

التوجه بالعمل لدى موظفين القبول والتسجيل بجامعة الطائف
وأثره على رضا الطلاب

إعداد

د. مصطفى حمدي راضي

أستاذ مساعد - إدارة الأعمال كلية العلوم الإدارية والمالية جامعة الطائف

مدرس - إدارة الأعمال كلية تجارة جامعة المنصورة

فائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
٣	الملخص (عربي).
٤	الملخص (الانجليزي).
٥	المبحث الأول: الإطار العام للبحث :
٦	أولا : مشكلة البحث.
٧	ثانيا : أهداف البحث.
٧	ثالثا : أهمية البحث
٨	رابعا : فروض البحث.
٨	خامسا: تصميم البحث
١٠	المبحث الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة:
١٠	أ- التوجه بالعميل.
١٢	ب- الالتزام الوجداني.
١٣	ج - رضا العملاء (الطلاب).
١٥	المبحث الثالث : نتائج للدراسة الميدانية :
١٥	أولا: ثبات وصدق الاستقصاء
١٦	ثانيا: اختبارات الفروض وتحليل النتائج.
٢٢	مناقشة النتائج والتوصيات:
٢٢	أولا : أهم نتائج هذا البحث:
٢٣	ثانيا التوصيات.
٢٤	المراجع
٢٩	ملحق البحث

قائمة الجداول والأشكال

رقم الجدول	عنوان الشكل أو الجدول	رقم الصفحة
الشكل رقم (١)	نموذج البحث	٩
جدول رقم (١)	معاملتي الثبات والصدق لاستمارة الاستقصاء	١٥
جدول رقم (٢)	الإحصاء الوصفي لأبعاد التوجه بالعميل حسب السنة الدراسية	١٦
جدول رقم (٣)	الإحصاء الوصفي لمستوى رضا الطلاب حسب السنة الدراسية	١٧
جدول رقم (٤)	تقديرات نموذج الانحدار الجزئي للعلاقة بين: أبعاد التوجه بالعميل، ورضا الطلاب	١٨
جدول رقم (٥)	تقديرات نموذج الانحدار الجزئي للعلاقة بين: أبعاد التوجه بالعميل والالتزام الوجداني للطلاب	١٩
جدول رقم (٦)	تقديرات نموذج الانحدار البسيط للعلاقة بين: الالتزام الوجداني للطلاب، ورضا الطلاب	٢٠
جدول رقم (٧)	تقديرات نموذج الانحدار الجزئي للعلاقة بين: أبعاد التوجه بالعميل والالتزام الوجداني للطلاب، ورضا الطلاب	٢١

الملخص:

عنوان البحث : التوجه بالعميل لدى موظفين القبول والتسجيل بجامعة الطائف

وأثره على رضا الطلاب

البحث ركز على دراسة مدى توافر أبعاد التوجه بالعميل في الموظفين المتقدمين لخدمات القبول والتسجيل بجامعة الطائف. فالغرض من البحث هو اختبار تأثير التوجه بالعميل لدى موظفي القبول والتسجيل بجامعة الطائف - على رضا الطلاب. والبحث استهدف أيضا اختبار تأثير الالتزام الوجداني للطلاب، على العلاقة بين التوجه بالعميل لدى مقدمي الخدمات ورضا الطلاب. العلاقات التي تضمنتها فروض البحث تم اختبارها بالاعتماد على استقصاء تم تصميمه وجمع بياناته من عينة مكونة من ٣٩٠ طالب من طلاب جامعة الطائف. نتائج تحليل الانحدار أوضحت أن أبعاد التوجه بالعميل لدى مقدمي الخدمات تؤثر ايجابيا على مستوى رضا الطلاب. بالإضافة إلى أن الالتزام الوجداني للطلاب يؤثر معنويا على العلاقة بين التوجه بالعميل لدى مقدمي الخدمات ورضا الطلاب.

Abstract

Research title : Customer orientation of Admission and Registration employees at the University of Taif and its impact on student satisfaction.

The research focused on Study the availability of Customer orientation dimensions of employee's providers Admission and Registration services at the University of Taif. The purpose of it is to empirically investigates the impact of Customer orientation of Admission and Registration employees at the University of Taif on student satisfaction. The research also aims to test the impact of the emotional commitment of students, on the relationship between Customer orientation of the services providers and students satisfaction. Hypothesized relationships are tested using survey responses from a sample of 390 students from Taif University. Results of regression analysis show that the customer orientation dimensions of the services providers have a positive influence on the students' level of satisfaction. In addition, emotional commitment of students displayed a significant impact on the relationship between Customer orientation of the services providers and students satisfaction.

المبحث الأول

الإطار العام للبحث

أولاً: مقدمة البحث :

تم استخدام متغير رضا الطلاب في دراسات عديدة في مجال التعليم العالي ، حيث تم الاستعانة به على نطاق واسع كمؤشر (متغير تابع) لتقييم نجاح مؤسسات التعليم العالي (Veronica et al. 2002). والرضا كمحصلة نهائية لانضباع الطلاب هو في حقيقة الأمر تعبير عن نجاح مقدم الخدمة في تلبية حاجات هؤلاء الطلاب بطرق مقنعة وتستجيب لمؤشراتهم التي اعتمدها في الحكم على العلاقة التبادلية بينهم وبين مقدم الخدمة، ويمكن الإشارة إلى أن تلك المؤشرات التي يستخدمها الطلاب في تقييم مقدم الخدمة إنما تستند في الأساس إلى قيم الطلاب المتأثرة بثقافتهم ، وهنا يمكن القول بان الاختلافات الثقافية للطلاب لها تأثير مباشر على مستوى إشباع هؤلاء الطلاب. فالثقافة هنا تمثل الخلفية المسؤولة عن تكوين الحالة الشعورية للطلاب (Tian & Wang, 2010). حيث يعبر الرضا في هذه الحالة عن "حالة الشعور المرضية من قبل الطلبة والتي نتجت عن تحقق توقعاتهم وتصوراتهم عن الخدمات التي قدمت لهم أو عن مقدمي تلك الخدمات" (Zhang et al., 2008).

وفي الغالب ينظر إلى منظمات التعليم العالي التي يحرض عاملها على ممارسات التوجه بالعميل باعتبارها تسعى إلى رضا عملائها ، وسواء كانت هذه المنظمات عامة أو خاصة فإن رضا الطالب في - هذه الحالة - يلعب دورا هاما في تحديد صحة وموثوقية نظام تقديم الخدمات المستخدم (Sapri, 2002). والجدير بالذكر أن ممارسات التوجه بالعميل يشار إليها في إطار الفكر التسويقي باعتبارها احد الجوانب الرئيسية التي تقوم على أساسها مرحلة التوجه بالتسويق والتي تمثل بصفة عامة المرحلة التسويقية الأهم والأنسب من مراحل الفكر التسويقي خاصة في مجال تقديم الخدمات . وهناك عدد من الدراسات التي تناولت موضوع بناء التوجه بالعميل لدى مقدمي الخدمات وعلاقته بمؤشرات دالة على نجاح المنظمات كالرضا (Brown et al., 2002).

والبحث الحالي يسير في نفس هذا الاتجاه حيث يركز على علاقة ممارسات التوجه بالعميل لدى مقدمي الخدمات ، بمتغير الرضا عن أداء تلك الخدمات، حيث يمكن النظر إلى الرضا في قطاع التعليم العالي (موضع الدراسة) باعتباره من أهم محددات النجاح في هذا القطاع.

واستنادا إلى الدراسات التي أكدت أيضا على وجود علاقة تأثير بين ممارسات التوجه بالعميل من قبل مقدمي الخدمات ، والالتزام الوجداني للعملاء تجاه مقدمي الخدمة (Hennig-Thurau, et al., 2002 : Hennig-Thurau, 2004) والتي أشارت إلى الالتزام الوجداني باعتباره " يعني رغبة العميل في تكرار العلاقة مع مقدم الخدمة بسبب شعوره بوجود شراكة واحترام وتعلق .. بينه وبين مقدم الخدمة " . وكذلك استنادا للدراسات التي دلت على وجود علاقة بين الالتزام الوجداني للعملاء تجاه مقدمي الخدمة ، ورضا هؤلاء العملاء (عواد ، ٢٠١٣ : Hennig-Thurau, et al., 2002 : Hennig-Thurau, 2004).

استهدفت الدراسة الحالية أيضا اختبار اثر الالتزام الوجداني للطلاب تجاه مقدمي الخدمة - كمتغير مؤثر.. في العلاقة بين ممارسات التوجه بالعميل من قبل مقدمي الخدمات ، ورضا الطلاب.

حيث تم تحديد خدمات القبول والتسجيل كـ مجال للتطبيق، باعتبارها من أهم الخدمات المقدمة للطلاب الجامعي ، وبصفة عامة تتعدد مجالات خدمات القبول والتسجيل لتشمل كل ما يتعلق بشؤون الطالب الأكاديمية

من قبل قبوله بالجامعة إلى لحظة تخرجه منها بل وبعد تخرجه أحيانا ، وعمادة القبول والتسجيل بجامعة الطائف (موضع الدراسة) تتضمن ١٠ وحدات مسؤولة جميعها عن تقديم أعمال حيوية تنتمي لمجالات مساعدة للعمل الأكاديمي وضرورية لسير الدراسة وانتظامها في الجامعة ، هذه العمادة مسؤولة عن تقديم الخدمات لجميع الطلاب (كما تقدم الخدمات للطالبات ولكن دون أن تقوم بالتعامل المباشر معهن) حيث لا يتوقف العمل بالعمادة طوال العام تقريبا (الموقع الإلكتروني لجامعة الطائف، ٢٠١٣/١).

وفي ضوء ما سبق يمكن تحديد مشكلة هذا البحث في:

دراسة مدى توافر أبعاد التوجه بالعمل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل بجامعة الطائف) - على اعتبار أن مستوى التوجه بالعمل يعتبر مؤشرا هاما على النجاح في تقديم تلك الخدمات - ودراسة تأثير هذا التوجه على رضا الطلاب (المتلقين للخدمات موضع الدراسة). وكذلك دراسة تأثير متغير الالتزام الوجداني للطلاب (تجاه مقدمي الخدمات موضع الدراسة) على تلك العلاقة (بين التوجه بالعمل ورضا الطلاب). بحيث يمكن تقديم بعض المقترحات إلى مقدمي خدمات القبول والتسجيل لعلها تساهم في الإرتقاء بسلوكيات التوجه بالعمل لديهم، ومن ثم يرتفع مستوى رضا الطلاب عن تلك الخدمات الهامة.

وتتمثل أهم محددات البحث الحالي فيما يلي:

من المحددات الجغرافية للبحث :

- أنه تم في جامعة الطائف بالحوية والطائف التابعتين لمنطقة مكة المكرمة بالمملكة العربية السعودية .
ومن المحددات الزمنية :

- أنه تم خلال الفصل الثاني من العام الدراسي ١٤٣٣ / ١٤٣٤ هـ .

ومن المحددات البشرية :

أن المستقصى منهم هم من الطلاب المسجلين بالجامعة موضع الدراسة في الفصل الثاني من عام ١٤٣٣/١٤٣٤ هـ ، علما بأن عينة البحث تم اختيارها من بين طلاب السنة الدراسية الأولى وكذلك طلاب السنة النهائية المنتظمين فقط. حيث سيقصر البحث على الطلاب المنتظمين دون المنتسبين لكونهم على اتصال مباشر ومستمر بمقدمي الخدمة موضع الدراسة بدرجة أكبر . أيضا لن تدخل الطالبات ضمن عينة البحث وذلك لعدم وجود تعامل مباشر بين الطالبات وبين مقدمي خدمات القبول والتسجيل ومن ثم لن يتمكن من إبداء رأيهن بشأن سلوكيات التوجه بالعمل لدى مقدمي الخدمة موضع الدراسة .

ثانيا : أهداف البحث :

في ضوء عرض مقدمة البحث وتوضيح مشكلة البحث ، يمكن الإشارة إلى أن البحث الحالي يستهدف الأهداف الرئيسية التالية :

- ١- تحديد إلى أي مدى تتوافر أبعاد التوجه بالعمل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) ، وتحديد ما إذا كانت آراء الطلاب التي تعكس درجة توافر هذا التوجه تختلف باختلاف مستوياتهم الدراسي أم لا .
- ٢- تحديد مستوى رضا الطلاب (عن مقدمي خدمات القبول والتسجيل) ، وتحديد ما إذا كانت آراء الطلاب التي تعكس درجة هذا الرضا تختلف باختلاف مستوياتهم الدراسي أم لا .
- ٣- تحديد ما إذا كان هناك تأثير إيجابي لأبعاد التوجه بالعمل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) .. على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات) أم لا .
- ٤- تحديد ما إذا كان هناك تأثير إيجابي لأبعاد التوجه بالعمل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) .. على الالتزام الوجداني للطلاب (تجاه هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات) أم لا .
- ٥- تحديد ما إذا كان هناك تأثير إيجابي للالتزام الوجداني للطلاب (تجاه مقدمي خدمات القبول والتسجيل) .. على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات) أم لا .
- ٦- معرفة اثر الالتزام الوجداني للطلاب (تجاه المقدمين لخدمات القبول والتسجيل) ، على العلاقة بين أبعاد التوجه بالعمل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) .. ورضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين لتلك الخدمات).

ثالثا: أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث الحالي فيما يلي:

١- تتمثل أهمية البحث الحالي من الناحية الأكاديمية في كونه يمثل إضافة متواضعة في مجال الدراسات التي تتناول التوجه بالعمل ، حيث يستفاد منه في الوقوف على دراسة العلاقة المباشرة بين سلوكيات التوجه بالعمل (لدى مقدمي الخدمات) ورضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين لتلك الخدمات) ، علما بأنه لم يتم من قبل - حسب علم الباحث - دراسة هذه العلاقة المباشرة بالتطبيق على مجال خدمات القبول والتسجيل في الجامعات الحكومية (كما تم في البحث الحالي) ، وكذلك دراسة تأثير متغير الالتزام الوجداني للطلاب (تجاه هؤلاء المقدمين لتلك الخدمات) على هذه العلاقة (بين التوجه بالعمل ورضا الطلاب) علما بأن فحص العلاقة بهذه الصورة بين: التوجه بالعمل، الالتزام الوجداني، والرضا. لم يتم التطرق إليها - حسب علم الباحث - من خلال دراسات سابقة.

٢- بينما تتبع الأهمية العملية للبحث المقترح من أهمية تحقيق مفهوم الرضا في الجامعات السعودية ، فالهدف الأساسي لأي منظمة يجب أن يكون تحقيق رضا العميل ، فالاستثمارات الضخمة المتاحة لتلك الجامعات موجة أساسا لإشباع حاجات الطالب المادية والاجتماعية ، ومن ثم إشباع احتياجات المجتمع ككل ، فوجود المنظمات

في الأصل كان باستمرار لخدمة العملاء وتلبية حاجاتهم (فلا وجود لجامعات بدون طلاب) ، فكما يقول كوتلر "العميل هو أكثر الأفراد أهمية لأي منظمة فهي تعتمد عليه قبل أن يعتمد عليها (Kotler, 2001, p.53). من هنا جاءت الأهمية العملية للدراسة الحالية .. فهي تحارل إثبات مدى تأثير رضا الطلاب بسلوكيات التوجه بالعميل لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل ، ومن ثم قدمت بعض المقترحات التي تسيير في اتجاه تطوير سلوكيات العاملين بالقطاع موضع الدراسة .. وصولا إلى الهدف الاستراتيجي المتمثل في رضا الطلاب .

رابعاً : فروض البحث :

وسعيًا لتحقيق الأهداف سالفة الذكر ، تم اختبار الفروض التالية ..

- 1- ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء طلاب السنة الدراسية الأولى وطلاب السنة النهائية بجامعة الطائف ، حول مدى توافر أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل).
- 2- ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء طلاب السنة الدراسية الأولى وطلاب السنة النهائية بجامعة الطائف، حول مستوى الرضا (عن مقدمي خدمات القبول والتسجيل).
- 3- لا تؤثر أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) بشكل ايجابي ومباشر .. على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات).
- 4- لا تؤثر أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) بشكل ايجابي ومباشر .. على التزام الطلاب الوجداني تجاه (هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات).
- 5- لا يؤثر التزام الطلاب الوجداني (تجاه مقدمي خدمات القبول والتسجيل) بشكل ايجابي ومباشر .. على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات).
- 6- لا يزداد تأثير أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) .. على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين للخدمات)، عند إضافة متغير الالتزام الوجداني للطلاب (كمتغير مؤثر إضافي).

خامساً : تصميم البحث : يتضمن النقاط التالية :

أ- أسلوب البحث :

اعتمد البحث الحالي - لتحقيق أهدافه - على الدراسة المكتبية حيث تم جمع البيانات الثانوية من السجلات والنشرات الدورية والكتيبات وقواعد البيانات الإلكترونية التي تصدرها عمادة القبول والتسجيل بجامعة الطائف، ووزارة التعليم العالي وجهات وضع المعايير والاعتماد الأكاديمي .. وغيرها من الجهات ذات العلاقة، بالإضافة إلى المراجع المتاحة في إدارة التسويق بصفة عامة ومراجع تسويق الخدمات بصفة خاصة . واعتمد أيضا على الدراسة الميدانية التي قامت على استمارة استبيان وجهت إلى عينة من الطلاب المنتظمين بجامعة الطائف في المستوى الأول والنهائي المسجلين كطلاب انتظام بجامعة الطائف خلال الفصل الثاني

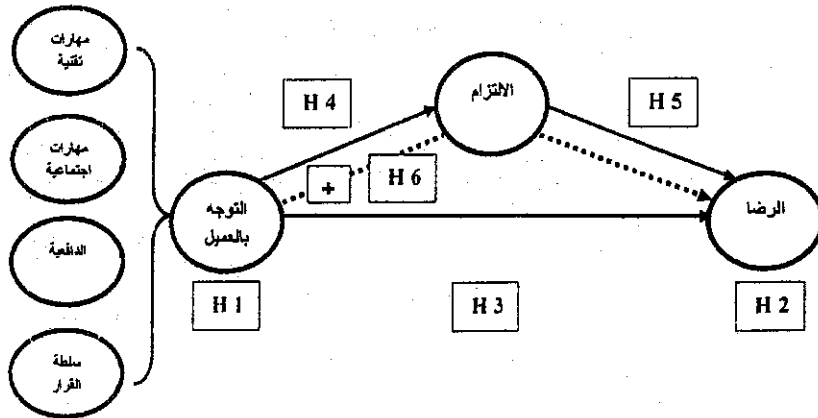
هـ ١٤٣٤/١٤٣٣

ب- مجتمع البحث والعينة :

تمثل مجتمع البحث الحالي في الطلاب المنتظمين بجامعة الطائف في طلاب السنة الدراسية الأولى وطلاب السنة النهائية والذين كانوا مقيدين كطلاب انتظام بجامعة الطائف خلال الفصل الثاني ١٤٣٣/١٤٣٤ هـ ، حيث كان عدد هؤلاء الطلاب ٥٦٠٠ طالب بالسنة الأولى ، ١٢٥٠ طالب بالسنة النهائية (جامعة الطائف، ٢٠١٣) . ووفقا للجداول التي أعدها كريجيسي ومورجان - (Krejcie & Morgan, 1970) يبلغ الحجم المناسب للعينة ٣٨٤ مفردة - اعتمادا على مستوى الثقة ٩٥ % ، وفي ضوء ذلك حدد الباحث ٤٣٠ مفردة كحجم مبدئي للعينة من إطار المجتمع المتاح (٣٥٠ مفردة من طلاب السنة الأولى، ٨٠ مفردة من طلاب السنة النهائية - اعتمادا على أساليب المعاينة الطبقية - بحيث تم تمثيل كل كلية من كليات الجامعة المختلفة - ١٩ كلية - بعدد من الطلاب يتناسب مع عدد الطلاب في كل كلية)، وتم توجيه قوائم الاستبيان لهذه العينة، وبعد استبعاد ٤٠ قائمة معيبة بلغ العدد الإجمالي للقوائم التي خضعت للتحليل الإحصائي ٣٩٠ قائمة (٣١٥ قائمة من طلاب السنة الأولى ، ٧٥ قائمة من طلاب السنة النهائية).

ج- نموذج البحث: استنادا إلى الإطار النظري واستعراض مشكلة البحث يمكن عرض نموذج الدراسة كما يتضح في الشكل رقم (١) ، والذي يبين العلاقات المختلفة بين متغيرات الدراسة، ليتم اختباره باستخدام الأدوات الإحصائية المناسبة.

الشكل (١) نموذج البحث



المصدر: من إعداد الباحث

المبحث الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

هذا المبحث يتناول متغيرات الدراسة من حيث مفهومها، وأبعادها وعناصرها الفرعية (الواردة بملحق الدراسة) والدراسات المتعلقة بكل منها، كما يلي:

أ- التوجه بالعميل:

وفقاً لدراسة (Hennigh-Thurau T., 2004) تم تعريف التوجه بالعميل لدى مقدمي الخدمات باعتباره "المدى أو الإطار الذي يحقق موظفين الخدمة من خلاله سلوكاً يلبي احتياجات عملائهم أثناء التعامل الشخصي معهم" كما تم الإشارة إلى أربعة أبعاد لها طابع مهاري أو سلوكي هي التي تعبر عن هذا التوجه أو بعبارة أخرى هي التي تعكس تمكن الموظفين من التصرف بطريقة موجهة لصالح العملاء ، الأبعاد الأربعة للتوجه بالعميل تتضمن: المهارات الفنية للموظفين والتي تشير إلى "المعارف والمهارات الفنية التي يجب أن يمتلكها موظفي الخدمة حتى يمكنهم تلبية احتياجات عملائهم خلال عمليات التفاعل الشخصي" (1967-Argyle) ، هذه المهارات ضرورية لتلبية احتياجات العميل ، وبصفة عامة طبيعة الخدمة تتطلب أن يقوم الموظف خلال المقابلة بالرد على العميل - أو ممارسة المهارات الفنية - بشكل فوري ودون الرجوع إلى البيانات في قواعد المعرفة ، والجدير بالذكر أن كل خدمة تحتاج في الغالب مهارة فنية متخصصة تختلف عن المهارة المطلوبة لخدمة أخرى .

أما البعد الثاني فهو المهارات الاجتماعية للموظفين ويركز على قدرة موظفين الخدمة على اكتساب احترام العملاء خلال التعامل معهم (e.g., Flavell et al., 1968) وبشكل أكثر تحديداً، الاحترام خلال التعامل يمكن أن يحدث: بصرياً (الموظف يفهم ما الذي يريده العميل أو يدركه) وذهنياً (الموظف يستوعب ما الذي يفكر فيه العميل) وعاطفياً (الموظف يدرك ما الذي يشعر به العميل).. (Flavell et al., 1968) إن توافر هذه الأوجه الثلاثة تعكس تمكن الموظف من فهم احتياجات المستهلك وبالتالي تعتبر ضرورية للوفاء بهذه الاحتياجات. والجدير بالذكر أن الفصل بين المهارات الفنية والمهارات الاجتماعية إنما يعني إمكانية ارتفاع إحدى هذه المهارات لدى أحد الموظفين بينما المهارة الأخرى قد تكون منخفضة ، بعبارة أخرى قد ترتفع المهارات الفنية لموظف بينما تنخفض مهاراته الاجتماعية بشكل واضح والعكس بالعكس .

والبعد الثالث هو دافعية الموظفين لخدمة العملاء ويتكون هذا البعد من ثلاثة عناصر هي: التطلع لسلوك إيجابي موجه للعملاء وكذلك للتأثير المرتبطة بهذا السلوك ، والإدراك الذاتي للموظف بأهمية أن يكون قادراً على التصرف بطريقة موجهة تجاه العميل ، وكذلك توقعاته أنه ستحدث مخرجات إيجابية محتملة إذا ما شارك في السلوك (على سبيل المثال أن تصبح الزبائن سعداء ، أو يتم الحصول على المكافآت من صاحب العمل) ، وبصفة عامة وجود دافعية الموظف يعتبر أمر ضروري لكي يستطيع تحويل مهاراته الاجتماعية والفنية إلى سلوك موجه لصالح العميل (Vroom, 1967).

بينما البعد الرابع يتمثل في إدراك الموظف ذاتياً بامتلاكه سلطة صنع القرار ، وهذا يشير إلى المدى الذي يشعر الموظف في إطاره أنه يملك السلطة لاتخاذ قرارات بشأن القضايا التي تهم مصالح العملاء واحتياجاتهم ، وهذا الأمر قد نوفق بشكل مكثف في أدب الخدمات تحت مسمى التمكين (e.g. Bowen and Lawler, 1995).

(Spreitzer, 1995) والذي يشير إلى السلطة الموضوعية التي تمنح لموظف ما لصنع القرار من قبل التنظيم، وبصفة عامة سلطة صنع القرار شأنها شأن الدافعية تعتبر هامة لتحويل مهارات الموظف والنية لعلاج العملاء بطريقة ودية إلى سلوك فعلي .

وفيما يتعلق بالدراسات السابقة التي تناولت مفهوم التوجه بالعميل ، خلصت بعض هذه الدراسات إلى أن مستوى التوجه بالعميل لدى مقدمي الخدمات يعتبر مؤشر هام على جودة الخدمة والنجاح الاقتصادي للمنظمات الخدمية (من هذه الدراسات : Bitner et al., 1990 ; Bove and Johnson, 2000 ; Bowen and Schneider, 1985 ; Sergeant and Frenkel, 2000) . وبصفة عامة هناك عدد قليل من الدراسات التي تناولت موضوع بناء التوجه بالعميل لدى مقدمي الخدمات وعلاقته بمؤشرات أخرى دالة على نجاح المنظمات (Brown et al, 2002)، من هذه الدراسات : دراسة (Kelly (1992) ; Brown (2002) ; et al. (2004) ; Donavan et al. (2003) ؛ ودراسة (Hennig-Thurau and Thurau (2003) ، وبينما الدراسات الأولى والثانية ركزتا على العلاقة بين التوجه بالعميل لدى مقدمي الخدمات وخصائصهم مثل التوجهات الشخصية ، ورضاهم عن العمل . فإن الدراستين الأخيرتين ركزت على علاقة التوجه بالعميل ببعض المتغيرات المحددة للخصائص التنظيمية للوظيفة مثل الإشباع الوظيفي والمواطنة التنظيمية والولاء التنظيمي .

ورفقا لمنظور آخر.. يتضح من مراجعة الدراسات المتعلقة بموضوع التوجه بالعميل أن هناك مجموعة من الدراسات قد تناولت تأثير متغيرات مختلفة على التوجه بالعميل لدى مقدمي الخدمات (هذه الدراسات تناولت التوجه بالعميل كمتغير تابع وبعضها تناولته كمتغير وسيط) ، من هذه الدراسات : (Chih, W. et al. (2009) والتي درست تأثير الرضا الوظيفي ، الانتماء التنظيمي ، والضغط التنظيمية على التوجه بالعميل حيث تمت الدراسة على عينة حجمها ٥٢٠ موظف من مقدمي الخدمات في ٦ شركات تأمين . ودراسة (Samad (2011) التي درست تأثير العدالة التنظيمية على مدى استعداد الموظف للانخراط مع سلوكيات تركز على التوجه بالعميل والتي اعتمدت على عينة حجمها ٢٩٢ من موظفي مراكز البيع بالتجزئة للهاتف الخليوي بماليزيا . وكذلك دراسة (Noor, N.A. (2008) التي درست تأثير فعالية الذات ، والمراقبة الذاتية على سلوكيات التوجه بالعميل وجمعت البيانات الأولية من ١٤٨ مقدم خدمة في فنادق ماليزيا .

وفي المقابل هناك بعض الدراسات التي درست التوجه بالعميل (أو التوجه بالسوق في بعض الدراسات) باعتباره متغير مستقل وبالتالي حددت تأثيره على متغيرات تابعة أخرى (منها رضا العميل).. حيث شملت هذه الدراسات في مجال التطبيق عدة قطاعات خدمية ، ولكن ليس منها - في الأغلب - قطاع الخدمات الجامعية الحكومية ، من هذه الدراسات: دراسة (Morgan, N. A. et al. (2009) التي درست تأثير القدرات التسويقية ، والتوجه بالسوق على أداء المنظمة (كمتغير تابع) واعتمدت في ذلك على عينة حجمها ٧٤٨ من مقدمي الخدمات في شركات أمريكية عاملة في الأسواق الاستهلاكية والتجارية وتقدم سلع وخدمات . ودراسة (Hennigh-Thurau T., (2004) التي اختبرت علاقة التأثير بين التوجه بالعميل باعتباره مفهوم يتضمن أربعة أبعاد رئيسية ، ومتغيرات ثلاثة هي رضا العميل والانتماء وإعادة التعامل ، هذه الدراسة قامت على عينة مكونة من ٩٨٩ عميل لخدمتين هما بيع الكتب والاسطوانات المدمجة، والوكالات السياحية . وكذلك دراسة (Paarlberg (2007) والتي طبقت على الموظفين الحكوميين المدنيين (في إدارة الدفاع - defense installation) - وهي من الدراسات القليلة في القطاع الحكومي - حيث درست تأثير التوجه بالعميل على كل من أداء العاملين ودافيتهم

المجالات الأخرى جميعها، كما بينت النتائج أنه لا توجد فروق جوهرية في مستوى الرضا تعود إلى المتغيرات الديموغرافية، باستثناء بعض الأسئلة المحددة. ودراسة الصارمي & زايد (٢٠٠٦) التي استهدفت التعرف على مدى رضا طلاب كلية التربية عن خدمات الأشراف الأكاديمي المقدمة لهم، وكذلك استطلاع توقعاتهم منها ولهذا الغاية قام الباحثان بتطوير مقياس مزدوج لقياس الأشراف الأكاديمي وتطبيقه على عينة قوامها ٥٠١ طالب وطالبة، وقد كشفت نتائج الدراسة أن طلبة كلية التربية غير راضين بدرجة كافية عن الأشراف الأكاديمي، وبينت أيضا أنه مع زيادة عدد مرات مقابلة المشرف يزداد رضا الطلبة عن الإشراف الأكاديمي، وأظهرت النتائج أن الطلبة يريدون مشرفين أكاديميين يمتلكون المعرفة بخطط الدراسة وأنظمة الجامعة. كما وأظهرت النتائج أيضا أن مع تقدم الطلبة في الدراسة فإنهم يصبحون أقل رضا عن خدمات الأشراف الأكاديمي، وأخيرا فقد كشفت النتائج أن طلبة كلية التربية أكثر رضا من أسلوب تعامل المشرفين مقارنة برضاهم عن المعلومات التي يمتلكها أولئك المشرفين. ودراسة الربيعي، وآخرون (٢٠١٠) التي استهدفت التعرف على العلاقة بين جودة الخدمة التعليمية المدركة وجودة الأشراف ورضا طلاب الدراسات العليا في الجامعات الخاصة الأردنية، حيث شملت الدراسة كل من جامعة الشرق الأوسط وجامعة عمان العربية وجامعة جدارا لكونها متخصصة بالدراسات العليا، و قد بينت نتائج التحليل الإحصائي، وجود أثر لكل من جودة الخدمة التعليمية وجودة الأشراف على رضا الطلاب وكذلك وجود أثر لجودة الخدمة التعليمية على جودة الأشراف. و قد أكدت الدراسة على الدور الفاعل لجودة الأشراف كوسيط في تعزيز أثر جودة الخدمة التعليمية على الرضا. كما بينت الدراسة أبعاد جودة الخدمة الأكثر تأثيرا في جودة الأشراف وتحقيق رضا الطلبة وهي الاعتمادية والاستجابة.

ويتضح من عرض الدراسات السابقة :

- إن الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة الأساسية - محور اهتمام هذا البحث - بين التوجه بالعمل (لدي مقدمي الخدمات)، ورضا العملاء .. تم تطبيقها في عدة قطاعات خدمية، مثل: قطاع الأسواق الاستهلاكية والتجارية. كما في دراسة (Morgan, N. A., 2009) وقطاع الكتب والاسطوانات المدمجة والوكالات السياحية. كما في دراسة (Hennigh-Thurau T., 2004)، وقطاع الموظفين الحكوميين المدنيين. في بعض الإدارات الحكومية. كما في دراسة (Paarlberg 2007). هذه القطاعات الخدمية لم يكن من بينها - حسب علم الباحث - قطاع الخدمات الجامعية الحكومية .. وهو القطاع الذي تم اختياره للتطبيق عليه في البحث الحالي.
- أنه لم يتم - حسب علم الباحث - اختبار تأثير متغير الالتزام الوجداني (كمتغير مؤثر إضافي) على العلاقة بين متغير التوجه بالعمل (كمتغير مستقل) ومتغير رضا العملاء (كمتغير تابع)، إلا من خلال البحث الحالي وهذا قد يؤكد على أهميته، على الرغم من وجود دراسات سابقة - وإن كانت محدودة جدا - تتناول علاقة التأثير بين متغير التوجه بالعمل ومتغير الالتزام الوجداني، كما في دراسة (Henning-Thurau, 2004)، وأخرى تناولت علاقة التأثير بين متغير الالتزام الوجداني ومتغير الرضا، كما في دراسة (Negi, 2013).
- مجال تطبيق البحث الحالي (خدمات القبول والتسجيل بجامعة حكومية - جامعة الطائف) لم يحدث أن طبقت عليه دراسات سابقة تتناول فحص العلاقة بين: التوجه بالعمل، الالتزام الوجداني، والرضا.

المبحث الثالث:
نتائج الدراسة الميدانية

بعد ترميز وتفرغ البيانات، تم استخدام الإصدار الثاني والعشرون من البرنامج الإحصائي (SPSS) The Statistical Package for Social Sciences في إجراء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية على النحو التالي:

أولاً: ثبات وصدق الاستقصاء.

ثانياً: اختبارات الفروض وتحليل النتائج

ويتناول الباحث كل عنصر من العناصر السابقة بشيء من التفصيل كما يلي:

أولاً: ثبات وصدق الاستقصاء.

تم حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ (Alpha) لأداة الدراسة (استمارة الاستقصاء)، ويعرض الجدول رقم (1) معاملي الثبات والصدق لأسئلة الاستقصاء.

وباستعراض الجدول رقم (1) يتضح أن قيم معامل الثبات مقبولة لجميع الأسئلة، حيث تضمنت قائمة الاستقصاء ثلاثة محاور رئيسية تأخذ شكل ليكرت الخماسي وتتكون من أكثر عنصر، وتراوحت قيمة معامل الثبات بين (0.853) للمحور الثالث "رضا الطلاب" و (0.912) للمحور الثاني "الالتزام الوجداني". وتراوحت قيمة معامل الصدق بين (0.942) للمحور الثالث وبين (0.955) للمحور الثاني (حيث أن قيمة معامل الصدق هي الجذر التربيعي لقيم معامل الثبات)

وبالتالي يمكن القول أنها معاملات ذات دلالة جيدة لتحقيق أهداف البحث ويمكن الاعتماد عليها في تعميم المخرجات على المجتمع ككل.

جدول رقم (1): معاملي الثبات والصدق لاستمارة الاستقصاء

المحور	البيان	معامل الثبات (Alpha)*	معامل الصدق
الأول	التوجه بالعميل	0.906	0.952
الثاني	الالتزام الوجداني	0.912	0.955
الثالث	رضا الطلاب	0.853	0.924

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أسئلة الاستبيان.

ثانياً: اختبارات الفروض وتحليل النتائج:

يهدف هذا الجزء إلى عرض نتائج الدراسة الميدانية ، حيث تم اختبار الفروض السنة للدراسة ، من خلال تناول النقاط التالية :

أ- مدى توافر أبعاد التوجه بالعميل لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل:

لتحديد إلى أي مدى تتوافر أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) ، وتحديث ما إذا كانت آراء الطلاب التي تعكس درجة توافر هذا التوجه تختلف باختلاف مستواهم الدراسي أم لا . تم اختبار الفرض الأول الذي ينص على أنه " ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء طلاب السنة الدراسية الأولى وطلاب السنة النهائية بجامعة الطائف ، حول مدى توافر أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) " ويعرض جدول رقم(2) الإحصاء الوصفي لاختبار مدى توافر أبعاد التوجه بالعميل، حسب السنة الدراسية (الأولى- النهائية)، ويتضح من الجدول ارتفاع متوسط آراء طلاب السنة الأولى والسنة النهائية حول البعد (سلطة اتخاذ القرار) بمتوسط (3.90)، وبانحراف معياري (.61) لطلاب السنة الأولى وبمتوسط (3.88)، وبانحراف معياري (.87) لطلاب السنة النهائية، أي أن معظم الآراء تتراوح ما بين محايد و موافق وتميل إلى أن تكون موافق، وانخفض متوسط آراء فئتي الدراسة حول بعد (الدافعية) بمتوسط (3.21)، وبانحراف معياري (.64) لطلاب السنة الأولى و بمتوسط (3.53)، وبانحراف معياري (.65) لطلاب السنة النهائية ، ولاختبار معنوية الفرق بين متوسط آراء فئتي الدراسة حول مدى توافر أبعاد التوجه بالعميل ، تم استخدام اختبار t (أحد الاختبارات المعملية التي تستخدم لاختبار الفرق بين متوسطين)، ويعرض جدول رقم (2) نتائج هذا الاختبار.

جدول رقم (2) : الإحصاء الوصفي لأبعاد التوجه بالعميل حسب السنة الدراسية

الأبعاد	السنة الأولى		السنة النهائية		نتائج الاختبار	
	وسط حسابي	انحراف معياري	وسط حسابي	انحراف معياري	t	مستوى الدلالة
المهارات الفنية	3.78	0.54	3.86	0.87	-1.203	.230
المهارات الاجتماعية	3.72	0.76	3.61	0.57	1.309	.191
الدافعية	3.21	0.46	3.53	0.65	-3.806	.000
سلطة اتخاذ القرار	3.90	0.61	3.88	0.87	.490	.624

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أسئلة الاستبيان.

حيث يتضح من نتائج الجدول: عدم دلالة معظم الأبعاد عند مستوى دلالة 5%، حيث أن قيم P- Value أكبر من مستوى الدلالة، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط آراء فئتي الدراسة (طلاب السنة الأولى، وطلاب السنة النهائية) حول توافر أبعاد التوجه بالعميل. بعبارة أخرى يتضح

صحة الفرض الأول. وتشير المتوسطات بالجدول رقم (٢) الى ان ترتيب ابعاد التوجه بالعميل وفقاً لمدى توافرها في مقدمين الخدمة موضع البحث - من منظور طلاب السنة الأولى او السنة النهائية - هو كما يلي:
(١) سلطة اتخاذ القرار (٢) المهارات الفنية (٣) المهارات الاجتماعية (٤) الدافعية.

ب- مستوى رضا الطلاب (عن مقدمي خدمات القبول والتسجيل):

لتحديد مستوى رضا الطلاب (عن مقدمي خدمات القبول والتسجيل) ، وتحديد ما إذا كانت آراء الطلاب التي تعكس درجة هذا الرضا تختلف باختلاف مستواهم الدراسي أم لا . تم اختبار الفرض الثاني الذي ينص على انه " ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء طلاب السنة الدراسية الأولى وطلاب السنة النهائية بجامعة الطائف، حول مستوى الرضا (عن مقدمي خدمات القبول والتسجيل)." ويعرض جدول رقم (3) الإحصاء الوصفي ونتائج الاختبار حول مستوى الرضا ، حسب السنة الدراسية (الأولى- النهائية)، ويتضح من الجدول ارتفاع متوسط رضا طلاب السنة النهائية بمتوسط (3.73)، وبانحراف معياري (0.53)، بينما بلغ متوسط رضا طلاب السنة الأولى (3.66)، وبانحراف معياري (0.56)، واختبار معنوية الفرق بين متوسط آراء فئتي الدراسة حول مستوى الرضا ، تم استخدام اختبار t (أحد الاختبارات المعملية التي تستخدم لاختبار الفرق بين متوسطين)، ويعرض جدول رقم (3) نتائج هذا الاختبار .

جدول رقم (3) : الإحصاء الوصفي لمستوى رضا الطلاب حسب السنة الدراسية

العناصر	السنة الأولى		السنة النهائية		نتائج الاختبار	
	وسط حسابي	انحراف معياري	وسط حسابي	انحراف معياري	مستوى الدلالة	الدلالة
مستوى الرضا	3.66	0.56	3.73	0.53	0.325	غير دال
أنا سعيد بجهود هذا الموظف تجاه الطلاب المعادين مثلي.	3.82	0.56	3.76	0.72	0.442	غير دال
هذا الموظف يفي دائماً بتوقعات الطلاب	3.76	0.70	3.92	0.64	0.072	دال*
هذا الموظف لم يخيب أمل الطلاب فيه.	3.31	0.73	3.42	0.74	0.253	غير دال
أنا راضي تماماً عن هذا الموظف.	3.75	0.71	3.82	0.87	0.452	غير دال

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أسئلة الاستبيان.

*دال عند مستوى دلالة 10%

حيث يتضح من نتائج جدول رقم (3) عدم دلالة معظم العناصر عند مستوى دلالة 5%، حيث أن قيم P- Value أقل من مستوى الدلالة، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية

بين متوسط آراء فنتسى الدراسة حول مستوى الرضا. بعبارة أخرى يتضح صحة الفرض الثاني. وتشير المتوسطات بالجدول رقم (3) الى ان مستوى رضا الطلاب اقرب الى الدرجة المتوسطة - وذلك من منظور طلاب السنة الاولى او السنة النهائية - اعتمادا على مقياس ليكرت المستخدم، حيث تتراوح الدرجات بين محايد وموافق.

ج- قياس التأثير المباشر لأبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل).. على رضا الطلاب :

لتحديد ما إذا كان هناك تأثير ايجابي لأبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل).. على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات) أم لا . تم اختبار الفرض الثالث الذي ينص على انه "لا تؤثر أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) بشكل ايجابي ومباشر .. على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات). ولاختبار هذا الفرض تم استخدام الانحدار المتعدد الجزئي لقياس تأثير المتغيرات المستقلة (أبعاد التوجه بالعميل).. على المتغير التابع (رضا الطلاب) ويعرض جدول رقم (4) نتائج تقدير نموذج الانحدار الجزئي للعلاقة سالفة الذكر، ويتضح من الجدول معنوية نموذج الانحدار المقدر من خلال قيمة F (F=547.933) وقيمة (sig=0.000)، كما يتضح معنوية معاملات الانحدار الجزئي لأبعاد التوجه بالعميل و عدم معنوية الحد الثابت عند مستوى معنوية 5%، وأنها تفسر 85.0% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (متوسط آراء عينة الدراسة حول رضا الطلاب).

جدول رقم (4) : تقديرات نموذج الانحدار الجزئي للعلاقة بين أبعاد التوجه بالعميل، ورضا الطلاب

الترتيب	التقديرات				معامل الارتباط	المتغيرات المستقلة
	β المعيارية	Sig.	t	β		
	-	.285	1.072	.085	-	الحد الثابت
2	.309	.000	8.561	.352	.866	المهارات الفنية
3	.219	.000	7.091	.256	.798	المهارات الاجتماعية
4	.126	.000	5.296	.176	.716	الدافعية
1	.389	.000	9.948	.339	.900	سلطة اتخاذ القرار
معامل التحديد = $R^2 = 0.850$ = sig. 0.000 = F 547.933						

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أسئلة الاستبيان.

كما سبق يتضح عدم صحة الفرض الثالث وصحة الفرض البديل الذي ينص على أن : " أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) تؤثر بشكل ايجابي ومباشر .. على رضا الطلاب (عن هؤلاء

المقدمين لتلك للخدمات). " كما يتضح من الجدول انه يمكن ترتيب المتغيرات المستقلة (أبعاد التوجه بالعميل) وفقاً لأهمية تأثيرها على المتغير التابع (رضا الطلاب) كما يلي: (١) سلطة اتخاذ القرار (٢) المهارات الفنية (٣) المهارات الاجتماعية (٤) الدافعية .

د- قياس تأثير أبعاد التوجه بالعميل (سدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل).. على الالتزام الوجداني للطلاب:

لتحديد ما إذا كان هناك تأثير ايجابي لأبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل).. على الالتزام الوجداني للطلاب (تجاه هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات) أم لا . تم اختبار الفرض الرابع الذي ينص على انه "لا تؤثر أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) بشكل ايجابي ومباشر .. على التزام الطلاب الوجداني تجاه هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات). واختبار هذا الفرض تم استخدام الانحدار المتعدد الجزئي لقياس تأثير المتغيرات المستقلة (أبعاد التوجه بالعميل).. على المتغير التابع (الالتزام الوجداني للطلاب)، ويعرض جدول رقم (٥) نتائج تقدير نموذج الانحدار الجزئي، ويتضح من الجدول معنوية نموذج الانحدار المقدر من خلال قيمة $F=546.147$ وقيمة $(sig=0.000)$ ، كما يتضح معنوية معاملات الانحدار الجزئي لأبعاد التوجه بالعميل و عدم معنوية الحد الثابت عند مستوى معنوية 5% ، وهي تقدر بـ 82.1% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (متوسط آراء عينة الدراسة حول الالتزام الوجداني).

جدول رقم(5) : تقديرات نموذج الانحدار الجزئي للعلاقة بين المتغيرات المستقلة (أبعاد التوجه بالعميل) والمتغير التابع (الالتزام الوجداني للطلاب)

الترتيب	التقديرات				معامل الارتباط	المتغيرات المستقلة
	β المعيارية	Sig.	t	β		
		.161	1.404	.124		الحد الثابت
2	.352	.000	8.132	.388	.818	المهارات الفنية
4	.136	.000	3.961	.148	.560	المهارات الاجتماعية
3	.295	.000	14.534	.350	.743	الدافعية
1	.494	.000	12.487	.460	.888	سلطة اتخاذ القرار
معامل التحديد $R^2 = 0.821$ $0.000 = sig.$ $546.147 = F$						

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أسئلة الاستبيان.

مما سبق يتضح عدم صحة الفرض الرابع وصحة الفرض البديل الذي ينص على أن: " أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) تؤثر بشكل ايجابي ومباشر .. على التزام الطلاب الوجداني تجاه هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات). " كما يتضح من الجدول انه يمكن ترتيب المتغيرات المستقلة (أبعاد التوجه

بالعميل) وفقاً لأهمية تأثيرها على المتغير التابع (الالتزام الوجداني للطلاب) كما يلي: (1) سلطة اتخاذ القرار (2) المهارات الفنية (3) الدافعية (4) المهارات الاجتماعية .

هـ- قياس تأثير التزام الطلاب الوجداني (تجاه مقدمي خدمات القبول والتسجيل).. على رضا الطلاب:

لتحديد ما إذا كان هناك تأثير إيجابي للالتزام الوجداني للطلاب (تجاه مقدمي خدمات القبول والتسجيل) .. على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات) أم لا . تم اختبار الفرض الخامس الذي ينص على أنه "لا يؤثر التزام الطلاب الوجداني (تجاه مقدمي خدمات القبول والتسجيل) بشكل إيجابي ومباشر .. على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات). واختبار هذا الفرض تم استخدام الانحدار البسيط لقياس تأثير المتغير المستقل (الالتزام الوجداني للطلاب).. على المتغير التابع (رضا الطلاب)، ويعرض جدول رقم (6) نتائج تقدير نموذج الانحدار الجزئي، ويتضح من الجدول معنوية نموذج الانحدار المقدر من خلال قيمة F (424.509) وقيمة (sig=0.000)، كما يتضح معنوية معامل الانحدار والحد الثابت عند مستوى معنوية %5 ، ويتضح من الجدول قيمة معامل التحديد (0.523) مما يدل على أن الالتزام الوجداني كمتغير مستقل يفسر 52.3% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (متوسط آراء عينة الدراسة حول رضا الطلاب).

جدول رقم (6) : تقديرات نموذج الانحدار البسيط للعلاقة بين: الالتزام الوجداني للطلاب، ورضا الطلاب

التقديرات				F (sig.)	R ²
Sig.	t	β	المتغير		
.000	8.397	1.020	الثابت	424.509 (0.000)	0.523
.000	20.604	.653	الالتزام الوجداني		

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أسئلة الاستبيان.

مما سبق يتضح عدم صحة الفرض الخامس وصحة الفرض البديل الذي ينص على أن : " التزام الطلاب الوجداني (تجاه مقدمي خدمات القبول والتسجيل) يؤثر بشكل إيجابي ومباشر .. على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات)".

و- قياس أثر الالتزام الوجداني للطلاب - كمتغير مؤثر اضافي، على العلاقة بين أبعاد التوجه بالعميل ورضا الطلاب:

لمعرفة اثر الالتزام الوجداني للطلاب - كمتغير مؤثر اضافي ، على العلاقة بين أبعاد التوجه بالعميل ورضا الطلاب . تم اختبار الفرض السادس الذي ينص على أنه " لا يزداد تأثير أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل).. على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين للخدمات)، عند إضافة متغير الالتزام

الوجداني للطلاب (كمتغير مؤثر إضافي) . حيث تم استخدام الانحدار المتعدد الجزئي لقياس تأثير المتغيرات المستقلة (ابعاد التوجه بالعميل ، والالتزام الوجداني) على المتغير التابع (رضا الطلاب) ، ويعرض جدول رقم (7) نتائج تقدير نموذج الانحدار الجزئي، ويتضح من الجدول معنوية نموذج الانحدار المقدر من خلال قيمة F ($F=547.933$) وقيمة ($\text{sig}=0.000$)، كما يتضح معنوية معاملات الانحدار الجزئي لابعاد التوجه بالعميل، والالتزام الوجداني وعدم معنوية الحد الثابت عند مستوى معنوية 5%. وهي تفسر 90.7% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (متوسط آراء عينة الدراسة حول رضا الطلاب). اي زادت القدرة التفسيرية لابعاد التوجه بالعميل في تفسير التغيرات التي تحدث في رضا الطلاب في حالة إضافة متغير الالتزام الوجداني من 85.0% الى 90.7%.

جدول رقم (7) : تقديرات نموذج الانحدار الجزئي للعلاقة بين المتغيرات المستقلة (ابعاد التوجه بالعميل، والالتزام

الوجداني للطلاب) والمتغير التابع (رضا الطلاب)

الترتيب	التقديرات				معامل الارتباط	المتغيرات المستقلة
	β المعيارية	Sig.	t	β		
	-	.168	1.381	-.108	-	الحد الثابت
2	.250	.000	9.439	.308	.866	المهارات الفنية
3	.248	.000	6.283	.227	.716	المهارات الاجتماعية
5	.109	.018	2.368	.091	.798	الدافعية
1	.387	.000	10.933	.628	.900	سلطة اتخاذ القرار
4	.153	.000	4.071	.184	.723	الالتزام الوجداني
معامل التحديد $R^2 = 0.907$ $\text{sig.} = 0.000$ $F = 459.440$						

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أسئلة الاستبيان.

مما سبق يتضح عدم صحة الفرض السادس وصحة الفرض البديل الذي ينص على أن : "تأثير أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل).. على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين للخدمات)، يزداد عند إضافة الالتزام الوجداني للطلاب (كمتغير مؤثر إضافي) ."

مناقشة النتائج والتوصيات :

أولاً: أهم نتائج هذا البحث:

أهم نتائج هذا البحث يمكن أن نستدل منها على ما يلي :

- (١) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء الطلاب بالسنة الدراسية الأولى وآراء الطلاب بالسنة النهائية حول مدى توافر أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل). واتضح أن: الطلاب يرون أن درجة توافر أبعاد التوجه بالعميل في مقدمي خدمات القبول والتسجيل متوسطة، كما اتضح أن ترتيب أبعاد التوجه بالعميل وفقاً لمدى توافرها في مقدمي خدمات القبول والتسجيل - من منظور الطلاب - موضع البحث، هو كما يلي: (١) سلطة اتخاذ القرار (٢) المهارات الفنية (٣) المهارات الاجتماعية (٤) الدافعية.
- (٢) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء الطلاب بالسنة الدراسية الأولى وآراء الطلاب بالسنة النهائية حول مستوى الرضا (عن مقدمي الخدمات القبول والتسجيل). واتضح أن: الطلاب راضون عن أداء مقدمي الخدمات - موضع البحث - بدرجة متوسطة.
- (٣) أكد البحث الحالي على علاقة التأثير الإيجابية بين أبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل).. ورضا الطلاب عن هؤلاء المقدمين للخدمة، وبهذا يكون قد أكد على نتائج بعض الدراسات القليلة التي تناولت نفس العلاقة، ومنها دراسة (Negi, 2013)، إلا أنها انفردت بتطبيق هذه العلاقة في قطاع الخدمات الجامعية الحكومية.
- (٤) هذا البحث دل على وجود دور مهم لمتغير الالتزام الوجداني للطلاب تجاه العلاقة بين التوجه بالعميل (لدى مقدمي الخدمات) ورضا العملاء (الطلاب) عن هؤلاء المقدمين للخدمة، حيث دلت النتائج على:
 - وجود تأثير إيجابي لأبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) .. على التزام الطلاب الوجداني تجاه (هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات).
 - وجود تأثير إيجابي لمتغير الالتزام الوجداني للطلاب (تجاه مقدمي خدمات القبول والتسجيل) .. على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين لتلك للخدمات). وبذلك يكون قد تم التأكيد على علاقة التأثير بين متغير الالتزام الوجداني للعملاء، و متغير رضا العملاء (وليس العكس)، وهذا ما قد تم تناوله في دراسات قليلة جداً منها دراسة (Negi, 2013).
 - وازدياد التأثير الإيجابي لأبعاد التوجه بالعميل (لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل) على رضا الطلاب (عن هؤلاء المقدمين للخدمات)، عند إضافة متغير الالتزام الوجداني للطلاب (كمتغير مؤثر إضافي). وبذلك يكون هذا البحث قد انفرد بفحص العلاقة بين أبعاد التوجه بالعميل، الالتزام الوجداني (كمتغيرات مستقلة) والرضا (كمتغير تابع) في قطاع الخدمات الجامعية الحكومية.

ثانيا : التوصيات :

في ضوء النتائج التي تم استخلاصها بناء على الدراسة الميدانية التي تمت ، يوصي الباحث بما يلي :

- ١ . يجب أن يدرك المسئولين عن الخدمات الجامعية - موضع الدراسة - انه توجد أهمية كبيرة لتحقيق التوجه نحو العميل فيما يتعلق بتقديم خدمات القبول والتسجيل ، وبشكل خاص يجب التأكيد على أهمية تحقيق مزيد من الجهود التي تستهدف تنمية المهارات الاجتماعية ، والدافعية الخاصة بمقدمي الخدمات موضع البحث (حيث دلت النتائج على أن هذه الجوانب هي الأقل من حيث توافرها لدي مقدمي الخدمات موضع البحث) ، ومن هذه الجهود على سبيل المثال: البرامج المرتبطة بتطوير الثقافة التنظيمية، والحوافز، والعمل الجماعي، والتعلم لسلوكيات وأنظمة العمل.
- ٢ . ضرورة أن يهتم مقدمي الخدمات والتسجيل- موضع الدراسة - باستخدام الآليات المناسبة (مثل تطوير إجراءات ونماذج تقديم الخدمة، وترتيب مكان العمل ..) التي من شأنها تحقيق مزيد من الدفع للممارسات الايجابية من قبلهم تجاه تحقيق أبعاد التوجه بالعميل (خاصة بعدي.. المهارات الاجتماعية والدافعية) فيما يقدم من خدمات لطلاب الجامعة.
- ٣ . ضرورة العمل على دعم وتفعيل أنظمة التدريب الموجهة نحو مقدمي الخدمات موضع الدراسة ، وسعيا وراء تحقيق هذا الهدف ، يجب الاهتمام بالبرامج المتعلقة بتنمية المهارات الاجتماعية ومنها مهارات الاتصال والتعامل الفعال مع الآخرين، وكذلك برامج تطوير الدافعية لديهم.
- ٤ . تنمية مفهوم إدارة العلاقات لدى مقدمي خدمات القبول والتسجيل تجاه الطلاب، والحرص على دعم أبعاد تسويق العلاقات (الثقة ، الالتزام ، الاتصال ، التعامل مع الصراع) خلال عمليات أداء خدمات القبول والتسجيل ، فهذا من شأنه تحقيق المزيد من الالتزام الوجداني بين الطلاب ومقدمي الخدمات ، على اعتبار أن الدراسة قد أكدت على الدور الجوهرى الذي يلعبه الالتزام الوجداني في تحقيق رضا الطلاب.

المراجع

المراجع العربية:

- الحسنية ، سليم إبراهيم (٢٠٠٩) ، "مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب عن مستوى الأداء الإداري الأكاديمي لكليتهم:دراسة مسحية" ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية - المجلد - 25 العدد الثاني.
- الأصارمي، عبد الله & زايد، كاشف (٢٠٠٦) ، "مدى رضا طلبة كلية التربية بجامعة السلطان قابوس عن الإشراف الأكاديمي وطبيعة توقعاتهم منه " ، مجلة كلية التربية/ جامعة الإمارات العربية المتحدة ، السنة الحادية والعشرون ، العدد ٢٣ .
- الربيعي، ليث ، والنعمي، محمد & وقدره، روان ، (٢٠١٠) " أثر جودة الخدمة للتعليمية وجودة الأشراف على رضا طلبة الدراسات العليا في الجامعات الأردنية الخاصة".

<http://www.alazhar.edu.ps/arabic/planning/images/lib-arb/169.pdf>

- جامعة الطائف (٢٠١٢)، عمادة القبول والتسجيل، سجلات الطلاب المنتظمين، سبتمبر ٢٠١٢ .
- خير الدين، عمرو حسن (٢٠٠٤)، "تأثير خصائص مقدم الخدمة على تنمية علاقة الثقة والالتزام لدى العميل" المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة ، عدد ٢٠٠٤ .
- عواد، محمد سليمان (٢٠١٣)، "أثر جودة العلاقات المدركة على الاحتفاظ بالملاء في سوق الاتصالات الخلوية" ، المجلة العربية للعلوم الإدارية، المجلد ٢٠ العدد ١ ، ٧ - ٣٦ .
- الربيعي، ليث ؛ والنعمي، محمد ؛ وقدره، روان ، (٢٠١٠) " أثر جودة الخدمة التعليمية وجودة الأشراف على رضا طلبة الدراسات العليا في الجامعات الأردنية الخاصة".

<http://www.alazhar.edu.ps/arabic/planning/images/lib-arb/169.pdf>

- الموقع الالكتروني لجامعة الطائف ، ٢٠١٣/١/٥ .

<http://web.tu.edu.sa/tu/ar/departments/admissions-and-registration.html>

المراجع الأجنبية :

- Anderson, E., Fornell, C. and Rust, R.T. (1997), "Customer satisfaction, productivity, and profitability: differences between goods and services", *Marketing Science*, Vol. 16 No. 2, pp. 129-45.
- Argyle, M. (1967), *The Psychology of Interpersonal Behavior*, Penguin, Baltimore, MD.

- Bitner, M.J., Booms, B.H. and Tetreault, M.S. (1990), "The service encounter : diagnosing favorable and unfavorable incidents", **Journal of Marketing**, Vol. 54, January, pp. 71-84.
- Bove, L.L. & Johnson, L.W. (2000), "A customer-service worker relationship model", **International Journal of Service Industry Management**, Vol. 11 No. 5, pp. 491-511.
- Bowen, D.E. & Lawler, E.E. III (1995), "Empowering service employees", **Sloan Management Review**, Vol. 36, Summer, pp. 73-84.
- Bowen, D.E. & Schneider, B. (1985), "Boundary-spanning role employees and the service industry: some guidelines for management and research", in Czepiel, J.A., Solomon, M.R., Surprenant, C.F. (Eds), **The Service Encounter**, D.C. Heath, Lexington, MA, pp. 127-47.
- Brown, T.J. , Mowen, J.C. , Donovan, D.T. and Licata, J.W. (2002), "The customer orientation of service workers: personality trait influences on self and supervisor performance ratings", **Journal of Marketing Research**, Vol. 39 No. 1, pp. 110-19.
- Chih, W. Yang, T., Huang, L. and Hsu, C. (2009), "Customer orientation behaviors of frontline employees: Moderating roles of emotional intelligence", **Conference: International Association of Computer Science and Information Technology - Spring Conference - IACSITSC**.
- Crosby, L.A., Evans, K.R. and Cowles, D. (1990), "Relationship quality in services selling: an interpersonal influence perspective", **Journal of Marketing**, Vol. 54, July, pp. 68-81.
- Donovan, D.T., Brown, T.J. and Mowen, J.C. (2004), "Internal benefits of service worker-customer orientation: job satisfaction, commitment, and organizational citizenship behaviors", **Journal of Marketing**, Vol. 68, January.
- Flavell, J.H., Botkin, P.T., Fry, C.L., Wright, J.W. and Jarvis, P.E. (1968), **The Development of Role-taking and Communication Skills in Children**, Wiley, New York, NY.
- Garbarino, E. & Johnson, M. (1999), "The different roles of satisfaction, trust and commitment in customer relationships" **Journal of Marketing**, Vol. 63 No.2, pp.70-87.

- Vroom, V.H. (1967), **Work and Motivation**, 3rd ed., Jossey-Bass, New York, NY.
www.igbm.org/page/8%20%20Nor%20Azila.pdf
- Zhang, L., Han, Z. and GAO, Qun, (2008), "Empirical Study on the Student Satisfaction Index in Higher Education". **International Journal of Business and Management**, Vol.3, No.9, pp. 46-51.

ملحق البحث

قائمة الأبعاد والعناصر المستخدمة في قائمة الاستقصاء للبحث الحالي	
أبعاد التوجه بالعمل لدى مقدمي الخدمة:	
البعد الأول: المهارات الفنية لدى مقدم الخدمة:	<ul style="list-style-type: none"> • لديه مستوى عالي من المعرفة. • يعتبر خبير في مجال وظيفته. • لديه مستوى عالي من الكفاءة.
البعد الثاني: المهارات الاجتماعية لدى مقدم الخدمة:	<ul style="list-style-type: none"> • لديه نطاق واسع من المهارات الاجتماعية. • لديه خاصية احترام الطالب. • يعرف كيف يتعامل مع الطالب.
البعد الثالث: الدافعية:	<ul style="list-style-type: none"> • لديه التزام قوي تجاه عمله. • يفعل كل ما في وسعه لتلبية احتياجات الطالب. • لديه عادة دافعية كبيرة للعمل.
البعد الرابع: سلطة اتخاذ القرار:	<ul style="list-style-type: none"> • يسمح له باتخاذ قرارات مستقلة في الأمور المتعلقة بالطالب. • يعمل في مكان (مساحة) تتيح له القيام بفعاليات حل مشاكل الطلاب. • في حالة احتياج الطالب لا ينتظر أخذ الأذن بالتصرف من مديره أو رئيسه.
الالتزام الوجداني من قبل الطلاب تجاه مقدم الخدمة:	
	<ul style="list-style-type: none"> • علاقتي مع موظف القبول والتسجيل (مقدم الخدمة) تستحق الجهد الذي أبذله للمحافظة عليها. • أحفظ للحفاظ على علاقة طويلة الأجل مع هذا الموظف. • أنا ملتزم بعلاقتي مع هذا الموظف. • أشعر بوجود رابط وجداني بيني وبين هذا الموظف.
رضا الطالب عن مقدم الخدمة ..	
	<ul style="list-style-type: none"> • أنا سعيد بجهود هذا الموظف تجاه الطلاب العاديين مثلي. • هذا الموظف يفي دائما بتوقعات الطلاب. • هذا الموظف لم يخيب أمل الطلاب فيه. • أنا راضى تماما عن هذا الموظف.

تم