

مشروع التخرج بعنوان:

**أثر رضا العملاء على ولائهم في جامعة الملك عبد الله للعلوم
والتقنية بمدينة جدة**

التكليف رقم (1)

إعداد:

حسن مصطفى شربيني

الرقم الجامعي: 252000914

الإشراف/

أ.د. عبد الرحيم نادر

العام الدراسي

2026 م

الفصل الأول

الإطار العام للبحث

مقدمة البحث

يُعد قطاع التعليم العالي المعاصر واحداً من أكثر القطاعات الحيوية التي شهدت تحولات جوهرية وديناميكية في بنيتها الفلسفية والتشغيلية؛ إذ تحول التوجه الإداري التقليدي القائم على قياس المخرجات التعليمية الجافة إلى تبني منظور تسويقي وتنظيمي متطور يركز بصفة أساسية على الطالب والباحث بوصفه "العميل المحوري" الذي تدور حوله كافة العمليات والخدمات (العنبي والحربي، 2024). وفي ظل البيئة التنافسية المتصاعدة بين المؤسسات الأكاديمية على المستويين الإقليمي والدولي لاستقطاب أفضل المواهب والعقول البحثية، أصبحت الجامعات تعامل جودة خدماتها كرافعة استراتيجية لبناء ميزة تنافسية مستدامة، حيث يمثل رضا هؤلاء العملاء عن التجربة الأكاديمية والمعيشية المتكاملة حجر الزاوية الذي تتشكل من خلاله معدلات ولائهم وارتباطهم الوجداني والسلوكي بالمؤسسة (المطيري والعنزي، 2023).

إن مفهوم رضا العملاء في البيئة الجامعية يتجاوز التقييم اللحظي للمادة العلمية المقدمة في قاعات المحاضرات؛ بل يمتد ليشمل حزمة مترابطة من الأبعاد الفنية والتشغيلية واللوجستية، بدءاً من البنية التحتية والمختبرات البحثية المتقدمة، وصولاً إلى كفاءة الدعم الإداري والتحول الرقمي والمرافق السكنية والترفيهية (Addai et al., 2023). وتبرز أهمية دراسة هذه الظاهرة بوضوح عند إسقاطها على مؤسسات التعليم العالي ذات الطبيعة البحثية الخاصة والفريدة، مثل جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية (KAUST) بمدينة جدة، والتي تأسست كجامعة للأبحاث والدراسات العليا تهدف إلى المساهمة في دفع عجلة الابتكار والتحول المعرفي، وتستقطب مجتمعاً دولياً متنوعاً يقيم داخل حرمها السكني المتكامل (العوفي، 2024).

وتشير الأدبيات الإدارية الحديثة إلى أن الاستثمار في تلبية وتجاوز توقعات الطلاب والباحثين داخل هذه البيئات المتقدمة يثمر مباشرة في صياغة معدلات ولاء مرتفعة (Student Loyalty)، والتي تترجم سلوكياً في رغبة الخريجين في مواصلة دراساتهم العليا أو أبحاثهم ما بعد الدكتوراه في ذات الجامعة، أو التوصية الإيجابية الشفهية بها في المحافل العلمية الدولية، والتعاون البحثي المستمر معها بعد الانخراط في سوق العمل العالمي (Al-Dulaimi and Alnaser, 2023). وتأسيساً على ذلك، يسعى هذا البحث إلى تقديم إطار تحليلي كمي وممنهج يربط بين أبعاد رضا العملاء المتمثلة في (جودة الخدمات التعليمية والبحثية، والبيئة المادية والخدمات اللوجستية، والدعم الإداري والتحول الرقمي) ومستوى ولاء العملاء في جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية، مما يساهم في إثراء الفكر الإداري وتوفير موجهات تطبيقية تدعم متخذي القرار في تعزيز التميز المؤسسي والاستدامة الاستراتيجية.

مشكلة البحث

بالرغم من القفزات النوعية والتمويل الرأسمالي الضخم الذي تحظى به مؤسسات التعليم العالي الرائدة في المملكة العربية السعودية، إلا أن الحفاظ على مستويات مرتفعة ومستدامة من ولاء العملاء (الطلاب والباحثين الدوليين والمحليين) يُشكل تحدياً تسويقياً وتنظيمياً متصاعداً في ظل بيئة العولمة الأكاديمية (العتيبي والحربي، 2024). وتتبلور المشكلة البحثية في وجود فجوة بين حجم التوقعات العالية التي يحملها العملاء عند انضمامهم لبيئات بحثية عالمية متطورة، وبين مستوى إدراكهم الفعلي لجودة الخدمات الشاملة المقدمة لهم أثناء مسيرتهم الأكاديمية والمعيشية، وهو ما ينعكس مباشرة على مستويات رضاهم وارتباطهم طويل الأجل بالمؤسسة (De-Juan-Vigaray et al., 2024).

وتزداد هذه المشكلة عمقاً وحساسية في الجامعات ذات الطبيعة السكنية والبحثية المغلقة مثل جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية (KAUST)، حيث لا يمثل الطالب مجرد مستفيد من خدمة تعليمية مجزأة، بل عميل مقيم يستهلك حزمة متكاملة من الخدمات الأكاديمية، واللوجستية، والبيئية المادية على مدار الساعة؛ مما يجعل أي قصور أو تراجع في كفاءة الدعم الإداري، أو

تعثر قنوات التحول الرقمي، أو تراجع جودة المسهلات المعيشية سبباً فورياً في خفض الرضا العام وتوليد رغبة في الانتقال أو ضعف الولاء المؤسسي بعد التخرج (Zhang, 2026; Ali et al., 2024).

وقد أكدت الأدبيات والدراسات السابقة (مثل: المطيري والعنزي، 2023؛ Nguyen et al., 2023) وجود ارتباط وثيق بين الرضا والولاء، إلا أن هناك ندرة واضحة في الدراسات المحلية والاقليمية -ضمن حدود علم الباحث- التي تناولت نمذجة هذه العلاقة السببية داخل الجامعات البحثية المتكاملة الموجهة حصرياً للدراسات العليا، والتي تتسم بخصوصية تركيبة عيّنتها الدولية والبحثية. ومن هنا، تبرز الحاجة الملحة للقيام بهذا البحث لتحديد أي الأبعاد الخدمية أكثر تأثيراً وحرماً في تشكيل رضا هؤلاء العملاء، وكيف ينعكس هذا الرضا تجريبياً على تعزيز معدلات ولائهم السلوكي والوجداني لجامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية بمدينة جدة.

أهمية البحث

الأهمية العلمية (النظرية)

- يساهم البحث في إثراء الأدبيات الأكاديمية العربية والأجنبية في حقل إدارة الأعمال والتسويق الخدمي، وتحديدًا في سياق صناعة التعليم العالي والبحث العلمي من خلال تقديم نموذج إجرائي يربط بدقة بين أبعاد الرضا والولاء.
- يسد البحث فجوة معرفية واضحة تتعلق بقلّة الدراسات التي تبحث في سلوكيات وتوقعات عملاء الجامعات البحثية المخصصة للدراسات العليا والباحثين الدوليين في البيئة المحلية السعودية.
- يوفر البحث قاعدة بيانات علمية ومقياساً كمياً محكماً يمكن للباحثين والمشرفين مستقبلاً الاعتماد عليه وتطويره لدراسة ظواهر جودة الخدمة والولاء المؤسسي في جامعات أخرى.

الأهمية التطبيقية (العملية)

- يزود البحث الإدارة التنفيذية وصنّاع القرار في جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية (KAUST) بتقرير علمي دقيق يوضح مستويات رضا الطلاب والباحثين عن الخدمات الشاملة المقدمة لهم، وتحديد نقاط القوة والضعف التشغيلية.
- يساعد البحث في توجيه التخصيص الرأسمالي والموارد المالية نحو الأبعاد الخدمية واللوجستية الأكثر تأثيراً وحرّجاً في رفع معدلات ولاء الطلاب، مما يحافظ على استقطاب العقول البحثية ويقلل من تكاليف التسرب الأكاديمي.
- يدعم البحث التوجهات الاستراتيجية لرؤية المملكة 2030 الهادفة إلى رفع كفاءة وحوكمة مؤسسات التعليم العالي والارتقاء بالتصنيف الدولي للجامعات السعودية لتصبح مراكز جذب عالمية للابتكار والاستثمار المعرفي.

قائمة المراجع

- الشرجبي، عبد الرحمن محمد، والهاتف، عائشة يحيى حسن. (2023). مستوى جودة الخدمات التعليمية في جامعة آزال للتنمية البشرية وعلاقتها برضا الطلبة. مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، 4(1).
- العايق، نورا. (2023). رضا طلاب جامعة المنصورة عن الخدمات المقدمة لهم في ضوء مدخل التميز المؤسسي. مجلة تطوير الأداء الجامعي، 22(1)، 247-273.
- العتيبي، فهد بن سعد، والحربي، عبدالعزيز بن محمد. (2024). أثر جودة الخدمات الجامعية في رضا الطلبة وولائهم: دراسة تطبيقية في الجامعات السعودية. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، 17(58)، 95-122.
- العوفي، عبدالله بن صالح. (2024). مؤشرات الأداء التسويقية وتأثيرها على جودة الخدمات في الخدمات التعليمية (دراسة تطبيقية على جامعة الطائف). مجلة البحوث المالية والتجارية، 25(4)، 489-530.

- المطيري، خالد بن ناصر، والعنزي، عبدالله بن مطلق. (2023). العلاقة بين رضا الطلبة والولاء المؤسسي في مؤسسات التعليم العالي. *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، 7(31)، 44-68.

- Addai, P., Sarfo, J. O., Okyere, I., & Kumordzi, B. (2023). Student satisfaction and session of study as predictors of loyalty among university students. *European Journal of Contemporary Education*, 12(2), 331–341.
- Al-Dulaimi, S., & Alnaser, A. (2023). Student satisfaction and loyalty in higher education institutions: Evidence from Gulf universities. *International Journal of Educational Management*, 37(6), 1124–1141.
- Ali, M., Amir, H., & Ahmed, M. (2024). The role of university switching costs, perceived service quality, perceived university image and student satisfaction in shaping student loyalty. *Journal of Marketing for Higher Education*, 34(1), 201–222.
- De-Juan-Vigaray, M. D., Ledesma-Chaves, P., González-Gascón, E., & Gil-Cordero, E. (2024). Student satisfaction: Examining capacity development and environmental factors in higher education institutions. *Heliyon*, 10(17), Article e36699.
- Nguyen, T. T., Nguyen, N. T., & Nguyen, H. T. (2023). Assessing the relationship between service quality, satisfaction and loyalty: The Vietnamese higher education experience. *Quality Assurance in Education*, 31(2), 197–214.
- Zhang, C. (2026). Unpacking the key drivers of university students' satisfaction and loyalty towards logistics services in Zhanjiang, China. *Scholar: Human Sciences*, 18(1).