدم الخدمة، وعملية الاستهلاك من قبل المستفيد، وتشير هذه الخاصية إلى أن معظم الخدمات تنتج وتستهلك في الوقت ذاته وأنها تعتمد في تقديمها على الاتصال الشخصي بين الطرفين (مقدم الخدمة والمستفيد)(رقاد، 2008، صفحة 05)
- **خاصية عدم التجانس:** وهذا يعني أنه ليس بإمكان مقدم الخدمة الالتزام بتقديم خدمات متماثلة أو بنفس الجودة على مر الدوام، أي اختلافها من حين لآخر ومن زبون لآخر، عكس المنتجات السلعية التي تتصف بالنمطية، مما يصعب على كل من مقدم الخدمة والمستفيد من التنبؤ بحالة الخدمة قبل انتاجها وتقديمها او الحصول عليها، حتى وإن كانت طريقة الإنتاج بنفس التقنيات ونفس الشخص المقدم للخدمة(مزيان، 2012، صفحة 27).
- **خاصية عدم القابلية للتخزين:** أي انه لا يمكن تخزينها من اجل استهلاكها في اوقات لاحق كونها لها طبيعة فنائية، كما هو سائد عند تخزين السلع لمواجهة بعض المشكلات، وهذا راجع لكون الخدمة تستهلك لحظة إنتاجها، فكلما زادت درجة لا ملموسيتها زادت درجة عدم التخزين، وعليه فإن الكثير من المنظمات الخدمية تتكبد خسائر نظير هذه الخاصية، وهي تعتبر انشطة مفقودة للأبد(بشير و طارق، 2016، صفحة 126).

- **خاصية عدم التملك:** ونعني انه ليس من حق المستفيد تملك الخدمة او حيازتها، بل له الحق في استعمالها واستخدامها دون ان يمتلكها (مثال غرفة في نزل او مقعد في حافلة)، فالدفع يكون بهدف الاستعمال أو الاستئجار لتلبية الرغبة وإشباع الحاجة عكس ما هو عليه في حالة المنتج المادي، فالمشتري له حق التملك التصرف فيه(حامد، 2005، صفحة 30).
- **خاصية صعوبة تقييم جودة الخدمة من جانب الزبون:** فالزبون يجد صعوبة في تقييم جودة الخدمة مقارنة بالسلعة المادية الملموسة، وهذا راجع الى ان الأداء الفعلي للخدمة يرتبط بتفاعل المستفيد مع مقدم الخدمة وبخبرة الزبون نفسه، وبالتالي تختلف عملية الحكم على جودة الخدمة من عدمها من زبون لآخر ومن وقت لآخر وبالنسبة لنفس الزبون(رقاد، 2008، صفحة 06).

3.3. مكونات الخدمة

يحتاج مسوقو الخدمات إلى معرفة المعنى الحقيقي للخدمة إضاقة للخدمات التكميلية الداعمة لها، فالخدمة هي عملية او أداء وليس شيئا ماديا، وتقدم الخدمة عادة على شكل حزمة من المنافع والأنشطة، وهي تتكون من مكونين اساسيين هما(وراد، 2021، صفحة 15):

- **الخدمة الجوهر:** وهي عبارة عن الاداء أو النشاط او المنفعة االرئيسية في الخدمة والتي تشترى لأجلها الخدمة بالدرجة الأولى، ولا تشتمل على الخدمات المرافقة مثل خدمة المبيت في الفندق او تقديم الطعام في المطعم.
- **الخدمات التكميلية (الداعمة):** وهي عبارة عن كافة الخدمات الداعمة للخدمة الجوهر والملحقة لها التي من دونها لا يمكن ضمان جودة الخدمة ورضا المستفيد، مثل خدمة ركن السيارة في الفندق، خدمة الدفع، تقديم المعلومات، الضيافة والاستقبال.

4.3. تعريف الخدمات الجامعية:

يمكن تعريف الخدمات الجامعية باعتبارها خدمة عمومية تقدم للطلبة الجامعيين على أنها "مجموعة من المساعدات المقدمة من طرف الدولة نحو تحسين ظروف حياة وعمل الطلبة الجامعيين، مع العلم ان انتاج خدمة معينة لهم او تقديمها لا يتطلب استخدام سلع معينة"(قادري، 2019، صفحة 142)، وتتلخص هذه المساعدات في الاشكال الآتية:

- المساعدات النقدية المباشرة (المنحة الجامعية)؛
- المساعدات الغير مباشرة (الاطعام، النقل، الايواء)؛
- النشاطات الثقافية والرياضية والوقاية الصحية.

4. أساسيات حول الرضا:

لقد نال مصطلح الرضا حظا كبيرا من الدراسات والأبحاث من قبل الباحثين لما له من أهمية بالغة، حيث يعتبر الرضا من بين الأهداف المهمة التي تسعى المنظمة الى تحقيقها وهذا لارتباطه ارتباطا وثيقا باستمرارية نشاطها وتنافسيتها.

1.4. تعريف الرضا

لقد تعددت التعاريف الخاصة بالرضا واختلفت من باحث لآخر وسوف نقوم بعرض أهمها كما يلي:

– عرفته معايير الإيزو 9000 لسنة 2000 على انه" رأي العميل حول درجة تلبية حاجياته ورغباته من خلال أداء المنتجات والخدمات المستلمة"(مرازقة و سيهام، 2017، صفحة 392).

– عرف كل من Hansemark and Albinsson الرضا على انه" الموقف أو الاتجاه الإيجابي نحو مقدم الخدمة، أو رد عاطفي للفرق بين ما تحصل عليه فعلا فيما يخص تحقيق بعض الحاجات، الأهداف أو الرغبات"(حسان، 2013، صفحة 58).

– كما يرى كوتلر" Kotler" الرضا على انه" شعور الشخص بالبهجة أو خيبة الامل نتيجة مقارنة أداء المنتج مع توقعات الزبون"(مزيان، 2012، صفحة 99).

كما تم تعريف الرضا على انه" تقييم الزبائن للخدمة من خلال قدرة المنتج او الخدمة على تلبية حاجياتهم وتوقعاتهم، ومنه فعدم الرضا ناتج عن فشل الخدمة في تلبية حاجياتهم وتوقعاتهم"(يحياوي و بوحديد ، 2018، صفحة 391).

–أما Taylorو cronin فعرفا رضا الزبون بأنه" حكم مؤقت ينشأ عن تفاعل محدد للخدمة، كما عرف كل من Minor و Mower الرضا بأنه" الموقف العام الصادر عن عملية تقييم العملاء بعد استهلاك السلع أو الخدمات"(ميموني، 2020، صفحة 235).

كما يعرف الرضا على انه «إدراك العميل لمستوى تلبية مطالبه"(شبانة، 2014، صفحة 191) وعلى هذا الأساس يمكن التفرقة بين ثلاث مستويات من الرضا (الفجوة بين التوقع والأداء) كما يلي:

- الأداء يقل عن التوقع، حالةاللاجودةويكون العميل غير راض؛
- الأداء مساوي للتوقع حالة وجود الجودة، ويكون العميل راض؛
- الأداء يزيد عن التوقع حالة جودة عالية، ويكون العميل راض جدا؛

وتأسيسا على ما سبق يمكن القول ان الرضا يعكس الحالة النفسية الناتجة عن رد فعل ايجابي بعد عملية تجربة الخدمة وإدراك جودتها وادائها والتي تحقق مستوى عالي من الإشباع والمنفعة وتحقيق الرغبة.

2.4. محددات الرضا

هناك اجماع واتفاق من قبل عديد الباحثين بخصوص محددات رضا الزبون عن الخدمة وتتجلى في ثلاثة محددات رئيسية يمكننا معرفة مستوى رضاهم عن الخدمات المقدمة وتتمثل فيما يلي(جعفاري و بيبي، 2022، الصفحات 316-317):

–التوقعات: وهي مجمل الاحتمالات التي تتكون لدى الزبون عند مقارنته للفوائد والمنافع التي يحصل عليها من جراء استهلاكه للخدمة مع ما يتوقعه عنها، ويمكن ابراز اتجاهين متضادين في هذا الشأن اتجاه سلبي وآخر إيجابي عند قيامه بتشكيل حكم عن الخدمة التي تلقاها؛ كما تجدر الإشارة ان للتوقع عدة تصنيفات منها(كشيدة، 2008، صفحة 52):

- **التوقع عن طبيعة وأداء المنتج:** وهي المنافع والمزايا التي يتوقع الزبون الحصول عليها نظير شراء واستخدام المنتج؛
- **التوقع عن تكاليف المنتج:** وهي التكاليف التي يتوقع الزبون مثل الوقت والجهد المبذول والتضحية بسعر المنتج؛
- **التوقع عن التكاليف الاجتماعية او المنافع:** وهو رد الفعل المتوقع للأفراد الآخرين عند شراء الفرد للمنتج.

–الأداء الفعلي: ويمكن توضيح الأداء الفعلي للخدمة بأنه تقييم العملاء الخاص لجودة أداء الخدمة المقدمة، ومن خلاله يمكن التعرف على نظر الزبون تجاه الخدمة المقدمة له، أي هل الخدمة التي تلقاها الزبون ذات بالجودة ام لا.

–المطابقة: وتنتج المطابقة عن عملية المقارنة بين التصور الفعلي للعملاء عن الخدمة وتوقعاتهم، ويكون التطابق بتساوي الأداء الفعلي مع التوقعات.

3.4. أهمية رضا الزبون

تسعى كل مؤسسة الى تحقيق رضا عملائها بغية التميز على المنافسين، ولأهميته البالغة في ضمان نجاح واستمرارية نشاط المؤسسة، وتكمن أهمية تحقيق رضا الزبائن في النقاط التالية(حسان، 2013، الصفحات 61-62):

–كسب ولاء الزبون والاحتفاظ به لأطول مدة ممكنة: يؤدي رضا الزبون الى تشكيل الولاء مما يساهم في جعل الزبون دائم التذكر لمنتجات المؤسسة وعلامتها وبالتالي الاحتفاظ به للأطول مدة ممكنة، ففي كل نشاط او سوق يتواجد مجموعة من المنافسين الذين يقدمون نفس المنتج، وبالتالي على المؤسسة وضع استراتيجية فعالة من اجل تحقيق رضا الزبائن وجعل منتجاتها مميزة عن المنافسين؛

–زيادة المبيعات وزيادة الأرباح: في حالة زبون راضي هذا ما يشجع الزبائن على عمليات الشراء وتكرار عمليات الشراء، وبالتالي زيادة المبيعات وتحقيق أرباح إضافية، كما ان تقديم منتجات ذات جودة يساهم في تكرار عملية الشراء؛

–تخفيض التكاليف: طالما كان هدف المؤسسة هو رضا الزبون فسيعود هذا الرضا على المؤسسة بالنفع من خلال تخفيض تكاليف الإنتاج والتوزيع وتكاليف الترويج وهذا بسبب وجود زبائن راضين عن منتجات المؤسسة فالمؤسسة بإمكانها تجنب تكاليف الترويج بسبب ثقة الزبائن في منتجات المؤسسة؛

–زيادة الحصة السوقية: مهما كان نوع الزبون فهو يسعى الى تحقيق المنفعة بالدرجة الأولى مقابل التضحية بسعر المنتج أو الخدمة، وزيادة على هذا فهناك رغبة من المؤسسة في تحقيق رضاهم مما يولد مجموعة من الزبائن وبالتالي اقتحام المؤسسة أسواق جديدة؛

–التميز(القيادة) في السعر: إن الجودة العالية للسلع والخدمات المقابلة لتوقعات الزبائن سوف تجنبها مجموعة من المشاكل وبالتالي الاحتفاظ بالتكاليف مما يساهم في تخفيض تكلفة الوحدة الواحدة المنتجة والمباعة وبالتالي طرح المنتج بأقل سعر مقارنة بالمنافسين، كما أن المؤسسة التي تعتمد تحقيق رضا زبائنها سوف تحدد وتيرة أسعارها في السوق بسهولة؛

–تلميع سمعة المؤسسة: بما ان المؤسسة تتبنى سياسة رضا الزبون كهدف أساسي لها، فإنها بالضرورة ستقدم منتجات ذات جودة وذات علامة جيدة مع بناء علاقات ممتازة مع الزبائن، كل هذا يعطي انطباعا حسنا لدى الزبائن ويشعره بالمزيد من الاهتمام.

5.الجانب التطبيقي للدراسة:

1.5. أداة جمع البيانات :

تم استخدام الاستبيان لجمع بيانات الدراسة، حيث يعد أحد أهم الأدوات الملائمة للحصول على بيانات ومعلومات مرتبطة بواقع أي دراسة، كما تم تقسيم الاستبيان إلى محورين أساسيين حسب متغيرا الدراسة، وكذلك تم القيام بمقابلة شخصية مع بعض عمال المؤسسة المدروسة، بغية الاستفسار والحصول على معلومات الّتي نحتاجها في بناء أسئلة أبعاد الاستبيان.

وقد تم تقسيم الاسئلة الاستبيان الى ثلاثة محاور كما يلي:

– **المحور الأول**:ويضم المتغيرات الشخصية وتم ادراج فيه كل من متغير الجنس، الشهادة قيد التحضير، الإقامة الاصلية للطالب المقيم والإقامة الجامعية التي يقيم بها.

– **المحور الثاني**: ويتعلق بالمتغير المستقل وهو الدليل المادي للخدمات الجامعية ويشمل الخدمات الخمسة المقدمة للطلبة المقيمين (الإيواء، الإطعام، النقل، المنحة، الرعاية الصحية)، وتضم كل خدمة عبارتين أي بمجموع عشرة عبارات وتكون الإجابة وفق سلم ليكارت الخماسي، ونحاول من خلال هذا المحور قياس الدليل المادي للخدمات الجامعية؛

– **المحور الثالث**: ويتعلق بالمتغير التابع وهو رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة ويشمل خمسة خدمات وتتمثل في الايواء، النقل، الإطعام المنحة، الرعاية الصحية، وتضم كل خدمة أربع عبارات وتكون الإجابة وفق سلم ليكرت الخماسي وسنحاول من خلال هذا المحور قياس درجة رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة سابقة الذكر.

2.5. أدوات تحليل البيانات:

لتحقيق أهداف الدراسة واختبار الفرضيات المحددة، تم استخدام مجموعة من الأدوات الإحصائية، والّتي تتوافق مع طبيعة الدراسة، نذكرها كما يلي:

- استعمال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (statistic v 25IBM spss) لتحليل ووصف البيانات الّتي تم جمعها؛
- معامل الفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) للتأكد من صدق وثبات فقرات الاستبيان، وكذلك لقياس الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبيان؛
- معامل الارتباط Pearson؛
- التكرارات والنسب المئوية من اجل عرض خصائص العينة، ومعرفة مدى موافقة أفرادها على فقرات الاستبيان؛
- المتوسط الحسابي، لمعرفة اتجاه افراد عينة الدراسة؛
- الانحراف المعياري لقياس درجة تشتت قيم الإجابات عن وسطها الحسابي؛
- الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضيات.

3.5.مجتمع وعينة الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة مجموعة العناصر او الافراد الذين ينصب عليهم الاهتمام بالدراسة، او هو جميع العناصر او الافراد الذين تتعلق بهم مشكلة البحث، وعليه يتمثل مجتمع الدراسة في كافة الطلبة المقيمين بالإقامات الجامعية التابعة إداريا لمديرية الخدمات الجامعية عين الدفلى والمقدر عددهم 4322 طالب مقيم (الموسم الجامعي:2024/2023)، استنادا الى طبيعة البيانات المراد جمعها وعلى المنهج المتبع في الدراسة، والوقت الذي يكفي لإنجازها والامكانيات المادية المتاحة، تم الاستعانة بالاستبانة كأداة لجمع البيانات، اعتمدنا في دراستنا على العينة العشوائية البسيطة متمثلة في الطلبة المقيمين بالإقامات الجامعية بعين الدفلى وعددهم 342 طالب مقيم (حسب معادلة ستيفن ثامبسون) والذين يزاولون دراستهم بجامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، كما تجدر الإشارة الى المستوى العلمي الذي

يتمتع به أفراد عينة الدراسة مما يساهم في الوصول الى نتائج دقيقة وقريبة من الواقع وهذا راجع الى اطلاعهم وادراكهم الجيد للمحيط الذي يعيشون فيه..

4.5. صدق أداة الدراسة:

لقياس الصدق الظاهري لأداة الدراسة عرضنا الاستبيان على مجموعة من الأساتذة للتحقق من مدى فعالية الاستبيان وتحقيقه لهدف من الدراسة؛

ولقياس الصدق الداخلي يتم التأكد من مدى ارتباط أبعاد الدليل المادي (الايواء، الاطعام، النقل، المنحة، الرعاية الصحية) بالبعد الكلي وهو الرضا عن الخدمات الجامعية المقدمة، وتم حساب معامل الارتباط بيرسون، وكانت النتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول 01: الصدق البنائي لأداة الدراسة

البيان			معامل الارتباط	مستوى الدلالة
المحور الثاني: الدليل المادي للخدمات الجامعية	1	الدليل المادي لخدمة الإيـــواء	0.636	0.000
	2	الدليل المادي لخدمة الاطعـــام	0.676	0.000
	3	الدليل المادي لخدمة النقـــــل	0.695	0.000
	4	الدليل المادي لخدمة المنحـــــة	0.579	0.000
	5	الدليل المادي للرعاية الصحية	0.615	0.000
المحور الثالث: الرضا عن الخدمات الجامعية المقدمة			0.468	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS/V25

نلاحـــظ من الجدول السابق، أن هنـــاك ارتباط ذو دلالـــة احصائيـــــة عند مستوى المعنوية($\alpha \leq 0.05$) حيث كان مستوى الدلالة لكل الأبعاد أقل من (0,05)، وبذلك تعتبر فقرات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

5.5.ثبات أداة الدراسة:

يقصد به الاتساق الداخلي، حيث تكون كل فقرة من الاستبيان متسقة مع المجال الذي تنتمي إليه الفقرة، وقد قمنا باستخدام حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبيان عن طريق استخدام معامل الفا كرونباخ، والذي يمكن اعتبار الحد الادنى لقيمة هذا المعامل هو 0.60، وكلما ارتفعت قيمته دل ذلك على ثبات أكبر لأداة القياس، كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (02): ثبات أداة الدراسة وفق معامل الفا كرونباخ

البيان	عدد الفقرات	معامل الفا كرو نباخ
المحور الثاني:الدليل المادي للخدمات الجامعية	10	0.659
المحور الثالث: الرضا عن الخدمات الجامعية المقدمة	20	0.850
الاستبيان ككل	30	0.854

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من الجدول السابق، أن معامل ألفا كرونباخ الكلي بلغ 0.854 وهي قيمة مرتفعة، كما كانت قيمة نفس المعامل لمحور الدليل المادي للخدمات الجامعية 0.659، اما محور رضا الطلبة المقيمين قد بلغ ذات المعامل 0.850، وكلها أكبر من الحد الادنى المتفق عليه أي 0.60، ومنه يمكننا القول ان اداة القياس تتمتع بثبات عال ويمكننا الاعتماد عليه في الدراسة.

6.5. التحليل الوصفي لعينة الدراسة:

–وصف خصائص عينة الدراسة: من اجل التعرف على الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة سنتناول الجزء الاول من الاستبانة الذي يشمل الجنس، الشهادة قيد التحضير، ا، الإقامة الاصلية للطالب، الإقامة الجامعية كما يلي:

الجدول رقم (03): خصائص عينة الدراسة

العبارة	الخيارات	التكرار	النسبة (%)
الجنـــس	ذكـــــــر	84	% 24.56
	أنثـــــى	258	% 75.44
الشهادة قيد التحضير	ليسانس	235	% 68.71
	ماستـر	96	% 28.07
	دكتوراه	11	% 03.22
الإقامة الأصلية للطالب	داخل الولاية	298	% 87.13
	خارج الولاية	44	% 12.87
الإقامة الجامعية	الإقامة الجامعية رايس احمد–ذكور	81	% 23.68
	الإقامة الجامعية ولاي فاطمة– إناث	66	% 19.30
	الإقامة الجامعية بن هنور فاطمة– إناث	80	% 23.39
	الإقامة الجامعية فلفول العربي– إناث	115	% 33.63

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات V25/SPSS.

نلاحظ من الجدول أعلاه، أن نسبة الإناث تمثل 75.44% من عينة الدراسة، وما نسبته 24.56 % من عينة الدراسة ذكور، أما بالنسبة للشهادة قيد التحضير فكانت نسبة طلبة الليسانس تمثل 68.71% من عينة الدراسة، بينما طلبة الماستر 28.07 % من عينة الدراسة وبلغت نسبة طلبة الدكتوراء 3.22% من عينة الدراسة، أما بالنسبة لمتغير الإقامة الاصلية للطالب المقيم فقد بلغت نسبة الطلبة من داخل الولاية ما نسبته 87.13% وبلغت نسبة الطلبة من خارج الولاية 12.87%، أما بالنسبة لمتغير الإقامة الجامعية التي يقيم بها الطالب فقد بلغت على التوالي 33.63% بالنسبة للإقامة الجامعية فلفول العربي للبنات و23.68 % للإقامة الجامعية رايس أحمد للذكور، وما نسبة 23.39% للإقامة الجامعية بن هنور فاطمة للإناث، ثم الإقامة الجامعية ولاي فاطمة بنسبة 19.30% من عينة الدراسة.

- **عرض وتحليل اجابات محور الدليل المادي للخدمات الجامعية المقدمة:**

يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأفراد عينة الدراسة حسب الخدمات الجامعية المقدمة

الجدول رقم(04): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات محور الدليل المادي للخدمات الجامعية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العبارة
مبانى (إدارة، أجنحة...) الإقامة الجامعية مصممة بشكل عصري وحديث	2.99	1.212	متوسط
مساحة غرفتك كافية وأمتعتها وعتادها في شكل جيد من حيث الحالة	2.80	1.251	متوسط
الدليل المادي لخدمة الايواء	2.89	1.018	متوسط
تتمتع حافلات النقل الجامعي بالحداثة والعصرنة وذات علامة جيدة	3.27	2.932	متوسط
يلتزم كل من سائق الحافلة وعون الرقابة بالزي الرسمي والشارة المهنية	3.29	1.202	متوسط
الدليل المادي لخدمة النقل	3.27	1.692	متوسط
تجهيزات وعتاد المطعم واواني الاطعام تتمتع بالحداثة والنظافة	3.01	1.287	متوسط
ديكور قاعة الاطعام مصمم ومزين بشكل جيد وعصري وذو ألوان جذابة	2.91	1.273	متوسط
الدليل المادي لخدمة لإطعام	2.95	1.077	متوسط
أجهزة ومعدات مكاتب إيداع ملفات المنحة في حالة جيدة وحديثة	3.22	1.156	متوسط
استمارة طلب المنحة مصممة بشكل يسهل تعبئتها وسهلة وواضحة	3.60	1.078	مرتفع
الدليل المادي لخدمة المنحة	3.40	0.924	مرتفع
أجهزة ومعدات مصحة الإقامة جديدة وعصرية ومتوفرة بشكل كاف	2.84	1.218	متوسط
سيارة الإسعاف الخاصة بالإقامة حديثة ومجهزة بالعتاد الطبي اللازم	2.53	1.462	منخفض
الدليل المادي لخدمة الرعاية الصحية	2.68	1.044	متوسط
الدليل المادي لخدمات الجامعية المقدمة للطلبة	3.04	0.743	متوسط

المصدر: من إعداد الباحث إعتمادا على مخرجات برنامج SPSS/V25.

من الجدول أعلاه نلاحظ ما يلي:

أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو الدليل المادي للخدمات الجامعية كانت متوسطة ماعدا خدمة المنحة فكانت مرتفعة بمتوسط حسابي بلغ 3.40 وهو يفوق المتوسط الحسابي المفترض وبانحراف معياري 0.924، حيث جاءت اتجاهات افراد عينة الدراسة لبقية الخدمات مرتبة على الشكل التالي: خدمة الاطعام بمتوسط حسابي بلغ 3.27 وهو أكبر من المتوسط الحسابي الافتراضي وبانحراف معياري 1.692، خدمة النقل بانحراف معياري 2.95 وهو قريب من المتوسط الحسابي الافتراضي وبانحراف معياري بلغ 1.077، خدمة الإيواء بانحراف معياري بلغ 2.89 وهو اقل من المتوسط الحسابي الافتراضي وبانحراف معياري 1.018، خدمة الرعاية الصحية بمتوسط حسابي اقل من المتوسط الحسابي الافتراضي وبلغ 2.68 وبانحراف معياري 1.044.

-عرض وتحليل اجابات محور رضا الطلبة المقيمين:

يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأفراد عينة الدراسة حسب عبارات محور رضا الطلبة المقيمينكما يلي:

الجدول(05): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات محور رضا الطلبة المقيمين

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العبارة
أنت راض ان تقيم في غرفة ذات ثلاثة/أربعة أسرة (حسب الحالة).	2.56	1.396	منخفض
انت راض عن مساحة غرفتك وعن تصميمها الداخلي وملحقاتها (توفر الإنارة الكافية، والمآخذ الكهربائية، التدفئة، التهوية)	2.85	1.338	متوسط
أنت راض عن تجهيزات واثاث غرفتك (طاولة، كرسي، خزانة، أفرشة، بطانية، سرير، وسادة)	2.88	1.366	متوسط
أنت راض عن نظافة الأجنحة والغرف ودورات المياه	2.54	1.321	منخفض
رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الإيواء	2.70	1.040	متوسط
أنت راض عن عدد حافلات النقل الجامعي الخاصة بإقامتك	2.82	1.367	متوسط
أنت راض ان يكون ركوب الحافلة مراقب من طرف عون مكلف بذلك	3.89	1.132	مرتفع
أنت راض عن الحافلات الخاصة بإقامتك (عمر الحافلة، الحالة، حجم الحافلة، نظافة الحافلة)	3.42	1.151	مرتفع
انت راض ان يكون الخط الخاص بإقامتك مباشرا بين الجامعة والإقامة	3.83	1.055	مرتفع
رضا الطلبة المقيمين عن خدمة النقل	3.49	0.760	مرتفع
انت راض عن نوعية وكمية الوجبات المقدمة لك (فطور الصباح، الغداء، العشاء)	2.73	1.309	متوسط
انت راض عن توقيت تقديم الوجبات ونظافة التجهيزات وقاعة الإطعام	2.92	1.259	متوسط
انت راض عن فترة الانتظار في الطابور وطريقة الرقابة عند دخول قاعة الإطعام	2.59	1.371	منخفض
أنت راض عن طريقة تقديم الوجبات في الصحون والاطباق البلاستيكية.	3.15	1.418	متوسط
رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الإطعام	2.84	0.986	متوسط
انت راض عن مبلغ المنحة وأن تقدم كل شهر	2.04	1.378	منخفض
انت راض عن طريقة إيداع ملفات المنحة (إيداع الملف سنويا والكترونيا)	3.12	2.216	متوسط
انت راض عن مواعيد صب المنحة في الحسابات الجارية للطلبة	2.93	1.307	متوسط
انت راض عن عدد الوثائق المكونة لملف المنحة (خمسة بالنسبة للطلبة الجدد، أربعة للقدامى)	3.22	1.216	متوسط
رضا الطلبة المقيمين عن خدمة المنحة	2.82	0.849	متوسط
انت راض ان تكون لكل إقامة سيارة اسعاف/سيارة اسعاف مشتركة (حسب الحالة)	3.43	1.355	مرتفع
انت راض عن مواعيد عمل مصحة الإقامة مع توفر المعدات والاغراض الصحية والأدوية بشكل كافي	3.02	1.264	متوسط
انت راض عن الطاقم الطبي للمصحة مع تنوع تخصاصته (طبيب عام، ممرض، طبيب الاسنان)	2.87	1.299	متوسط
انت راض عن الخدمات المقدمة والتجهيزات في المصحة بالإقامة	2.78	1.256	متوسط
رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الرعاية الصحية	3.02	0.923	متوسط
محور رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة	2.97	0.659	متوسط

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات V25/SPSS.

من الجدول اعلاه نلاحظ أن اتجاهات افراد عينة الدراسة نحو الرضا عن الخدمات الجامعية المقدمة كانت مرتفعة بالنسبة لخدمة النقل بمتوسط حسابي 3.49 وهو يفوق المتوسط الحسابي الافتراضي وبانحراف معياري 1.040، أما لبقية الخدمات فكانت مرتبة على

الشكل التالي: خدمة الرعاية الصحية بمتوسط حسابي 3.02 وهو يفوق المتوسط الحساب الافتراضي بقليل وبانحراف معياري بلغ 0.923، خدمة الاطعام بمتوسط حسابي 2.84 وهو اقل من المتوسط الحسابي الافتراضي وبلغ الانحراف المعياري 0.986، خدمة المنحة بمتوسط حسابي 2.82 وهو أقل من المتوسط الحسابي الافتراضي وبانحراف معياري بلغ 0.849، خدمة الايواء بمتوسط حسابي 2.70 وهو اقل من المتوسط الحسابي الافتراضي وبانحراف معياري بلغ 1.040.

7.5. اختبار الفرضيات:

بغرض اختبار الفرضيات واثبات أثر مساهمة الدليل المادي في رضا الطلبة المقيمين من عدمه وتقدير نموذج الدراسة نقوم باستخدام معامل الإنحدار البسيط بين المتغيرات، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(6): معاملات الانحدار بين المتغيرات

البيـــــيان				م.الارتباط	م.التحديد	الثابت	الميل الحدي b_1	مستوى المعنوية
المتغير المستقل(X)		المتغير التابع(Y)		R	R^2	b_0		Sig
الدليل المادي للخدمات	خ.الايواء	رضا الطلبة المقيمين	خ.الايواء	0.431	0.168	1.747	0.422	0.000
	خ. النقل		خ. النقل	0.155	0.024	2.076	0.344	0.004
	خ. الإطعام		خ. الإطعام	0.388	0.150	1.753	0.424	0.000
	خ. المنحة		خ. المنحة	0.242	0.058	2.667	0.263	0.000
	خ. الصحة		خ. الصحة	0.315	0.099	1.608	0.356	0.000
	المحور ككل		المحور ككل	0.468	0.219	1.472	0.528	0.000

المصدر: من إعداد الباحث إعتمادا على مخرجات SPSS/V25.

-اختبار الفرضية الرئيسية

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي للخدمات الجامعية في رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي للخدمات الجامعية في رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظأن مستوى الدلالة (Sig) يساوي 0.000 وهو أصغر من 0.05، وأن قيمة معامل الإرتباط(R) بين المتغيرين المستقل والتابع كانت 0.468 وهو ارتباط طردي متوسط، ومنه نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1، وعليه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي للخدمات الجامعية في رضا الطلبة المقيمين بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)،

واعتمادا على تحليل الانحدار الخطي البسيط يمكن تقدير نموذج الدراسةالكلي من الشكل: $Y=b_0+b_1X$ كما يلي: $Y=1.472+0.528X$، أي انه كلما زاد الدليل المادي للخدمات الجامعية بـ:0.528 زاد رضا الطلبة المقيمين بوحدة واحدة، حيث:

- Y: يمثل المتغير التابع (رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات الجامعية المقدمة)؛

- X: يمثل المتغير المستقل (الدليل المادي للخدمات الجامعية المقدمة)؛

b_0-: يمثل الثابت و b_1: يمثل الميل الحدي.

كما نلاحظ من الجدول أعلاه ان معامل التحديد أو التفسير (R^2) قد بلغ 0.219، وهذا يعني ان التغير في الدليل المادي للخدمات الجامعية قادر على تفسير التغير في رضا الطلبة المقيمين بنسبة 21.9%، أما الباقي فيعود لمتغيرات أخر خارج النموذج.

-إختبار الفرضيات الفرعية

-اختبار الفرضية الفرعية الأولى والمتعلقة بخدمة الايواء

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة الإيواء في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الإيواء بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة الإيواء في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الإيواء بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظأن مستوى الدلالة (Sig) يساوي 0.000 وهو أصغر من 0.05، وأن قيمة معامل الإرتباط(R) كانت 0.431 وهو ارتباط طردي متوسط، ومنه نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1، وعليه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة الإيواء في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الإيواء بالإقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، ويمكن تقدير نموذج الدراسة الجزئي المتعلق بخدمة الايواء من الشكل: $Y_1=b_0+b_1 X_1$ كما يلي: $Y_1=1.747+0.422X_1$، أي انه كلما زاد الدليل المادي لخدمة الايواء ب:0.422 زاد رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الايواء بوحدة واحدة، حيث:

- Y_1: يمثل المتغير التابع(رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الايواء)؛

-X_1 : يمثل المتغير المستقل (الدليل المادي لخدمة الإيواء)؛

b_0-: يمثل الثابت و b_1: يمثل الميل الحدي.

كما نلاحظ من الجدول أعلاه ان معامل التحديد(R^2) قد بلغ 0.186، وهذا يعني ان التغير في الدليل المادي لخدمة الإيواء قادر على تفسير التغير في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الايواء بنسبة 18.6%، أما الباقي فيعود لمتغيرات أخرى خارج النموذج.

-اختبار الفرضية الفرعية الثانية والمتعلقة بخدمة النقل

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة النقل في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة النقل بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة النقل في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة النقل بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظأن مستوى الدلالة (Sig) يساوي 0.004 وهو أصغر من 0.05، وأن قيمة معامل الإرتباط(R) كانت 0.156 وهو ارتباط طردي ضعيف، ومنه نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1، وعليه يوجد أثر ذو دلالة

إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة النقل في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة النقل بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

ويمكن تقدير نموذج الدراسة الجزئي والمتعلق بخدمة النقل من الشكل: $Y_2=b_0+b_1 X_2$ كما يلي: $Y_2=2.076+0.344X_2$، أي انه كلما زاد الدليل المادي لخدمة النقل ب:0.344 زاد رضا الطلبة المقيمين عن خدمة النقل بوحدة واحدة، حيث:

- Y_2: يمثل المتغير التابع(رضا الطلبة المقيمين عن خدمة النقل)؛

-X_2: يمثل المتغير المستقل (الدليل المادي لخدمة النقل)؛

-b_0: يمثل الثابت و b_1: يمثل الميل الحدي.

كما نلاحظ من الجدول أعلاه ان معامل التحديد(R^2) قد بلغ 0.024، وهذا يعني ان التغير في الدليل المادي لخدمة النقل قادر على تفسير التغير في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة النقل بنسبة 2.4% فقط، أما الباقي فيعود لمتغيرات أخرى خارج النموذج.

-اختبار الفرضية الفرعية الثالثة والمتعلقة بخدمة الإطعام

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة الإطعام في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الإطعام بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة الإطعام في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الإطعام بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظأن مستوى الدلالة (Sig) يساوي 0.000 وهو أصغر من 0.05، وأن قيمة معامل الإرتباط(R) كانت 0.388 وهو ارتباط طردي ضعيف، ومنه نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1، وعليه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة الإطعام في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الإطعام بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

ويمكن تقدير نموذج الدراسةالجزئي والمتعلق بخدمة الإطعام من الشكل: $Y_3=b_0+b_1 X_3$كما يلي: $Y_3=1.753+0.424X_3$، أي انه كلما زاد الدليل المادي لخدمة الإطعام ب:0.424 زاد رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الإطعام بوحدة واحدة، حيث:

- Y_3: يمثل المتغير التابع(رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الاطعام)؛

-X_3: يمثل المتغير المستقل (الدليل المادي لخدمة الإطعام)؛

-b_0: يمثل الثابت و b_1: يمثل الميل الحدي.

كما نلاحظ من الجدول أعلاه ان معامل التحديد(R^2) قد بلغ 0.150، وهذا يعني ان التغير في الدليل المادي لخدمة الإطعام قادر على تفسير التغير في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الإطعام بنسبة 15% فقط، أما الباقي فيعود لمتغيرات أخرى خارج النموذج.

-اختبار الفرضية الفرعية الرابعة والمتعلقة بخدمة المنحة

H1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة المنحة في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة المنحة بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة المنحة في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة المنحة بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظأن مستوى الدلالة (Sig) يساوي 0.000 وهو أصغر من 0.05، وأن قيمة معامل الإرتباط (R) كانت 0.242 وهو ارتباط طردي ضعيف، ومنه نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1، وعليه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة المنحة في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة المنحة بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

ويمكن تقدير نموذج الدراسةالجزئي والمتعلق بخدمة المنحة من الشكل: $Y_4=b_0+b_1 X_4$كما يلي: $Y_4=2.667+0.263X_4$، أي انه كلما زاد الدليل المادي لخدمة المنحة ب:0.263 زاد رضا الطلبة المقيمين عن خدمة المنحة بوحدة واحدة، حيث:

- Y_4: يمثل المتغير التابع(رضا الطلبة المقيمين عن خدمة المنحة)؛

-X_4: يمثل المتغير المستقل (الدليل المادي لخدمة المنحة)؛

-b_0: يمثل الثابت و b_1: يمثل الميل الحدي.

كما نلاحظ من الجدول أعلاه ان معامل التحديد(R^2) قد بلغ 0.058، وهذا يعني ان التغير في الدليل المادي لخدمة المنحة قادر على تفسير التغير في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة المنحة بنسبة 5.8% فقط، أما الباقي فيعود لمتغيرات أخرى خارج النموذج.

-اختبار الفرضية الفرعية الخامسة والمتعلقة بخدمة الرعاية الصحية

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة الرعاية الصحية في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الرعاية الصحية بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة الرعاية الصحية في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الرعاية الصحية بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظأن مستوى الدلالة (Sig) يساوي 0.000 وهو أصغر من 0.05، وأن قيمة معامل الإرتباط (R) كانت 0.315 وهو ارتباط طردي ضعيف، ومنه نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1، وعليه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي لخدمة الرعاية الصحية في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الرعاية الصحية بالاقامات الجامعية عين الدفلى عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

ويمكن تقدير نموذج الدراسة الجزئي والمتعلق بخدمة الرعاية الصحية من الشكل: $Y_5=b_0+b_1 X_5$كما يلي:

$Y_5=1.608+0.356X_5$، أي انه كلما زاد الدليل المادي لخدمة الرعاية الصحية ب:0.356 زاد رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الرعاية الصحية بوحدة واحدة، حيث:

- Y_5: يمثل المتغير التابع(رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الرعاية الصحية)؛

-X_5: يمثل المتغير المستقل (الدليل المادي لخدمة الرعاية الصحية)؛

-b_0: يمثل الثابت و b_1: يمثل الميل الحدي.

كما نلاحظ من الجدول أعلاه ان معامل التحديد(R^2) قد بلغ 0.099، وهذا يعني ان التغير في الدليل المادي لخدمة الرعاية الصحية قادر على تفسير التغير في رضا الطلبة المقيمين عن خدمة الرعاية الصحية بنسبة 9.9% فقط، أما الباقي فيعود لمتغيرات أخرى خارج النموذج.

5. خاتمة:

تم من خلا هذه الدراسة التطرق الى مفهوم الدليل المادي للخدمات ومختلف المفاهيم المرتبطة به، كانواع الدليل المادي والمتمثلة في الدليل المادي الخارجي والدليل المادي الأساسي بالإضافة الى مؤشرات واشكال الدليل المادي، كما تم التطرق الى مفهوم الخدمة كمنتج غير ملموس بصفة عامة والخدمات الجامعية بصفة خاصة، حيث تم تناولنا خصائص الخدمة ومكوناتها، وتم التطرق السمفهوم الخدمات الجامعية المقدمة بالاقامات الجامعية بعين الدفلى، كل هذه المفاهيم سابقة الذكر متعلقة بالمتغير المستقل، اما من جانب المتغير التابع فقد تم التطرق الى مفهوم الرضا من خلال التعريج عن تعريفه ومحدداته، اما في الجانب التطبيقي فتم عرض البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة والمكونة من 342 طالب مقيم، كما تم عرض وتحليل عبارات محاور المتغيرين وتحديد اتجاه كل عبارة وبعد من خلال الاعتماد على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ضمن برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار 25، كما تم اختبار الفرضيات باستخدام معامل تحليل الارتباط ومعامل تحليل الانحدار لإثبات أثر مساهمة الدليل المادي للخدمات الجامعية على رضا الطلبة المقيمين وتم تقدير نموذج الدراسة على الشكل: $Y=1.472+0.528X$وتم التوصل الى النتائج التالية:

- يعتبر الدليل المادي (الجوانب الملموسة) للخدمة هو العنصر الوحيد الملموس ضمن المزيج التسويقي للخدمة،
- يلعب الدليل المادي للخدمة دورا أساسيا في رضا الطلبة المقيمين عن الخدمات المقدمة؛
- يعتمد افراد عينة الدراسة في رضاهم عن الخدمات الجامعية المقدمة على الدليل المادي؛
- هناك ارتباط طردي متوسط بين الدليل المادي للخدمات الجامعية ورضا الطلبة المقيمين،
- هناك تقييم متوسط من قبل افراد عينة الدراسة للدليل المادي المرتبط بالخدمات الجامعية،
- هناك رضا متوسط عن الخدمات الجامعية المقدمة حسب تقييم افراد عينة الدراسة؛
- هناك أثر ذو دلالة إحصائية لمساهمة الدليل المادي للخدمات الجامعية في الرضا عن هذه الخدمات؛
- هناك أثر ذو دلالة إحصائية للدليل المادي لكل خدمة من الخدمات الجامعية على الرضا عن هذه الخدمة؛
- كلما زاد الدليل المادي للخدمات الجامعية بـ: 0.528 زاد الرضا عن هذه الخدمات بوحدة واحدة؛
- يفسر الدليل المادي للخدمات الجامعية التغير الذي يحدث في الرضا عن هذه الخدمات بنسبة 21.9% أما الباقي فيعود الى متغيرات اخر خارج النموذج الذي تم تقديره.

وبناء على ما سبق يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

- يجب الاهتمام أكثر بالدليل المادي من قبل المؤسسة التي تتولى تقديم الخدمات الجامعية؛
- لا بد من التغلب على خاصية اللاملموسية التي تتصف بها الخدمة وهذا بالتركيز على الدليل المادي؛
- لابد على مسؤولي قطاع الخدمات الجامعية من توضيح أهمية الدليل المادي للعمال والموظفين بالنسبة للخدمات المقدمة؛
- ضرورة توفير الأجهزة والمعدات والأثاث الذي يساعد في تقديم الخدمات؛

- على مسؤولي قطاع الخدمات الاهتمام بالتصاميم العصرية والديكور الداخلي عند انشاء الاقامات الجامعية واختيار المكان المناسب لذلك مع مراعاة الجو المحيط بها؛
- على مسؤولي الخدمات الجامعية الحرص على نظافة مرافق الإقامات الجامعية من قاعات الاطعام والعيادات ومكاتب إضافة الى نظافة حافلات نقل الطلبة والعناية بها.

6. قائمة المراجع:

- أحمدرضا ميموني. (2020). رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون. *مجلة دفاتر MECAS، 16* (02)،
- البكري ثامر، و الرحومي أحمد. (2008). *تسويق الخدمات المالية*. عمان-الأردن: إثراء للنشر والتوزيع.
- الضمور هاني حامد. (2005). *تسويق الخدمات*. عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع. تاريخ الاسترداد جويلية.
- الهام يحياوي، و ليلي بوحديد . (2018). تقييم جودة الخدمات السياحية بالوكالات السياحية ومستوى رضا الزبائن عنها. *مجلة المعيار، 9* (2)،
- بودية بشير، و قندوز طارق. (2016). *أصول ومضامين تسويق الخدمات*. عمان-الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- بوزيان حسان. (2013). *أثر جودة الخدمة على رضا الزبون-دراسة ميدانية على مؤسسة اتصالات الجزائر في مدينة العلمة (سطيف)*. البليدة-الجزائر: كلية العلوم الإقتصادية جامعة البليدة.
- جاسم الصميدعي محمود، و عثمان يوسف ردينة. (2014). *تسويق الخدمات*. عمان-الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- حبيبة كشيدة. (2008). *استراتيجية رضا العملاء*. البليدة-الجزائر، البليدة-الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية-جامعة البليدة.
- حسين وراد. (2021). *جودة الخدمات السياحية كآلية لتعزيز صورتها الذهنية من وجهة نظر العملاء-دراسة حالة الجزائر*. تيسمسيلت-الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية-جامعة تيسمسيلت.
- حليمة قادري. (2019). جودة الحياة في الإقامة الجامعية من وجهة نظر الطلبة. *مجلة الخلدونية للعلوم الانسانية والإجتماعية، 11* (01)،
- حميد الطائي، و بشير العلاق. (2009). *إدارة عمليات الخدمة*. عمان-الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- حميد الطائي، و بشير العلاق. (2009). *تسويق الخدمات-مدخل استراتيجي وظيفي تطبيقي* (الإصدار الطبعة العربية). عمان-الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- زاهر عبدالرحيم. (2012). *تسويق الخدمات*. عمان، الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع.
- صليحة رقاد. (2008). *تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون-دراسة حالة البريد والمواصلات*. باتنة-الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية-جامعة باتنة.
- عبدالقادر مزيان. (2012). *أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء-دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي*. تلمسان-الجزائر: كلية العلوم الإقتصادية -جامعة تلمسان.
- عيسى مرازقة، و مخلوف سيهام. (جوان, 2017). أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل. *مجلة الغقتصاد الصناعي، 12* (01)،
- محمدرضا جعفاري، و وليد بيبي. (2022). أثر ابعاد جودة الخدمات البنكية على رضا الزبائن من وجهة نظر زبائن بنك التنمية المحلية. *مجلة المقريزي للدراسات الاقتصادية والمالية، 06* (01)،

- نادية شبانة. (2014). تسويق الخدمات التامينية واثره على رضا العميل. *مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، 01*،

7. ملاحق:

الملحق رقم 01: معامل الفاكرونباخ للمحور الدليل المادي**الملحق رقم 02:** معامل الفاكرونباخ للمحور رضا الطلبة

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,659	10

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,850	20

الملحق رقم 03: معامل الفاكرونباخ الكلي

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,854	30

الملحق رقم 04: معامل الانحدار

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,472	,165		8,925	,000
	y	,528	,054	,468	9,757	,000

a. Variable dépendante : x

الملحق رقم 05: معامل الارتباط

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Modifier les statistiques				
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F
1	,468[a]	,219	,216	,65817	,219	95,202	1	340	,000

a. Prédicteurs : (Constante), y