



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم الاقتصاد والتجارة



المرجع :/2021

المهيدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

فروع: علوم تجارية

التخصص: تسويق الخدمات

مذكرة بعنوان:

اثر جودة خدمات الإطعام الجامعي على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا
(COVID-19) : دراسة حالة الإقامة الجامعية

مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية (ل.م.د.)

تخصص " تسويق الخدمات "

تحت إشراف:

د. عقون شراف

إعداد الطلبة:

- بوالقرون سماح

- بوالصيود مريم

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	قرين الربيع
مناقشا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	غيثي عبد العالي
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	عقون شراف

السنة الجامعية 2021/2020



"شهد الله أنه لا إله إلا هو والملائكة وأولو العلم قائم بالقسط لا إله إلا هو العزيز الحكيم "

سورة آل عمران - الآية 81

" إن الله يأمركم أن تؤدوا الأمانات إلى أهلها وإذا حكمتم بين الناس أن تحكموا بالعدل
إن الله نعمًا يعظكم به إن الله كان سميعًا بصيرًا "

سورة النساء - الآية 81

كلمة شكر و عرفان

كل الشكر لله عز وجل الذي وفقنا في طلب العلم وهذاننا طريقه...
فائق الاحترام والتقدير والشكر الجزيل والامتنان للأستاذ الفاضل "عقون شراف" لتفضله
وتعاونه معنا بالإشراف على هذه المذكرة.
كما نتقدم بخالص الشكر والامتنان "للأستاذ غيثي عبد العالي" الذي كان الموجه والمساعد
بكل رحاب صدر...
وخالص الشكر إلى رفياتك الدرب ولكافة العمال الإداريين (بالإقامة الجامعية) على ما أبدوه
من دعم وروح تعاون...

إلى كل من دعمنا ولو بدعوة صادقة... لكم منا خالص التقدير والعرفان...



الإهداء

"اللهم لا تجعلنا نصاب بالغرور إذا نجحنا ولا باليأس إذا أخفقتنا وذكرنا أن الإخفاق هم
التجربة "

اهدي عملي هذا إلى عائلتي الكريمة
وإلى من خذلني ليعلمني في كل مرة... أن النجاح صنع الذات بتسهيل من الله.

مريم





الإهداء

تبارك الذي أهدانا نعمة العقل وأنار سبيلنا بنور العلم ومهد لنا طريق النجاح بكل تقدير وعرهان

أهدي عملي هذا المتواضع إلى اعز ما أملك وما لدي في الوجود

واقرب الناس إلى قلبي أطال الله في عمرها أمي و ابي

إلى إخوتي الأعتاء حفظهما الله

إلى إحباطي غدى عزيمتي...

إلى من خذلني ليعلمني في كل مرة... أن النجاح صنع الذات بتسهيل من الله .

سماح



الملخص:

هدفت الدراسة إلى قياس أثر جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID_19) التي تقدمها مديرية الخدمات الجامعية لطلبة المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف -ميلة- على رضاهم من خلال أبعادها (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) التي قدمت في النموذج الفجوات (Servqual) من طرف اللامعين الباحثين (Parasuraman, Zeithaml and berry) والتي تم الاعتماد عليها في تصميم وتطوير أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان الذي تم تصميمه وتوزيعه على عينة قدرت بـ (150) فردا من طلبة المركز الجامعي، وذلك بإتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، بحيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي في المراجعة النظرية لمتغيرات الدراسة، أما المنهج التحليلي فقد استخدم في تحليل نتائج معادلة الانحدار المعياري المتعدد، وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة خدمة الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID_19) بأبعادها على رضا طلبة المركز الجامعي.

الكلمات المفتاحية: الجودة، جودة الخدمة، الإطعام الجامعي، كورونا، رضا الطلبة.

:Abstract

The study aimed to measure the impact of the quality of university feeding services in the light of the Corona crisis (COVID_19) provided by the Directorate of University Services to university center students Abdul Hafiz With wool mila on their satisfaction through their dimensions (concrete, reliability, response, safety, empathy) Provided in the servqual model by the brilliant researchers (Parasuraman, Zeithaml and berry) which was relied upon in the design and development of the study tool represented by the questionnaire designed and distributed to a sample estimated at (150) members of the University Center By following the descriptive and analytical approaches, the descriptive approach was based on the theoretical review of the study variables, but the analytical method was used in the analysis of the results of the equation of multiple standard decline, and the study found a statistically significant impact on the quality of university feeding service in the light of the Corona crisis (COVID_19 its dimensions on the satisfaction of university center students.

Key words: quality, quality of service, university feeding, corona, student satisfaction.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
أ-ز	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار النظري لجودة الخدمات وأبعادها
2	تمهيد
3	المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الجودة و الخدمة
3	المطلب الأول: مفهوم الجودة
5	المطلب الثاني: أبعاد الجودة
6	المطلب الثالث: مفهوم الخدمة
6	المطلب الرابع: خصائص الخدمة
9	المطلب الخامس: مستويات الخدمة
12	المبحث الثاني: أساسيات حول جودة الخدمة
12	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة وأهميتها
15	المطلب الثاني: معايير جودة الخدمة
15	المطلب الثالث: نماذج تقييم جودة الخدمة
21	المطلب الرابع: العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون
22	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: رضا الطلبة على خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (Covid_19).
24	تمهيد
25	المبحث الأول: الرضا في الخدمات
25	المطلب الأول: مفهوم الرضا
26	المطلب الثاني: خصائص الرضا
27	المطلب الثالث: محددات الرضا

فهرس المحتويات

29	المطلب الرابع: مفهوم رضا الطالب
30	المبحث الثاني: الخدمات الاجتماعية الجامعية في الجزائر
30	المطلب الأول: مفهوم الخدمات الاجتماعية الجامعية في الجزائر
31	المطلب الثاني: مفهوم الإطعام الجامعي
31	المطلب الثالث: خصائص الإطعام الجامعي
32	المطلب الرابع: أهداف الإطعام الجامعي
32	المطلب الخامس: أزمة كورونا (COVID_19)
34	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول أثر جودة خدمات الإطعام على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID_19)
36	تمهيد
37	المبحث الأول: بطاقة تقنية حول الإقامة الجامعية لمدينة ميله
37	المطلب الأول: نشأة مديرية الخدمات الجامعية لمدينة ميله
37	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية الإقامة الجامعية لمدينة ميله
39	المطلب الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة
43	المطلب الرابع: صدق و ثبات وسيلة الدراسة
46	المبحث الثاني: تحليل ومعالجة البيانات
46	المطلب الأول: وصف خصائص عينة الدراسة
49	المطلب الثاني: تحليل نتائج الدراسة
54	المطلب الثالث: اختبار صحة الفرضيات
65	خلاصة الفصل
67	الخاتمة
71	قائمة المراجع
75	الملاحق

فهرس الجداول

فهرس الجدأول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	تصنيف الخدمات المحيطة	10
02	توزيع عدد الطلبة حسب الخصائص الشخصية	40
03	لجنة تحكيم صدق الإستبيان	43
04	توزيع الإستبيان على عينة الدراسة	44
05	نتائج اختبار معامل الثبات ألفا كرونباخ لأبعاد الدراسة	44
06	الخصائص الشخصية لعينة الدراسة	46
07	التكرارات والنسب المئوية للإجابات على عبارات أبعاد جودة الخدمة	49
08	فئات ومجالات سلم ليكرت	51
09	قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأبعاد جودة خدمات الإطعام الجامعي	52
10	نتائج التحليل الإحصائي للفرضية الأولى (ملخص نتائج النموذج)	55
11	نتائج التحليل الإحصائي للفرضية الأولى (نتائج تحليل ANOVA)	55
12	نتائج التحليل الإحصائي للفرضية الأولى (نتائج معاملات المستقلة (B)	56
13	مؤشرات جودة نموذج الانحدار	57
14	نتائج متوسطات اختبار (T) لرضا الطلبة لدى الجنسين	61
15	نتائج اختبار (T) لرضا الطلبة لدى الجنسين	62
16	نتائج متوسطات اختبار (T) لرضا الطلبة المقيمين والغير مقيمين	63
17	نتائج اختبار (T) لرضا الطلبة المقيمين والغير مقيمين	64

فهرس الأشكل

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
ج	الإطار المفاهيمي المقترح للدراسة	01
11	زهرة الخدمات	02
13	مفهوم جودة الخدمة	03
18	نموذج فجوة الخدمات التقليدي (Servqual)	04
20	نموذج الفجوات لجودة الخدمة المطور (Servperf)	05
26	نموذج الرضا	06
28	درجات توقع العملاء	07
39	الهيكل التنظيمي لمديرية الخدمات الجامعية لولاية ميلة	08
48	التمثيل البياني لخصائص الشخصية لعينة الدراسة	09
58	انتشار بقايا المتغير التابع	10
58	منحنى بقايا المتغير التابع	11
60	قيم تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع	12

فهرس الملاحق

فهرس الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
75	مديرية الخدمات الجامعية -ميلة-	01
77	الهيكل التنظيمي للإقامة الجامعية -ميلة-	02
78	الاستبيان	03
84	نتائج معامل كرونباخ ألفا	04
87	نتائج المتوسط الحسابي للإجابة على عبارات الاستبيان.	05
90	نتائج تطبيق معادلة الانحدار المتعدد بين المتغير التابع والمستقل.	06
92	نتائج اختبار (T) لدراسة الفروق	07
94	إجراءات البروتوكول الصحي ضد فيروس كورونا الخاص بالجامعات	08

مقدمة

مقدمة:

إن حالة المجتمعات تقاس بمدى اهتمامها بأفرادها، وما يمكن أن تقدمه لهم من خدمات هم في حاجة ماسة إليها، ولذلك كانت الخدمة الاجتماعية السمة الأبرز للمجتمعات الإنسانية في أبسط أشكالها، ويعد قطاع الخدمات الجامعية ممثلاً في الديوان الوطني للخدمات الجامعية، مؤسسة غاية في الأهمية ضمن أهم قطاع وهو وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وهذه الأهمية ناتجة عن المهمة الموكلة له، وهي تقديم خدمات عمومية (اجتماعية) للطلبة.

بل حرصت على توفير خدمات جامعية تتعلق بالإيواء والإطعام والنقل، والرعاية الصحية... والتي تكلف خزينة الدولة ميزانيات كبيرة جداً لتقديم مناخ ملائم للطلاب الجزائري، وتوفير له جو يسمح له بدراسة وتطوير مستواه.

ويعد الإطعام العمود الفقري للخدمات الجامعية في الجزائر، فالوجبات الغذائية في المطاعم الجامعية تقدم للطلبة بشكل شبه مجاني، وقد تم حدوث تغير في خدمات الإطعام الجامعي بعد الأزمة الهائلة التي عرفها العالم بأسره وهي أزمة كورونا (COVID-19) وقد مست العالم في إحداث تغيير جذري في قطاع الخدمات الجامعية ومنها خدمات الإطعام الجامعي، حيث يقوم الديوان الوطني للخدمات الجامعية بضمان تقديم خدمات الإطعام الجامعي وفق بروتوكول صحي يضمن للطلبة أمنهم وسلامتهم وفي نفس الوقت يحقق إشباعاً لحاجاتهم ورغباتهم ويحقق رضاهم، من أجل عدم التوجه إلى خدمات الإطعام الخاص التي أصبحت تسجل عجزاً في تلبية الطلب عليها خاصة في أوقات الأزمة، وعدم التزام البعض منها بإجراءات الوقاية، وذلك من خلال الاهتمام بجودة خدماتها ومعرفة آثارها على رضا الطلبة عن خدمات الإطعام الجامعي لأن رضا الطلبة يوثق صلته بالمؤسسة المقدمة للخدمة خاصة في ظل أزمة كورونا (COVID-19).

1- إشكالية الدراسة:

تعد دراسة جودة الخدمة من أكثر مجالات البحث اهتماماً من طرف الباحثين، لما لها من آثار مباشرة على نجاح ورقي المؤسسات، الأمر الذي استدعى البحث عن مستوى جودة الخدمة في مجال خدمات الإطعام الجامعي وأثرها على رضا العملاء (الطلبة).

مما سبق تقديمه نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

هل يوجد أثر لجودة خدمات الإطعام الجامعي على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID_19)؟

وستندرج في معالجة مختلف جوانب الإشكالية المطروحة بالإجابة على جملة تساؤلات فرعية نسوغها كما يلي:

- ماذا نعني بجودة الخدمات؟
- ما هي المعايير التي يعتمد عليها في تقييم جودة الخدمات؟
- ما مفهوم الإطعام الجامعي؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة خدمة الإطعام الجامعي على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID_19)؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الملموسية على رضا الطلبة؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الإستجابة على رضا الطلبة؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد التعاطف على رضا الطلبة؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الإعتمادية على رضا الطلبة؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الأمان على رضا الطلبة؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لرضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي تعزى لمتغير الجنس؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لرضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي تعزى لمكان إقامتهم؟

2- الإطار المفاهيمي للدراسة:

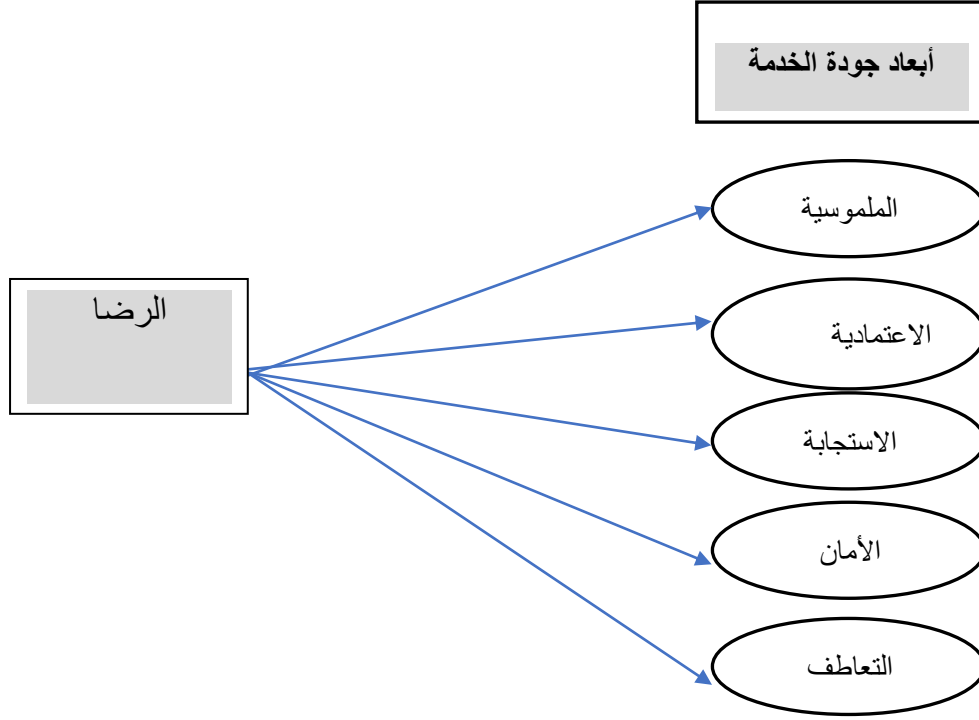
لقد تم بناء الإطار المفاهيمي للدراسة كما يوضح الشكل رقم (1) استنادا على ما جاء به الباحثين: (Aparsu Parasuraman, and Valarie A_ Zeithaml and Leonard L Berry)

في الدراسة المقدمة بعنوان:

(Aconceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (Servqual).

حيث تم الاعتماد على النموذج المقدم في الدراسة وقد قسمنا الإطار المفاهيمي إلى شقين، شق يمثل أبعاد جودة خدمات الإطعام الجامعي والشق الآخر يمثل رضا الطلبة كما يمثله الشكل رقم (1) التالي:

الشكل رقم (1): الإطار المفاهيمي المقترح للدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين

3- فرضيات الدراسة:

للإجابة عن تساؤل الرئيسي، قمنا بافتراض الفرضيات التالية:

– الفرضية الرئيسية (H1): هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة خدمات الإطعام الجامعي على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID_19) عند مستوى الدلالة 0.05؟
والتي تتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

❖ H1₁: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة لبعد "الموسمية" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID_19)؟

❖ H1₂: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعد "الاستجابة" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID_19)؟

❖ H1₃: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعد "التعاطف" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID_19)؟

❖ H1₄: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعد "الاعتمادية" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID_19)؟

❖ **H1₅**: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعء " الأمان " على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID_19)؟

- **الفرضية الثاني (H₂)**: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي تعزى لمتغير الجنس؟
- **الفرضية الثالثة (H₃)**: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي تعزى لمكان إقامتهم؟

4- أسباب اختيار الموضوع:

- لفت الانتباه لأهمية والمداومة على جودة خدمات الإطعام وفق بروتوكول صحي سواء في أزمة صحية أو بدون أزمة صحية.
- معايشة الموضوع ومختلف الممارسات المتعلقة به من قبل مجتمع الدراسة وكثرة الشكوى منه.
- محاولة لفت انتباه إدارة الخدمات الجامعية لأهمية جودة الخدمات في كسب رضا الطلبة.
- الوقوف على مدى اهتمام إدارة الخدمات الجامعية بجودة خدمة الإطعام وفق البروتوكول الصحي الذي تقدمه للطلبة.
- محاولة كشف مدى تأثير جودة خدمة الإطعام الجامعي وفق البروتوكول الصحي على رضا الطلبة.

5- أهمية الدراسة وأهدافها:

- أ- **أهمية الدراسة**: تكمن أهمية هذه الدراسة في توضيح أهمية قياس جودة خدمات الإطعام الجامعي وفق البروتوكول الصحي في تحقيق رضا الطلبة وبالتالي تحسين مستوى جودة خدمات الإطعام الجامعي، كما أن التعرف على المعايير التي يوليها الطلبة أولوية عند تقييمهم لجودة خدمات الإطعام الجامعي وفق بروتوكول صحي، حيث يساعد إدارة الخدمات الجامعية على تطوير أسلوب تقديم الخدمات وفقا لما يرغب فيه الطلبة، وبالتالي تحقيق مستويات رضا أعلى عند الطلبة، ومن جهة أخرى فإن تطبيق توصيات الدراسة ينعكس إيجابا على مستوى جودة الخدمات المقدمة من قبل إدارة الخدمات الجامعية، وبالتالي سيستفيد الطلبة من خدمات الإطعام ذات نوعية تحقق رضاهم.

ب- **أهداف الدراسة**: تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- قياس أثر جودة خدمات الإطعام الجامعي ومختلف أبعادها على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID_19)
- معرفة الأبعاد الأكثر تأثيرا في مستوى رضا الطلبة.
- معرفة مستوى تقييم الطلبة لجودة خدمات الإطعام الجامعي وفق البروتوكول الصحي.
- الكشف عن مستوى الرضا العام للطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي وفق البروتوكول الصحي.

6- حدود الدراسة:

نظرا لخصوصية موضوع الدراسة الذي يفرض على الباحث التواجد في مكان مزاولة النشاط الخدمي وملاحظة مختلف مراحل تقديم خدمات الإطعام الجامعي وفق البروتوكول الصحي، فقد حدد الإطار المكاني لهذه الدراسة بالمطاعم (الإقامة والجامعة) داخل المركز الجامعي عيد الحفيظ بالصوف بميلة.

أما فيما يخص الإطار الزمني لجمع البيانات عن العينة المدروسة فكان خلال الفترة الممتدة من يوم الاثنين 17 ماي 2021 إلى غاية الثلاثاء 25 ماي 2021.

7- المنهج المتبع في الدراسة:

من أجل دراسة الموضوع دراسة وافية والإحاطة بكل التساؤلات المطروحة، سنلجأ إلى المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، حيث يتعلق المنهج الوصفي بالجانب النظري الذي يعتبر الخطوة الأولى للمهدة للخطوة الثانية التي لا تقل أهمية عن سابقتها والمستجدة في الدراسة الميدانية التي تشكل القيمة المضافة للبحث، فقد تم استخدام المنهج الوصفي الذي يتناسب مع أغراض الدراسة النظرية، وذلك بالرجوع إلى الأدبيات المنشورة والمتعلقة بموضوع البحث من كتب، مقالات (باللغات المختلفة العربية والإنجليزية)، مذكرات، أطروحات، مجلات، مواقع إلكترونية، ولمعالجة الجوانب التطبيقية لجأنا إلى المنهج التحليلي كأسلوب لدراسة المتغيرات في الجانب الميداني حيث قمنا بتحليل البيانات المتعلقة من خلال استبيان كأداة رئيسية للبحث، صممت خصيصا لهذا الغرض ووزعت على عينة مكونة من 150 طالب، المقيمين في الإقامة الجامعية والغير مقيمين، كما تم الاستعانة بالبرنامج الإحصائي Spss الإصدار 20 لإجراء التحليل الإحصائي.

8- الدراسات السابقة:

- دراسة مزيان عبد القادر 2012:

تتأولت الدراسة " أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء " انطلاقا من الفرضية "، لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محددات جودة خدمات وكالة التأمين بأبعدها (الملموسية، الاعتمادية، التعاطف، الأمان) على رضا العملاء.

وتهدف الدراسة إلى تحديد الأهمية النسبية للمعايير التي يعتمد عليها الزبائن في تقييمهم لجودة الخدمات، وتمثلت توصيات الدراسة في تعزيز الاهتمام بمحددات جودة الخدمات لتحقيق رضا العملاء عن خدمات وكالة التأمين، واستقطاب الزبائن المحايدين، ومنح للعميل إمكانية التعبير عن آرائه اتجاه الخدمة والمنظمة على علبة الاقتراح ودفتر الشكاوي.

- دراسة د. عقون شراف 2016:

تناولت الدراسة أثر جودة خدمة على رضا العملاء تهدف هذه الدراسة إلى معرفة " أثر جودة خدمات النقل الحضري من خلال أبعادها، وتمثلت مشكلة الدراسة في البحث عن مستوى جودة خدمة في مجال النقل الحضري وأثرها على رضا العملاء، انطلاقاً من الفرضية القائلة أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لجودة خدمات النقل الحضري لمدينة ميله"، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هو وجود علاقة طردية إيجابية بين جودة خدمات النقل الحضري بمدينة ميله ورضا العملاء له، حيث قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات منها، الحرص على الاهتمام بالمسافرين وحسن معاملتهم والاستماع لشكاويهم والعمل على حلها.

- دراسة جابر بن عويشة 2017:

تناولت الدراسة "أثر جودة خدمة النقل الجامعي على رضا الطلبة"، هدفت الدراسة إلى قياس أثر جودة خدمة النقل الجامعي ومختلف أبعادها على رضا الطلبة، ومعرفة الأبعاد الأكثر تأثيراً في مستوى رضا الطلبة، حيث توصلت الدراسة إلى أن مستوى جودة خدمة النقل الجامعي من وجهة نظر الطلبة بالمركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف ضعيفة نوعاً ما، وأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) لأبعاد جودة الخدمة على رضا الطلبة حيث توصلت جودة خدمة النقل الجامعي تتأثر ببعدي إدارة التشغيل بالدرجة الأولى، حيث خلصت الدراسة بمجموعة من التوصيات منها الحرص على الاهتمام بالطلبة وحسن معاملتهم والاستماع لشكاويهم حرص على اهتمام ببعدي " دعم إدارة التشغيل " للرفع من مستوى جودة خدمة النقل الجامعي.

9- هيكل الدراسة:

من أجل معالجة إشكالية البحث، والوصول إلى الأهداف المرجوة واختبار الفرضيات التي تم اعتمادها، قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول، اثنان تتعلق بالجانب النظري والثالث دراسة حالة ميدانية، فخصصنا الفصل الأول للإطار النظري لجودة الخدمات وأبعادها، بحيث احتوى المبحث الأول على تعاريف للجودة وأبعادها، وتعاريف الخدمة ومستوياتها، أما في المبحث الثاني فخصص لأساسيات حول جودة الخدمة ابتداءً بمعاييرها ثم نماذج تقييمها، وكذلك العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون.

أما الفصل الثاني فتتمحور حول رضا الطلبة على خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا، فقمنا بالتطرق في المبحث الأول لكل من مفهوم الرضا وخصائص الرضا ومحدداته، كذا مفهوم رضا الطالب، أما المبحث الثاني فقدّمنا فيه تعريف للخدمات الاجتماعية الجامعية، وإلى مفهوم الإطعام الجامعي وأهدافه، كما تطرقنا إلى التعريف بأزمة كورونا (COVID_19).

وقد خصصنا الفصل الثالث لدراسة حالة خدمات الإطعام في المركز الجامعي لميلة من خلال أخذ عينة من مجموعة من الطلبة المقيمين بالإقامة الجامعية والغير مقيمين وإجراء عملية سبر آراء الطلبة من خلال استمارة أسئلة أعدت خصيصا لذلك، تم تفرغها وتحليلها إحصائيا، حيث قدمنا مشكلة الدراسة ومكان للدراسة الميدانية (مطاعم الإقامة الجامعية) وفروضها في المبحث الأول، ثم بينا المنهجية المتبعة في دراسة الموضوع وأخيرا اختتمنا الفصل بمبحث تحليل ومعالجة البيانات الذي قمنا فيه بتحليل البيانات المحصلة وشرحها واختتمنا دراستنا بمجموعة من التوصيات قدمناها في خاتمة الدراسة.

10 - صعوبات البحث:

تمثلت أهم صعوبات التي واجهها الباحث في عدم قدرتنا للتوصل إلى أي موضوع سابق عالج نفس الأمر في الجزائر لكون أزمة كورونا (COVID_19) حديثة الحصول، واعتباره الموضوع الأول للدراسة حول خدمات الإطعام في المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف ميلة.

أما في الجانب الميداني فكانت فيه مخاطرة في تعاملنا المباشر مع الطلبة بسبب الوضع الصحي بسبب أزمة كورونا (COVID_19) ولعدم التزام البعض بالوقاية الصحية (وضع الكمامة).

الفصل الأول: الإطار النظري لجودة الخدمات وأبعاده

تمهيد:

تلعب الجودة دورا مهما في إنتاج الخدمة، بحيث نجد أنها ذات أهمية سواء سلعة كانت أو خدمة، وقد ازداد إدراك المؤسسات الخدمية هي الأخرى لأهمية ودور تطبيق مفهوم الجودة في الخدمات المقدمة لتحقيق الميزة التنافسية، كما أصبح المستفيدون من الخدمات أيضا أكثر إدراكا واهتم أما لجودة الخدمات، لذلك أصبح التركيز على الجودة في الخدمة إلزاما كونها المؤثر المباشر على طلب الخدمة، باعتبارها الوسيلة التي تصنع المكانة التنافسية للمؤسسة الخدمية.

وعليه سنتناول في هذا الفصل مفاهيم أساسية حول الجودة وأهميتها وأبعادها ثم نتطرق إلى أساسيات حول مفهوم الخدمة وخصائصها ومستوياتها.

المبحث الأول: مفاهيم حول الجودة والخدمة

تعد الجودة في العصر الحالي إحدى الوسائل التنافسية التي تستخدمها المؤسسات لجذب المستهلكين، من أجل تحقيق التفوق في المنافسة، فقد تعددت التعاريف بين الكتاب والمهتمين بموضوع الجودة في وضع تعريف محدد لمعنى ومضمون الجودة وأبعادها.

المطلب الأول: أساسيات الجودة وأهميتها

أولاً: ماهية الجودة

الدين الإسلامي الحنيف أعطى اهمتاً واسعاً في التوكيد على العمل الجاد وهو ما نصت عليه الآية القرآنية: قال الله تعالى: ﴿وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ﴾ (التوبة آية، 105)، أما السيرة النبوية الشريفة فهي حافلة بالأحاديث التي تعظم العمل وإجادته، فيقول رسول الله صلى الله عليه وسلم "إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه" فظلاً عن أن التربية الإسلامية الصحيحة تغرس في نفس المؤمن مبدأ الرقابة الذاتية بحيث يباشر المؤمن عمله بإخلاص و أمانة دون خوف من احد أو طمع في منصب، وإنما فقط على أساس تقوى الله وخشيته.

ثانياً: تعريف الجودة

لقد جرت محاولات عديدة في تقديم تعريف للجودة وكانت كل من التعاريف تتولى إبراز صفة معينة تقوم بالتمحور حولها، وبصرف النظر عن الاختلافات التي أبرزتها تلك المحاولات إلا أن هناك بعض التعريفات فرضت نفسها على الفكر الإداري وذلك لما اتصفت به من موضوعية وتعبير دقيق عن مفهوم الجودة، ونذكر منها ما يلي:

الجودة لغة: يرجع مفهوم الجودة (Quality) إلى الكلمة اللاتينية (Qualities) والتي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة الصلابة (مأمون الدرادكة، 2002، ص15).

اصطلاحاً: تعددت التعاريف بين الكتاب والمهتمين بموضوع الجودة في وضع تعريف محدد لمعنى ومضمون الجودة وأبعادها المختلفة، وعليه هناك عدة تعاريف للجودة أهمها:

تعريف الجمعية الأمريكية للتقنيين AFNOR: "هي قدرة مجموعة من الخصائص والمميزات الجوهرية على إرضاء المتطلبات المعلنة أو الضمنية لمجموعة من العملاء" (Danle Duret, Mourice Pilet, 2002, P21)

تعريف الجمعية الأمريكية لمراقبة الجودة: الجودة هي مجموعة الخصائص المتعلقة بالمنتج أو الخدمة، والتي يؤدي تفعيلها إلى إرضاء الحاجات المتوقعة أو المرغوبة.

تعريف كروسي فيليب: (مفكر أمريكي وهو أول من أسس كلية الجودة): هي التطابق مع احتياجات أو متطلبات، وهي تعتمد على صنع الأشياء الصحيحة أول مرة بواسطة جميع الأفراد العاملين. (كورتل، كحيلة، 2012، ص 13-14).

تعريف (Lovelock and waright 1999): هي درجة الرضا التي تحققها الخدمة للعملاء من خلال تلبية حاجاتهم و رغباتهم وتوقعاتهم.

تعريف قاموس (Oxford): الجودة هي درجة الأفضلية أو التميز .

التعريف الرسمي للجودة من قبل بعض المنظمات:

تعريف المنظمة الدولية للمعايير (ISO): هي الخصائص الكلية لكيان نشاط أو عملية أو سلة أو خدمة أو منظمة أو نظام أو فرد أو مزيج، منها التي تتعكس في قدرته على إشباع حاجات صريحة وضمنية. (قيادة والطائي، 2008، ص29).

وعرفت الجمعية الفرنسية للتقنيين **AFNOR** ضمن المواصفات القياسية الدولية الإيزو 9000 على أنها "قدرة مجموع من الخصائص والميزات الجوهرية على إرضاء المتطلبات المعلنة أو الضمنية لمجموعة من العملاء". (Daniel Duret.2002.P21).

ويقصد بالجودة أيضا: " مجموعة الصفات والخصائص للسلعة أو الخدمة التي تؤدي قدرتها على تحقيق الرغبات " (السلي، 1995، ص18).

من التعاريف السابقة نستنتج أن الجودة "هي الإيفاء بمتطلبات واحتياجات الزبون من حيث المواصفات المطلوبة للمنتج أو الخدمة".

ثالثا: أهمية الجودة (علوان، 2006، ص 97-98)

تعد الجودة أداة فعالة لتطبيق التحسين المستمر في النشاطات والعمليات الداخلية ويمكن تناولها كما يلي:

أ . **سمعة المؤسسة:** تستمد المؤسسة شهرتها من مستوى جودة منتجاتها، ويتضح ذلك من خلال العلاقات التي تربط المؤسسة مع المجهزين، وخبرة العاملين ومحاولة تقديم منتجات تلبي رغبات وحاجات زبائن المؤسسة.

ب . **المسؤولية القانونية للجودة:** تزداد باستمرار عدد المحاكمات التي تتولى النظر والحكم في قضايا مؤسسات تقوم بتصميم منتجات أو تقديم خدمات غير جيدة من جراء استخدامه لهذه المنتجات.

ج . **حماية الزبون:** تطبيق الجودة في أنشطة المؤسسة ووضع مواصفات قياسية محددة، تساهم في حماية الزبون من الغش التجاري ويعزز الثقة في منتجات المؤسسة، وعندما يكون مستوى الجودة منخفضا يؤدي إلى أحجاب الزبون عن طلب منتجات المؤسسة، إذ أن عدم رضا الزبون هو فشل المنتج الذي يقوم بشرائه

وعدم جودة المواصفات الموضوعية، حيث ظهرت جماعات حماية الزبون لحمايته وإرشاده إلى أفضل المنتجات والأكثر جودة وأماناً.

د- التكاليف والحصة السوقية: تنقيد الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل الإنتاج من شأنه أن يتيح الفرص لاكتشاف الأخطاء، وتلاقيها لتجنب كلفة إضافية.

هـ. المنافسة العالمية: فالتغيرات السياسية والاقتصادية ستؤثر في كيفية توقيت وتبادل المنتجات إلى درجة كبيرة في السوق الدولي التنافسي، في عصر المعلومات والعولمة، وتكتسب الجودة أهمية متميزة إذ تسعى كل مؤسسة والمجتمع إلى تحقيقها بهدف التمكين من المنافسة العلمية وتحسين الاقتصاد بشكل عام، والحصول على مواطئ قدم في السوق العالمية.

المطلب الثاني: أبعاد الجودة

يوجد اختلاف بين السلع والخدمات فإن أبعاد الجودة السلع لا يمكن استخدامها لجودة الخدمة، حيث تتمثل أبعاد الجودة الخاصة بالخدمة فيما ينسجم مع طبيعة الخدمة المتمثلة في عدم الملموسية وغيرها من الخصائص التي تتميز بها عن السلع المادية في ما يلي: (الطائي وقداة، 2008، ص 37-38)

زمن التسليم (Time): كم ينتظر العميل للحصول على دوره في تقديم الخدمة ومدى الدقة في الالتزام بالموعد المحدد مسبقاً للتسليم.

- الإتمام (Completeness): مدى إتمام كافة جوانب الخدمة.
- التناسق (Consistence): مدى التماثل والنمطية في الخدمة المسلمة لكل عميل.
- الدقة (Accuracy): مدى انجاز الخدمة بصورة صحيحة من أول مرة.
- الكياسة (Courtesy): مدى ترحيب العاملين بكل عميل وللجميع دون تمييز.
- سهولة المنال (Comvenience): مدى يسر الحصول للخدمة.
- الاستجابة (Responsiveness): مدى قيام العاملين على تقديم الخدمة بالتفاعل سريعاً مع ما هو غير متوقع أو خاص لدى العميل.
- الملموسية (tangibles): مدى توفر شواهد مادية للخدمة.
- الأهلية (Competence): مدى توفر المهارات والمعارف والمعدات لتقديم الخدمة.
- الأمان (Security): مدى خلو تقديم الخدمة من الإخطار.

المطلب الثالث: مفهوم الخدمة

سنتناول في ما يلي: تعريف الخدمة وخصائصها، وأهمية وأهداف الخدمة.

يقول نايك جوهنس (Nick Johns) إن كلمة خدمة (Service) ثرية بالمعاني ولها مفاهيم متعددة، مما أدى بالكثير للوقوع في مشاكل عند وضعهم لمفهومها في أدبيات إدارة الأعمال "Management"، فهي في الحالات الأساسية لمعانيها يمكن أن ترادف كلمة صناعة "Industry" مخرجات "Process"، أما إذا أخذنا سيرورة الخدمة "Service Process" والتي تعني في نفس الوقت -الخدمة- نجدها مرتبطة بعدة مفاهيم أخرى هي: تقديم الخدمة "Service Delivery" التفاعل بين الأشخاص "Interpersonnel interaction" كما يمكن أن تعني الأداء في معناها العام، أو أن تعني تجربة المستهلك للخدمة، ولهذا على الباحث توضيح معناها بصورة كافية. (غيشي، 2006، ص10)

مما سبق نلاحظ أن مفهوم الخدمة لا تقل عمقا عن مفهوم التسويق، حيث انعكس ذلك في ظهور العديد من التعاريف

فقد عرفته الجمعية الأمريكية الخدمة على أنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة". (الطائي والعلاق، 2013، ص 33)

إلا أن هذا التعريف يتسم بكونه ضعيفا فظلا عن عدم تمييزه بصورة كافية بين السلعة والخدمة.

وعرف Bull الخدمة على أنها: "عبارة عن الأنشطة أو المنافع التي تعرض للبيع أو يرتبط تقديمها بالسلع المباعة". (الصميدعي ويوسف، 2010، ص22)

كما عرفت الخدمة على أنها: "أي نشاط أو سلسلة من الأنشطة ذات طبيعة غير ملموسة في العادة، ولكن ليس ضروريا أن تحدث عن طريق التفاعل بين المستهلك ومقدمي الخدمة". (الضمور، 2005، ص18)

ركز هذا التعريف على خاصية غير ملموسة وأن تلقي الخدمة من مقدمها لا يحدث بالضرورة عن طريق التفاعل بينه وبين المستهلك.

المطلب الرابع: الخدمة خصائصها، أهميتها وأهدافها

أولا: خصائص الخدمة

• عدم الملموسية (Intangibility): (Lovelock and Gummesson, 2004, P 26, Ibid)

يلخص العديد من الباحثين عدم الملموسية، في عدم قدرة المستهلك على التعرف على المنتج الخدمي من خلال لمسه أو شممه أو رؤيته أو الإحساس به قبل استهلاكه، أي عدم الملموسية المادية، لكن زاد هذا البعد الباحث (Bateson, 1979) عدم الملموسية الذهنية، والتي أكدت فيما بعد من خلال الدراسة التي قام

بها كل من (Beilem & Sempls، 2003)، وهو بحث كمي بينا فيه وجود بعدين لعدم الملموسية واحد مادي وآخر ذهني يتعلق بعدم القدرة على تصوير أو تشكيل أو فهم المنتج الخدمي.

هناك عدة تعاريف قدمها العديد من الباحثين، فكوتلير (2003) يرى أن الفرق بين المنتج المادي والخدمي واضح، لأن المنتج الخدمي هو منتج لا يمكن لمسه أو رؤيته أو تجربته أو سماعه أو إحساسه أو شمه قبل شرائه، أما (Korin et Al، 2003) فيرى أن الخدمة لا يمكن لمسها أو رؤيتها قبل شرائها، فهي صعبة للتقييم، ويتفق معه في ذلك كل من (Solomon and Stuart، 2003)

• عدم النمطية (Hetrogeneity): (Lovelock and Gumesson، 2004، P 27، Ibid)

تتمثل هذه الخاصية في الصعوبة التي وجدها مصنعو الخدمات في جعل مخرجاتهم ذات مواصفات موحدة، أي تصبح نمطية (Standaeized) موحدة القيمة لمختلف الزبائن، وقد اهتم الباحثون لأمر تغيير مخرجات الخدمة من زاويتين أولاً من زاوية التسويق والثاني من زاوية العمليات التي تمر بها الخدمة عند التقديم، فيرى كل من (Sasser & Wyckoff، 1978) أن التحدي الذي نواجهه في تمييز الخدمات يرجع إلى السلوك، حيث أن الأداء لدى العمال لا يختلف فقط بين العمال ولكن لدى نفس العامل عند تقديمه الخدمة من زبون لآخر ومن زمن لآخر.

• التلازمية (Inseparability):

يرجع مفهوم التلازمية في الإنتاج والاستهلاك إلى اعتبار المستهلك جزء من عملية تقديم الخدمة، وشمولها العديد من العوامل منها: حضور المستهلك مع باقي المستهلكين الآخرين، هذه العناصر كان لها قدر كبير في التفريق بين السلع والخدمات.

ويطلق على مفهوم مشاركة العميل في إنتاج الخدمة بـ Comproducer خصوصاً لتوضيح ظاهرة تحول تقديم الخدمة من مقدم الخدمات إلى المستهلك نفسه، فتطلق كلمة (Coproducton) على مفهوم التحدي الإداري الذي يظهر عندما يصبح المستهلك جزءاً من موظفي مقدمي الخدمة، أي يصبح "المستهلك يشارك في تقديم الخدمة من خلال الخدمة الذاتية".

• الفئائية (Perishability):

الفكرة الأساسية التي يدور حولها مفهوم الفئائية هي أن الخدمة لا يمكن أن تحفظ أو تخزن لإعادة استعمالها عند الضرورة، هذا الأمر بدوره ولد تحديات إدارية خصوصاً في إدارة تدفقات الزبائن، حيث يطرح السؤال كيف نعالج مشكل تدفقات الزبائن المتغير مع الزمن؟

وقد عالج التسويق هذا المشكل من خلال نظام إدارة للأسعار يعرف بـ (Yeild Management) حيث ترفع الأسعار في فترة ذروة التدفقات وتخفض عند نقصانها، مما يوازن في تدفقات الطلب على الخدمة، لكن

هذا الأمر يمكن أن يؤثر على الزبائن المفضلين، مما دفع الباحثين لاقتراح حلول أخرى تمثلت في تجزئة طالبي الخدمة إلى أقسام (Class 1, Class 2...)، ويمكن ملاحظة ذلك خاصة في شركات الطيران. إن فكرة الفئائية ليست ثابتة دائماً، فالتكنولوجيا ساعدت في تحويل بعض الخدمات التي كانت تمتاز بهذه الصفة إلى منتجات يمكن حفظها، نذكر منها الدروس التي يقدمها الأساتذة، أصبحت توضع داخل أقراص مضغوطة (DVD) ثم تباع في الأسواق، كما يمكن الاحتفاظ بها لمدة طويلة، لكن هذا الأمر لا يمكن تعميمه على كل الخدمات.

• **عدم الملكية (No Ownership):** (الورثاني، 2019، ص 83-84)

يضيف Kotler وزملائه (2005) خاصة خامسة للخدمات وهي "غياب الحياة" عند شراء الزبون لسيارة فإنه في الحالة الطبيعية يمكنه استعمالها في أي وقت أراد، ويمكنه بيعها متى يشاء، أو يهديها لمن يشاء، فهنا يتمتع الزبون بحق التصرف بملكيتها، لكن في الخدمات تفقد صفة التصرف في الملكية، فمثلاً الغرفة التي يحجزها الزبون في الفندق لا يحوزها، والكرسي في الطائرة الذي يجلس عليه للاستفادة من خدمة السفر لا يملكه، ومقعد الدراسة ليس ملكاً للطالب، لذلك تعرف الخدمات على أنها أداء يقدم ولا يملك.

يقصد بغياب الحياة في الخدمات: "بفقدان حق التصرف في الملكية".

إن عدم تحويل الملكية من طرف إلى آخر يشكل خاصية تميز الخدمات عن السلع، فبالنسبة للخدمات يعتبر الزبون هو الوحيد الذي له الحق في الانتفاع بالخدمة لفترة محددة دون أن يملكها أو ينقلها إلى شخص آخر

ثانياً: أهمية الخدمة

إن أهمية الخدمات يستمد من تزايد الطلب على نتيجة العوامل التالية: (زاهر، 2011، ص 42)

- ظهور منتجات جديدة ارتبطت بها خدمات كثيرة تسير من الأداء الوظيفي لها، مثل: خدمات الكمبيوتر، وسائل الاتصالات... الخ.
- ارتفاع الدخل الفردي للكثير من أفراد المجتمع، وما ترتب عليه من تزايد درجات الرفاهية لهذه الفئات، ومن ثم استخدام أنواع معينة من الخدمات المتميزة، مثل: خدمات التنظيف الآلي للملابس.
- تزايد التعقيد والتنوع في قطاع الخدمات المقدمة، دفع الكثير من المنشأة إلى البحث عن شركة متخصصة أو توظيف أخصائيين لأداء تلك الخدمات.

ثالثاً: أهداف الخدمة (زاهر، 2011، ص 43-42)

للخدمة عدة أهداف تتمثل في ما يلي:

- تشجيع روح المبادرة الفردية في إيصال المعلومات التي من شأنها وقاية المجتمع من أية أضرار بمصلحته

العامّة.

- أهمية الإحساس الذاتي بمسؤوليتنا جميعا في توفير بيئة مستقبلية آمنة لأبنائنا.
- اشتراك كافة المواطنين المقيمين في عملية الحفاظ على امن المجتمع واستقراره.
- توفير قناة اتصال سهلة وسريعة وفعالة وآمنة.
- توعية الجمهور بأهمية المعلومات، وعدم تقليل من شأن أية ملاحظة أو معلومة صغيرة.
- إيضاح الدور الايجابي للمعلومات التي يقدمها الجمهور وأهميتها لتقليل من المخاطر وحماية المجتمع.
- العمل معا يدا بيد للمحافظة على استمرار الأمان والاستقرار الذي ينعم به.

المطلب الخامس: مستويات الخدمة (الضمور، 2002، ص19)

من خلال التصنيفات السابقة يتضح لنا إن الخدمات لا تتكون فقط من إشباع وحيد المنفعة، ولكن متعددة المنافع، ومنه وجدت فكرة حزمة المنافع "Bundle of Benefits".

1. حزمة المنافع: تتضمن التسهيلات الداعمة للخدمات المدركة والضمنية، هذا المصطلح يعد مهما في فهم سلوك المستهلك، فهو يعكس ما يتوقع المستهلكون الحصول عليه (Filzummons and (1999) Filzummons، فالمستهلكون عموما يقارنون بين الفوائد التي يحصلون عليها والتكاليف التي سوف يتحملونها، محاولين الحصول على ميزان صفقة في صالحهم، فهم يقومون بالكثير من المقارنات، لما تتضمنه حزمة المنافع المعروضة عليهم، فالمستهلك لا يكتفي بالخدمة الأساسية كالنوم مثلا في حالة الفنادق، ولكنه دوما يبحث على خدمات إضافية، كخدمة المصاعد، الأكل، الترفيه، والأمن على السيارات... الخ، إن هذه الأفكار جعلت المسوقين يسمون الخدمة إلى قسمين، الخدمة الجوهر (Core Service) والخدمات المحيطة تدعى أحيانا بالخدمات التسهيلية " Peripheral (Normann.1991) Service".

2. الخدمة الجوهر: هي حقيقة الإشباع الذي يبحث عنه الزبون -النوم مثلا- أما الخدمات المحيطة فهي تلك الخدمات التي تسهل الحصول على زبائن لتسويق الخدمة الجوهر، فهي محل بحث وتطوير دائم، حيث قامت الكثير من الشركات بتحويلها من خدمة مسهلة فقط إلى خدمة أساسية جديدة.

3. الخدمات المحيطة: ان الخدمات المحيطة غالبا ما تستعمل لإيجاد ميزة تنافسية، مما جعل المنظمات تقوم بتصنيفها لغاية إيجاد الحزمة المناسبة لعملها وسوقها المستهدف، وبناءا على ذلك قام لوفلوك Lovelock (1996)، بتصنيف الخدمات المحيطة إلى ثمان مجموعات نذكرها مع أمثلة عليها مخصصة في الجدول

أدناه. (الضمور ، 2002، ص172)

الجدول رقم (1): تصنيف الخدمات المحيطة

الخدمة المحيطة	أمثلة
المعلومات Information	لوحات إرشادية عن موقع الخدمة: قائمة الأسعار الضمانات تأكيدات الحجز ساعات العمل الخدمات الإضافية شروط البيع الوثائق
الاستشارات Consultations	النصائح الشخصية الاستشارات الفنية والإدارية التدريب على استعمال المنتج التدقيق
استلام الطلبات TakingOrders	الطلبات: العضوية في نادي أو برنامج أو الاشتراك في الخدمات، طلبات التسجيل. إدخال الطلب: من موقع محدد، أو بالبريد أو الهاتف. الحجوزات: المقاعد، الطاولة، الغرف، مواعيد مع المحترفين.
الضيافة Hospitality	الترحيب حمامات الأمن والحماية الأطعمة والشراب مظلات النقل
حماية ممتلكات العميل Safekeeping	العناية بالممتلكات التي يجعلها العميل معهم: العناية بالأطفال خدمات مواقف السيارات غرفة الإيداع أو التخزين حماية السلع المشتراة أو المستأجرة من قبل العملاء التغليف . النقل . التحميل . التسليم . التصليح . التشغيل . التنظيف . الفحص . الصيانة.
الاستثناءات Excetions	• طلبات خاصة مهمة عند تقديم الخدمة: حاجات الأطفال • معالجة اتصالات خاصة: الشكاوي . الاقتراحات • حل المشاكل: . حل الصعوبات الناتجة عن استخدام المنتج الضمانات والكفالات • المسترجعات: . إعادة النقود . تصليح مجاني للسلع غير السليمة . التعويض عن الخدمة غير الجيدة
اعداد الفواتير	كشوفات دورية عن حسابات العميل . آلة لعرض القيمة المستحقة للدفع

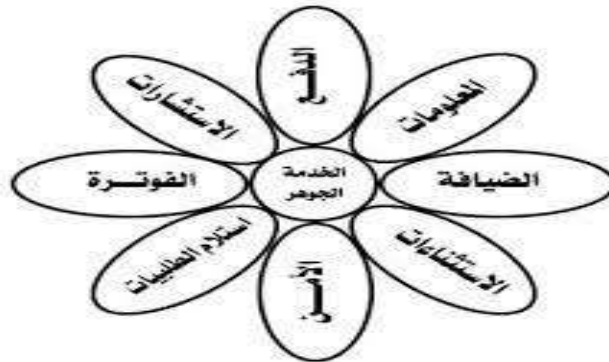
Biling	. فواتير عن المعاملات الفردية . الفواتير المعدة من قبل العملاء
الدفع Payment	. الخدمة الذاتية:... مقدار المبلغ المطلوب ووضعه في الآلة، أو وضع نقود مع إمكانية الصرف، إدخال بطاقة مدفوعة سلفاً (الو في خدمات جيزي مثلاً)، إرسال شيك بالبريد... الخ . الدفع مباشرة أو من خلال وسيط: للدفع النقدي أو تسليم شيك ، الخصم الاتوماتيكي من الحساب مثل البنوك.

المصدر: بالتصرف/ الضمور ، 2002، ص 175. 180

. نموذج الزهرة للوفلوك (Lovelock):

هذا التقسيم الذي قدمه الباحث (Lovelock)، يوضحه في شكل وردة أو زهرة ويطلق عليه اسم زهرة الخدمات " Flower of Services " وهي عبارة عن ثمانى بتلات تمثل الخدمات المحيطة تحيط بقلب الزهرة الخدمة الأساسية . والشكل رقم (2) الموالي يقدم توضيحاً أكثر .

الشكل رقم (2): زهرة الخدمات



المصدر: الضمور 2002، ص 173

تمثل كل واحد من هذه البتلات المحيطة، خدمة تسهيلية لاستهلاك الزبون للخدمة الجوهر يمكن أن تكون محل دراسة وتطوير من طرف المؤسسات لتصبح في النهاية بدورها خدمة جوهر جديدة.

إن هذه التفرعات المتواصلة في الخدمات الجوهر أوجدت تجارة سريعة النماء، أسست لظهور فرع اقتصادي مهم، يعرف اليوم باقتصاد الخدمات.

المبحث الثاني: أساسيات حول جودة الخدمة

تلعب جودة الخدمة دورا مهما في تصميم الخدمة وتسويقها، حيث أنها ذات أهمية لكل من مقدمي الخدمة والمستهلكين وقد ازداد إدراك المؤسسات الخدمية لأهمية ودور تطبيق مفهوم الجودة لتحقيق الميزة التنافسية فقد أصبح موضوع تطبيق الجودة الموضوع الأكثر إدراكا واهتم أما بالجودة.

وسنتناول في هذا المبحث: مفهوم جودة الخدمة وأهميتها، أبعادها ثم نماذج تقييم جودة الخدمة، وفي الأخير سنتناول العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون.

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة وأهميتها

أولاً: مفهوم جودة الخدمة

لجودة الخدمات العديد من التعاريف من بينها ما يلي:

تعرف جودة الخدمة بأنها تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وبصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين. (نور محي الدين، 2017، ص 28)

تعرف الجودة على أنها ذلك الفرق الذي يفصل العمل عن الخدمة والجودة التي يحس بها بعد استعماله للخدمة، أو بعد تقديمها له (Gerara toquer, Mechal, longlois, marketing des services, Op, cit, p 459)

جودة الخدمة "تعتبر المقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة، لتقابل توقعات العملاء إذن هي مدى تطابق توقعات الزبائن مع الخدمة المقدمة فعلا من قبل مقدم الخدمة (علوان، 2005، ص 125)

(Bedira) يعرفها على أنها مستوى متعادل لصفات تتميز بها الخدمة المبنية على قدرة المؤسسة الخدمية واحتياجات الزبائن بالإضافة إلى صفات تحديد قدرة جودة الخدمة على إشباع حاجاتهم ورغباتهم وهي مسؤولية كعامل داخل المؤسسة. (نور محي الدين، 2017، ص 29).

كما يقصد بجودة الخدمة " جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة، أي التي يتوقعها العملاء أو التي يدركونها في الواقع العملي، وهي المحدد الرئيسي لرضا المستهلك أو عدم رضاه وتعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسة للمنظمات التي تريد تعزيز مستوى النوعية في خدماتها، ويشير هذا التعريف، إلى ثلاث نقاط رئيسة هي:

ترتب مستويات جودة المنتج الخدمي إلى ثلاث مراتب، وهي: (مزيان، 2011، ص 42)

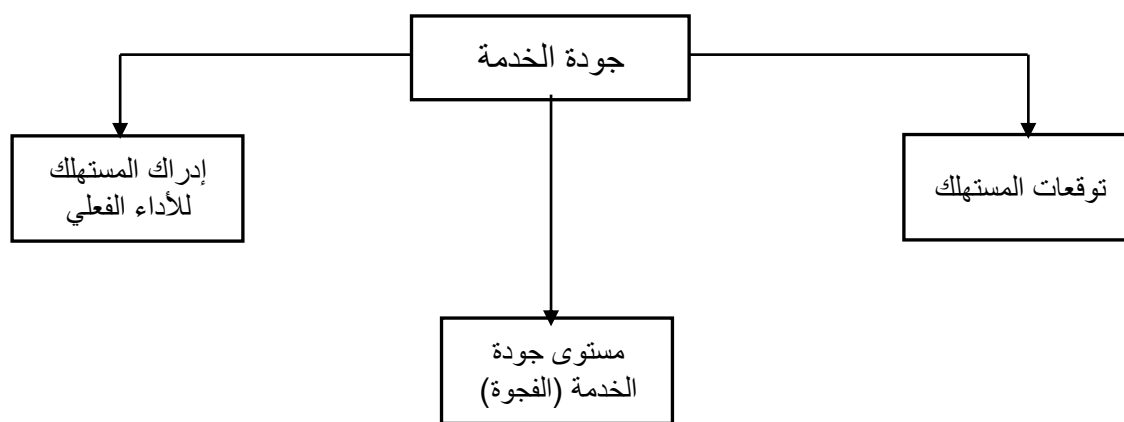
جودة الخدمة الفعلية: وتتمثل في المستوى الفعلي لأداء الخدمة، فهي الجودة التي يشعر بها الزبون أثناء تجربة حصوله على الخدمة.

جودة الخدمة المدركة: وهي الجودة التي يدركها الزبون عند قيامه بالمقارنة بين الجودة المتوقعة والجودة المجربة.

جودة الخدمة المتوقعة: وتعرف على أنها تمثل توقعات العميل لمستوى جودة الخدمة المقدمة، وتعتمد على إحتياجات العميل، وخبراته، وتجاربه السابقة، وثقافته، واتصالاته بالآخرين. (عبد القادر، 2005، ص.258)

مما سبق يتبين لنا بان جودة الخدمة ما هي إلا تطابق بين الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات وتطلعات الزبائن لهذه الخدمة كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (3): مفهوم جودة الخدمة



المصدر: علوان، 2005، ص.90.

يتضح من الشكل رقم (3) أن مفهوم جودة الخدمة الفرق بين توقعات المستهلك وإدراكه للأداء الفعلي، وهو الذي يحدد مستوى جودة الخدمة أو ما يطلق عليه بالفجوة، ويمكن التمييز عن ذلك رياضيا كما يلي: (علوان، 2005، ص 90-91)

" جودة الخدمة = توقعات المستهلك . إدراك المستهلك للأداء الفعلي "

في ضوء هذه المعادلة يمكن ذكر ثلاث مستويات للخدمة حسب جودتها هي:

- الخدمة العادية: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتساوى إدراك المستهلك لأداء الخدمة مع توقعاته المسبقة عنها.
- الخدمة الرديئة: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتدنى الأداء الفعلي للخدمة عن مستويات التوقعات بالنسبة لها.
- الخدمة المتميزة: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يفوق أو يتجاوز الأداء الفعلي للخدمة توقعات المستهلكين بالنسبة لها.

ثانياً: أهمية جودة الخدمة (الصميدعي، والطائي، 2010، ص95).

لجودة الخدمة أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات التي تهدف إلى تحقيق النجاح والاستقرار، ففي مجال الخدمات المستهلكون والموظفين يتعاونون معا من أجل إنتاج الخدمة وتقديمها، وعليه فعلى المؤسسات الاهتمام بالموظفين والمستهلكين معا.

وتكمن أهمية جودة الخدمة فيما يلي: (الصميدعي، والطائي، 2010، ص95).

- **الرؤيا الإستراتيجية:** تتكون لدى منظمات الخدمة الراقية تصورات دقيقة وواضحة حول طبيعة زبائنها واحتياجاتهم الفعلية، مما يجعلها تكسب ولائهم الدائم، أن مثل هذا التصور أو الرؤيا ضروري وأساسي لمنظمات إذا ما أرادت خلق ولاء للزبائن الذين يتعاملون معها، وان هذه الرؤيا يجب أن تتحول إلى اتجاهها ونهجها استراتيجيا للعمل به.
- **التزام الإدارة العليا والعاملين بمفهوم الجودة:** أن إحدى سمات المنظمات الخدمية التي تميزها هو التزامها الكامل بنوعية وجودة خدماتها، حيث تبحث إدارتها ليس فقط عن الأداء الحالي وإنما عن كيفية أداء الخدمة بشكل أفضل وبواقع معدل كل شهر ويتم التخلص من كل شيء لا ينطبق عليه المواصفات التي لا تتسجم مع طموحات المستفيد وإدارة المنظمة الخدمية.
- **وضع قياسات عليا لجودة:** ضرورة أن تقوم المنظمات الخدمية بوضع قياسات محددة لنوعية وجودة الخدمة المقدمة، ويتم في كل فترة اختيارها عن طريق إجراء البحوث واستقصاء آراء زبائنها، من اجل تعديل تلك القياسات بما يتناسب مع التطورات الفنية والتكنولوجيا التي يشهدها العالم في مجال العمل في القطاع الخدمي بشكل عام.
- **وضع أنظمة لمراقبة أداء الخدمة:** أن المنظمات الخدمية المتميزة تتابع باستمرار أداء خدماتها وخدمات منافسيها وتستخدم عدد من الوسائل لقياس الأداء اعتمادا على آراء الزبائن والمقترحات والشكاوي وفرق مراقبة الخدمة، وتقوم المنظمات الخدمية بإرسال بطاقات معينة إلى منازل زبائنها لمعرفة مستوى أداء خدمات العاملين فيها.
- **أنظمة إرضاء المشتكين من الزبائن:** أن احد المؤشرات الأساسية للتمييز المنظمة الخدمية هو قدرتها على الاستجابة وبسرعة لشكاوي زبائنها ومعالجتها بشكل يخلق حالة الرضا لديهم، ويولد لديهم الشعور بان هناك من يهتم بهم وبرغباتهم وهذا، سوف يعزز العلاقات العامة بين العاملين في المنظمة والزبائن.
- **إرضاء العاملين والزبائن في أن واحد:** إلى جانب ما تقدمه المنظمات الخدمية المتميزة من خدمات لزبائنها في مجال تطوير جودة ونوعية الخدمة، فإنها أيضا تقدم أداء تسويقيا داخليا لمساعدة العاملين ومكافئة أدائهم الجيد نظرا لإيمانها بان علاقة المنظمة الخدمية بالعاملين تنعكس سلبا أو إيجابا على علاقتهم بالزبون.

المطلب الثاني: معايير (أبعاد) جودة الخدمة

حسب الباحثين (Parasuraman, Zeithaml and berry) هناك خمسة أبعاد لجودة الخدمة تتمثل فيما يلي: (خثير، ومرامي، 2017، ص32-33)

1. **الاعتمادية:** وهذا البعد من الأبعاد الخمسة الأكثر ثباتا ويكون الأكثر أهمية في تحديد إدراكات جودة الخدمة عن الزبائن وتعرف الاعتمادية بأنها القدرة على تقديم وعود الخدمة بشكل موثوق ودقيق.
2. **الأمان (الثقة):** خلق وكسب الثقة، حيث تعد الثقة بشكل عام عنصرا أساسيا ومهما للعلاقات التبادلية الناجحة فهي تمثل الرغبة والاستعداد واعتماد الطرف الآخر في تبادل تجاري معين يضع فيه الزبون ثقته الكاملة.
3. **الاستجابة:** ويتضمن هذا البعد أربعة متغيرات، تقيس اهتمام المؤسسة بإعلان زبائنها بوقت تأدية الخدمة، وحرص موظفيها عن الاستجابة الفورية لطلباتهم ، الرد الفوري على استفسارات والشكاوي.
4. **الملموسية:** وتشمل التسهيلات المادية والمعدات ومظهر الموظفين ومواد الاتصال، وجاذبية المظهر الخارجي للمنظمة، والتصميم الداخلي للمنظمة.
5. **التعاطف:** وتعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للزبون، تحلي مقدمي الخدمات بالأدب وحسن التعامل، فهم ومعرفة احتياجات الزبائن، ملائمة ساعات العمل، تقدير ظروف الزبون والتعاطف معه.

المطلب الثالث: نماذج تقييم جودة الخدمة (Services Quality Models):

في الواقع أن هناك نموذجين لقياس جودة الخدمة المقدمة، ويستند كلا النموذجين على مقدار الفجوة ما بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، وسنتطرق إلى هذه النماذج في ما يلي:

أولاً: نموذج الفجوات التقليدي (Servqual):

يعود ظهور أصل مقياس جودة الخدمات إلى عام 1985 من طرف اللامعين في الخدمات الباحثين (Parasuraman, Zeithaml and berry) (مصلح، 2012، ص11) ، ويسمى مقياس الفجوات لقياس جودة الخدمة ويعرف أيضا باسم (Servqual) ، هذا النموذج يشجع بصفة أساسية المدراء للبحث عن مواقع الخلل في جودة الخدمات التي يقدمونها لزبائنهم، فحسب هؤلاء الباحثين فإن تقديم خدمات ذات جودة عالية هو رهينة معالجة الفجوات الخمسة عوضا عن التركيز على تعريف معين لجودة الخدمة.

المظاهر الأساسية للنموذج هي:

- تحديد الخصائص المفتاحية لجودة الخدمة من طرف الإدارة وتوقعات الزبائن،
- تسليط الضوء على الفجوات بين الزبائن ومقدمي الخدمات بالاستناد إلى توقعات والإدراكات الخاصة.

– فهم مضامين إدارية الخدمات من أجل معالجة فجوات.

النموذج الذي في الشكل (3) يبين انه توجد خمسة (5) فجوات وهي كما يلي: (الورثاني، 2019، ص 201-203)

• **الفجوة الأولى:** تنتج الفجوة الأولى بفعل الاختلاف بين توقعات الزبون وإدراك إدارة المؤسسة الخدمية، المؤسسة الخدمية قد لا تدرك تم أما وبدقة عالية رغبات الزبائن وتطلعاتهم لخصائص وخدمات، وبالتالي لا تدرك كيفية حكم الزبون على مختلف مكونات الخدمة إذ نقص المعلومات حول السوق المستهدفة وحول أنماط الطلب سيشكل مشكلة الفجوة الأولى، دور المؤسسة هو تفعيل بحوث التسويق وتفعيل دور الأفراد في الواجهة لجمعهم المعلومات حول متطلبات الزبائن وما يرونه مهما بالنسبة لهم.

• **الفجوة الثانية:** تشير هذه الفجوة إلى عدم وجود تطابق بين المواصفات الخاصة بالخدمة وإدراكات الإدارة لتوقعات الزبائن، وبعبارة أخرى فإنه رغم إدراك إدارة المؤسسة الخدمية لتوقعات الزبائن إلا أنها قد تكون غير قادرة على ترجمة هذه التوقعات إلى مواصفات محددة في الخدمة المقدمة، وقد يعود ذلك للأسباب التالية:

– اعتقاد المدراء بان توقعان الزبائن غير منطقية أو غير قابلة للإنجاز.

– اعتقاد المدراء بان عدم التجانس (درجة التغيير) المرتبطة بالخدمة يتحدى المعايير الموضوعية

– غياب إدارة تلتزم بجودة الخدمات بحيث تركز على نتائج القريبة الأجل وهذا ما يدفع الرضا وجهود الجودة خارج اهتم أمت الإدارة.

• **الفجوة الثالثة:** وهي الفرق القائم بين مواصفات الخدمة الموضوعية والأداء الفعلي لها، فإذا كان هناك فرق بين معايير الجودة المسطرة والجودة المستلمة فعلا للزبون فإن المشكلة قد تعود إلى ضعف نظام تسليم الخدمة أو أن المواصفات الموضوعية معقدة وغير مرنة ولم تسمح للمستخدمين تطبيقها أو بسبب ضعف وعدم ملائمة تكوين المستخدمين أو نقص وعدم ملائمة الموارد والتكنولوجيا اللازمين لتسليمها بالمستوى المطلوب، أو عدم كفاية نظام المكافئة لأداء هذه الخدمة.

تعرف فجوة الأداء: "الفرق بين المعايير الموضوعية لضمان جودة الخدمة والأداء الفعلي للخدمة المستلمة للزبون".

• **الفجوة الرابعة:** وهي تلك الفجوة الظاهرة بين الخدمة المروج لها والخدمة المقدمة فعلا، وهذا انطلاقا من النظريات التي مفادها أن الإعلان والعلاقات العامة ومختلف الأشكال الأخرى للاتصال، الخدمات تؤثر على توقعات الزبائن، قد تظهر أن الوعود المقدمة في الأنشطة الترويجية لا تتطابق من الأداء الفعلي للخدمة المقدمة. وقد يعزى ذلك إلى وجود ضعف في التنسيق بين نظام العمليات ونظام تسويق

الخدمات. دور المدراء هو تقديم الوعود على مستوى التزامهم بها تجاه الزبائن، فلا تعدهم بما لا تستطيع المؤسسة تسليمها لهم، وتفقد بالتالي نزاهتها وصورتها الذهنية لدى الزبائن والجمهور.

• **الفجوة الخامسة:** هذه الفجوة تمثل التحدي الأكبر، أن ضمان جودة الجيدة يتعلق بتطابق الأداء الفعلي للخدمات مع التوقعات المنتظرة من طرف الزبون ، لا بل تجاوزها، تكمن هذه الفجوة في الفرق بين الخدمة كما يتوقعها الزبون والخدمة المؤداة، وهذا يعني انه اذا كانت الخدمة المتوقعة أكبر من الخدمة المقدمة فان المؤسسة الخدمية في مأزق، نموذج Serrcual يمكنه أن يقيم هذه الفجوة.

وإذا اعتبرنا أن الجودة هي حاصل قسمة الأداء على التوقعات نتحصل على العلاقة التالية:

$$Q(\text{Quality}) = \frac{P(\text{Performance})}{E(\text{expectation})}$$

حيث:

Q: هي الجودة

P: هي الأداء

E: هي التوقعات

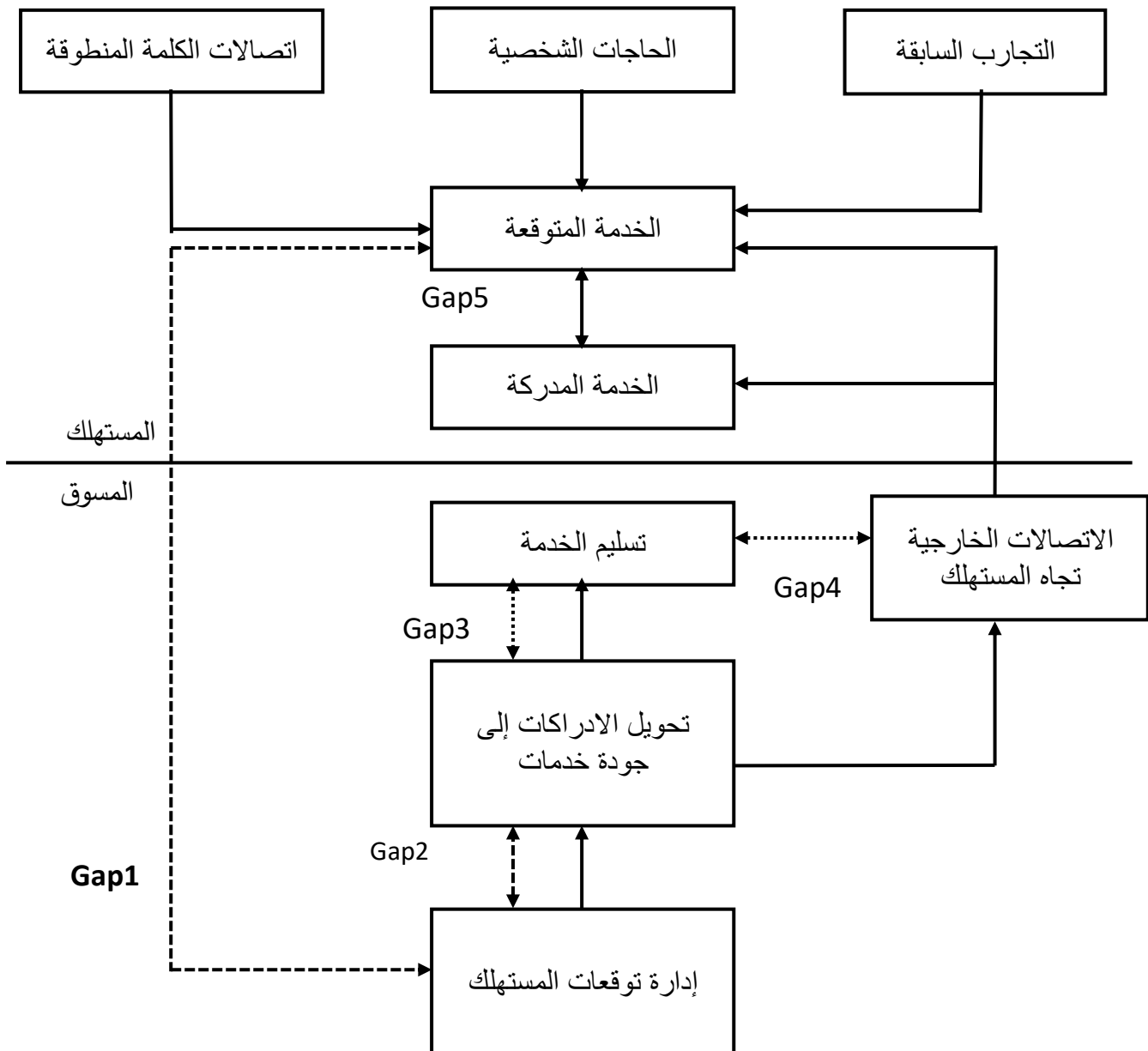
حاصل القسمة ينتج منه على الأكثر ثلاث حالات هي:

1. إذا كانت التوقعات (E) أكبر من الأداء (P) فان النتيجة اقل من الواحد، وبالتالي فان الجودة سيئة وغير مقبولة، وعلى المؤسسة اتخاذ القرارات الصحيحة اللازمة.

2. إذا كانت التوقعات (E) أقل من الأداء (P) فان النتيجة اكبر من الواحد ، وبالتالي فان الجودة مفاجئة، وعلى المؤسسة تثمين الجهود المبذولة.

3. إذا كانت التوقعات (E) تساوي الأداء (P) فان النتيجة تساوي الواحد، وبالتالي فان الجودة مرضية، وعلى المؤسسة تعزيز الجودة أو على الأقل إبقاء الوضع على حاله

الشكل (4) نموذج فجوة جودة الخدمات التقليدي (Servqual)



Source: Parasuraman, A. Zeithaml, Valarie And erry, Leonard, L (1985), "A conceptual model of Service quality and its implications for future research", Journal of Marketing, Vol, 49, No, 4, PP, 41-50.

ثانياً: نموذج الفجوات المطورة (Servperf):

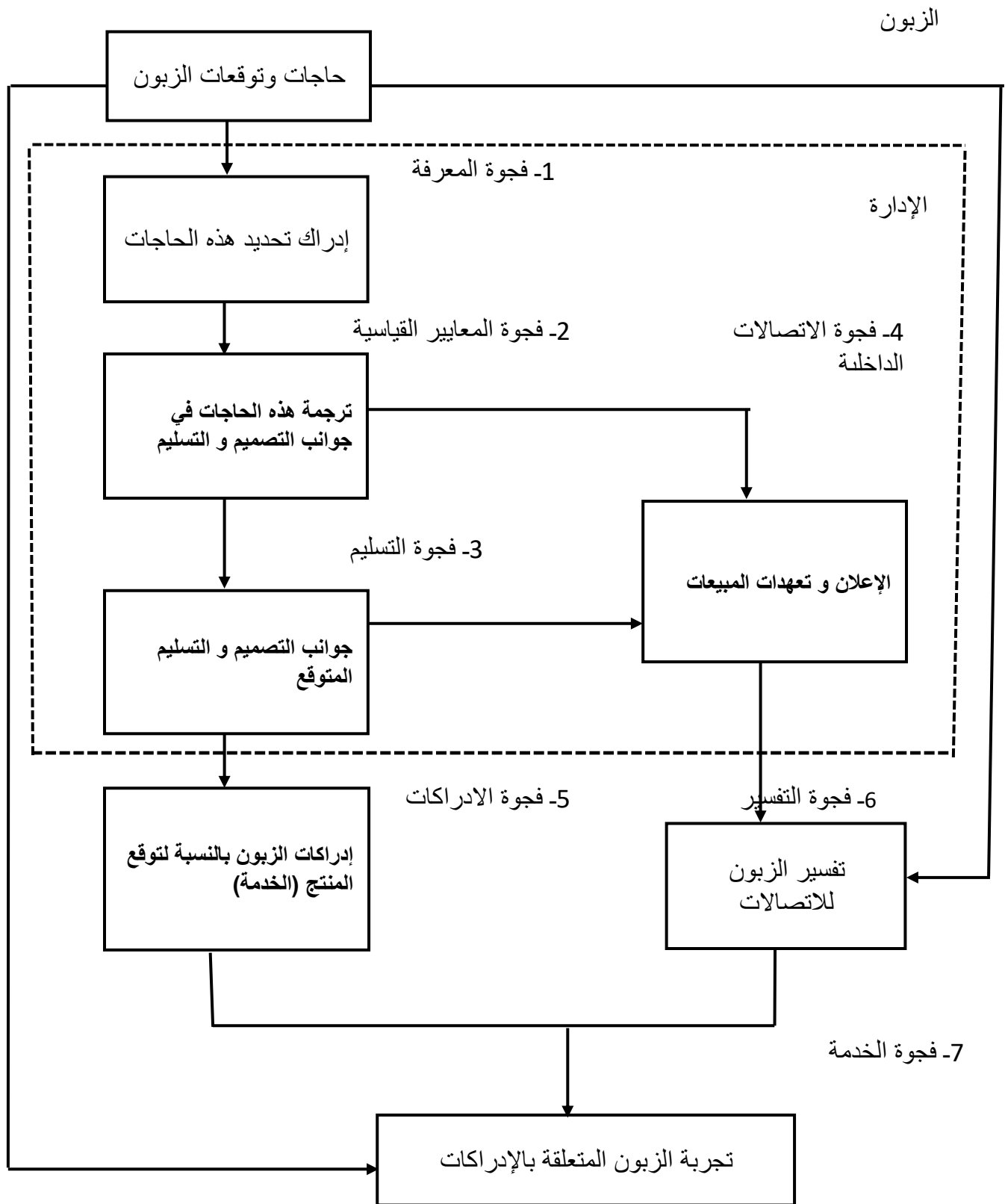
قام كل من (cronin and taylor) بوضع مقياس (Servperf) لقياس جودة الخدمة كبديل لنموذج (Servqual) وهو يركز فقط على الأداء (Javalgi.2007)، ويعد أسلوب معدلاً من القياس الأول، حيث يستبعد فكرة الفجوة بين الأداء والتوقعات، ويركز فقط على الأداء الخدمة، اعتماداً على الأبعاد الخمسة

للجودة: العناصر الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، والأمان، والتعاطف، وقد خلص (cronin and taylor) إلى أن مقياس (Servperf) للأداء أفضل المقاييس، حيث يتميز عن المقاييس السابقة بالسهولة في التطبيق والبساطة، ويتميز بارتفاع درجة المصدقية والواقعية، كما تحتوي أبعاده على اثنين وعشرين عبارة تترجم مظاهر جودة الخدمة بالنسبة لهذه الأبعاد. (جابر، 2017، ص 16)

ويتضمن ما يلي: (الصميدعي، 2013، ص 104)

1. **فجوة المعرفة (The knowledgeGaP):** تمثل الاختلافات بين ما يعتمد مجهزو الخدمات حول ما يتوقع أن يصل عليه المستفيد من الخدمات وحاجاته وتوقعاته الفعلية.
 2. **فجوة المعايير القياسية (The stanotarotsGaP):** تمثل الاختلافات بين إدراك الإدارة لتوقعات الزبون ومعايير الجودة المعتمدة لتسليم الخدمة.
 3. **فجوة التسليم (The deliveryGaP):** تمثل الاختلاف بين المعايير المحددة لتسليم الخدمة والأداء الفعلي لمجهز الخدمة ضمن هذه المعايير.
 4. **فجوة الاتصالات الداخلية (Internal Communications GaP):** تمثل الاختلاف بين ما تعلن المنظمة الخدمة عن جدارة خدماتها وتميزها وبين ما يعتقد المجهزون (رجال البيع) حول جدارة خدمة ومستوى الجودة وما تستطيع المنظمة فعلا أن تقدمه.
 5. **فجوة الإدراك (The perceptions GaP):** الاختلاف بين ما يسلم فعلا وما يدركون الزبائن بأنهم استلموا (لان الزبائن غير قادرين على تقييم نوعية الخدمة بدقة).
 6. **فجوة التفسير (InterpretaationGaP):** الاختلاف بين جهود الاتصال من قبل مجهزين الخدمة (قبل تسليم الخدمة) والوعود التي تقطع، وما يعتمد الزبائن بأنهم وعدوا بان يحصلوا عليه.
 7. **فجوة الخدمة (The service GaP):** الاختلاف بين ما يتوقعون الزبائن أن يحصلوا عليه وإدراكهم للخدمة المستلمة.
- أن الفجوة الأولى والخامسة والسادسة والسابعة تمثل فجوات خارجية ما بين الزبون والمنظمة. أما الفجوات الثانية والثالثة، والرابعة، تمثل فجوات داخلية ما بين الوظائف والإدارات في المنظمة.
- والشكل رقم (5) يوضح ذلك:

الشكل رقم (5) نموذج الفجوات لجودة الخدمة المطور (Servperf)



المصدر: الصميدعي، 2013، ص105.

المطلب الرابع: العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون

يرى (Shortacake) وجود نوع من الإرباك والغموض حول العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون على الرغم من وجود علاقة أكيدة بين جودة الخدمة ورضا الزبون، إلا أن الأكاديميين مازالوا غير متفقين على أرضية عمل مشتركة بخصوص مفهومي جودة الخدمة والرضا إذ أنهم لا يملكون رؤية فعلية واضحة ودقيقة لتفسير طبيعة الترابط وماهيته، وأن الجودة المدركة من قبل الزبون وحددها كونها اتجاهاً يكونه الزبون من خلال تقييمه لعرض الخدمة، وأن هذا الموقف غالباً ما يكون مبنياً أو مستنداً على سلسلة من خبرات تقييمه سابقاً.

والجودة هي بالأصل تقديم الخدمة على الوجه الذي يجب أن تقدم به للزبون بما يناسب وتوقعاته عنها لأن هذه التوقعات لم تأتي من فراغ بل هي مبنية على تصورات ومؤثرات جعلت الزبون يتوقع هذه الجودة، وبالتالي لن يحكم على الخدمة بأنها ذات جودة عالية إلا إذا ما بقت أو فاقت توقعاته.

كما أن جانب الاختلاف بين جودة الخدمة ورضا الزبون يكمن في كيفية تعريف أو تحديد معنى التوقعات لأنه عند قياس جودة الخدمة فإن مستوى المقارنة (تعني التوقع)

" ما الذي ينبغي على الزبون توقعه بينما قياس الرضا يكون مستوى المقارنة على أساس ما قد يتوقعه الزبون من خدمة "

فإن التوقع يكون على شكل تصور التنبؤ. (خثير، ومرايمي، 2017، ص34)

كما أكد (Anderson) إلى وجود اختلاف ما بين الرضا التراكمي للزبون وجودة الخدمة للأسباب التالية: (خثير، ومرايمي، 2017، ص34)

1. يحتاج الزبون إلى خبرة مع الخدمة لكي يحدد الرضا بينما يمكن إدراك الجودة من خبرة فعلية.
 2. ترتبط الجودة بالإدراكات الحالية، بينما الرضا يستند إلى خبرات السابقة والمتوقعة في المستقبل.
- كما أن العديد من الدراسات وضحت العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون في صورة نوايا الشراء، حيث أن المستويات العليا من جودة الخدمة ستؤدي إلى زيادة رضا الزبون وبالتالي تكرار عمليات الشراء من نفس المؤسسة.

وتوصلت بعض هذه الدراسات إلى نتائج متضاربة تمثل هذا الاختلاف في اعتبار الرضا السابق أم لاحق لجودة الخدمة، كما تم التوصل إلى أن جودة الخدمة تؤدي إلى رضا الزبون وليس العكس، وأن هناك علاقة سببية ما بين الجودة والرضا حيث أن المستويات العالية من جودة الخدمة ستؤدي إلى الزبون وتكرار عملية الشراء من نفس المؤسسة.

ولابد من الاتفاق إلى أهمية الرضا وما يمكن أن يحققه من أرباح.

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل مدخل إلى جودة الخدمة، والتي تعني مدى التطابق بين مستوى الخدمة المقدمة وتوقعات المستهلكين، يتم تقييمها من وجهة نظرهم بالاعتماد على مجموعة من المعايير (الاعتمادية، الأمان، الاستجابة...الخ).

وقد قدمت عدة نماذج لتقييم جودة الخدمة، فهناك من اعتبر أن التقييم يقوم على نموذج الفجوات التقليدي (Servqual)، بينما اعتبر آخرون أن تقييم جودة الخدمة يقوم على نموذج الفجوات المطور (Servperf).

الفصل الثاني:

رضا الطلبة على جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا

تمهيد:

يقوم الديوان الوطني للخدمات الجامعية في تقديم العديد من الخدمات التي تحتاج لها الجامعة بصفة عامة والطلاب بصفة خاصة فهم بحاجة إلى مجموعة من خدمات تحقق رضاهم وتشبع حاجاتهم ورغباتهم، والتي تساعدهم في إكمال مستواهم الدراسي ومن بين هذه الخدمات، الأداء، النقل، والخدمات التعليمية والصحة وكذلك خدمات الإطعام الشبه مجانية، والتي يحصل عليها سواء الطلاب المقيمين أو الخارجيين.

وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى مبحثين نتناول فيهما. المبحث الأول مفهوم الرضا في الخدمات بالتطرق إلى مفهوم وخصائص الرضا ومحدداته ومفهوم رضا الطالب.

وفي المبحث الثاني نتطرق إلى الخدمات الاجتماعية الجامعية في الجزائر، بالتطرق إلى مفهومها بصفة عامة ومفهوم الإطعام وخصائصه بصفة خاصة.

المبحث الأول: الرضا في الخدمات

بعد الاطلاع على احد المعاجم المعتمدة بصدد هذه الألفاظ لاحظنا أن الرضا يعني "حالة القناعة والقبول التي يكون عليها الشخص عند تحقيق هدف معين "

ولقد حاولنا من خلال هذا استعراض بعض التعريفات الخاصة برضا العميل والتعرف على محدداته، بالإضافة إلى توضيح أهميته وخصائصه.

المطلب الأول: مفهوم الرضا

الرضا " هو مستوى من إحساس الفرد الناتج عن المقارنة بين الأداء المدرك وتوقعاته " (زاهر، 2012، ص 25)

وقد عرفه (Will Kiet Jenkins Hunts) بأنه: " موقع فعال ينتج عن تقديم جميع النواحي العلاقة بين البائع والعميل ". (سرور، 2007، ص 79)

عرف **Kotler** رضا الزبون: "إحساس الزبون بالمتعة أو خيبة الأمل الناتجة عن مقارنته لأداء المنتج المقدم له بتوقعاته السابقة عن هذا المنتج".

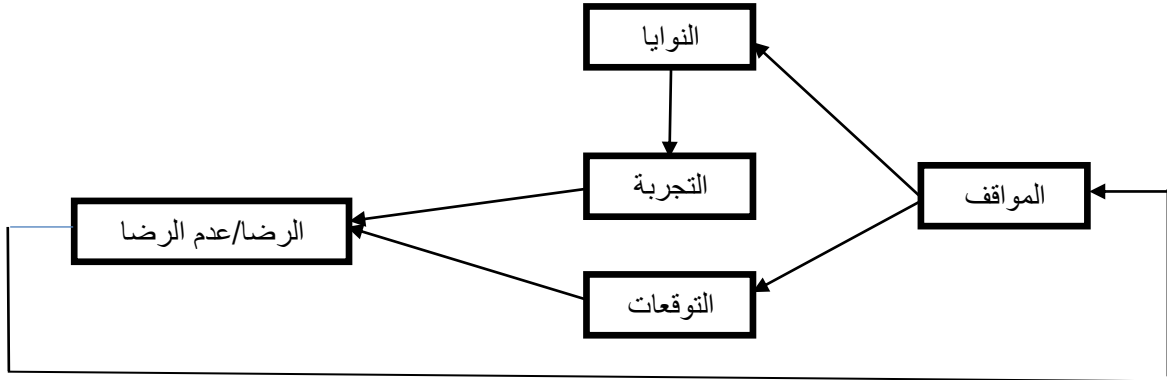
وعرف كل من **Reed and Hall**: رضا الزبون على أنه "درجة إدراك الزبون مدى فعالية المؤسسة في تقديم المنتجات التي تلبى احتياجاته ورغباته".

كما يؤكد **Caraman** على وجود مفهومين لرضا الزبون أحدهما يركز على التمييز بين جودة الخدمة والآخر على الرضا القائم على تبادلات متراكمة، إذ يتحقق الأول من عمليات التبادل التي ستحدد في ضوء مستوى توقعات الزبون السابقة مع الناتج النهائي،

أما المفهوم الثاني يقوم على إجمالي الخبرة الاستخدام لدى الزبون عبر مدة زمنية معينة. (خثير، ومرايمي، 2017، ص 33)

وحسب (**Oliver**) فإن الرضا هو عملية تقييم "للمفاجأة" المرتبطة بالمنتج و/ أو تجربة استهلاكية ما، فهي في أساسها حالة نفسية موجزة والتي نواجهه في حالة شعورنا بخيبة امل بالنسبة للتوقعات مقترنة بالمشاعر المسبقة قبل تجربة الاستهلاك. إضافة إلى ذلك يفترض بان المفاجأة الناتجة من هذا التقييم تكون لفترة محدودة وهكذا يتحول الرضا بسرعة إلى موقف عام اتجاه شراء منتج جديد (Oliver.1980)، وكما موضح بالشكل (6): (السلمان.2016.ص33)

الشكل (6): نموذج الرضا



Source: Oliver, R.L., (1980), A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction, decisions, journal of Marketing Research, vol 17, N°4, p 461

من خلال ما تقدم يتضح بان رضا الزبون دالة لمستويات نسبية من التوقعات والأداء المدرك، أي أن الفرد لديه ثلاث حالات من الإشباع:

- إذا تجاوزت النتائج توقعاته فإنه يشعر بالرضا العالي،
- إذا تساوت النتائج مع توقعاته فسوف يشعر بالرضا،
- إذا لم تصل النتائج إلى مستوى توقعاته فسوف يشعر بعدم الرضا. (بريش، 2011، ص99)

مما سبق نستنتج أن الرضا: هو عبارة عن عملية تقييمية لما يحصل عليه العميل من منتجات وخدمات مقارنة مع توقعاته وتصورات.

المطلب الثاني أهمية وخصائص الرضا

يختلف رضا العملاء من عميل لآخر، ومن العميل نفسه في وقت لآخر، لذا فالرضا يتصف بالخصائص التالية: (بريش، 2011، ص100)

الرضا الذاتي: يتعلق رضا العميل هنا بعنصرين أساسيين هما: طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للعميل من جهة والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى، فنظرة العميل هي النظرة الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الاعتبار فيما يخص موضوع الرضا، فالعميل لا يحكم على جودة الخدمة بواقعية وموضوعية، فهو يحكم على جودة الخدمة من خلال ما يتوقعه من الخدمة، فالعميل الذي يرى بان الخدمة المقدمة بأنها أحسن من الخدمات المنافسة، يراها عميل آخر بأنها اقل جودة من الخدمات الموجودة في السوق، وهنا تظهر أهمية الانتقال من النظرة الخارجية التي تعتمد على (الجودة، الرضا) فالشركة يجب أن لا تقدم خدمات وفق ما يتوقعه ويحتاجه العميل.

الرضا النسبي: لا يتعلق الرضا هنا بحالة مطلقة وإنما بتقدير نسبي، فكل عميل يقوم بالمقارنة من خلال نظريته لمعايير السوق، وفي حالة عاملين يستعملان نفس الخدمة في نفس الشروط يمكن أن يكون رأيهم حولها مختلف تم أما لان توقعاتهم الأساسية نحو الخدمة مختلفة، وهذا ما يفسر لنا بأنه ليست الخدمات الأحسن هي التي تباع بمعدلات كبيرة فالمهم ليس أن تكون الأحسن ولكن يجب أن تكون الأكثر توافقاً مع توقعات العملاء.

الرضا التطوري: يتغير رضا العميل من خلال تطوير هاذين المعيارين: مستوى التوقع من جهة، ومستوى الأداء المدرك من جهة أخرى، فمع مرور الزمن يمكن توقعات العميل أن تعرف تطوراً نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة، وذلك بسبب زيادة المنافسة، ونفس الشيء بالنسبة لإدراك العميل لجودة الخدمة الذي يمكن أن يعرف هو أيضاً تطوراً خلال عملية تقديم الخدمة.

المطلب الثالث: محددات الرضا

رضا العميل هو الفجوة بين توقعات العميل والأداء بعد استهلاك السلع والخدمات حيث تتعدد المحددات وتختلف باختلاف المنتج بين سلعة وخدمة، وبين طبيعة الزبائن، والعوامل المؤثرة فيهم وسوف يتم التطرق إلى أهم هذه العناصر: (بريش، 2011، ص 103-104)

1. التوقع: هو التصور الذي يكونه الزبون في عقله قبل اقتناء السلعة أو الخدمة ومدى تحقيق المنافع التي يرغب في الحصول عليها.

معتمداً في ذلك على المعلومات التراكمية التي يكونها من خبرته السابقة من الاستهلاك الفعلي للسلعة أو لسلع وخدمات مماثلة، وقد يتأثر قرار الزبون بسلوكه وتجاربه السابقة حول الخدمة وبما ينقل إليه من أخبار عن تجارب الأصدقاء بشأن أداء السلعة.

لقد عرض PittsWoodside ثلاث أنواع من التوقعات:

- . **التوقع التنبؤي:** وهو يوضح معتقدات العميل عن الخصائص والصفات التي يتوقع وجودها في منتج.
- . **التوقع المعياري:** يركز على مستويات المثالية التي يجب أن يكون عليها أداء المنتج.
- . **التوقع المقارن:** يمثل معتقدات العميل حول أداء منتج أو علامة معينة بالمقارنة بمنتجات أو علامات أخرى.

يعتبر التوقع المعياري هو انسب محددات الرضا لأنه ينتج عنه ردة فعل تقييمي يأتي بعد الاستخدام وهنا ينتج إحساساً إيجابياً (الرضا) أو إحساساً سلبياً (عدم الرضا).

إن هذه الأحاسيس تتوقف على وجود اختلاف بين الأداء المدرك للمنتج ومستوى التوقع.

2. الأداء المدرك: يعبر الأداء المدرك عن مستوى الأداء أو التصور الذي يحصل عليه فعلا الزبون نتيجة استعماله واستهلاكه للمنتج وتقييم معتمدا على المعلومات التراكمية التي يكونها من خبرته السابقة من الاستهلاك الفعلي للسلعة أو لسلع وخدمات مماثلة ويرى Permant.Churchill أن الأهمية الأساسية للأداء المدرك تكمن في كونه يعتبر مرجعي لتحديد مدى تحقق التوقعات التي كونها الزبون بخصوص المنتج الذي كان محل اختيار من بين مجموع البدائل ويعتبر الإدراك من بين المعايير المعتمدة في نظرية مقاييس المقارنة لقياس الرضا المتمثلة في (الأداء المثالي والأداء المتوسط)

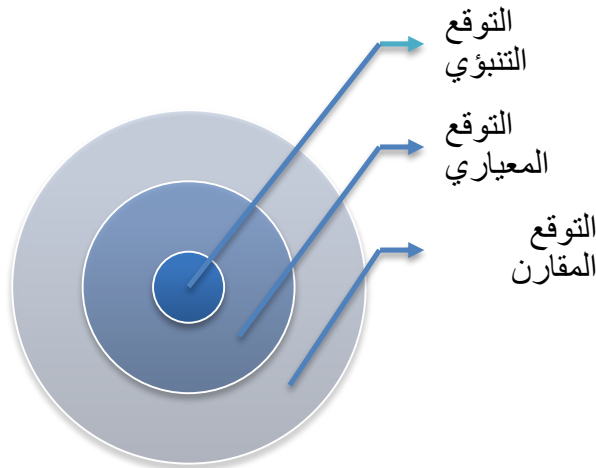
3. المطابقة: وتعرف المطابقة على أنها "مستوى من إحساس فرد الناتج عن مقارنة بين أداء المنتج المدرك وبين توقعات هذا الفرد"، وبعبارة أخرى يمكننا قول أن الرضا هو دالة للفرق بين الأداء ولتوقعات وبالتالي يمكن القول بان هناك 3 مستويات يمكن أن تتحقق وهي:

.الأداء > التوقعات: المستهلك غير راضي.

.الأداء = التوقعات: المستهلك يكون راضي.

.الأداء < التوقعات: المستهلك يكون راضي وسعيد للغاية.

الشكل رقم (7): درجات توقع العملاء



Source: Gilbert rock and Marie José-le doux « le services de la clientele-Op-cit ,P 32.

المطلب الرابع: مفهوم رضا الطالب

يعرفه (سليم الحسنية 2009) بأنه: "هو درجة إدراك الطالب لمدى فاعلية المنظمة في تقديم المنتجات أو الخدمات التي تلبى توقعاته وحاجاته".

ويعرفه يسرى حسين بأنه: "تعبير عن شعور شخصي بالبهجة أو بخيبة الأمل، ناتج عن مقارنة أداء الخدمة مع توقعات الطالب".

وكذلك عرفه زياد بركات: "هو توقعات الطلاب لمستوى الخدمة المتوفرة مقارنة بمستوى تقديراتهم الحقيقية لهذه الخدمة".

من خلال التعاريف السابقة يمكن صياغة تعريف لرضا الطالب لأنه:

"هو مقارنة الطالب بين الخدمة التي يتوقعها والخدمة التي يدركها المقدمة له من قبل مديرية الخدمات الجامعية".

المبحث الثاني: الخدمات الاجتماعية الجامعية في الجزائر

إن قطاع الخدمات ممثلا بالديوان الوطني للخدمات الجامعية، مؤسسة غاية في الأهمية ضمن مهام وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وهذه الأهمية ناتجة عن المهمة الموكلة لهذا القطاع، وهي تقديم خدمات الجامعية للطلبة، فهي في الأصل خدمات عمومية من الدولة إلى الطالب قصد مساعدته والتكفل به.

المطلب الأول: تعريف الخدمات الاجتماعية الجامعية ودورها

أولاً: تعريف الخدمات الاجتماعية الجامعية (سهلي، 2017، ص5)

هي مجموعة المساعدات المقدمة من طرف الدولة، والموجهة نحو تحسين ظروف حياة وعمل الطلبة الجامعيين، وتتمثل هذه المساعدات أساسا في الأشكال التالية:

- المساعدات النقدية المباشرة: وتتمثل في المنحة
- المساعدات الغير مباشرة: وتتمثل في خدمات الإطعام، وخدمات النقل، وخدمات الإيواء
- النشاطات الثقافية والرياضية.

ثانياً: أهدافها ودورها

وتتمثل في النقاط التالية: (سهلي، 2017، ص6)

- نمو الشخصية وتكاملها عن طريق اكتساب الفرد خبرات متعددة الأنواع مع نموه هذا في وسط اجتماعي يتفاعل منه مع الأفراد الآخرين فيحدد له النمو الذي يؤدي إلى تكامل الشخصية.
- إحداث التكيف الاجتماعي عند الأفراد للتغيرات الجديدة، الحادثة في المجتمع المستمر في تغيره وتطوره مع خلق أنماط سلوكية ناجحة تتفق مع هذه الخبرات مع تدريب الأفراد عليها.
- التماسك الاجتماعي.
- تنمية الشخصية عن طريق تنمية الخبرات وتعديلها وتغيير سلوك الفرد بما يجعل منه مواطنا صالحا للمجتمع الذي نعيش فيه.
- مساعدة الأفراد والجماعات والمجتمعات حتى تصل إلى أقصى درجة ممكنة.
- الرفاهية الاجتماعية والنفسية.
- النشأة الاجتماعية للأفراد.
- مساعدة الأفراد والجماعات على اكتشاف أفضل السبل لتحقيق إنجازات مشبعة دون إرغامهم على الخضوع لقيم معينة.

- تغيير الظروف الاجتماعية والاقتصادية لديه بتحرير قدراتهم الطبيعية.
- المحافظة على ثقافة المجتمع وتطورها وحل مشكلاته وتنقية القيم الثقافية وتجديدها، حتى يمكن الوصول إلى رفاهية الأفراد وربطها برفاهية المجتمع.

المطلب الثاني: مفهوم الإطعام الجامعي

قبل التطرق إلى تعريف الإطعام الجامعي سوف نتطرق بصفة عامة إلى الإطعام المدرسي.

تعريف الإطعام المدرسي: هو اللفظ الذي يطلق على الوجبات التي تقدم للطلاب في المدارس والجامعات، ويتم تحضيره في مطعم المدرسة أو مطعم الجامعة وهذا النظام قليلا ما نجده في جداول المؤسسات التعليمية، إذ توفر هذه الوجبات المدرسية أغذية عالية في طاقتها وقيمتها الغذائية مجانا أو بمقابل أسعار موفرة <https://ar.wiki.org،Wikipedia> (طعام مدرسي، 26 أفريل، 2021، 12:30 سا).

مفهوم الإطعام الجامعي: يسهر الديوان الوطني من خلال المطاعم الجامعية المنتشرة في الإقامات وفي المرافق البيداغوجية (مطاعم المركزية) على تقديم خدمات الإطعام لفائدة الطلبة المقيمين والخارجيين عبر شبكة من وحدات الإطعام حيث يستفيد من وجبة المطعم الجامعي مقابل تذكرة الإطعام شرط استظهار بطاقة الطالب أو المقيم، وعليه تقوم هذه المصلحة على تأمين وتوفير مختلف الوجبات الغذائية الضرورية للطلبة حيث يسيرها رئيس المصلحة وتتمثل المهام الأساسية لهاته المصلحة في تموين والإطعام، فبالنسبة لفرع التموين فيحرص على تزويد المطعم بجميع الاحتياجات الضرورية لتقديم مختلف الوجبات كما يسهر على مراقبة نوعية وكمية السلع التي تدخل إلى المخازن، أما فرع وحدة الإطعام يتكفل بتقديم 3 وجبات يوميا (فطور، غداء، عشاء) ويسهر على ذلك مجموعة من الطباخين وأعاونهم مقسمين على فوجين وفوج رئيس للطباخين مهمته الأساسية مراقبة الجودة والنوعية والنظافة وكذا السير الجيد لعملية تحضير الوجبة.

(http://dou-mila.com)

المطلب الثالث: خصائص الإطعام الجامعي (من إعداد الطالبتين)

من التعاريف السابقة نستنتج مجموعة من الخصائص التي يمتاز بها الإطعام الجامعي التي تتمثل فيما يلي:

- تقديم خدمة إطعام للطلبة: إذ تلبي المطاعم الجامعية حاجة الطلبة إلى الإطعام من خلال وجبات غذائية متكاملة وشبه مجانية.
- ضمان وجبات غذائية متكاملة وصحية: تقوم إدارة الخدمات الجامعية بتوفير وإعداد وجبات غذائية لطلابها التي تحرص على أن تكون مستوفية لجميع شروط النظافة والوقاية من أجل إقبال المزيد من الطلاب على الإطعام الجامعي.

- تقديم وجبا في موعدها المحدد: من أهم ما يحرص عليه الإطعام الجامعي هو تقديم وجبات في الوقت الموافق للتوقيت الدراسي للطلاب، لذا يجب أن تتناسب الأوقات انطلاقا من وجبة الفطور مع برنامج الدراسي للفترة الصباحية، ومحاولة تجنب كل العراقيل الحاصلة في تأخير الطالب عن دراسته.

المطلب الرابع: أهداف الإطعام الجامعي (إعداد الطالبتين)

تتمثل أهداف الإطعام الجامعي في ما يلي:

- يهدف الإطعام الجامعي إلى تقديم خدمة الإطعام للطلبة بأحسن طريقة ممكنة، ووفق بروتوكول صحي يتماشى مع الأزمة الحالية.
- رعاية الطلاب من خلال تحسين من حالتهم الصحية وبالتالي يزيد تركيزهم وقدرتهم على التحصيل العلمي.
- تقويم العجز الغذائي وإتمام حاجيات الطلاب بتقديم وجبات صحية.
- تقليل تكاليف إيواء الطلبة بالإقامة الجامعية.
- تخفيض الطلب على خدمات الإطعام الخاص.
- يجب أن تكون الوجبات المقدمة مكيفة لخدمة الطالب.
- يجب على المسير أن يركز على النظافة التي هي من مستلزمات المطعم في الأواني والمواد الغذائية التي يتم تحضير الوجبات بها.

المطلب الخامس: أزمة كورونا (COVID_19)

أولا: تعريف فيروس كورونا (COVID_19) (<https://ar.wikipedia.org/wiki/COVID-19>)

مرض فيروس كورونا 2019 الإنجليزية (Coronavirus disease 2019) أو كوفيد 19 (COVID_19) باختصار، ويعرف أيضا باسم "المرض لتنفسي الحاد المرتبط بفيروس كورونا المستجد 2019، هو مرض تنفسي إنساني حيواني المنشأ، يشبه فيروس كورونا 2 المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة (سارس كوف 2)، هذا الفيروس قريب جدا من فيروس سارس، اكتشف الفيروس المستجد لأول مرة في مدينة ووهان الصينية عام 2019، و انتشر حول العالم منذ ذلك الوقت مسببا جائحة فيروس كورونا العالمية، ومنذ بداية الجائحة ولغاية اليوم، تم إبلاغ عن أكثر من 167,951,168 مليون إصابة بفيروس كورونا في كافة دول العالم، مما أدى إلى أكثر من 3,488,242 مليون حالة وفاة، و تقدر نسبة عدد الوفيات إلى عدد الإصابات المشخصة بنحو 3.4% لكنها تختلف تبعا للعمر ووجود أمراض أخرى.

ثانيا: طريقة انتقال أو العامل المسبب للمرض وأعراض: (<http://dz.gov.sante/covid19>)

أ- طريقة انتقاله: ينتقل للمسار التنفسي بعد أن يسعل الشخص المصاب أو يعطس أو يغني أو يتحدث أو يتنفس، بواسطة قطرات الجهاز التنفسي، اللعاب والمخاط، ملامسة الأسطح أو الأجسام المتسخة

ب- عوامل الخطر: الأشخاص الأكثر عرضة للمرض هم من لهم أمراض مزمنة المتمثلة في، الربو، داء الانسداد الرئوي المزمن، السكري، فرط الضغط السمنة، مرض القلب التاجي، أمراض المناعة الذاتية، ونقص المناعة.

ت- الأعراض التي تأكد الإصابة بفيروس كورونا هي: الحمى والسعال، التعب وعسر التنفس، فقدان حاسة التذوق

والشم، وفي بعض الأحيان لا توجد أعراض على الإطلاق، ومدة بداية ظهور الأعراض من 2 إلى 14 يوما (عادة 5 أيام) من الإصابة وقد تستمر من 5 أيام إلى 6 أشهر.

ثالثا: الإجراءات الوقائية التي ينصح بإتباعها بصفة عامة، وفي المنشآت التعليمية بصفة خاصة:

(<https://services.php?id=135.dz/platforme/course/viiew.mesrs>)

أ- الإجراءات الوقائية من فيروس كورونا بصفة عامة:

- غسل اليدين
- الحجر الصحي
- التباعد الاجتماعي
- و تغطية الوجه بلبس الكمامة.

ب- الإجراءات الوقائية من فيروس كورونا في المنشآت التعليمية(الجامعة) بصفة خاصة:

- القياس المنتظم للحرارة عند الدخول إلى الجامعة
- وضع الكمامة إجباري، وعليه ينصح بتحضير كميات معتبرة
- وضع سائل الهيدرو كحول (المعقم)
- احترام التباعد الجسدي ما بين الأشخاص بمسافة واحد متر ونصف (1.5)
- تسيير اتجاه تدفقات الطلبة وتجنب التقاطعات (اتجاه التنقلات . المداخل والمخارج...الخ)
- تهوية وتنظيف وتعقيم البنايات بالقدر الممكن وبقدر الاحتياج
- تنظيم الحضور بالمؤسسة، ذلك بمنع الغرباء عن الجامعة
- منع التجمعات
- التعليم عن بعد.

خلاصة الفصل:

اتضح لنا مما سبق بالفصل الثاني حول طبيعة الخدمات الاجتماعية الجامعية في الجزائر المقدمة للطلبة خلال أزمة كورونا (COVID_19)، والتي من ضمنها خدمات الإطعام الجامعي والتي تسعى من خلاله إلى تحقيق إشباع حاجات ورغبات والمتطلبات الوقائية للطلبة في ظل هذه الأزمة، لنعرج بعدها لمعرفة أو التوصل إلى مستوى رضا الطلبة من خلال جودة الخدمات الإطعام المقدمة لهم.

الفصل الثالث:
دراسة تطبيقية لخدمة الإطعام الجامعية في ظل أزمة كورونا (COVID_19)
بولاية ميله

تمهيد:

بعد أن تم التطرق في الفصل الأول والثاني إلى الجانب النظري من موضوع البحث أين تم الإلمام بمختلف جوانب ومعالم كل من جودة خدمات الإطعام على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID_19)، ننتقل في هذا الفصل إلى الدراسة الميدانية، هذه الأخيرة تعد وسيلة هامة من وسائل جمع المعلومات والبيانات من واقع البحث بصورة موضوعية ومنهجية، حيث تم إسقاط ما تم دراسته نظريا على الخدمات الإطعام الجامعية وذلك لتوضيح أثر جودة الخدمات الجامعية على رضا الطلبة، ولأجل هذا قسمنا الفصل إلى ما يلي:

المبحث الأول: بطاقة تقنية حول الإقامة الجامعية لمدينة ميله

المطلب الأول: نشأة مديرية الخدمات الإقامة الجامعية بمدينة ميله

أنشأت مديرية الخدمات الجامعية ميله بموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 7 جويلية 2009 المتضمن إنشاء مديرية الخدمات الجامعية وتحديد مقرها والإقامات التابعة لها. (<http://dou-mila.com>)

أولاً: موقع مديرية الخدمات الجامعية:

تقع مديرية الخدمات الجامعية لولاية ميله داخل حيز الإقامة الجامعية 1000 سرير ذكور (مؤقتا) حتى تنتهي أشغال مقرها الجديد.

الإقامات الجامعية (03) التابعة لمديرية الخدمات الجامعية ميله تقع ككتلة واحدة (مجمع الإقامة الجامعية)، تقع غرب مقر ولاية ميله محاذية للمركز الجامعي من الجهة الغربية) وتضم (3601) طالب مقيم ومقسمة على الإقامة كالتالي:

ثانياً: عدد الإقامة الجامعية التابعة لمديرية الخدمات الجامعية ميله

- عدد الإقامة الجامعية التابعة لمديرية الخدمات الجامعية ميله هي (3) إقامات حالياً وهي كالتالي:

- الإقامة الجامعية 1000 سرير ذكور ويضم (508 طالب حالياً)
- الإقامة الجامعية 1000 سرير.1. إناث وتضم (1080 طالبة حالياً)
- الإقامة الجامعية 2000 سرير إناث وتضم (2013 طالبة حالياً).

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية الخدمات الإقامة الجامعية لمدينة ميله

يعتبر الهيكل التنظيمي إحدى الإطارات التي تحدد الإدارات والأقسام الداخلية المختلفة لأي مؤسسة فمن خلال الهيكل التنظيمي تتحدد خطوط السلطة وانسيابها بين الوظائف، وكذلك يبين لنا الهيكل التنظيمي الوحدات الإدارية المختلفة التي تعمل على تحقيق أهداف المؤسسة، وفي الشكل رقم (8) يوضح الهيكل التنظيمي الخاص بمدير الإقامة الجامعية لولاية ميله:

✓ مدير الإقامة الجامعية: وهو الهيئة العليا في الإقامة، تتفرع منه خمسة مصالح تتداخل فيما بينها لتسهيل التسيير

وكذا لتحقيق ما تصبو إليه الإقامة من أهداف لخدمة الطلبة بالدرجة الأولى، تمثلت هذه المصالح في:

أ- مصلحة الإيواء: تعتبر مصلحة الإيواء حلقة وصل بين الطلبة المقيمين والإقامة ويشرف عليه رئيس فرع ذو مسؤولية محدودة في تسيير الإيواء وهذا بالتنسيق مع رئيس المصلحة وكذا فرع الإيواء.

ب- **مصلحة الإطعام:** يشرف عليها شخص مؤهل ويكون ذو كفاءة مهنية عالية وهذا يتم تعيينه بقرار من مدير الخدمات الجامعية أو بتكليف من إدارة الإقامة الجامعية وينقسم إلى:

• فرع وحدة الإطعام: هو الفرع المهني في مصلحة الإطعام، مكون من عمال مهنيين مختصين في الطبخ يشرف عليه شخص مؤهل مهمته الأساسية السهر على السير الحسن لمختلف أطوار إعداد الوجبة الغذائية.

• فرع التموين: يشرف عليه شخص مؤهل يسهر على ضمان توفير المواد الغذائية والسلع التي تدخل في تركيبة أعداد الوجبات.

• فرع المقتصدية: يقوم بالتقييم الكمي لمجمل الوجبات الغذائية المقدمة للطلبة وإعداد أوراق الاستهلاك اليومي وكذا ملأ السجلات الخاصة بدخول وخروج السلع وتدوين التذاكر في السجل الخاص بذلك.

ج- **مصلحة النشاطات العلمية والثقافية والرياضية والوقاية الصحية:** يشرف على هذه المصلحة شخص مؤهل يتم تعيينه بقرار من مدير الخدمات الجامعية أو بتكلفة من إدارة الإقامة، يسهر على متابعة سير وتنظيم مختلف الأنشطة بما يتوافق مع الإمكانيات المادية والبشرية المسخرة من طرف الإدارة وينقسم إلى:

• فرع النشاطات الثقافية والرياضية والعلمية: يقوم هذا الفرع بتسطير برنامج سنوي متنوع كتنظيم دورات رياضية وإلقاء محاضرات وندوات ومسابقات فكرية.

• فرع الوقاية الصحية: يقوم بمتابعة شؤون الطلبة من الناحية الصحية ويشرف على تتبع المحيط وحالة المطعم من حيث الوجبات الغذائية المقدمة وكذا القيام بتحليل دوري للمياه.

د- **مصلحة إدارة الوسائل:** تعتبر أهم المصالح في الهيكل التنظيمي في قطاع الخدمات الجامعية وينقسم إلى:

• فرع المستخدمين: يشرف عليه رئيس فرع ذو مسؤولية محدودة في تسيير ملفات المستخدمين بالإضافة إلى متابعة الحضور اليومي للعمال وإعداد الوثائق التي تخص العمال.

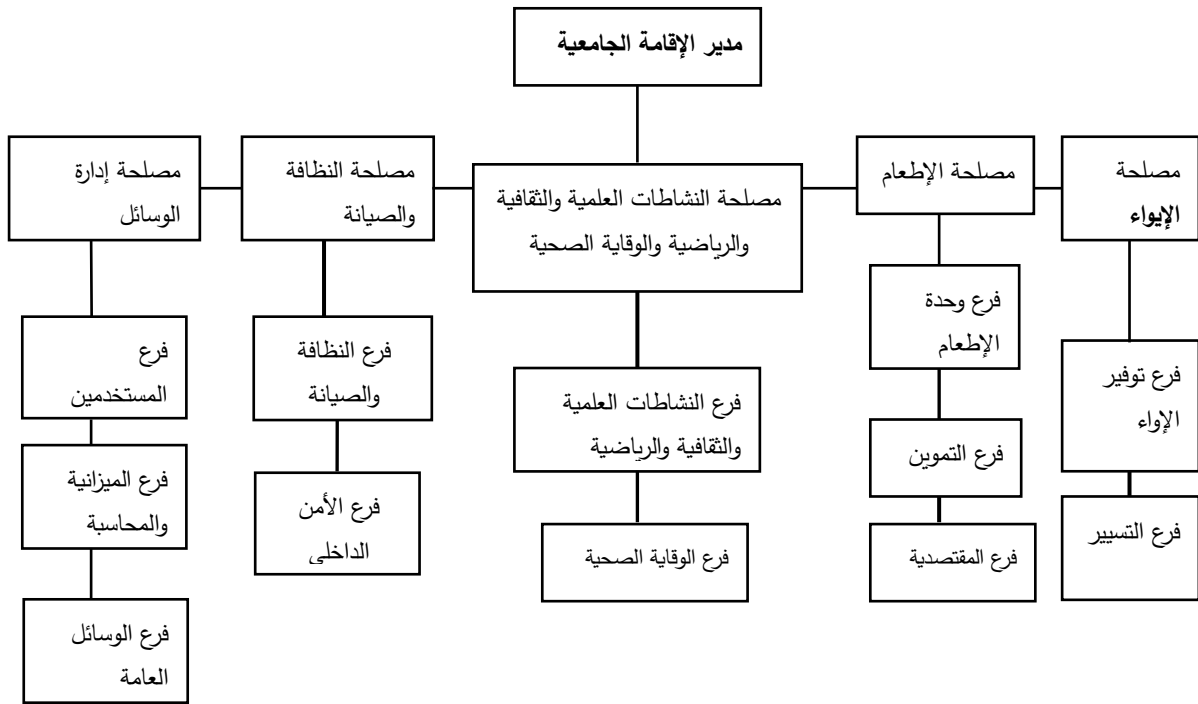
• فرع الميزانية والمالية: يقوم المشرف بالتنسيق مع رئيس مصلحة إدارة الوسائل بعملية إعداد وتحضير الميزانية للسنة المقبلة بالاعتماد على ميزانية السنة الماضية، وكذا توزيع الإعتمادات.

• فرع الوسائل العامة: بالتنسيق مع مصلحة إدارة الوسائل حيث يقوم بتوفير جميع الوسائل والتجهيزات الضرورية لضمان التسيير الحسن لمختلف مرافق الإقامة وأداء خدماتها.

هـ- **مصلحة النظافة والصيانة والأمن الداخلي:** تعتبر هذه المصلحة من أهم هذه المصالح داخل الإقامة الجامعية وهذا لكونها تختص بمهام حماية المؤسسة ومختلف مرافقها والممثل في:

- فرع النظافة والصيانة: يشرف عليه مجموعة من المختصين للقيام بكل ما له علاقة بالجانب التقني، وذلك من خلال المراقبة الدائمة والمستمرة لجميع المنشآت، كتقديمهم للأجنحة، المراجلة الخاصة بالتدفئة.
- فرع الأمن الداخلي: يشرف عليه شخص معين قادر على القيام بجميع المهام التي يتطلبها هذا المنصب، كالسهر على امن الإقامة ومختلف مرافقها وكذا مداخلها، وتسجيل كل كبيرة وصغيرة في سجلات خاصة مؤشرة ومرقمة من طرف الإدارة.

الشكل رقم (8): الهيكل التنظيمي لمديرية الخدمات الجامعية لولاية ميلة



المصدر: <http://dou-mila.com/ar/notre-direction.html>

(21-6-2021- 10:30 PM)

المطلب الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة

استخدم الباحث المنهج الوصفي والمنهج التحليلي ، حيث يحاول المنهج الوصفي وصف وتقييم واقع " أثر جودة خدمات الإطعام الجامعي على رضا طلبة المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف في ولاية ميلة" حيث يعرف المنهج الوصفي بأنه محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة لعناصر المشكلة أو ظاهرة قائمة، أهداف الوصول إلى فهم أفضل وأدق لوضع نتائج وتوصيات مستقبلية لها.

سنعرض من خلال هذا البحث أهم الإجراءات المنهجية المعتمدة في تطبيق الدراسات الميدانية والمعالجة الإحصائية مع تحليل النتائج وتفسيرها.

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

يمثل مجتمع الدراسة المجموعة الكلية من المفردات أو العناصر التي يعني البحث بها، وتشملها الدراسة لتعميم نتائجها عليها (بودين، 2010، ص 25)، بناء على هذا فان مجتمع دراستنا الذي يتكون من طلبة المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف في ولاية ميلة، المقيمين والغير مقيمين، لقد تم تحديد الأجزاء المكونة للمجتمع المقدر عدد أفرادها بـ (10701 طالب وطالبة) يتوزعون بنسب مختلفة حسب مستواهم وتخصصهم فقد قمنا بحساب هذه النسب بالاعتماد على الإحصائيات التي قمنا بطلبها من إدارة المركز الجامعي والقيام بالعمليات الحسابية اللازمة تحصلنا على توزيع أفراد المجتمع حسب الأجزاء المكون له كما هو مبين في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2): توزيع عدد الطلبة حسب الخصائص الشخصية

المستوى		مجموع طلبة الليسانس		مجموع طلبة الماستر		مجموع طلبة الدكتوراه	
المعاهد	العدد الإجمالي	النسب المئوية	العدد الإجمالي	النسب المئوية	العدد الإجمالي	النسب المئوية	العدد الإجمالي
علوم وتكنولوجيا	698	6.52	341	3.18	.	.	.
رياضيات وإعلام آلي	631	5.89	253	2.36	13	0.12	.
علوم الطبيعة والحياة	1140	10.65	610	5.70	9	0.08	.
علوم اقتصادية، التسيير وعلوم تجارية	1810	16.91	1055	9.85	55	0.51	.
حقوق وعلوم سياسية	382	3.56	0	0	.	.	.
لغات أجنبية:لغة إنجليزية	591	5.52	218	2.03	.	.	.
لغات أجنبية:لغة فرنسية	424	3.96	137	1.28	.	.	.
لغة وأدب عربي	1390	12.98	900	8.41	44	0.41	.
المجموع	7066	66.03	3514	32.83	121	1.13	.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لخدمة الإطعام الجامعية في ظل أزمة كورونا (COVID_19) بولاية ميلة

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على إحصائيات المركز الجامعي.

العملية الحسابية اللازمة لتحصلنا على توزيع أفراد العينة حسب الأجزاء المكونة لها.

$$X = Y * 10701/100$$

100 ← 10701
Y ← X

حيث: Y يمثل النسبة المئوية من مجتمع الدراسة
X يمثل عدد الطلبة الممثل للمجتمع

أما عينة الدراسة فقد تم الاعتماد على العينة الغير احتمالية الحصية، فهي جزء صغير من المجتمع الكلي تجرى عليه التجربة أو التطبيق (دوبين، 2010، ص25)، وهنا تتكون العينة من طلبة الجامعة، المقيمين منهم والغير مقيمين، الذين يترددون بصفة متكررة إلى مطاعم الجامعة بغرض الحصول على خدمة الإطعام الجوهرية وخدمات أخرى داعمة.

ثانيا: أدوات البحث والدراسة الميدانية

يعد من الضروري تقديم نظرة عن المنهج المتبع في جمع البيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة، لقد تم إعداد الاستبيان حول "أثر جودة خدمات الإطعام على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID_19)"، وقد تم بناء نصه بما يعالج مختلف المفاهيم المطروحة من خلال الإطار المفاهيمي للبحث، حيث ضمت الاستبيان أسئلة مغلقة تقيس مدى موافقة المجيب على العبارات المقترحة، وصممت لمحاور الاستبيان التي تعالج أثر جودة الخدمات من ثلاث محاور بالإضافة إلى صفحة التقديم وطلب التعاون والاستجابة، وهي كالآتي:

✓ **المحور الأول:** ويعبر عن المتغير المستقل، المتمثل في أبعاد جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID_19) من وجهة نظر الطالب، وذلك من خلال 21 عبارة تعكس الأبعاد الخمسة لتقييم جودة الخدمة الإطعام الجامعي، والمتمثلة في (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) وهي كالآتي:

- البعد الأول: الجوانب الملموسية لخدمة الإطعام ومثله العبارات (1.2.3.4.5)
- البعد الثاني: الاعتمادية ومثله العبارات (6.7.8)
- البعد الثالث: الاستجابة ومثله العبارات (9.11)
- البعد الرابع: الأمان في الخدمة ومثله العبارات (12.13.14.15)
- البعد الخامس: التعاطف: ومثله العبارات (16.17.18)

✓ المحور الثاني: ويعبر عن المتغير التابع، المتمثل في رضا الطلبة، ومثلته العبارات (19. 20. 21. 22)

✓ المحور الثالث: يتعلق هذا الجزء بالمعلومات الشخصية للعينة من الجنس، العمر، المستوى التعليمي، التخصص حسب المعاهد، الإقامة بالحي الجامعي، استخدامك للمطعم الجامعي، وأخيرا الدخل الشهري للأسرة.

✓ لقد اختيرت عبارات الاستبيان بعد المراجعة النظرية لمختلف الدراسات التي تطرقت إلى نماذج قياس جودة الخدمة وعلاقتها برضا المستفيد، المتمثل في نموذج (Servqual) من طرف اللامعين في الخدمات الباحثين (Parasuraman, Zeithaml, berry) المتعلقة بجودة الخدمة المدركة حيث تم ترجمة العبارات التي تتعلق بالأبعاد الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف)، الأولى من الاستبيان المعتمد في دراستنا من النموذج أما البعد الأخير الذي يتعلق برضا المستفيد فقد تم تبني عبارات الاستبيان المعتمد من دراسات السابقة.

وقد تم قياس متغيرات كل من المحور الأول والثاني باستخدام مقياس "ليكرت" الخماسي المكون

(1. غير موافق تم أما، 2. غير موافق، 3. محايد، 4. موافق، 5. موافق تم أما) لقياس الاستبيان بغية

معرفة آراء واتجاهات الطلبة.

ثالثا: طريقة تحليل البيانات

اعتمدت منهجية معالجة بيانات هذه الدراسة بالاستعانة ببرمجية الحزمة الإحصائية على استخدام (Statistical Package For Social Sciencess) (Spss) أين تم القيام بتفريغ الاستبيان واستخدام الاختبارات الإحصائية التي تتوافق ومقياس ليكرت الترتيبي، حيث شمل التحليل استعمال الأدوات الإحصائية التالية:

- اختبار ألفا كرونباخ الخاص بمدى ثبات وسيلة جمع البيانات.
- النسب المئوية والتكرارات و لوصف بيانات العينة من حيث خصائصها.
- التكرارات ونسب المئوية، لمعرفة درجة موافقة الطلبة لخدمات الإطعام للمركز الجامعي لولاية ميلة على كل بعد من أبعاد جودة الخدمة، ودرجة رضاهم عن الجودة الكلية للخدمات الإطعام الفعلية.
- وقيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعرفة درجة تقييم أفراد العينة لجودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19).
- تحليل الانحدار المعياري المتعدد لاختبار الفرضيات.

- اختبار (t -test) لمعرفة فروق الدلالات الإحصائية بين مجموعتين من البيانات القياسية (Scales).

المطلب الرابع: صدق وثبات وسيلة الدراسة

يقصد بثبات الاستبيان أن تعطي هذه الإستبيان نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط خلال فترة زمنية معينة، وقد تحقق الباحث من صدق استبيان الدراسة من خلال تحكيمها لدى مجموعة من الأساتذة الباحثين والدكاترة المختصين في هذا المجال والجدول رقم (2) أدناه يمثل لجنة تحكيم صدق الاستبيان:

الجدول رقم (3) لجنة تحكيم صدق الاستبيان

الأستاذة	الجامعة
عبد العالي غيثي	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف
بالحاج طارق	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف
بودرجة رمزي	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف
لببض ليندة	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف

المصدر: من إعداد الطالبتين

كان للأساتذة جملة من التوجيهات والتصحيحات فيما يخص الجانب الشكلي وطريقة صياغة العبارات وإضافة بعض الأسئلة الشخصية والتي أضافت الكثير للاستبيان، وساعدت في ضبطه بشكل جعله أكثر تعبيرا عن البيانات المرجوة استقصاؤها، وبعد التصحيح تم استخراج الاستبيان في صورته النهائية.

وتم توزيع عينة استطلاعية حجمها 30 استبيان لاختبار ثبات صدق الاستبيان، ويقصد بالثبات هو أن تعطي عبارات الاستبيان نفس النتائج مهما قمنا بتوزيعه على عينة في فترات زمنية مختلفة ولأكثر من مرة على أن يتم توفر نفس الشروط ونفس الظروف، وقد اعتمدنا في حساب ثبات الاستبيان على معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha Coefficient) أين تحصلنا على نتيجة 0.807، وهي نتيجة جيدة تعطي ثباتا لأداة الدراسة.

بعد التأكد من صدق وسلامة الاختبار تم توزيع 150 استبيان على عينة الدراسة، والتي امتدت طلية أسبوع خلال الفترة الممتدة من يوم الاثنين 17. 2012.5 إلى غاية 25. 2021.5، وقد تم توزيعها بصورة شخصية مقصودة وهذا من أجل التأكد من صدق الإجابات وضمان الفهم الجيد لعبارات الاستبيان، حيث تم

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لخدمة الإطعام الجامعية في ظل أزمة كورونا (COVID_19) بولاية ميلة

الحصول على 100 استبيان وقد تم استبعاد 50 استبيان لعدم صلاحيتها مع ضياع البعض منها، ليصبح عدد الاستبيانات 100 استبيان صالحة بنسبة استرداد 83 %.

و كان توزيع الاستبيان كالاتي:

جدول رقم (4) توزيع الاستبيان على عينة الدراسة

أقسام العينة	عدد الاستبيانات الموزعة
مكتبة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	45
مكتبة الآداب واللغات	40
معهد العلوم والتكنولوجيا	28
معهد الحقوق	7
المطعم المركزي	20
مطعم الإقامة 2000 سرير	10
مجموع الاستبيانات	150

المصدر: من إعداد الطالبتين

من الجدول رقم (3) أعلاه تم توضيح عدد الاستبيانات الموزعة على أقسام العينة فكانت (45) استمارة وزعت في معهد العلوم الاقتصادية وتجارية وعلوم التسيير (40) استمارة وزعت في معهد اللغات والآداب و(28) استبيان وزعت في معهد العلوم والتكنولوجيا و(7) استبيان في معهد الحقوق و(20) استبيان في المطعم المركزي و(10) في مطعم الإقامة 2000 سرير.

وبعد ذلك قمنا بتفريغ البيانات في البرنامج التحليل الإحصائي (Spss)، وقمنا بحساب ألفا كرونباخ

كما يبينه الجدول أدناه:

الجدول رقم (5): نتائج اختبار معامل الثبات ألفا كرونباخ لأبعاد الدراسة.

الأبعاد	معامل ألفا كرونباخ (الثبات)
بعد الملموسية	0.616
بعد الاعتمادية	0.762
بعد الاستجابة	0.539
بعد الأمان	0.737
بعد التعاطف	0.542
بعد الرضا	0.798
لجميع العبارات	0.855

المصدر: مخرجات (Spss).

من الجدول رقم (4) يمكننا قراءة نتائج قياس ثبات الاستبيان، حيث نجد قيمة ألفا كرونباخ لجميع الأبعاد تفوق 0.5 وهذا يدل على ثبات الاستبيان وصلاحيتها كأداة للدراسة وتجدر الإشارة إلى أنه تم استبعاد العبارة الثانية من بعد الاستجابة لتسببها في انخفاض قيمة معامل الثبات، وبالمقابل بلغت قيمة معامل الثبات لكل العبارات معا مساوية لقيمة 0.855 وهي قيمة دالة على ثبات وصلاحية الاستبيان كأداة للدراسة

المبحث الثاني: أدوات التحليل الإحصائي

المطلب الأول: وصف خصائص العينة

لغرض التعرف على الخصائص البيانية لأفراد عينة الدراسة، تناول المحور الثالث من الاستبيان بعض البيانات الشخصية لأفراد العينة وهي: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، التخصص حسب المعاهد، الإقامة بالحي الجامعي، استخدام المطعم الجامعي، الدخل الشهري للأسرة والجدول أدناه يوضح ذلك:

الجدول رقم (6): الخصائص الشخصية لعينة الدراسة.

المتغير	الفئات	التكرارات	النسبة %
الجنس	انثى	72	72
	ذكر	28	28
العمر	من 18 سنة . 21 سنة	20	20
	من 21 سنة . 24 سنة	60	60
	24 فما فوق	20	20
المستوى التعليمي	ليسانس	53	53
	ماستر	45	45
	دكتوراه	2	2
	أخرى	.	.
التخصص حسب المعاهد	علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	42	42
	الأداب واللغات	34	34
	علوم والتكنولوجية	19	19
	حقوق	5	5
الإقامة بالحي الجامعي	نعم	34	34
	لا	66	66
استخدامك للمطعم	كل يوم	31	31

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لخدمة الإطعام الجامعية في ظل أزمة كورونا (COVID_19) بولاية ميله

35	35	على الأقل مرة في الأسبوع	الجامعي
34	34	على الأقل مرة في الشهر	
28	28	اقل من 20000 دج	الدخل الشهري للأسرة
49	49	من 20000 دج . إلى اقل من 40000 دج	
16	16	من 40000 دج . إلى اقل من 60000 دج	
7	7	أكثر من 60000 دج	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (Spss)

من الجدول رقم (5) يمكننا استخلاص الخصائص الشخصية للعينة المدروسة، حيث نجد من ناحية الجنس أن الإناث يمثلون 72% من الطلبة، وهي نسبة تتفوق فيها الإناث بمقدار معتبر، والسبب راجع للعدد الكبير بالنسبة للإناث في الجامعة ، في حين بلغة نسبة الذكور 28%.

من جهة نجد أن النسبة الأكبر للفئة المتراوح أعمارهم (من 21 سنة . 24 سنة) بنسبة 60% في حين نجد التساوي في النسب للفئة المتراوح أعمارهم (من 18 سنة . 21 سنة وفئة من 24 سنة فما فوق)، حيث سجلوا 20% لكل منهما.

بالنسبة للمستوى التعليمي فقد مثلت فئت ليسانس كأعلى نسبة من أفراد العينة بنسبة 53% تليها فئة الماستر بنسبة 45% تليها فئة الدكتوراه بنسبة 2%.

من الجدول أيضا نجد أكبر الفئة المدروسة تنتمي لمعهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بنسبة 42%

تليها فئة الآداب واللغات بنسبة 34% أما بالنسبة لتخصص علوم والتكنولوجيا فقد بلغت نسبته 19% بينما فئة تخصص حقوق فبلغت نسبتها 5%.

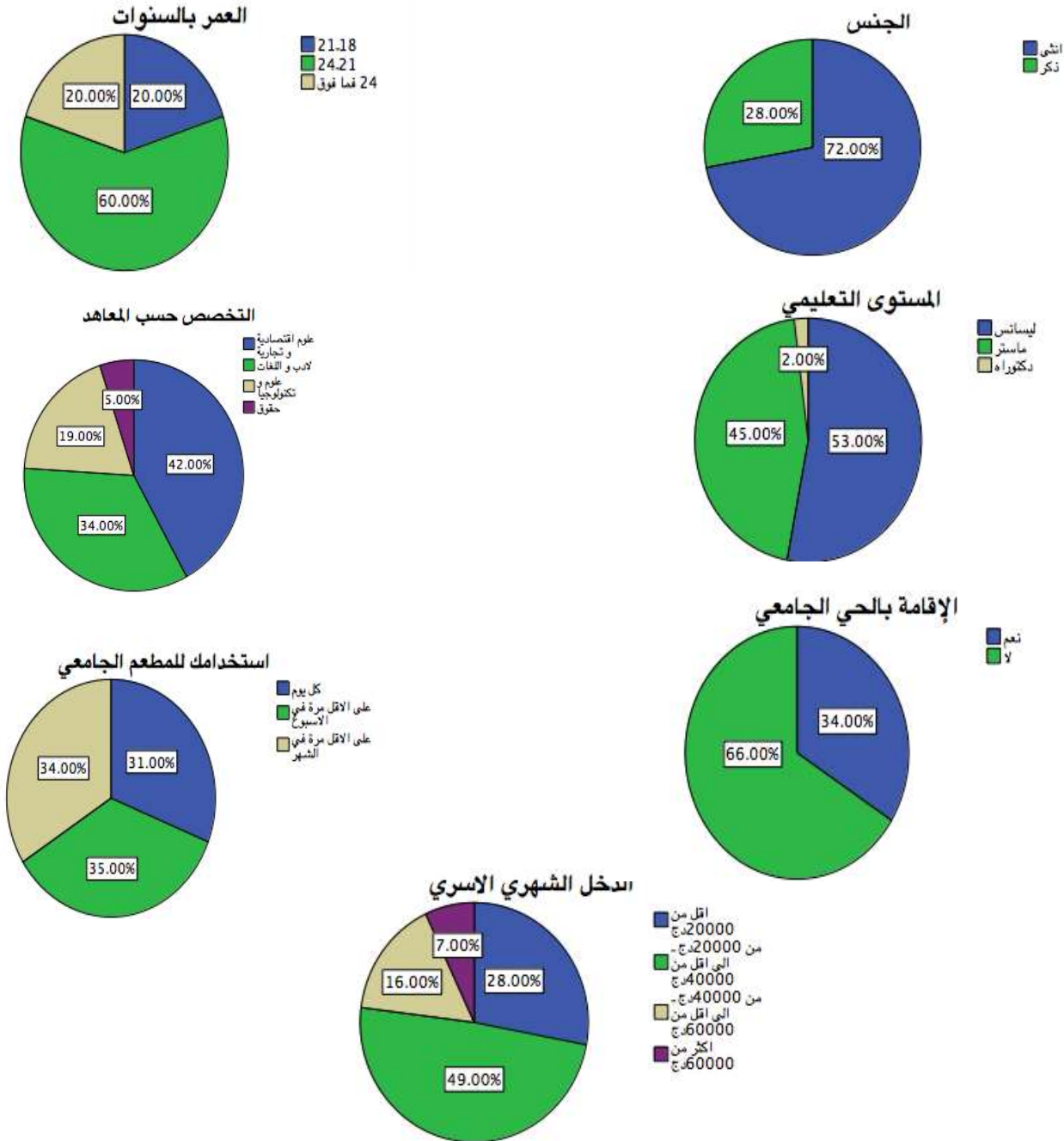
ومن ناحية أخرى نجد أن اغلب أفراد العينة ليس مقيمين بالحي الجامعي بنسبة 66% في حين بلغ فئة المقيمين نسبة 34%.

في حين نجد أن هناك تقارب في النسب بالنسبة للفئة التي تستخدم المطعم الجامعي على الأقل مرة في الأسبوع والفئة التي تستخدم المطعم الجامعي مرة على الأقل في الشهر بنسبة على التوالي 35% ، 34% وهذا راجع لأسباب سيتم معرفتها لاحقا، في حين بلغت الفئة التي تستخدم المطعم كل يوم بنسبة 31%.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لخدمة الإطعام الجامعية في ظل أزمة كورونا (COVID_19) بولاية ميله

من الجدول أيضا نجد أن مستوى الدخل لأفراد العينة قد حقق أعلى نسبة عند فئة (من 20000 دج . إلى اقل من 40000 دج) بنسبة 49% وهو ما يدل على أن اغلب أفراد العينة من ذوي الدخل المتوسط، تليها فئة الراتب الضعيف (أقل من 20000 دج) بنسبة 28% تليها فئة (من 40000 دج . إلى اقل من 60000 دج وفئة أكثر من 60000 دج) حيث تعتبر فئة ذو الدخل العالي بنسبة على التوالي 16%، 7%.

الشكل رقم (9): التمثيل البياني لخصائص الشخصية لعينة الدراسة



المصدر: مخرجات برنامج (Spss)

المطلب الثاني: تحليل النتائج الدراسة

أولاً: خصائص عينة الدراسة: في ما يلي عرض لخصائص عينة الدراسة وفق البيانات الشخصية

الجدول رقم (7): التكرار والنسب المئوية للإجابات على عبارات أبعاد جودة الخدمة

موافق تماماً		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق تماماً		العبارة
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
7	7	30	30	17	17	35	35	11	11	Q1
15	15	42	42	3	3	18	18	22	22	Q2
9	9	37	37	23	23	26	26	5	5	Q3
22	22	24	24	7	7	34	34	13	13	Q4
21	21	28	28	8	8	31	31	12	12	Q5

بعد الملموسية (Axis1)

12	12	23	23	21	21	36	36	8	8	Q6
22	22	26	26	15	15	26	26	11	11	Q7
18	18	29	29	26	26	17	17	10	10	Q8

بعد الاعتمادية (Axis2)

8	8	18	18	26	26	41	41	7	7	Q9
9	9	21	21	36	36	26	26	8	8	Q11

بعد الاستجابة (Axis3)

17	17	31	31	15	15	22	22	15	15	Q12
11	11	35	35	14	14	30	30	10	10	Q13
16	16	28	28	21	21	15	15	20	20	Q14
13	13	24	24	30	30	21	21	12	12	Q15

بعد الأمان (Axis4)

13	13	21	21	37	37	24	24	5	5	Q16
22	22	23	23	24	24	17	17	4	4	Q17
13	13	35	35	14	14	29	29	9	9	Q18

بعد التعاطف (Axis5)

13	13	21	21	37	37	24	24	5	5	V1
22	22	23	23	17	17	23	23	15	15	V2
15	15	28	28	25	25	19	19	13	13	V3
13	13	29	29	20	20	25	25	13	13	V4

بعد الرضا (Axis6)

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (Spss)

- من خلال الجدول رقم (7) الخاص بتكرارات إجابات أفراد عينة الدراسة "لبعد الملموسية" نلاحظ انه قد تم تسجيل إجابة غير موافق بأعلى نسبة في العبارة الأولى حيث قدرت نسبته 35% ، أما في ما يخص العبارة الثانية فقد كانت أعلى نسبة فيها للإجابة موافق بنسبة 42 %، أما في العبارة الثالثة فقد كانت أعلى نسبة مسجلة فيها للإجابة موافق بنسبة 37 %، في حين سجلت أعلى نسبة في إجابة غير موافق بنسبة 34 % للعبارة الرابعة، أما في العبارة الخامسة فقد كانت أعلى نسبة مسجلة فيها إجابة غير موافق بنسبة 31 %.
- من خلال بعد الاعتمادية نلاحظ انه قد تم تسجيل أعلى نسبة في إجابة غير موافق في العبارة السادسة بنسبة 36 %، أما فيما يخص العبارة السابعة فكانت أعلى نسبة سجلت فيها لإجابة غير موافق وإجابة موافق بنسب متساوية 26%، أما في العبارة الثامنة فقد سجلت أعلى نسبة مسجلة فيها لإجابة موافق بنسبة 29 %.
- من خلال بعد الاستجابة نلاحظ أن العبارة التاسعة سجلت فيها أعلى نسبة لإجابة غير موافق بنسبة 41%، أما في العبارة الحادي عشر فسجلت إجابة محايد كأعلى نسبة فيها حيث قدرت بنسبة 36 %.
- من خلال بعد الأمان نلاحظ أن العبارة الثانية عشر سجلت أكبر نسبة فيها لإجابة موافق بنسبة 31%، في حين سجلت أعلى نسبة لإجابة موافق للعبارة الثالثة عشر بنسبة 35 %، أما في العبارة الرابعة عشر فقد كانت أعلى نسبة مسجلة فيها لإجابة موافق بنسبة 28 %، أما في العبارة الخامسة عشر فقد كانت أعلى نسبة مسجلة فيها لإجابة محايد بنسبة 30 %.
- من خلال بعد التعاطف نلاحظ أن العبارة السادسة عشر سجلت أكبر نسبة إجابة محايد حيث قدرت بنسبة 37 % ، أما في العبارة السابعة عشر أعلى نسبة مسجلة فيها كانت لإجابة محايد بنسبة 24 %، في حين سجلت أعلى نسبة في إجابة موافق للعبارة الثامنة عشر بنسبة 35 %.
- من خلال بعد الرضا نلاحظ التاسعة عشر سجلت أعلى نسبة فيها لإجابة محايد بنسبة 37 % ، في حين سجلت أعلى نسبة فيها لإجابة غير موافق وموافق للعبارة عشرين بنسب متساوية بنسبة 23 % ، أما في العبارة الواحد وعشرين سجلت أعلى نسبة فيها لإجابة موافق بنسبة 28 % ، أما في العبارة اثنين وعشرين فسجلت أكبر نسبة إجابة فيها لموافق بنسبة 29 %.

ثانيا: وصف إجابات عينة الدراسة: بما انه تم الاعتماد على سلم ليكرت ذي الخمس درجات (5)، ويتم تحديد فئات المقياس كما يلي:

$$\text{المدى} = \text{الفرق بين أعلى درجة وأقل درجة بالمقياس} = 5 - 1 = 4$$

$$\text{طول الفئة} = \text{المدى} / \text{عدد الفئات} = 4 / 5 = 0.8$$

فإن طول العينة سيكون 0.8 مما ينشئ لدينا خمس مجالات نلخصها في الجدول رقم (8):

الجدول رقم(8): فئات ومجالات سلم ليكرت.

النتيجة	الفئة	المجال
ضعيف	غير موافق تماما	[1.8 -1]
	غير موافق	[2.6 -1.8]
متوسط	محايد	[3.4 -2.6]
مرتفع	موافق	[4.2 -3.4]
	موافق تماما	[5.4 -4.2]

المصدر: من إعداد الطالبتين.

في الجدول رقم(8): قمنا بتحديد مجال كل فئة، كما اعتبرنا الإيجابتين (موافق تماما، موافق) أنها موافق على وجود أثر لأبعاد جودة خدمات الإطعام الجامعي على رضا الطلبة، والإجابة (غير موافق تماما، غير موافق) على أنها عدم الموافقة على وجود أثر لأبعاد جودة الخدمات الإطعام الجامعي على رضا الطلبة، واحتفظنا بإجابة (محايد) كما هي، وهذا بغرض تحليل نتائج الجدول رقم (9).

الجدول رقم (9): قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأبعاد جودة خدمات الإطعام الجامعي

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
متوسط	1.16909	2.8700	Q1
متوسط	1.44600	3.1000	Q2
متوسط	1.07961	3.1900	Q3
متوسط	1.41193	3.0800	Q4
متوسط	1.38078	3.1500	Q5
متوسط	81990	3.0780	AXIS1
متوسط	1.18386	2.9500	Q6
متوسط	1.34525	3.2200	Q7
متوسط	1.23157	3.2800	Q8
متوسط	1.03299	3.1500	AXIS2
متوسط	1.07586	2.7900	Q9
متوسط	1.07736	2.9700	Q11
متوسط	89081	2.8800	AXIS3
متوسط	1.34581	3.1300	Q12
متوسط	1.22479	3.0700	Q13
متوسط	1.37345	3.0500	Q14
متوسط	1.20918	3.0500	Q15
متوسط	96433	3.0750	AXIS4
مرتفع	1.16498	3.5800	Q16
مرتفع	1.13244	3.5200	Q17
مرتفع	1.23108	3.1400	Q18
مرتفع	85033	3.4133	AXIS5
متوسط	1.07923	3.1300	V1
متوسط	1.39277	3.1400	V2
متوسط	1.26055	3.1300	V3
متوسط	1.26267	3.0400	V4
متوسط	98941	3.1100	AXIS6

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات (Spss).

من خلال الجدول رقم (9) نلاحظ أن معظم إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد الملموسية تقع في المجال [3.4-2.6]

مما يدل على أن درجة إجاباتهم متوسطة، مما يعني أن تقييم أفراد العينة لجودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا من خلال بعد الملموسية كان متوسطا.

حيث نجد أن أعلى متوسط للفقرة Q3، بمتوسط حسابي 3.19 تليها الفقرة Q5 بمتوسط حسابي 3.15 ثم تليها الفقرات Q2، Q4، Q1 بمتوسطات حسابية على التوالي (3.10، 3.08، 2.87).

ومن خلال نفس الجدول، نلاحظ أن معظم أفراد عينة الدراسة على بعد الاعتمادية تقع في المجال [3.4-2.6] مما يدل على درجة إجاباتهم متوسطة، مما يعني أن تقييم أفراد العينة لجودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا من خلال بعد الاعتمادية كان متوسطا.

حيث نجد أن أعلى متوسط للفقرة Q8 بمتوسط حسابي 3.28، تليها الفقرتين Q6، Q7 بمتوسطات حسابية على التوالي (3.22، 2.95).

ومن نفس الجدول، نلاحظ أن معظم إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد الاستجابة تقع في المجال [3.4-2.6] مما يدل على درجة إجاباتهم متوسطة، مما يعني أن تقييم أفراد العينة لجودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا من خلال بعد الاستجابة كان متوسطا.

حيث نجد أن أعلى متوسط للفقرة Q11، بمتوسط حسابي 2.97 تليها الفقرة Q9، بمتوسط حسابي 2.79.

ومن نفس الجدول، نلاحظ أن معظم إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد الأمان تقع في المجال [3.4-2.6] مما يدل على درجة متوسطة، مما يعني أن تقييم أفراد العينة لجودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا من خلال بعد أن أمان كان متوسطا.

حيث نجد أن أعلى متوسط للفقرة Q12، بمتوسط حسابي 3.13 تليها الفقرة Q13 بمتوسط حسابي 3.07 تليها الفقرتين (Q14، Q15) بمتوسط حسابي متساوي قدر بـ 3.05.

ومن نفس الجدول نلاحظ أن معظم إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد التعاطف تقع في المجال [3.4-4.2] مما يدل على درجة إجاباتهم مرتفع ، مما يعني أن تقييم أفراد العينة لجودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا من خلال بعد التعاطف كان مرتفعا.

حيث نجد أن أعلى متوسط بالفقرة Q16، بمتوسط حسابي 3.58 تليها الفقرتين (Q17، Q18) بمتوسط حسابي على التوالي (3.52، 3.14).

ومن نفس الجدول نلاحظ أن معظم إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد الرضا تقع في المجال [2.6-3.4] مما يدل على درجة إجاباتهم متوسطة، وهذا يدل على أن درجة رضا العينة على جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا من خلال الأبعاد المستخدمة في الدراسة كانت متوسطة.

حيث نجد أعلى نسبة للفقرة V2 بمتوسط حسابي 3.14، تليها الفقرتين (V1، V3) بمتوسط حساب متساوي قدر بـ 3.13، تليهم الفقرة V4 بمتوسط حسابي قدر بـ 3.04.

المطلب الثالث: اختبار صحة الفرضيات

1- اختبار الفرضية الرئيسية (H1): تفيد الفرضية الصفرية (H10) لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة خدمة الإطعام الجامعي على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID_19) عند مستوى الدلالة 0.05 والتي نحاول الإجابة بها عن التساؤل الرئيسي (هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة خدمة الإطعام الجامعي على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID_19)؟ والتي تتفرع عنها الفرضيات التالية:

❖ H11_0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعد "الملموسية" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي.

❖ H12_0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعد "الاعتمادية" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي.

❖ H13_0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعد "الاستجابة" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي.

❖ H14_0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعد "الأمان" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي.

❖ H15_0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعد "التعاطف" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي.

وللتأكد من صحة الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية لها قمنا باستخدام تحليل الانحدار المعياري المتعدد (Standard multiple régression)، والذي تصاغ معادلته حسب (دودين، 2013، ص 75) على النحو التالي:

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + BX + BX \dots\dots + \sum$$

بحيث سيتم تطبيق نموذج الانحدار المتعدد باستخدام طريقة Enter في إدخال المتغيرات ونبين من خلال الجدول الموالي علاقة الارتباط بين المتغير التابع والمستقل:

الجدول رقم (10): نتائج التحليل الإحصائي للفرضية الأولى (ملخص نتائج النموذج).

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.782 ^a	.611	.590	.63318

a. Valeurs prédites: (constantes), Axis5, Axis1, Axis3, Axis2, Axis4

b. Variable dépendante: Axis6

المصدر: مخرجات Spss

الجدول رقم (11): نتائج التحليل الإحصائي للفرضية الأولى (نتائج تحليل ANOVA).

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	59.229	5	11.846	29.546	.000 ^b
1 Résidu	37.686	94	.401		
Total	96.915	99			

a. Variable dépendante: Axis6

b. Valeurs prédites: (constantes), Axis5, Axis1, Axis3, Axis2, Axis4

المصدر: مخرجات Spss

الجدول رقم (12): نتائج التحليل الإحصائي للفرضية الأولى (نتائج المعاملات المستقلة B).

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	Statistiques de colinéarité	
	A	Erreur standard	Bêta			Tolérance	VIF
(Constante)	.988	.435		2.270	.026		
1							
Axis1	-.105	.104	-.087	-1.018	.311	.561	1.781
Axis2	.166	.099	.174	1.684	.096	.388	2.576
Axis3	.000	.078	.000	.004	.997	.844	1.185
Axis4	.703	.107	.686	6.590	.000	.382	2.617
Axis5	-.071	.078	-.061	-.910	.365	.924	1.082

a. Variable dépendante: Axis6

المصدر: مخرجات Spss

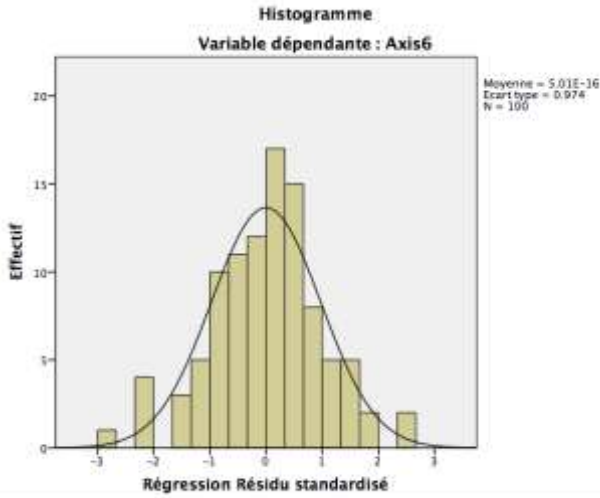
الجدول رقم (13): مؤشرات جودة نموذج الانحدار

Test d'échantillons indépendants

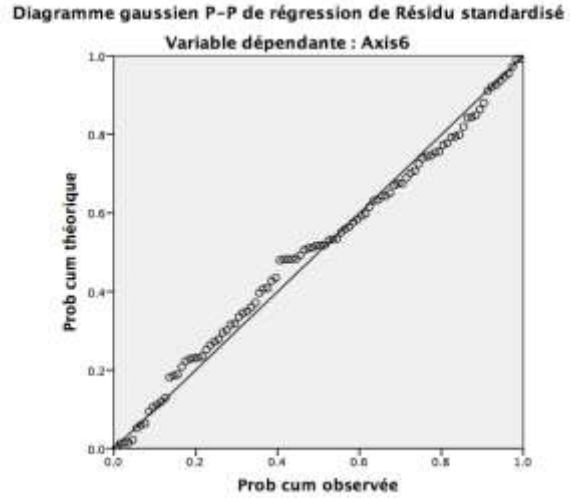
Diagnostics de colinéarité ^a										
Modèle	Dimension	Valeur propre	Index de conditionnement	Proportions de la variance						
				(Constante)	Axis1	Axis2	Axis3	Axis4	Axis5	
1	1	5.735	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	
	2	.119	6.943	.02	.01	.06	.00	.04	.25	
	3	.078	8.566	.00	.01	.02	.72	.04	.04	
	4	.031	13.697	.00	.87	.26	.01	.03	.07	
	5	.022	16.172	.00	.07	.65	.01	.87	.01	
	6	.016	19.060	.98	.04	.00	.26	.02	.64	
a. Variable dépendante: Axis6										

المصدر: مخرجات (Spss)

الشكل رقم (11): منحني بقايا المتغير التابع



الشكل رقم (10): انتشار بقايا المتغير التابع



المصدر: مخرجات (Spss)

قراءة نتائج مخرجات برنامج ال (Spss):

نشير إلى أننا قمنا بقراءة النتائج حسب ما جاء به (دودين، 2013، ص 75)، وقبل البدء بتحليل النتائج يجب أولاً النظر في بعض المؤشرات للتحقق من صلاحيتها، ومن أهم هذه المؤشرات هو التوزيع الطبيعي لبقايا المتغير التابع، والذي يعد أمراً مطلوباً في أسلوب الانحدار، ويمكن التأكد من ذلك بالنظر إلى الشكلين رقم (10) و(11) أين نجد أن البقايا تنتشر بشكل طبيعي.

من الجدول رقم (13) نقرا قيم المؤشر (Condition index) أين نجدها تتراوح بين (6.943 و19.060) أي أن كل القيم اقل من (30)، ومنه فان نتائج النموذج تعد نتائج ذات معنى، أما بالنسبة للتأكد من الشرط الأخير والذي يهدف لإثبات عدم وجود الكثير من العلاقات الخطية بين المتغيرات المستقلة فنقوم بقراءة مؤشر (Tolerance) ومن الجدول رقم (12) نجد أن كل القيم اكبر من 0.5، ما يشير إلى عدم وجود مشاكل في العلاقات الخطية بين المتغيرات المستقلة.

بعد تأكدنا من فروض صلاحية النموذج سنقوم بشرح دلالات مخرجات (Spss)، ونبدأ بالجدول رقم (10) حيث نقرا منه قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.611$)، والتي تفسر وجود قوة تفسيرية تقارب 61%، بمعنى أن 61 من التغيرات الحاصلة في رضا الطلبة يمكن تفسيرها من خلال المتغيرات المستقلة التي يتضمنها الإطار المفاهيمي للدراسة، والمتمثلة في أبعاد جودة خدمة الإطعام الجامعي.

ولاختبار مربع الارتباط المرجح (Adjusted R Square) الموجود في نتائج الجدول رقم (11) لابد من الرجوع إلى نتائج مستوى المعنوية (p-value) أو (Sig) في الجدول رقم (11) الخاص بـ (ANOVA)، فبناء على قيمتها يمكننا قبول أو رفض الفرضية الصفرية، والتي تنص على أنه لا يوجد أثر

ذو دلالة إحصائية لجودة خدمة الإطعام الجامعي على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID-19) عند مستوى الدلالة (0.05).

ويفسر هذا إحصائياً بان ($R\text{-deux ajusté} = 0$) مما يعني أن جميع قيم (B) مساوية للصفر

($b_0 = b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$)، أي أن معاملات انحدار جميع المتغيرات المستقلة مساوية للصفر، وبالتالي يصبح نموذج الدراسة ليس له معنى، إذا كانت قيمة (P-value) أكبر أو تساوي 0.05، ما يدفعنا إلى قبول الفرضية البديلة، وبالنظر إلى الجدول رقم (11) نجد قيمة (p-value) المتمثلة في (Sig) مساوية للصفر (sig= 000)

وبذلك نرفض الفرضية الرئيسية الصفرية ($H1_0$) ونقبل الفرضية البديلة لها، والتي تنص على أن هناك تأثيراً معنوياً عند مستوى الدلالة (0.05) جودة خدمة الإطعام على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا. أي أنه يوجد على الأقل معامل انحدار أو ثابت ذي معنى في النموذج، ما يدل على معنوية النموذج الذي تفسر نتائجه بناء على الجدول رقم (12) وفق المعادلة التالية:

$$. \text{AXIS6} = 0.988 - 0.105 \text{ AXIS1} + 0.166 \text{ AXIS2} + 0.000 \text{ AXIS3} + 0.703 \text{ AXIS4} + 0.071 \text{ AXIS5} + \Sigma$$

أي أن رضا الطلبة = $0.988 - 0.105$ بعد الملموسية + 0.166 بعد الاعتمادية + 0.000 بعد الاستجابة + 0.703 بعد الأمان . 0.071 بعد التعاطف + البقايا.

ونقرا المعادلة على الشكل التالي: الزيادة بوحدة واحدة في بعد الملموسية يؤدي إلى السالب الكلي في رضا الطلبة اتجاه جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID_19) ب (0.105) وحدة في الاتجاه السالب.

كما أن الزيادة بوحدة واحدة في بعد الاعتمادية يؤدي إلى الزيادة الكلية في رضا الطلبة اتجاه جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19) ب 0.166 وحدة في الاتجاه الايجابي، كما أن الزيادة بوحدة واحدة في بعد الأمان يؤدي إلى الزيادة الكلية في رضا الطلبة اتجاه جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19) ب (0.703) وحدة في الاتجاه الايجابي.

كما أن الزيادة بوحدة واحدة في بعد التعاطف يؤدي إلى السالب الكلي في رضا الطلبة اتجاه جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19) ب (0.071) وحدة في الاتجاه السلبى.

من ناحية أخرى يعطينا مؤشر (Béta) أو (Coefficients Standarrdisés) معلومات عن حصة تأثير لكل بعد من أبعاد جودة خدمات الإطعام الجامعي، حيث حاز بعد الأمان على أكبر قدر من التأثير بقيمة (0.686) حيث يعتبر أكثر أهمية عن باقي المتغيرات، يليه بعد الاعتمادية بقيمة (0.174).

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لخدمة الإطعام الجامعية في ظل أزمة كورونا (COVID_19) بولاية ميلة

انطلاقاً من نتائج تطبيق معادلة الانحدار المعياري المتعدد، فإننا نرفض الفرضيات الفرعية الصفرية ونقبل الفرضيات البديلة لها والتي تنص على:

❖ H_{1-1} : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعد "الملموسية" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19).

❖ H_{1-2} : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعد "الاستجابة" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19).

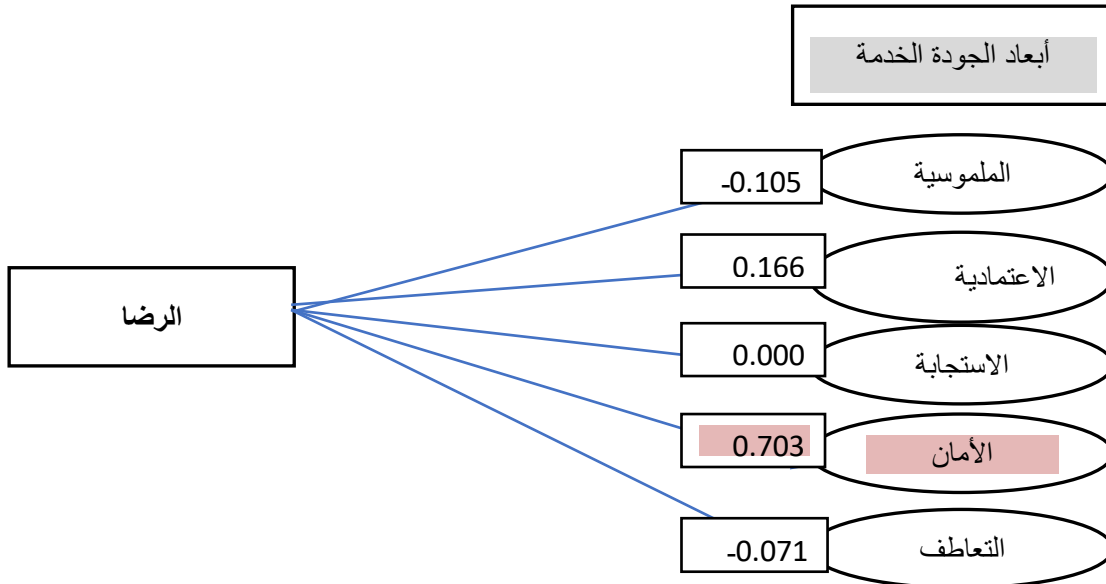
❖ H_{1-3} : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعد "التعاطف" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19).

❖ H_{1-4} : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعد "الاعتمادية" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19).

❖ H_{1-5} : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$ لبعد "الأمان" على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19).

ونلخص النتائج في الشكل رقم (12) أدناه:

الشكل رقم (12): قيم تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.



المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات (Spss).

2- اختبار الفرضية الثانية (H2): تنص الفرضية الصفرية الثانية (H02) على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لرضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19) تعزى لمتغير الجنس.

ولاختبار هذه الفرضية قمنا بإدخال المتغيرات (الجنس، رضا الطلبة) في برنامج (Spss).

الجدول رقم (14): نتائج متوسطات اختبار (T) لرضا الطلبة لدى الجنسين.

Statistiques de groupe

Statistiques de groupe					
	الجنس	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Axis6	انثى	72	2.9306	.92236	.10870
	ذكر	28	3.5714	1.02256	.19325

المصدر: مخرجات (Spss).

لقد تم تقسيم أفراد العينة في الجدول رقم (14) إلى مجموعتين حسب جنسهم (انثى، ذكر)، اين قولت كل مجموعة بمتوسط رضاها عن مستوى جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19)، وقد عدد المجموعة الأولى (اناث) بـ 72 طالبة، في حين بلغ عدد المجموعة الثانية (ذكور) بـ 28 طالب، وقد تم تسجيل فروق في متوسط رضاهم عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID_19)، فهل لهذه الفروق دلالة إحصائية عند مستوى 0.05.

الجدول رقم (15): نتائج اختبار (T) لرضا الطلبة المقيمين لدى الجنسين

Test d'échantillons indépendants		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes						
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Différence écart-type	Intervalle de confiance 95% de la différence	
								Inférieure	Supérieure	
Axis6	Hypothèse de variances égales	.003	.959	-3.026	98	.003	-.64087	.21181	-1.06120	-.22055
	Hypothèse de variances inégales			-2.890	45.073	.006	-.64087	.22172	-1.08742	-.19432

Test d'échantillons indépendants

المصدر: مخرجات (Spss).

من خلال الجدول رقم (15) وقراءة قيم اختبار (Test de Levene sur l'égalité des Variances) نستنتج أن المجموعتين متجانستين (Hypothèse de variances égales) ما يدل على تساوي التغيرات لان قيم المعنوية (p-value) أو (Sig) اكبر من مستوى الدلالة 0.05، حيث بلغت 0.959 ما يجعلنا نقبل الفرضية الصفرية التي تفيد بأنه هناك تساوي في التغيرات.

ثم ننقل إلى خانة (T-test) لنقرأ قيم المعنوية (p-value) أو (Sig) ومن الجدول نجد أن قيمة (Sig) تساوي 0.003 وهي أقل من 0.05 ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية الثانية (H02) ونقبل الفرضية البديلة التي تفيد بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لرضا الطلبة عن مستوى جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19) تعزى لمتغير الجنس.

3- اختبار الفرضية الثالثة (H3): تنص الفرضية الصفرية الثالثة (H₀₃) على انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لرضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19) تعزى لمكان إقامتهم.

ولاختبار هذه الفرضية قمنا بإدخال المتغيرات (مكان الإقامة، رضا الطلبة) في برنامج (Spss).

الجدول رقم (16): نتائج متوسطات اختبار (T) لرضا الطلبة المقيمين والغير مقيمين.

Statistiques de groupe

Statistiques de groupe	الإقامة بالحي الجامعي	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
	لا	66	3.1098	1.01823	.12534

المصدر: مخرجات (Spss)

لقد تم تقسيم أفراد العينة في الجدول رقم (16) إلى مجموعتين الطلبة المقيمين والغير مقيمين، أين قوبلت كل مجموعة بمتوسط رضاها عن مستوى جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19)، وقد ر عدد المجموعة الأولى (المقيمين بالحي الجامعي).

ب 34 طالب، في حين بلغ عدد أفراد المجموعة الثانية (الغير مقيمين) ب 66 طالب، وقد تم تسجيل فروق ضئيلة في متوسط رضاهم عن مستوى جودة خدمة الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19)، فهل لهذه الفروق دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05.

الجدول رقم (17): نتائج اختبار (T) لرضا الطلبة المقيمين والغير مقيمين

Test d'échantillons indépendants

Test d'échantillons indépendants		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes						
	Hypothèse de variances égales	F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Différence écart-type	Intervalle de confiance 95% de la différence	
									Inférieure	Supérieure
Axis6	Hypothèse de variances égales	.944	.334	.002	98	.998	.00045	.20993	-.41615	.41704
	Hypothèse de variances inégales			.002	71.267	.998	.00045	.20499	-.40827	.40917

المصدر: مخرجات (Spss).

من خلال الجدول رقم (17) وقراءة قيم اختبار (Test de Levene sur l'égalité des Variances) نستنتج أن المجموعتين متجانستين (Hypothèse de variances égales) ما يدل على تساوي التغيرات لان قيم المعنوية (p-value) أو (Sig) أكبر من مستوى الدلالة 0.05، حيث بلغت قيمتها 0.944 ما يجعلنا نقبل الفرضية الصفرية التي تفيد بأنه هناك تساوي في التغيرات.

ثم ننتقل إلى خانة (T-test) لنقرأ قيم المعنوية (p-value) أو (Sig) ومن الجدول نجد أن قيمة (Sig) تساوي 0.998 وهي أكبر من 0.05 ما يجعلنا نقبل الفرضية الصفرية الثالثة (H₀₃) التي تفيد بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 لرضا الطلبة عن مستوى جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID_19) تعزى لمكان إقامتهم.

خلاصة الفصل:

يعد هذا الفصل تدعيما للفصول السابقة، من خلال التحقق من الأفكار النظرية عند تطبيقها ميدانيا، ففي هذا الفصل تم عرض النتائج الميدانية والمتعلقة "بأثر جودة خدمات الإطعام التي تقدمها مطاعم المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف بمدينة ميلة في ظل أزمة كورونا (COVID-19) على رضا الطلبة على حدا وبصفة مجتمعة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) وقد تم الاعتماد على تقييم عينة من الطلبة، حيث بلغ حجم العينة (100 طالب) من خلال الاعتماد على استبيان أسئلة بالاعتماد على نموذج (جودة الأداء الفعلي Servqual) إذ أفضت المعالجة الإحصائية للبيانات عن طريق البرنامج الإحصائي (Spss) إلى ما يلي:

✓ نلاحظ أن هناك اختلاف المتوسطات الحسابية العامة من بعد لأخر وقد احتل بعد التعاطف الرتبة الأعلى حيث قدر متوسطه الحسابي 3.413 وهذا ما يدل على انه اكبر الأبعاد توفرا في جودة خدمات الإطعام الجامعية، تليها الاعتمادية من حيث الأهمية النسبية وبمتوسط حسابي قدره 3.150، بينما بعدي الملموسية والأمان في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره بتوالي (3.078، 3.075) ويعتبر بعد الاستجابة أقل الأبعاد توفرا في جودة خدمات الإطعام الجامعية المقدمة حيث احتل المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 2.880.

✓ أما عن مستوى رضا طلبة المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف بميلة عن خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا فكان متوسطا، بمتوسط حسابي قدره 3.110.

✓ رفض الفرضية الرئيسية الصفرية (H_{10}) وقبول الفرضية البديلة لها والتي تنص على أن هناك تأثيرا معنويا عند مستوى الدلالة (0.05) لجودة خدمات الإطعام الجامعي على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID-19).

✓ ومنه رفض الفرضيات الفرعية الصفرية وقبول الفرضيات البديلة، التي تنص على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $a \geq 0.05$ لأبعاد جودة الخدمة على رضا الطلبة عن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19).

✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية عند مستوى دلالة 0.05 لرضا الطلبة عن مستوى جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19) تعزى لمتغير الجنس.

✓ في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية عند مستوى دلالة 0.05 لرضا الطلبة عن مستوى جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19) تعزى لمكان إقامتهم.

الخطمة

الخاتمة

بعد محاولتنا التقييد بالمراحل المنهجية للبحث العلمي كما تم وضعها من قبل المختصين في المجال، وتتبعنا لخطة البحث المسطرة من قبلنا سابقا، مروراً بالتحليل والمعالجة الإحصائية للبيانات، واستخلاص ما أمكن من معلومات يمكن إسقاطها على المجتمع الكلي للدراسة، نقوم في آخر الخطوات بعرض أهم النتائج المتوصل إليها.

كما نتبع النتائج بجملة من توصيات مقترحة تم استخلاصها من خلال تحليل النتائج الإحصائية المتحصل عليها من خلال الدراسة التطبيقية، وملاحظتنا لبعض النقائص الموجودة، التي تأثر على رضا الطلبة بصورة مباشرة وغير مباشرة، وقد جاءت النتائج الإحصائية كدعم لهذه التوصيات التي يمكن استخدامها في تحسين جودة خدمات الإطعام الجامعي وتبني معايير جودة الخدمة في تقديم خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19).

النتائج:

يمكننا تلخيص النتائج التي تم التوصل إليها في النقاط التالية:

- إن مستوى جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19)، حسب وجهة نظر الطلبة (المقيمين وغير مقيمين) بالمركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف بميلة متوسط نوعاً ما.
- إن مستوى رضا طلبة المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف بميلة عن خدمة الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19)، كان متوسطاً.
- إن مستوى جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19)، محل الدراسة حسب وجهة نظر عينة المستجوبين كان مرتفعاً بالنسبة لبعدهم التعاطف.
- وجود علاقة طردية إيجابية بين جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19)، ورضا طلبة المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف بميلة.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدهم "الملموسية" على رضا طلبة المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف بميلة.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدهم "الاعتمادية" على رضا طلبة المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف بميلة.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدهم "الاستجابة" على رضا طلبة المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف بميلة.

الخاتمة

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده "الأمان" على رضا طلبة المركز الجامعي عيد الحفيظ بوصفهم بميلة.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده "التعاطف" على رضا طلبة المركز الجامعي عيد الحفيظ بوصفهم بميلة.
- التوصل إلى أن جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19)، تتأثر ببعده "الأمان" بدرجة أولى ويأتي بعده بعد "الاعتمادية" بدرجة تأثير مقبولة، أما بعد "الملموسية والاستجابة والتعاطف" تأثيرهما غير معنوي.
- ثبوت وجود فروق ذات دلالة إحصائية لرضا الطلبة عن مستوى جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19)، ترجع لاختلاف جنسهم.
- التوصل إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لرضا الطلبة عن مستوى جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19)، ترجع لمكان إقامتهم.

التوصيات:

- خلصت الدراسة بمجموعة من التوصيات يمكن العمل بها من أجل الارتقاء بجودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19)، والرفع من مستوى رضا طلبة المركز الجامعي عيد الحفيظ بوصفهم بميلة، يمكن تلخيصها في ما يلي:
- الحرص على الاهتمام ببعده "الملموسية" لرفع من مستوى جودة خدمات الإطعام الجامعي في ظل أزمة كورونا (COVID-19)، وذلك عن طريق الاهتمام بنظافة المطاعم من الداخل، والحرص على التباعد في الطوابير والطاولات والكراسي وفق المسافة المحدد في البروتوكول الصحي، مع توفير مواد التعقيم.
 - الاهتمام ببعده "الاعتمادية" من خلال تقديم وجبات صحية أكثر وغنية ومتنوعة، والحرص على الاهتمام بالطلبة وحسن معاملتهم والاستماع لشكاويهم والرد على استفساراتهم والعمل على حل مشاكلهم التي يتلقونها أثناء استفادتهم من خدمات الإطعام الجامعي.
 - الاهتمام ببعده "الاستجابة" من خلال تكييف برنامج الإطعام حسب البرنامج الدراسي للطلبة مع احترام أوقات فتح وغلق المطاعم.
 - الاهتمام ببعده "الأمان" من خلال زيادة الحرص على تقديم وجبات الإطعام وفق بروتوكول صحي بجودة عالية، والرقابة الصارمة على أنواع الأطعمة المقدم للطلبة، مع التزام عمال المطعم الجامعي بالحرص على تطبيق الإجراءات الوقائية داخل المطعم (ارتداء الكمامة، المآزر، القفازات...الخ).

الخاتمة

- الاهتمام ببعد "التعاطف" من خلال حسن المعاملة مع الطلاب واستقبالهم بلطف.

اقتراحات إضافية:

- لتحسين خدمات الإطعام أكثر نقترح اللجوء إلى الخدمة الذاتية للطلاب، وذلك من خلال ترك وظيفة تقديم الاكل للطلاب شخصيا، أي إعداد وجبات في أواني تقديم كبيرة مرفقة بالأدوات التي يعتمدها الطالب في وضع أكله.
- إدخال خدمة الخواص إلى المطاعم الجامعية من خلال تقديم وجبات تتماشى مع وقتنا الحالي والمتمثلة في الوجبات السريعة (Fast Food)، حيث تكون هناك خيارات متعددة للطلاب، وتحسين خدمات الإطعام الجامعية ومنه زيادة رضا الطالب.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

قرآن كريم برواية ورش

أولاً: المراجع باللغة بالعربية

❖ الكتب:

- 1- ارادي سفيان الورثلاني، (2019)، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار أسامة لنشر والتوزيع، الأردن، عمان.
- 2- بالمر ادريان، ترجمت بهاء شاهين وآخرون، (2009)، مبادئ تسويق الخدمات، مجموعة النيل العربية، مصر.
- 3- بشير العلاق ، حميد عبد النبي الطائي (2009)، تسويق الخدمات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن.
- 4- خضير كاظم حمود، (2002)، إدارة الجودة وخدمة العملاء، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
- 5- دودين حمزة، (2010)، التحليل الإحصائي المتقدم للبيانات باستخدام (Spss)، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 6- رعد عبد الله الطائي، د. عيسى قادة، (2008)، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن.
- 7- زاهر عبد الرحيم، (2011)، تسويق الخدمات، دار الرابحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 8- علي السلمي، (1995)، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 2000، الطبعة الأولى، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
- 9- علي سرور إبراهيم، (2007)، اساسيات التسويق، كورتل وأرمسترونج، دار المريخ للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية.
- 10- فريد كورتل، أمال كحيل، (2010)، الجودة وأنظمة الايزو، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 11- قاسم نايف علوان، (2005)، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 2000، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن.
- 12- مأمون الدرادكة. طارق شيلي، (2002)، الجودة في المنظمات الحديثة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.

قائمة المراجع

- 13- محمود جاسم الصميدعي وآخرون، (2013)، تسويق الخدمات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن.
- 14- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، (2010)، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 15- هاني حامد الضمور، (2005)، تسويق الخدمات، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن.
- 16- يوسف حجيم الطائي وآخرون، (2009)، نظم إدارة الجودة في المنظمات الانتاجية والخدمية، دار اليازوري، الأردن.
- ❖ **أطروحات والمذكرات:**

- 1- جابر بن عويشة، سيف الدين كيموش، (2017)، أثر جودة خدمات النقل الجامعي على رضا الطلبة، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تسويق الخدمات، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميله.
- 2- خالد سهلي، (2017)، دراسة عوامل رضا الطلبة المقيمين على جودة الخدمات الجامعية المقدمة، مذكرة نيل شهادة الماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
- 3- غيثي عبد العالي، (2006)، أهمية نوعية الاتصال في تحسين الخدمات، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، جامعة منتوري، قسنطينة.
- 4- مزيان عبد القادر، (2011)، أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بالقايد، تلمسان.
- 5- نور محي الدين محمد سعد الله، (2017)، جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا الزبون، مذكرة لنيل درجة الماجستير. تخصص إدارة الاعمال، جامعة شندي، جمهورية السودان.
- 6- وسام منصور السلطان، (2016)، تأثير إدراك العملاء للمسؤولية الاجتماعية للشركة على نوايا السلوكية، مذكرة لنيل درجة الماجستير. تخصص إدارة الاعمال، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية.

❖ المجالات:

- 1- بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة قدرة التنافسية والبنوك، مجلة الاقتصاديات، شمال افريقيا، العدد 3، الجزائر.
- 2- مصلح، عطية، (2012)، قياس جودة الخدمات من وجهة نظر العاملين والمرضى في المستشفيات العاملة في مدينة فلقية، مجلة جامعة القدس المفتوحة، العدد 27، فلسطين، ص 54.11.

3- محمد خثير، وأسمار مرايمي، (2017)، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، جامعة خميس مليانة، العدد 3، المجلد 3.

ثانيا: المراجع الأجنبية:

- 1- _ Gilbert rock and Marie Joséledoux ،le services de la clientale،op، cit، p: 32، <https://www.decitre.fr/livres/le-service-a-la-clientele-en-action-9782761354820.html>
- 2- _ Parasuraman، A، Zeithaml، Valarie and Berry، Leonard، (1985)، Aconceptual model of services quality and its implications، vol، 49 No، p، 41_50 <https://www.researchgate.net/>.(1-6-2021- 21:05 PM)
- 3- .Daniel Duret ، Maurice pillet ، "qualité en production: de ISO 9000 à Six sigma" ، 2eme édition ، édition d'organisation، Paris 2002.
- 4- -Janssens،Wim،Wijnen، Katrien، De Pelsmacher، patrick، And Van Kenhove، Patrick،(2008)، Marketing Research With Spss، Pearson Education Limited، UK.
- 5- Lovelock، C. Gummesson، E. (2004). Whether Services Marketing in Search Of New Paradigm and Fresh perspectives. [Electronic Version]. Journal Of Service Research. Volum 7، N° 1 PP 20-41 (Sage Publication).
- 6- .Oliver،R.L،(1980)،A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction،decisions،journal of Marketing Research،vol 17،N°4،p 461

المواقع الالكترونية:

<https://ar،Wikipedia،org،wiki>(10-6-2021- 15:25PM)

<https://services،mesrs.dz/plateforme/course/viiew،php?id=135>(11-6-2021- 11:15)

<http://dou-mila.com>

[direction des oeuvre... \(14-4-2021 - 17:31 PM\)](#)

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

الملحق رقم (01): مديرية الخدمات الجامعية -ميلة-

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
البنوان الوطني للخدمات الجامعية
مديرية الخدمات الجامعية - ميلة -



المقر: الإقامة الجامعية 1000 سرير حميلة
العنوان: طريق زغاية حميلة -
الهاتف: 031 45 20 06
الفاكس: 031 45 20 07
البريد الإلكتروني:
<http://client.huitnet.com/dou-mila>

ملف المنحة:

- 1- استمارة مطبوعة تقدمها الإدارة أثناء عملية التسجيل .
- 2- نسخة من كشف النقاط لشهادة البكالوريا .
- 3- شهادة تسجيل السنة الجامعية الجارية .
- 4- شهادة إقبالية .
- 5- شهادة ميلاد .
- 6- صورتان شمسيان .
- 7- كشف عن إنجاز الأيون حسب الحالات التالية:
الأولياء الأجراء: كشف الراتب السنوي + شهادة عدم الخضوع للضريبة .
الأولياء المتقاعدون: كشف المعاش + شهادة عدم الخضوع للضريبة .
التجار و المهنيين و المهنة الحرة: شهادة نشاط من مصلحة الضرائب + شهادة عدم الخضوع للضريبة (مصادقة من البلديون) .
غير الأجراء و العاطلين عن العمل: شهادة عدم متزايرة النشاط من البلدية + شهادة عدم الخضوع للضريبة .
المطلوقون: شهادة ثبت الحكم القضائي الخاص بالأولياء المطلوقين .
الموقوفون: شهادة الوفاة .

ملف النقل:

- 1- صور : شمسية
و شهادتي الأيون

شروط الاستفادة من الإيواء

- 1- أن يكون مسجلا (ة) في مؤسسة للتعليم العالي
- 2- أن لا يزيد عمره (ها) عن 28 سنة
- 3- أن يزيد عمر الأمه (ها) الأصلية عن 50 كلم للذكور و 30 كلم للإناث .

التحاليل الطبية الإلزامية المطلوبة في ملف الإيواء

- 1- LA RECHERCHE DU BK DANS LES CRACHATS
- 2- RECHERCH DE L'ANTIGENE HBS DANS LE SANG
- 3- GROUPEGE - RHESUS
- 4- COPRO-PARASITOLOGIE DANS BELLES
- 5- CERTIFICAT MEDICAL DE BONNE SANTE + PNEUMO-PHYSSIO
- 6 - D OSSIERMEDICAL-EN CAS DE MALADIE CLONIQUE;
- 7- DEUX-02-PHOTOS

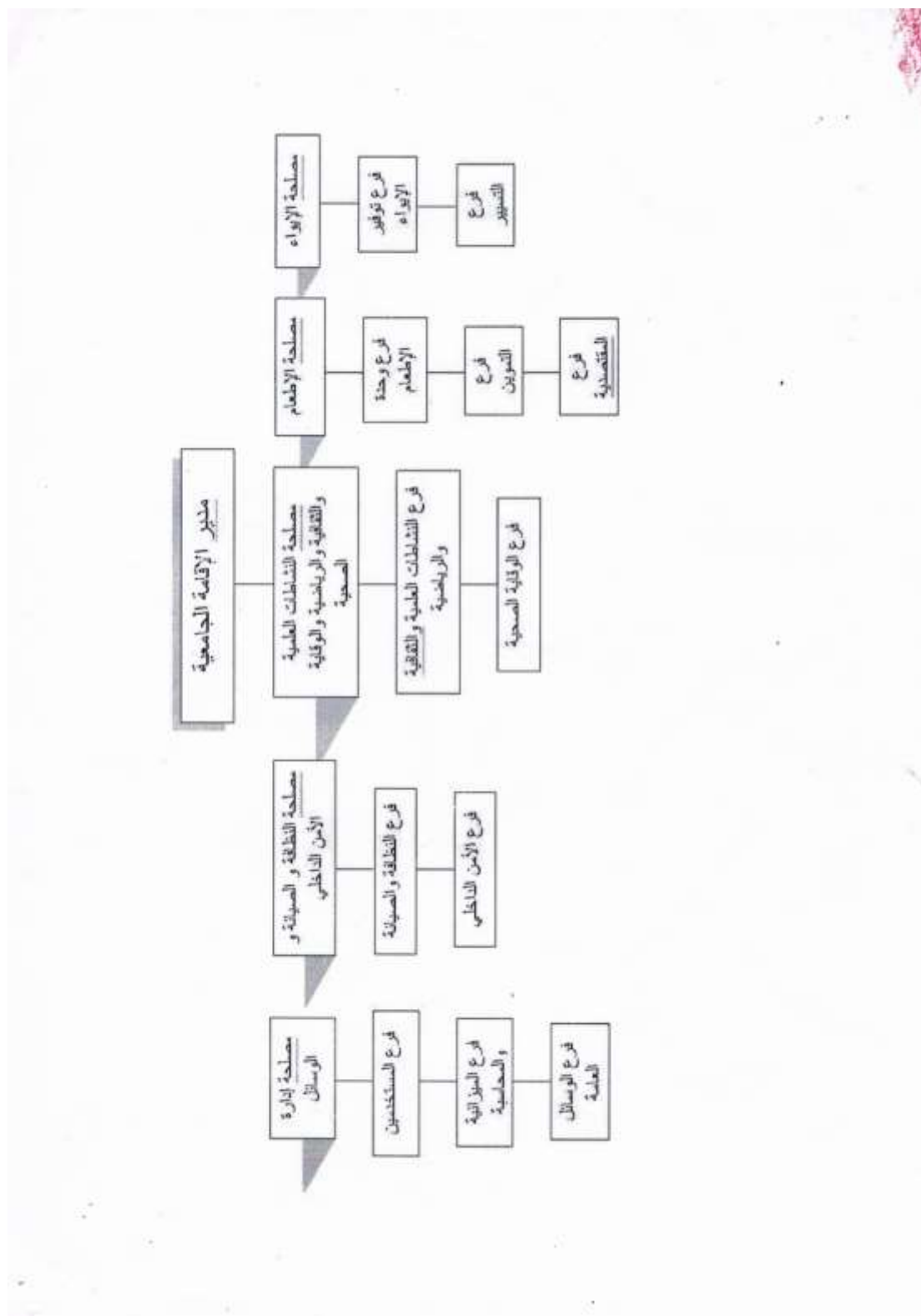
ملف الإيواء :

- 1- استمارة مطبوعة تقدمها الإدارة أثناء عملية التسجيل .
- 2- نسخة من كشف النقاط لشهادة البكالوريا .
- 3- شهادة تسجيل السنة الجامعية الجارية .
- 4- شهادة إقبالية .
- 5- شهادة ميلاد .
- 6- صورتان شمسيان .



قائمة الملاحق

الملحق رقم (01): الهيكل التنظيمي للإقامة الجامعية -ميلة-



قائمة الملاحق

الملحق رقم (3): استبيان في صورته الأولية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحفيظ بوالصوف - ميلة -

المعهد: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

تخصص: تسويق الخدمات

استبيان حول موضوع:

أثر جودة خدمات الإطعام الجامعي على رضا الطلبة في ظل أزمة

كورونا (COVID19)

دراسة عينة من الطلبة، من جامعة عبد الحفيظ بوالصوف - بولاية

تحت إشراف الدكتور:

- عقون شراف

عداد الطالبتين:

- بوالقرون سماح

- بوالصيود مريم

تحية طيبة وبعد:

في إطار إعداد مذكرة التخرج استكمالاً لدراستنا لنيل شهادة الماستر تخصص: " تسويق الخدمات " يشرفنا نحن الطالبتين أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي يهدف إلى: "دراسة أثر جودة خدمات الإطعام الجامعي على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID19) " راجين منكم الإجابة بكل موضوعية على الأسئلة التي يتضمنها الاستبيان. كما نعلمكم بأن المعلومات التي سوف تجمع لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. وشكراً جزيلاً على تعاونكم...

قائمة الملاحق

الملحق رقم (3): الاستبيان

المحور الأول : حول أبعاد جودة خدمة الإطعام من وجهة نظر الطالب

ملاحظة: الإجابة تكون بوضع العلامة (x) في المكان المناسب.

موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	العبرة
					- بعد الملموسية
					1- المظهر الخارجي للمطعم يتلاءم مع نوع الخدمة المقدمة
					2- السعة المكانية للمطاعم تكفي لعدد الطلبة
					3- تجهيزات المطبخ الجامعي جديدة ونظيفة
					4- التباعد في الطوابير والطولات والكراسي وفق المسافة المحددة في البروتوكول الصحي
					5- توفير المعقم وأحواض لغسل اليدين بعد كل وجبة
					- بعد الاعتمادية
					6- يقدم المطعم خدماته بشكل صحيح ووفق البروتوكول الصحي وعدم حدوث أخطاء فيها
					7- خدمات الإطعام وفق البروتوكول الصحي التي تقدمها المطعم ذات جودة عالية
					8- عندما تواجهك مشكلة فإن إدارة تبتديك اهتمام خاص لحلها
					- بعد الإستجابة
					9- الوفاء بتقديم وجبات (فطور الصباح، الغذاء، العشاء) في مواعيدها المحدد
					10- فترة الانتظار على طابور مقبولة
					11- سرعة الرد من طرف مسؤول الإطعام على استفسارات وشكاوي الطلبة
					- بعد ال أمان
					12- تقدم لك وجبات غنية ومتنوعة محافظة على صحتك
					13- الشعور بال أمان والثقة عند التعامل مع مقدمي الخدمة
					14- أشعر بالإرتياح لمحتوى وطريقة إعداد الوجبات
					15- هناك رقابة صارمة على أنواع الأطعمة لتفادي التسمم
					- بعد التعاطف
					16- يمتاز العاملین بالابتسامة التي تظهر على وجوههم
					17- حسن المعاملة مع الطلبة وإحترامهم وتقدير ظروفهم
					18- يهتم مقدمو الخدمة بوضع ملصقات ارشادية توجيهية للبروتوكول الصحي في المطعم

قائمة الملاحق

المحور الثاني: رضا الطالب

موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	- العبارة
					19- أعتقد أن خدمة إطفاء وفق البروتوكول الصحي موثوق بها
					20- عمال المطعم حرصين على تطبيق البروتوكول الصحي داخل المطعم (إرتداء الكمامة، مآزر. قفازات)
					21- بصفة عامة انا راض عن خدمات الإطفاء الجامعي وفق البروتوكول الصحي
					22- أنصح الطلبة بالذهاب للمطعم الجامعي

المحور الثالث: المعلومات الشخصية

الجنس:

ذكر

أنثى

العمر:

24 فما فوق

21سنة-24 سنة

18 سنة-21 سنة

المستوى التعليمي

ليسانس

ماستر

دكتورا

اخرى

التخصص حسب المعاهد

علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير

الادب واللغات

علوم تكنولوجيا

حقوق

الإقامة بالحي الجامعي:

نعم

لا

استخدامك للمطعم الجامعي:

كل يوم

على الأقل مرة في الاسبوع

على الأقل مرة في الشهر

الدخل الشهري للأسرة:

اقل من 20000 دج

20000 دج اقل من 40000 دج

40000 دج - 60000 دج

اكثر من 60000 دج

الملحق رقم (3): استبيان في صورته النهائية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحفيظ بوالصوف - ميلة -

المعهد: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

تخصص: تسويق الخدمات

استبيان حول موضوع:

أثر جودة خدمات الإطعام الجامعي على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID-19)

دراسة عينة من الطلبة، من جامعة عبد الحفيظ بوالصوف - بولاية ميلة

تحت إشراف الدكتور:

- عقون شراف

عداد الطالبتين:

- بوالقرون سماح

- بوالصيود مريم

تحية طيبة وبعد:

في طار إعداد مذكرة التخرج إستكمالا لدراستنا لنيل شهادة الماستر تخصص: " تسويق الخدمات " يشرفنا نحن الطالبتين أن نضع بين أيديكم هذا الإستبيان الذي يهدف إلى: "دراسة أثر جودة خدمات الإطعام الجامعي على رضا الطلبة في ظل أزمة كورونا (COVID19) " راجين منكم الإجابة بكل موضوعية على الأسئلة التي يتضمنها الإستبيان. كما نعلمكم بأن المعلومات التي سوف تجمع لن تستخدم الا لأغراض البحث العلمي. وشكرا جزيلا على تعاونكم...

قائمة الملاحق

المحور الأول : حول أبعاد جودة خدمة الإطعام من وجهة نظر الطالب

ملاحظة: الإجابة تكون بوضع العلامة (x) في المكان المناسب.

موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	العبرة
					- بعد الملموسية
					1- المظهر الخارجي للمطعم يتلاءم مع نوع الخدمة المقدمة
					2- السعة المكانية للمطاعم تكفي لعدد الطلبة
					3- المطاعم نظيفة من الداخل
					4- التباعد في الطوابير والطاولات والكراسي وفق المسافة المحددة في البروتوكول الصحي
					5- المطعم يوفر مواد التعقيم
					- بعد الاعتمادية
					6- خدمات المطعم تقدم بشكل صحيح وفق البروتوكول الصحي
					7- تقدم لك وجبات غنية ومتنوعة محافظة على صحتك
					8- عندما تواجهك مشكلة فإن إدارة المطعم الجامعي يبديك اهتمام خاص لحلها
					- بعد الإستجابة
					9- الوفاء بتقديم وجبات (فطور الصباح، الغذاء، العشاء) في مواعيدها المحدد
					10- فترة الانتظار على طابور مقبولة
					11- سرعة الرد من طرف إدارة المطعم الجامعي على إستفسارات وشكاوي الطلبة
					- بعد الأمان
					12- خدمات الإطعام وفق البروتوكول الصحي ذات جودة عالية
					13- عمال المطعم حريصين على تطبيق البروتوكول الصحي داخل المطعم (إرتداء الكمامة، مآزر، قفازات..إلخ)
					14- أشعر بالإرتياح لطريقة إعداد الوجبات في ظل أزمة كورونا
					15- هناك رقابة صارمة على أنواع الأطعمة لتفادي التسمم في ظل أزمة كورونا
					- بعد التعاطف
					16- يمتاز العاملین بالإبتسامة التي تظهر على وجوههم
					17- حسن المعاملة مع الطلبة وتقدير ظروفهم
					18- وضع ملصقات إرشادية توجيهية للبروتوكول الصحي في المطعم الجامعي

قائمة الملاحق

المحور الثاني: رضا الطالب

موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	- العبارة
					19- أن خدمة الإطعام وفق البروتوكول الصحي موثوق بها
					20 - أفضل التوجه لخدمة الإطعام الجامعي بدل الأكل خارج الجامعة
					21- سأوصي أصدقائي بالذهاب للمطعم الجامعي
					22- انا راض عن خدمات الإطعام الجامعي وفق البروتوكول الصحي

المحور الثالث: المعلومات الشخصية

الجنس: ذكر انثى

العمر: 18 سنة- 21 سنة 21 سنة- 24 سنة 24 فما فوق

المستوى التعليمي: ليسانيس ماستر دكتورا اخرى

التخصص حسب المعاهد: علوم اقتصادية وتجارية وعلوم

الادب واللغات علوم ة تكنولوجيا حقوق

الإقامة بالحي الجامعي: نعم لا

استخدامك للمطعم الجامعي: كل يوم على الأقل مرة في الاسبوع

الدخل الشهري اقل من 20000 دج اقل من 40000 دج

40000 دج - 60000 دج اكثر من 60000 دج

قائمة الملاحق

الملحق رقم (4): نتائج معامل كرونباخ ألفا

Echelle1: TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	100	100.0
Observations Exclus ^a	0	.0
Total	100	100.0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.855	21

RELIABILITY

/VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 Q9 Q11 Q12 Q13 Q14 Q15 Q16 Q17 Q18 V1
V2 V3 V4

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

Echelle2: TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	100	100.0
Observations Exclus ^a	0	.0
Total	100	100.0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.616	5

RELIABILITY

/VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 Q5

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

Echelle 3: TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	100	100.0
Observations Exclus ^a	0	.0
Total	100	100.0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.762	3

RELIABILITY

/VARIABLES=Q6 Q7 Q8

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

قائمة الملاحق

Echelle4: TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	100	100.0
Observations Exclus ^a	0	.0
Total	100	100.0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.539	2

RELIABILITY

/VARIABLES=Q9 Q11

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

Echelle5: TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	100	100.0
Observations Exclus ^a	0	.0
Total	100	100.0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.737	4

RELIABILITY

/VARIABLES=Q12 Q13 Q14 Q15

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

Echelle6: TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	100	100.0
Observations Exclus ^a	0	.0
Total	100	100.0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.542	3

RELIABILITY

/VARIABLES=Q16 Q17 Q18

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

قائمة الملاحق

Echelle 7: TOUTES LES VARIABLES Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	100	100.0
Observations Exclus ^a	0	.0
Total	100	100.0

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.798	4

RELIABILITY

/VARIABLES=V1 V2 V3 V4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

الملحق رقم (5): نتائج المتوسط الحسابي للإجابة على عبارات الاستبيان.

Caractéristiques

DATASET NAME Ensemble_de_données2 WINDOW=FRONT.
DESCRIPTIVES VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Axis1
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Statistiques descriptive

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
المظهر الخارجي للمطعم الجامعي جذاب	100	1.00	5.00	2.8700	1.16909
السعة المكانية للمطعم الجامعي تكفي لعدد الطلبة	100	1.00	5.00	3.1000	1.44600
المطاعم نظيفة من الداخل التباعد في الطوابير والطاولات	100	1.00	5.00	3.1900	1.07961
والكراسي وفق المسافة المحددة في البروتوكول الصحي	100	1.00	5.00	3.0800	1.41193
المطعم يوفر مواد التعقيم	100	1.00	5.00	3.1500	1.38078
Axis1	100	1.40	5.00	3.0780	.81990
N valide (listwise)	100				

DESCRIPTIVES VARIABLES=Q6 Q7 Q8 Axis2
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

قائمة الملاحق

Caractéristiques

DESCRIPTIVES VARIABLES=Q6 Q7 Q8 Axis2
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Statistiques descriptive

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
خدمات المطعم تقدم بشكل صحيح وفق البروتوكول الصحي	100	1.00	5.00	2.9500	1.18386
تقدم لك وجبات غنية ومتنوعة محافظة على صحتك	100	1.00	5.00	3.2200	1.34525
عندما تواجهك مشكلة فان إدارة المطعم الجامعي يبديك اهتمام خاص لحلها	100	1.00	5.00	3.2800	1.23157
Axis2	100	1.00	5.00	3.1500	1.03299
N valide (listwise)	100				

Caractéristiques

DESCRIPTIVES VARIABLES=Q9 Q11 Axis3
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Statistiques descriptive

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
الوفاء بتقديم وجبات (فطور الصباح، الغداء، العشاء) في مواعيد المحدد	100	1.00	5.00	2.7900	1.07586
سرعة الرد من طرف إدارة المطعم الجامعي على استفسارات وشكاوي الطلبة	100	1.00	5.00	2.9700	1.07736
Axis3	100	1.00	5.00	2.8800	.89081
N valide (listwise)	100				

Caractéristiques

DESCRIPTIVES VARIABLES=Q12 Q13 Q14 Q15 Axis4
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Statistiques descriptive

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
خدمات الإطعام وفق البروتوكول الصحي ذات جودة عالية	100	1.00	5.00	3.1300	1.34581
عمال المطعم الجامعي حريصين على تطبيق البروتوكول الصحي داخل المطعم (ارتداء الكمامة، المآزر، الففازات...الخ)	100	1.00	5.00	3.0700	1.22479
اشعر بالارتياح لطريقة اعداد الوجبات في ظل أزمة كورونا	100	1.00	5.00	3.0500	1.37345
هناك رقابة صارمة على أنواع الأطعمة لتفادي التسمم في ظل أزمة كورونا	100	1.00	5.00	3.0500	1.20918
Axis4	100	1.00	5.00	3.0750	.96433
N valide (listwise)	100				

قائمة الملاحق

Caractéristiques

DESCRIPTIVES VARIABLES=Q16 Q17 Q18 Axis5
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Statistiques descriptive

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
يمتاز العاملین بالابتسامة التي تظهر على وجوههم	100	1.00	5.00	3.5800	1.16498
حسن المعاملة مع الطلبة وتقدير ظروفهم	100	1.00	5.00	3.5200	1.13244
وضع ملصقات ارشادية توجيهية للبروتوكول الصحي في المطعم الجامعي	100	1.00	5.00	3.1400	1.23108
Axis5	100	1.00	5.00	3.4133	.85033
N valide (listwise)	100				

Caractéristiques

DESCRIPTIVES VARIABLES=V1 V2 V3 V4 Axis6
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Statistiques descriptive

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
ان خدمة الإطعام وفق البروتوكول الصحي موثوق بها	100	1.00	5.00	3.1300	1.07923
أفضل التوجه لخدمة الإطعام الجامعي بدل الأكل خارج الجامعة	100	1.00	5.00	3.1400	1.39277
سأوصي أصدقائي بالذهاب للمطعم الجامعي	100	1.00	5.00	3.1300	1.26055
انا راض عن خدمات الإطعام الجامعي وفق البروتوكول الصحي	100	1.00	5.00	3.0400	1.26267
Axis6	100	1.00	5.00	3.1100	.98941
N valide (listwise)	100				

قائمة الملاحق

الملحق رقم (6): نتائج تطبيق معادلة الانحدار المتعدد بين المتغير التابع والمستقل.

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.782 ^a	.611	.590	.63318

Axis4، Axis2، Axis3، Axis1، Axis5، a. Valeurs prédites: (constantes)

b. Variable dépendante: Axis6

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	59.229	5	11.846	29.546	.000 ^b
1 Résidu	37.686	94	.401		
Total	96.915	99			

a. Variable dépendante: Axis6

Axis4، Axis2، Axis3، Axis1، Axis5، b. Valeurs prédites: (constantes)

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Statistiques de colinéarité	
	A	Erreur standard	Bêta			Tolérance	VIF
(Constante)	.988	.435		2.270	.026		
1 Axis1	-.105	.104	-.087	-1.018	.311	.561	1.781
Axis2	.166	.099	.174	1.684	.096	.388	2.576
Axis3	.000	.078	.000	.004	.997	.844	1.185
Axis4	.703	.107	.686	6.590	.000	.382	2.617
Axis5	-.071	.078	-.061	-.910	.365	.924	1.082

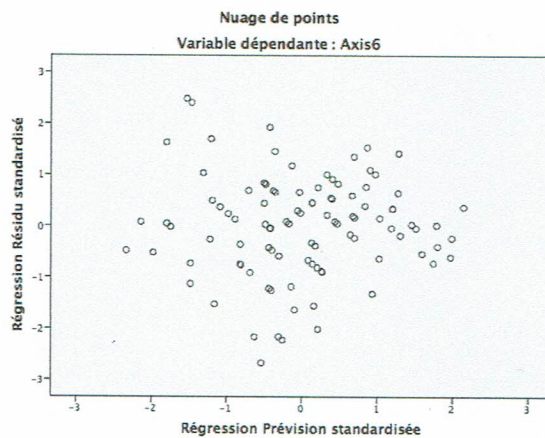
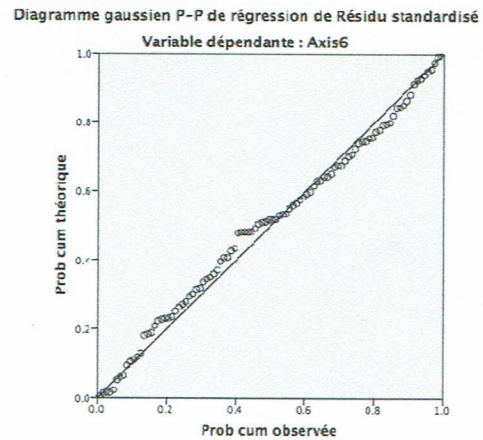
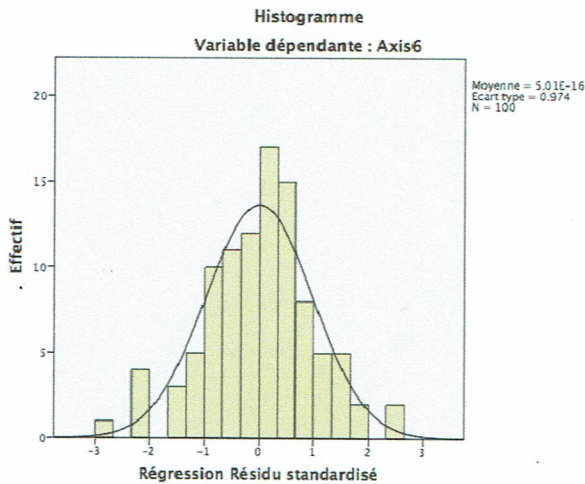
a. Variable dépendante: Axis6

قائمة الملاحق

Diagnostics de colinéarité^a

Modèle	Dimension	Valeur propre	Index de conditionnement	(Constante)	Proportions de la variance				
					Axis1	Axis2	Axis3	Axis4	Axis5
1	1	5.735	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.119	6.943	.02	.01	.06	.00	.04	.25
	3	.078	8.566	.00	.01	.02	.72	.04	.04
	4	.031	13.697	.00	.87	.26	.01	.03	.07
	5	.022	16.172	.00	.07	.65	.01	.87	.01
	6	.016	19.060	.98	.04	.00	.26	.02	.64

a. Variable dépendante: Axis6



قائمة الملاحق

الملحق رقم (7): نتائج اختبار (T) لدراسة الفروق

Statistiques de groupe

Statistiques de groupe		الجنس	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Axis6	انثى	72	2.9306	.92236	.10870	
	ذكر	28	3.5714	1.02256	.19325	

Test d'échantillons indépendants

Test d'échantillons indépendants		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes						
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Différence écart-type	Intervalle de confiance 95% de la différence	
									Inférieure	Supérieure
Axis6	Hypothèse de variances égales	.003	.959	-3.026	98	.003	-.64087	.21181	-1.06120	-.22055
	Hypothèse de variances inégales			-2.890	45.073	.006	-.64087	.22172	-1.08742	-.19432

Statistiques de groupe

Statistiques de groupe					
	الإقامة بالحي الجامعي	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Axis6	نعم	34	3.1103	.94587	.16221
	لا	66	3.1098	1.01823	.12534

Test d'échantillons indépendants

Test d'échantillons indépendants		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes						
		F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Différence écart-type	Intervalle de confiance 95% de la différence	
									Inférieure	Supérieure
Axis6	Hypothèse de variances égales	.944	.334	.002	98	.998	.00045	.20993	-.41615	.41704
	Hypothèse de variances inégales			.002	71.267	.998	.00045	.20499	-.40827	.40917

قائمة الملاحق

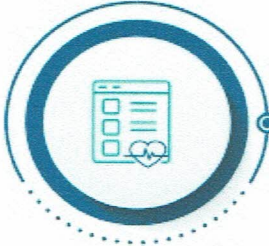
الملحق رقم (8): إجراءات البروتوكول الصحي ضد فيروس كورونا الخاص بالجامعات

كورونا الجديد
COVID-19


وقاية
Weqaya
المركز الوطني للوقاية من الأمراض ومكافئتها
Saudi Center for Disease Prevention and Control

الإجراءات العلاجية للطلاب ومتابعة المخالطين


في حال تحويل أحد الطلبة الى المركز الصحي أو تم إكتشاف حالة خارج المدرسة أو الجامعة يتم التنسيق بين المركز الصحي والقطاع التعليمي بالتنسيق مع إدارة الصحة بالمنطقة لإتباع ما يلي



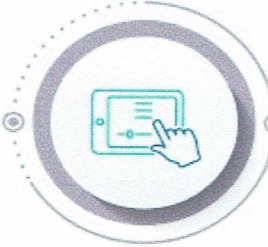
متابعة المخالطين من قبل المرشد الصحي بالسؤال عن الأعراض حسب توجيهات إدارة الصحة المدرسية




التأكيد على عدم حضور الطالب المريض للمدرسة حتى شفاؤه وفي حال كانت الحالة مؤكدة للإصابة بفيروس كورونا (متلازمة الشرق الأوسط التنفسية أو فيروس كورونا المستجد) لا يسمح للطالب بالعودة الى المدرسة حتى يتم فحصه وتزويده بتقرير طبي يفيد بانتهاء فترة العدوى



على المرشد الصحي تفقد حالة الطلاب يومياً وفي حال وجود طالب لديه أعراض عليه التواصل مع ولي أمر الطالب لإبلاغه بحالة الطالب الصحية



تحديث حالة المريض في نظام الإبلاغ الإلكتروني (حصن)




التأكيد على عدم حضور الطلبة المخالطين للمريض إن لزم الأمر لمدة تعادل فترة حضانة المرض بتوجيه من المركز الصحي

توفير مطهرات الأيدي والصابون في كافة المدارس:

- التأكد من توفر صابون الأيدي في دورات المياه في المدارس والجامعات
- التأكد من توفر المطهرات وإستخدامها حسب طريقة الاستخدام الموضحة على المنتج

الحرص على تطهير الأماكن العامة ودورات المياه التي يرتادها الطلاب مع التركيز على الأماكن التي يكثر إحتشامية التلامس فيها كمقابض الأبواب وطاولات الطعام ومساند المقاعد ومفاتيح المصاعد وخلافه بشكل دوري

الحرص على تهوية الفصول الدراسية وأماكن التجمع بشكل جيد ويفضل استخدام التهوية الطبيعية



@SaudiCDC

كورونا الجديد
COVID-19

وقاية
Weqaya
المركز الوطني للوقاية من الأمراض ومكافحتها
Saudi Center for Disease Prevention and Control

كيف تُعقم يديك ؟ How to Handrub?

افرك يديك لتنظيفهما اغسلهما عند اتساخهما بشكل ظاهر للعيان.

WASH HANDS ONLY WHEN VISIBLY SOILED OTHERWISE, USE HANDRUB!

Duration of the entire procedure: 20 - 30 seconds مدة الإجراء من ٢٠ إلى ٣٠ ثانية

<p>1</p>  <p>املا راحة إحدى يديك بالمستحضر ووزعه على كلتا اليدين. Apply a palmful of the product in cupped hand, covering all surfaces</p>	<p>1</p>  <p>املا راحة إحدى يديك بالمستحضر ووزعه على كلتا اليدين. Apply a palmful of the product in cupped hand, covering all surfaces</p>	<p>2</p>  <p>افرك اليدين بدعم الراحتين. Rub hands palm to palm</p>
<p>3</p>  <p>افرك ظهر اليد اليسرى براحة اليد اليمنى مع تشبيك الأصابع ثم افعل الشيء نفسه باليد اليمنى. Right palm over left dorsum with interlaced fingers and vice versa</p>	<p>4</p>  <p>خلل الأصابع وشبكهما مع فرك الراحتين. Palm to palm with fingers interlaced</p>	<p>5</p>  <p>افرك ظهر أصابع اليد اليمنى مع راحة اليد اليسرى ، وظهر أصابع اليد اليسرى مع راحة اليد اليمنى مع قبض الأصابع. Back of fingers to oppsing palms with fingers interlocked</p>
<p>6</p>  <p>افرك إبهام اليد اليسرى بشكل دائري براحة اليد اليمنى وكرر نفس العملية بالنسبة لإبهام اليد اليمنى. Rotational rubbing of left thumbs clasped in right palm and vice versa</p>	<p>7</p>  <p>افرك اليد اليمنى بمركة دائرية إلى الخلف وإلى الأمام بحيث تشبك أصابعها براحة اليد اليسرى والعكس بالعكس. Rotational rubbing, backwards and forwards with clasped fingers to right hand in left palm and vice versa</p>	<p>8</p>  <p>عندما تجف يديك، تصبح آمنة لتقديم الرعاية. Once dry, your hands are safe</p>