

جامعة ميدأوشن
كلية الإدارة

أثر جودة الخدمة على رضا العملاء: دراسة حالة على جامعة ميدأوشن

التكليف الثالث

إعداد الطالبة: ريم محمد الحسين

الرقم الجامعي: 241000704

مشروع التخرج: مشروع التخرج - 1

إشراف: د. عبد الرحيم نادر

الفصل الدراسي: الفصل الدراسي الثالث - 2026م

جدول المحتويات

3	الفصل الثاني: الدراسات السابقة
2.1 3	مقدمة
2.2 4	الدراسات السابقة
2.2.1 4	Athiyaman (1997) دراسة
2.2.2 5	Ali et al. (2016) دراسة
2.2.3 6	Al-Otaibi et al. (2020) دراسة
2.2.4 7	Al-Sheyadi & Albalushi (2020) دراسة
2.2.5 8	Sibai et al. (2021) دراسة
2.2.6 9	Sohail & Hasan (2021) دراسة
2.3 10	المقارنة بين الدراسات السابقة
2.4 11	الفجوة البحثية وموقع الدراسة الحالية
2.5 12	خلاصة الفصل
13	المراجع

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

مقدمة 2.1

يتناول هذا الفصل الدراسات السابقة المرتبطة مباشرة بموضوع البحث «أثر جودة الخدمة على رضا العملاء: دراسة حالة على جامعة ميدأوشن». وقد روعي في اختيار الدراسات أن تكون مصادر منشورة ويمكن التحقق من بياناتها البليوغرافية، وأن ترتبط بالتعليم العالي أو بقياس جودة الخدمة والرضا. وتوضح الأدبيات أن جودة الخدمة والرضا مفهومان مترابطان، مع استمرار النقاش حول كيفية قياس جودة الخدمة. وأي الأبعاد أكثر تأثيراً في رضا الطلاب باختلاف السياق المؤسسي.

وتظهر أهمية مراجعة هذه الدراسات في بناء أساس علمي للفرضيات والنموذج المقترح، وفي تحديد ما توصلت إليه البحوث السابقة وما بقي بحاجة إلى اختبار في سياق جامعة ميدأوشن. كما تساعد المراجعة على تجنب تكرار ما أنجز، وتحديد الجوانب التي يمكن للدراسة الحالية أن تضيف إليها.

الدراسات السابقة 2.2

2.2.1 دراسة Athiyaman (1997)

العلاقة بين رضا الطلاب وتصوراتهم لجودة الخدمة في سياق Athiyaman (1997) تناولت دراسة التعليم الجامعي. وركزت الدراسة على توضيح العلاقة المفاهيمية بين البنائين، مع اقتراح نموذج لجودة الخدمة يمكن استخدامه في مؤسسات التعليم العالي. وتبرز أهمية هذه الدراسة في كونها من الدراسات المبكرة التي تعاملت مع جودة الخدمة والرضا في التعليم الجامعي بدلاً من الاقتصار على القطاعات الخدمية التقليدية.

وتفيد الدراسة الحالية من هذا الطرح في التعامل مع جودة الخدمة والرضا بوصفهما مفهومين مترابطين ولكن غير متطابقين؛ فقياس جودة الخدمة ينبغي أن يظل مفهوماً مستقلاً عن الحكم النهائي على الرضا. وهذا التفريق يساعد في بناء نموذج الدراسة الحالية الذي يجعل جودة الخدمة متغيراً مستقلاً ورضا العملاء متغيراً تابعاً.

وقد تم التحقق من بيانات المقال وبيانات المجلد والعدد والصفحات. Athiyaman (1997): المصدر من قواعد ومصادر بليوغرافية متاحة DOI و

2.2.2 دراسة Ali et al. (2016)

أثر جودة الخدمة في الجامعات الحكومية الماليزية على رضا الطلاب Ali et al. (2016) بحثت دراسة الدوليين وصورة المؤسسة وولاء الطلاب. استخدمت الدراسة 241 استجابة صالحة من أصل 400 استبانة

موزعة، وطُبقت نمذجة المعادلات الهيكلية بطريقة المربعات الصغرى الجزئية. وأظهرت النتائج أن الأبعاد الخمسة لجودة خدمة التعليم العالي أثرت في رضا الطلاب، وأن الرضا ارتبط لاحقاً بصورة المؤسسة وولاء الطلاب.

وتختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في مجتمعها وسياقها؛ فهي تركز على طلاب دوليين في جامعات حكومية ماليزية، بينما تركز الدراسة الحالية على جامعة ميدأوشن. ومع ذلك، تتفق الدراستان في جعل جودة الخدمة متغيراً أساسياً مفسراً للرضا، وهو ما يدعم منطق النموذج المقترح في البحث الحالي.

المصدر: Ali et al. (2016), Quality Assurance in Education, 24(1), 70–94.

2.2.3 دراسة Al-Otaibi et al. (2020)

مراجعة للأدبيات المتعلقة بجودة الخدمة ورضا الطلاب في (Al-Otaibi et al. (2020) قدمت دراسة مؤسسات التعليم العالي في المملكة العربية السعودية. وخلصت المراجعة إلى وجود ارتباط وثيق بين الخمسة ترتبط بالرضا بدرجات متفاوتة SERVQUAL جودة الخدمة ورضا الطلاب، وأن أبعاد

وتعد هذه الدراسة مهمة للبحث الحالي بسبب تقارب السياق الجغرافي والمؤسسي؛ إذ تتناول التعليم العالي في السعودية وتبرز أهمية أبعاد جودة الخدمة في تفسير رضا الطلاب. وفي الوقت نفسه، كونها دراسة مراجعة للأدبيات يجعلها مختلفة عن الدراسة الحالية التي تقترح اختباراً ميدانياً داخل جامعة محددة

المصدر: Al-Otaibi et al. (2020), International Journal of Management, 11(7), 648–665.

2.2.4 دراسة Al-Sheyadi & Albalushi (2020)

العلاقة بين جودة خدمات الطلاب ورضاهم في 18 (Al-Sheyadi و Albalushi (2020 درست مؤسسة للتعليم العالي في سلطنة عُمان، بالاعتماد على بيانات من 352 طالباً واستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية. فحصت الدراسة الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة، كما بحثت الدور الوسيط للتعاون بين الوحدات الوظيفية. وأكدت النتائج أهمية الأبعاد الخمسة في نموذج التأثير المباشر، مع وجود دور وساطة جزئية للتعاون الوظيفي في العلاقة بين جودة الخدمة والرضا.

تضيف هذه الدراسة بعداً منهجياً مهماً؛ فهي لا تكتفي باختبار العلاقة المباشرة، بل توضح أن العوامل التنظيمية قد تغير قوة العلاقة بين جودة الخدمة والرضا. أما الدراسة الحالية فتظل أكثر تركيزاً على الأثر المباشر للأبعاد الخمسة، وهو ما يجعل نطاقها أكثر اتساقاً مع التكلفة الحالي

المصدر: Al-Sheyadi & Albalushi (2020), The TQM Journal, 32(6), 1197–1215.

2.2.5 Sibai et al. (2021) دراسة

لقياس جودة الخدمة ورضا طلاب SERVQUAL نموذج (Sibai et al. (2021 استخدمت دراسة الصيدلة في كلية طبية خاصة في السعودية. شملت الدراسة 189 طالباً، واستخدمت الإحصاءات الوصفية وتحليل الانحدار المتعدد. وأظهرت النتائج أن الاستجابة والضمان والمظاهر المادية كانت من الأبعاد المهمة. في التنبؤ بالرضا الكلي، مع اختلاف قوة التأثير بحسب مجال الرضا الذي يتم قياسه

وتدعم هذه النتائج أهمية اختبار الأبعاد الخمسة بصورة منفصلة في الدراسة الحالية، لأن تأثير كل بعد قد يختلف من مؤسسة إلى أخرى. كما أن وجود الدراسة في السعودية يعطي مؤشراً مقارناً مفيداً للدراسة الميدانية المقترحة في جامعة ميدأوشن، مع ضرورة عدم تعميم نتائجها على الجامعة محل الدراسة قبل جمع البيانات

Sibai et al. (2021), International Education Studies, 14(6), 51–58. المصدر:

2.2.6 Sohail & Hasan (2021) دراسة

أثر جودة الخدمة في رضا الطلاب في الجامعات السعودية (Sohail وHasan (2021 تناولت دراسة وجمعت بيانات من 279 طالباً في جامعات عامة وخاصة داخل SERVPERF باستخدام نموذج المملكة، ثم استخدمت نمذجة المعادلات الهيكلية. أظهرت النتائج أن أربعة أبعاد من أصل خمسة، وهي المظاهر المادية والاعتمادية والاستجابة والضمان، كان لها أثر معنوي في رضا الطلاب، بينما لم يظهر أثر معنوي للتعاطف في تلك العينة

وتُعد هذه الدراسة من أكثر الدراسات ارتباطاً بالدراسة الحالية من حيث السياق السعودي وطبيعة العلاقة بين المتغيرين. كما أنها توضح أن نتائج الأبعاد ليست بالضرورة متطابقة في جميع البيئات؛ ولذلك فإن اختبار التعاطف وبقية الأبعاد في جامعة ميدأوشن يظل ضرورياً. وتدعم الدراسة الحالية بذلك منطق الفرضيات الفرعية الخمس بدلاً من حذف أي بُعد مسبقاً

Sohail & Hasan (2021), Learning and Teaching in Higher Education: Gulf Perspectives, 17(1), 54–66. المصدر:

2.3 المقارنة بين الدراسات السابقة

علاقتها بالدراسة الحالية	أبرز النتائج	الأداة/المنهج	السياق/العينة	الدراسة
تدعم الفصل بين	توضيح العلاقة	دراسة العلاقة بين	تعليم جامعي	Athiyaman (1997)

المتغير المستقل والتابع	المفاهيمية بين جودة الخدمة والرضا	الجودة والرضا		
تدعم النموذج الخماسي في التعليم العالي	الأبعاد الخمسة أثرت في رضا الطلاب	PLS-SEM + استبانة	طالباً دولياً في 241 ماليزيا	Ali et al. (2016)
تقارب السياق السعودي	ارتباط جودة الخدمة بالرضا بدرجات متفاوتة	مراجعة أدبيات	مؤسسات تعليم عالٍ في السعودية	Al-Otaibi et al. (2020)
تدعم اختبار الأبعاد وتوضح أثر السياق التنظيمي	أهمية الأبعاد الخمسة وتأثير التعاون الوظيفي	SEM + استبانة	طالباً في 352 18 مؤسسة بعمان	Al-Sheyadi & Albalushi (2020)
تقدم دليلاً سعودياً تطبيقياً	الاستجابة والضمان والمظاهر المادية متنبئات مهمة	SERVQUAL + انحدار متعدد	طالباً في كلية 189 طبية بالسعودية	Sibai et al. (2021)
الأقرب للسياق الحالي ويبرز الحاجة للاختبار المحلي	أبعاد أثرت 4 معنوياً، والتعاطف لم يظهر أثره	SERVPERF + SEM	طالباً في 279 جامعات سعودية	Sohail & Hasan (2021)

شكل (1): مقارنة منهجية بين الدراسات السابقة المختارة. المصدر: إعداد الباحثة بالاستناد إلى الدراسات الموثقة في قائمة المراجع.

الفجوة البحثية وموقع الدراسة الحالية 2.4

تكشف المقارنة السابقة عن عدة نقاط يمكن أن تشكل أساساً للفجوة البحثية. أولاً، تتفاوت نتائج الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة باختلاف الدولة ونوع المؤسسة وأداة القياس؛ فقد وجدت بعض الدراسات أثراً أن التعاطف لم يكن ذا أثر (Sohail و Hasan (2021 معنوياً للأبعاد الخمسة، بينما أظهرت دراسة SERVQUAL و SERVPERF معنوي في عينتها السعودية. ثانياً، تختلف أدوات القياس بين وهو ما يشير إلى أهمية توضيح الأداة المستخدمة في كل سياق وعدم افتراض أن النتائج، HEdPERF و متطابقة.

ثالثاً، تركز الدراسات السابقة على جامعات ومؤسسات محددة في دول مختلفة، بينما لا تقدم المصادر التي تمت مراجعتها اختباراً ميدانياً خاصاً بجامعة ميدأوشن في إطار النموذج المقترح في هذا المشروع. ومن هنا تتمثل الفجوة التي تستهدفها الدراسة الحالية في اختبار أثر أبعاد جودة الخدمة الخمسة على رضا العملاء داخل الحالة المحددة للدراسة، وباستخدام بيانات ميدانية من مجتمع الدراسة المستهدف. ولا تعني هذه الفجوة أن الأدبيات السابقة غير كافية أو أن العلاقة بين المتغيرين غير معروفة؛ بل تعني أن العلاقة تحتاج إلى اختبار سياقي داخل المؤسسة محل الدراسة، لأن قوة الأبعاد وترتيبها قد يختلفان وفق طبيعة الخدمات والطلاب والبيئة التنظيمية.

2.5 خلاصة الفصل

أوضحت الدراسات السابقة أن جودة الخدمة تمثل متغيراً مهماً في تفسير رضا الطلاب في التعليم العالي، وأن الأبعاد المادية والاعتمادية والاستجابة والضمان والتعاطف تشكل إطاراً شائعاً لقياس جودة الخدمة. كما بينت المراجعة أن نتائج الأبعاد لا تكون متطابقة في جميع السياقات، الأمر الذي يبرر إجراء دراسة ميدانية مستقلة في جامعة ميدأوشن.

وتدعم الأدبيات المختارة النموذج الذي يقوم على جودة الخدمة بوصفها متغيراً مستقلاً ورضا العملاء بوصفه متغيراً تابعاً، مع خمس فرضيات فرعية مرتبطة بالأبعاد الخمسة. وسيتم استخدام هذه المراجعة أساساً لتفسير نتائج الدراسة الميدانية عند توفر البيانات، دون اعتبار نتائج الدراسات السابقة بديلاً عن النتائج التي ستننتج من عينة جامعة ميدأوشن.

المراجع

- Ali, F., Zhou, Y., Hussain, K., Nair, P. K., & Ragavan, N. A. (2016). Does higher education service quality effect student satisfaction, image and loyalty? A study of international students in Malaysian public universities. *Quality Assurance in Education*, 24(1), 70–94.
<https://doi.org/10.1108/QAE-02-2014-0008>
- Al-Otaibi, S. A., Yusof, S. M., & Wan Ismail, W. K. (2020). Service quality and student satisfaction in higher education institutions in Saudi Arabia. *International Journal of Management*, 11(7), 648–665.

- Al-Sheyadi, A. K., & Albalushi, J. (2020). Service quality of student services and student satisfaction: The mediating effect of cross-functional collaboration. *The TQM Journal*, 32(6), 1197–1215.
<https://doi.org/10.1108/TQM-10-2019-0234>
- Athiyaman, A. (1997). Linking student satisfaction and service quality perceptions: The case of university education. *European Journal of Marketing*, 31(7), 528–540. <https://doi.org/10.1108/03090569710176655>
- Brady, M. K., & Cronin, J. J., Jr. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49.
<https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36–44.
<https://doi.org/10.1108/EUM00000000004784>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- 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.
- Sibai, M. T., Bay, B., Jr., & Dela Rosa, R. I. (2021). Service quality and student satisfaction using ServQual model: A study of a private medical college in Saudi Arabia. *International Education Studies*, 14(6), 51–58.
<https://doi.org/10.5539/ies.v14n6p51>

Sohail, M. S., & Hasan, M. (2021). Students' perceptions of service quality in Saudi universities: The SERVPERF model. *Learning and Teaching in Higher Education: Gulf Perspectives*, 17(1), 54–66.

<https://doi.org/10.1108/LTHE-08-2020-0016>

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.