

جامعة ميدأوشن
كلية الإدارة

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

التكليف الثاني

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

1. 3	صياغة أسئلة البحث
2. 4	صياغة أهداف البحث
3. 5	صياغة فرضيات البحث
4. 6	رسم نموذج البحث
5. 7	مكان التطبيق المقترح للبحث (الدراسة الميدانية المقترحة)
6. 8	منهجية البحث المتوقعة
7. 10	المخطط المقترح للمشروع
8. 11	جدول المحتويات المقترح
9. 12	المراجع

صياغة أسئلة البحث 1.

ينطلق هذا التكليف من المشكلة البحثية المحددة في المشروع الأصلي، وهي الحاجة إلى فهم أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في البيئة التعليمية، مع التركيز على جامعة ميدأوشن. وقد صيغت الأسئلة بحيث تكون واضحة ومباشرة ومرتبطة بمتغيري الدراسة وأبعادهما، بما يتفق مع متطلبات دليل الطالب التي تؤكد ضرورة اتساق الأسئلة مع المشكلة والأهداف

:سؤال البحث الرئيسي

1. ما أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في جامعة ميدأوشن؟

:أسئلة البحث الفرعية

2. ما أثر البعد المادي الملموس لجودة الخدمة على رضا الطلاب في جامعة ميدأوشن؟

3. ما أثر الاعتمادية في جودة الخدمة على رضا الطلاب في جامعة ميدأوشن؟

4. ما أثر الاستجابة في جودة الخدمة على رضا الطلاب في جامعة ميدأوشن؟

5. ما أثر الضمان في جودة الخدمة على رضا الطلاب في جامعة ميدأوشن؟

6. ما أثر التعاطف في جودة الخدمة على رضا الطلاب في جامعة ميدأوشن؟

تعتمد هذه الصياغة على الأسئلة الواردة في المشروع الأساسي، مع الحفاظ على نطاق الدراسة ومتغيراتها دون إضافة متغيرات جديدة. ويُعد هذا الاتساق ضرورياً حتى تقود الأسئلة إلى أهداف قابلة للقياس، ثم إلى فرضيات يمكن اختبارها ميدانياً

صياغة أهداف البحث 2.

:الهدف العام

.تحديد أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في جامعة ميدأوشن

:الأهداف الفرعية

7. تحديد أثر البعد المادي الملموس على رضا الطلاب في جامعة ميدأوشن

8. تحديد أثر الاعتمادية على رضا الطلاب في جامعة ميدأوشن

9. تحديد أثر الاستجابة على رضا الطلاب في جامعة ميدأوشن

10. تحديد أثر الضمان على رضا الطلاب في جامعة ميدأوشن

11. تحديد أثر التعاطف على رضا الطلاب في جامعة ميدأوشن.

صيغت الأهداف في صورة أفعال قابلة للتحقق من خلال الدراسة الميدانية، بحيث يرتبط كل هدف فرعي بسؤال بحثي ويُعد محدد من أبعاد جودة الخدمة. ويعكس ذلك ما يطلبه دليل الطالب من أن تكون الأهداف محددة وقابلة للقياس ومرتبطة مباشرة بالمشكلة والأسئلة

صياغة فرضيات البحث 3.

استناداً إلى النموذج النظري للمشروع وإلى الأدبيات التي تربط جودة الخدمة برضا الطلاب، تُصاغ الفرضيات على النحو الآتي. وهذه فرضيات مقترحة للاختبار الميداني وليست نتائج مثبتة مسبقاً

12. توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء في جامعة ميدأوشن: H1.
13. توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين البعد المادي الملموس ورضا الطلاب في جامعة: Ha. ميدأوشن.

14. توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية ورضا الطلاب في جامعة ميدأوشن: Hb.
15. توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الاستجابة ورضا الطلاب في جامعة ميدأوشن: Hc.
16. توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الضمان ورضا الطلاب في جامعة ميدأوشن: Hd.
17. توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التعاطف ورضا الطلاب في جامعة ميدأوشن: He.

تتوافق هذه الفرضيات مع الأدلة التجريبية المتاحة في التعليم العالي؛ فقد وجدت دراسة على جامعات سعودية أن أربعة أبعاد من جودة الخدمة كان لها أثر معنوي في رضا الطلاب، بينما لم يظهر أثر معنوي كما وجدت دراسة أخرى في كلية طبية. (Sohail & Hasan, 2021) للتعاطف في تلك العينة تحديداً خاصة بالسعودية أن الاستجابة والضمان والمظاهر المادية كانت من المتنبئات المهمة بالرضا الكلي لذلك، يظل اختبار كل فرضية داخل جامعة ميدأوشن ضرورياً بدلاً من افتراض. (Sibai et al., 2021) أن النتائج ستتطابق تماماً مع الدراسات السابقة

رسم نموذج البحث 4.

يمثل النموذج المقترح العلاقة بين المتغير المستقل «جودة الخدمة» والمتغير التابع «رضا العملاء». وتتكون جودة الخدمة في النموذج من خمسة أبعاد هي: البعد المادي الملموس، الاعتمادية، الاستجابة، استخدام هذه الأبعاد في قياس جودة SERVQUAL الضمان، والتعاطف. وتدعم الأدبيات الأصلية لـ (Parasuraman et al., 1988) الخدمة المدركة

المتغير التابع	العلاقات المفترضة	المتغير المستقل
رضا العملاء	H1, Ha, Hb, Hc, Hd, He →	جودة الخدمة البعد المادي الملموس • الاعتمادية • الاستجابة • الضمان • التعاطف

Parasuraman et al. شكل (1): نموذج البحث المقترح. المصدر: إعداد الباحثة بالاستناد إلى
وإلى نموذج الدراسة الوارد في المشروع الأساسي (1988)

مكان التطبيق المقترح للبحث (الدراسة الميدانية المقترحة). 5.

يقترح تطبيق الدراسة ميدانياً في جامعة ميدأوشن، مع التركيز على كلية الإدارة والطلاب المستفيدين من الخدمات الأكاديمية والإدارية والخدمات المساندة. ويستند اختيار الجامعة إلى كونها مجتمع الدراسة المحدد في المشروع الأصلي، وإلى أن الطالب يتعامل مع منظومة متعددة من الخدمات خلال فترة دراسته، بما يسمح بتكوين تقييم متكامل لجودة الخدمة والرضا.

الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على أثر جودة الخدمة بأبعادها الخمسة في رضا العملاء/الطلاب

الحدود المكانية: جامعة ميدأوشن

الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الثالث من العام الجامعي 2026م

الحدود البشرية: طلاب الجامعة، مع إمكان الاستفادة من الموظفين عند الحاجة في توصيف بعض جوانب الخدمة، على أن تكون وحدة التحليل الأساسية في اختبار رضا العملاء هي الطالب

ولا يُفترض في هذا التكليف وجود نتائج ميدانية فعلية؛ فالدراسة الميدانية هنا مقترحة، وسيتم الحصول على النتائج بعد جمع البيانات وتحليلها

منهجية البحث المتوقعة. 6.

تتسق المنهجية المقترحة مع ما ورد في المشروع الأساسي من فلسفة وضعية، ومنهج استنتاجي، واستراتيجية دراسة حالة، وتصميم مستعرض، واستخدام الاستبيان لجمع البيانات. ويعرض هذا الجزء الإجراءات المتوقعة بصورة أكثر تحديداً بما يتناسب مع متطلبات دليل الطالب

6.1 فلسفة البحث والمنهج

الفلسفة المقترحة هي الفلسفة الوضعية؛ لأن الدراسة تهدف إلى قياس العلاقات بين متغيرات محددة باستخدام بيانات كمية. أما المنهج فهو استنتاجي، إذ تبدأ الدراسة من أطر ونظريات سابقة حول جودة الخدمة والرضا ثم تختبر فرضيات محددة في سياق جامعة ميدأوشن

6.2 استراتيجية وتصميم البحث

تُستخدم استراتيجية دراسة الحالة لأن البحث يركز على جامعة ميدأوشن بوصفها حالة تعليمية محددة. كما يُقترح التصميم المستعرض لجمع البيانات خلال فترة زمنية واحدة هي الفصل الدراسي المحدد، بما يسمح بوصف العلاقات بين جودة الخدمة والرضا في ذلك السياق

6.3 أداة جمع البيانات

الأداة المقترحة هي الاستبيان الإلكتروني، ويتكون من قسم للبيانات العامة اللازمة لوصف العينة، وقسم لقياس أبعاد جودة الخدمة، وقسم لقياس رضا العملاء. ويمكن استخدام مقياس ليكرت الخماسي من «لا مع SERVQUAL أو وافق بشدة» إلى «أوافق بشدة». ويستند قياس أبعاد جودة الخدمة إلى أدبيات (Parasuraman et al., 1988) تكييف العبارات لتناسب البيئة الجامعية

6.4 مجتمع الدراسة والعينة

يمثل طلاب جامعة ميدأوشن مجتمع الدراسة المستهدف. ويُقترح استخدام عينة مناسبة من الطلاب المسجلين خلال الفصل الدراسي الثالث لعام 2026م. ويُحدد حجم العينة النهائي بعد حصر حجم المجتمع. وفق البيانات الرسمية المتاحة للجامعة، بدلاً من افتراض رقم غير موثق

6.5 تحليل البيانات المتوقع

- تنظيف البيانات ومراجعة الاستجابات غير المكتملة.
- استخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص العينة.
- حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لبنود وأبعاد الدراسة.
- فحص ثبات أداة القياس باستخدام معامل ألفا كرونباخ.
- اختبار الارتباط بين أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء.
- استخدام الانحدار الخطي أو الانحدار المتعدد لاختبار أثر جودة الخدمة وأبعادها في رضا العملاء، بحسب طبيعة البيانات وحجم العينة.

- اختبار الفرضيات عند مستوى دلالة إحصائية مناسب، مع تفسير النتائج في ضوء الدراسات السابقة

6.6 الاعتبارات الأخلاقية

يجب توضيح هدف الاستبيان للمشاركين، والحصول على مشاركتهم الطوعية، وعدم طلب بيانات شخصية غير ضرورية، والمحافظة على سرية الإجابات واستخدامها لأغراض البحث العلمي فقط. كما ينبغي الالتزام بأي متطلبات أو موافقات تضعها الجامعة قبل تنفيذ الدراسة الميدانية

7. المخطط المقترح للمشروع

- :وفق بنية المشروع الأساسي ودليل الطالب، يقترح أن يتكون المشروع النهائي من الفصول الآتية
18. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة، ويشمل المقدمة، مشكلة الدراسة، أهمية الدراسة، الأسئلة، الأهداف، الفرضيات، النموذج، والمنهجية
 19. الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري، ويشمل المفاهيم والنظريات والدراسات التجريبية ذات الصلة بجودة الخدمة ورضا العملاء
 20. الفصل الثالث: منهجية البحث، ويشمل تصميم الدراسة، المجتمع والعينة، الأداة، إجراءات جمع البيانات، وطرق التحليل
 21. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي وعرض النتائج
 22. الفصل الخامس: مناقشة النتائج، والاستنتاجات، والتوصيات، ومقترحات الدراسات المستقبلية
 23. المراجع والملاحق، بما في ذلك أداة الاستبيان والمواد الداعمة

8. جدول المحتويات المقترح

المحتوى	القسم
الإطار العام للدراسة	الفصل الأول
المقدمة	1.1
مشكلة الدراسة	1.2
أهمية الدراسة	1.3
أسئلة الدراسة	1.4

1.5	أهداف الدراسة
1.6	فرضيات الدراسة
1.7	نموذج الدراسة
1.8	منهجية الدراسة
1.9	الدراسة الميدانية
1.10	مخطط المشروع
الفصل الثاني	الدراسات السابقة والإطار النظري
2.1	مقدمة الفصل
2.2	جودة الخدمة: المفهوم والأبعاد والنظريات
2.3	رضا العملاء: المفهوم والأبعاد والنظريات
2.4	العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء
2.5	الدراسات السابقة
2.6	خلاصة الفصل والفجوة البحثية
الفصل الثالث	منهجية البحث
الفصل الرابع	التحليل الإحصائي والنتائج
الفصل الخامس	المناقشة والخاتمة والتوصيات
المراجع	APA قائمة المراجع وفق
الملاحق	الاستبيان والمواد الداعمة

- 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.