

دور جودة الخدمة التعليمية في تحسين الصورة الذهنية دراسة تطبيقية على الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب الكويتي

خالد نزال ضيدان الرشيدى

طالب ماجستير في العلوم التجارية - تخصص إدارة الأعمال

كلية التجارة - جامعة مدينة السادات

محاضر بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت

د/ ايمن عادل عيد

استاذ إدارة الاعمال المساعد ووكيل الكلية السابق للدراسات العليا والبحوث

كلية التجارة - جامعة مدينة السادات

الملخص:

بات من الضروري معرفة دور جودة الخدمة التعليمية في تحسين الصورة الذهنية، من خلال مختلف الآليات والأنشطة التي تقوم بها جودة الخدمة في سبيل تحسين صورة المؤسسات التعليمية لدى الأطراف ذوي العلاقة على المستوى الداخلي والخارجي، وهو الهدف الأساسي المرجو بلوغه من خلال هذه البحث الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت، حيث يتمثل الهدف الرئيسي للهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب إلى توفير القوى العاملة الوطنية الفنية والمهنية لتلبية احتياجات التنمية في البلاد في المجالات المختلفة لتحقيق التقدم والرفعة للوطن الحبيب. ومن أهدافها أنها تجعل الشباب الكويتي هم أمل الغد الذي يعتمد عليه في بناء الوطن وتوفير العمالة الوطنية لمستويات العمالة الوسطى الفنية والمهنية التي تحتاجها البلاد لتصبح منافسة للعمالة الوافدة في كثير من مجالات الإنتاج والخدمات، وأن تتحمل مسؤولياتها الوطنية في التقدم الاقتصادي والاجتماعي.

وكان من أهم نتائج البحث أنه توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي

بدولة الكويت، ويمكن قبول وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت. وتمت التوصية بالاهتمام بتحسين جودة الخدمة التعليمية بمختلف جوانبها وبخاصة الاهتمام بكل من (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الثقة، والتعاطف)، وذلك بغرض التحسين المستمر للصورة الذهنية (متضمنة البعد المعرفي، البعد الوجداني، والبعد السلوكي للصورة الذهنية) للهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت.

الكلمات المفتاحية : جودة الخدمة التعليمية ، الصورة الذهنية.

Abstract:

It has become necessary to know the role of the quality of educational service in improving the mental image, through the various mechanisms and activities carried out by the quality of service in order to improve the image of educational institutions among the relevant parties at the internal and external levels, which is the main goal that is hoped to be achieved through this study. The Public Authority for Education Applied Education and Training in Kuwait, where the main objective of the Public Authority for Applied Education and Training is to provide technical and professional national manpower to meet the needs of development in the country in various fields to achieve progress and elevation of the beloved homeland. One of its objectives is to make Kuwaiti youth the hope of tomorrow on which to rely on in building the country and providing national employment for the middle levels of technical and professional employment that the country needs to become competitive with expatriate labor in many fields of

production and services, and to assume its national responsibilities in economic and social progress.

One of the most important results of the study was that there is a statistically significant direct correlation between the quality of the educational service and the improvement of the mental image in the Public Authority for Applied Education in the State of Kuwait, and it can be accepted that there is a statistically significant effect of the quality of the educational service on improving the mental image in the Public Authority for Applied Education in the State of Kuwait.

It was recommended to pay attention to improving the quality of the educational service in its various aspects, especially attention to each of (tangibility, reliability, responsiveness, trust, and empathy), in order to continuously improve the mental image (including the cognitive dimension, the emotional dimension, and the behavioral dimension of the mental image) of the Public Authority for Applied Education in the State of Kuwait .

Keywords: Quality of educational service , mental image.

المقدمة:

تعد جودة الخدمة من الموضوعات الأكثر بحثاً في العلوم الإدارية عامة، وعلى الرغم من أن ماهية وحقيقة الجودة ومحدداتها ربما تكون غير معرفة على وجه الدقة، فإن أهمية الجودة للمنظمات والمستهلكين واضحة تماماً، وذلك من منطلق أن جودة الخدمة أصبحت مطلب أساسي لجميع المنظمات على اختلاف أنواعها وأحجامها. ويعد موضوع جودة الخدمة من أهم الموضوعات التي تشغل المؤسسات التعليمية في عصرنا الحاضر، حيث اشتدت فيه حدة المنافسة بين مختلف المؤسسات

ولم يعد التنافس قاصرا على محيط سوق محلي محدود أو إقليمي أوسع، ولكن صارت المنافسة على مستوى السوق العالمي بمتغيراته العديدة والتي لا يمكن السيطرة عليها أو حتى التعامل معها بأدوات ومفاهيم لم تعد صالحة بعد. وتعتبر جودة الخدمة أمر بالغ الأهمية في أي منظمة لأنها تساعد على خلق ارتباط بين المنظمة وعملائها. ففي بيئة الأعمال التنافسية هذه الأيام، تعتبر جودة الخدمة قضية مهمة جدا لجذب العملاء والاحتفاظ بهم (الهايبيل، والسر، ٢٠١٧).

وتسعى كثير من المؤسسات التعليمية أيا كان حجمها للارتقاء بمستوى الخدمات حتى تصل لدرجة التميز والذي يعد مثالا يسعى إليه كل من مقدمي الخدمات والمستفيدين منها على حد سواء، حيث تقوم تلك المؤسسات باستخدام العديد من الاستراتيجيات من أجل تحسين مستوى أدائها. ومن أهم تلك الاستراتيجيات الاهتمام بالجودة بوصفها استراتيجية مهمة تساعد الجامعات وغيرها على توفير الخدمات التي تشبع الرغبات الكاملة للعملاء (الطلاب)، وتلبي متطلبات واحتياجاتهم وتوقعاتهم.

وقد تزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للفرد والمنظمة؛ نظرا لما تقوم به هذه الصورة من دور هام في تكوين الآراء، واتخاذ القرارات، وتشكيل السلوك، وقد أصبح تكوين الصورة الذهنية هدفا أساسياً يسعى الجميع لتحقيقه على أي مستوى، وفي أي مجال من خلال الأداء الذي يتفق مع احتياجات الأطراف ذوي العلاقة المؤثرة والمتأثرة بسياسة الفرد أو المنظمة.

والصورة الذهنية الإيجابية في غاية الأهمية للمؤسسات التعليمية في خلق صورة إيجابية عن نفسها لدى جمهورها، ولذلك تحتاج إلى استراتيجية اتصالية لبناء صورة إيجابية كما تحتاج إلى زيادة قدرة العاملين في العلاقات العامة في إرسال رسائل إيجابية تبني صورة المؤسسة عند الأطراف ذوي العلاقة، فنجاح المؤسسات التعليمية في بناء صورة إيجابية يحتم عليها بذل جهد في المحافظة على تلك الصور، وعملية المحافظة يستلزم تواصل دائم مع الأطراف ذوي العلاقة وعليها أن تحصل على معلومات حول ردود أفعال الأطراف ذوي العلاقة. وإذا فشلت في الحصول على ردود أفعال جيدة فإن ذلك يشكل تهديدا لصورتها فيجب عليها أن تقيم اتصالا

حواريا دائما مع الأطراف ذوي العلاقة حتى تستطيع أن تحافظ على صورتها الإيجابية، ومواجهة أي تهديد لتلك الصورة.

وتهدف الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب إلى توفير القوى العاملة الوطنية الفنية والمهنية لتلبية احتياجات التنمية في البلاد في المجالات المختلفة لتحقيق التقدم والرفعة للوطن الحبيب. ومن أهدافها أنها تجعل الشباب الكويتي هم أمل الغد الذي يعتمد عليه في بناء الوطن وتوفير العمالة الوطنية لمستويات العمالة الوسطى الفنية والمهنية التي تحتاجها البلاد لتصبح منافسة للعمالة الوافدة في كثير من مجالات الإنتاج والخدمات، وأن تتحمل مسؤولياتها الوطنية في التقدم الاقتصادي والاجتماعي.

وعلى أساس ما سبق يمكن القول إنه بات من الضروري معرفة دور جودة الخدمة التعليمية في تحسين الصورة الذهنية، من خلال مختلف الآليات والأنشطة التي تقوم بها جودة الخدمة في سبيل تحسين صورة المؤسسات التعليمية لدى الأطراف ذوي العلاقة على المستوى الداخلي والخارجي، وهو الهدف الأساسي المرجو بلوغه من خلال هذه الدراسة الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت.

أولاً: مصطلحات الدراسة:

١ - مفهوم جودة الخدمة التعليمية:

تعني جودة الخدمة التعليمية مدى قدرة المؤسسات التعليمية على مقابلة (أو تجاوز) احتياجات وتوقعات الطلاب، حيث إن الجامعة تقدم العديد من الخدمات الطلابية مثل الخدمة التدريسية، والإرشاد الأكاديمي، والاختبارات، والنتائج وغيرها. هذا بالإضافة إلى الخدمات الأخرى المساندة مثل خدمة المكتبة، والقبول والتسجيل، والخدمات الصحية، والأنشطة الطلابية. وهو تعريف يتناسب مع جودة الخدمات والتي تتسم بأنها غير ملموسة وغير نمطية.

٢ - مفهوم الصورة الذهنية:

ينظر إلى الصورة الذهنية على أنها واحدة من الأصول الاستراتيجية التي تقود إلى إيجاد ميزة تنافسية وظروف مشجعة للبقاء والتطور للمنظمة.

وقد بين (النشومي، وقائد، ٢٠١٥) أنه يعبر مفهوم الصورة الذهنية عن التصورات التي يحملها أفراد المجتمع عن العالم من حولهم بمكوناته المختلفة، وتعد الصورة نتاجا طبيعيا لجماع خبرات الأفراد المباشرة وغير المباشرة التي يتلقونها عبر تفاعلاتهم الاتصالية المختلفة. ولا شك أن سهولة التغيير أو صعوبته يعتمد على رسوخ الصورة الذهنية لدى الأطراف ذوي العلاقة أو عدم رسوخها. وهناك اتفاق بين معظم الباحثين على أن الصورة الذهنية تشتمل على ثلاثة مكونات أو أبعاد أساسية تتمثل فيما يلي (الدوري، ٢٠١٦)، (زيد، والصهبي، ٢٠١٨):

أ- **البعد المعرفي Cognitive dimension**: ويقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعا أو قضية أو شخصا ما، وتعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، وبناء على دقة المعلومات والمعارف التي نحصل عليها عن الآخرين تكون دقة الصور الذهنية التي نكونها عنهم، ووفقا للبعد المعرفي فإن الأخطاء في الصورة الذهنية المتكونة لدى الأفراد هي أخطاء ناتجة أساسا عن المعلومات والمعارف الخاطئة التي حصل عليها هؤلاء الأفراد.

ب- **البعد الوجداني Affective dimension**: يقصد بالبعد الوجداني الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة ما في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة، ويتدرج البعد الوجداني بين الإيجابية والسلبية، ويؤثر على ذلك مجموعة من العوامل أهمها حدود توافر مصادر المعرفة، كما يؤثر في بناء البعد الوجداني خصائص الشعوب من حيث اللون والجنس واللغة، فاختلاف هذه الخصائص من الأمور التي تسهم في بناء الاتجاهات السلبية، والتجانس في هذه الخصائص يسهم في بناء الاتجاهات الإيجابية.

ج- البعد السلوكي Behavioral dimension: يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه في مختلف شئون الحياة، حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقياً أنها تعكس اتجاهاتهم في الحياة.

ثانياً: الدراسة الاستطلاعية:

من أجل تحديد مشكلة الدراسة، وتحديد أهدافها وخطتها، قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية استهدفت زيادة الإلمام بموضوع الدراسة.

الهدف من الدراسة الاستطلاعية التعرف على مدى إدراك جودة الخدمة التعليمية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت.

وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على إجراء المقابلات الشخصية المتعمقة مع عينة ميسرة تبلغ (٤٠) مفردة، لمجموعة من الفئات المختلفة المستفيدين من جودة الخدمة التعليمية للهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت، خلال شهر يونيو من عام ٢٠١٩م. وقد تم تصميم قائمة بالأسئلة الخاصة بالدراسة الاستطلاعية وتحليل النتائج باستخدام الوسط الحسابي لمعرفة متوسط الآراء ومدى موافقتهم على العبارات التي تشتملها قائمة الدراسة الاستطلاعية. والجدول التالي يبين نتائج الدراسة الاستطلاعية، كما يلي:

جدول رقم (١) نتائج الدراسة الاستطلاعية لمدى إدراك جودة الخدمة التعليمية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت.

م	العناصر:	الوسط الحسابي	الأهمية النسبية %
١	تحرص إدارة الهيئة على تقديم خدمات تعليمية وطلابية بجودة عالية.	٣.٣٢	٦٦.٤
٢	تحرص إدارة الهيئة على تحسين مستوى جودة الخدمات التعليمية والطلابية باستمرار.	٣.٠٤	٦٠.٨
٣	تعمل إدارة الهيئة على مشاركة جميع العاملين بكافة المستويات في عمليات تحسين الخدمة.	٢.٢٧	٤٥.٤
٤	يتم تخصيص موارد مالية كافية في ضوء أهداف الخطة العامة للهيئة لتطوير الخدمات والبرامج التعليمية.	٣.٢٠	٦٤.٠
٥	يتم التعلم والاستفادة من تجارب وخبرات الجامعات والمعاهد العالمية والإقليمية المتميزة.	٢.٤١	٤٨.٢

دور جودة الخدمة التعليمية في تحسين الصورة الذهنية دراسة تطبيقية على الهيئة العامة للتعليم التطبيقي ...

خالد نزال ضيدان الرشيد

م	العناصر:	الوسط الحسابي	الأهمية النسبية %
٦	لدى العاملين في الهيئة القدرة على تقديم الخدمة المطلوبة في الوقت المحدد بدقة.	٣.١١	٦٢.٢
٧	يتم تقديم الخدمات بشكل متميز يفوق توقعات المتعاملين مع الهيئة.	٣.٢٨	٦٥.٦
٨	تقدم الهيئة خدمات تعليمية وبرامج دراسية جديدة تتميز عن المعاهد الأخرى في نفس المجال.	٣.٠٥	٦١.٠
٩	يتم تقديم الخدمات والبرامج التعليمية بطريقة مختلفة لجذب الطلاب من المناطق والمدن والبلدان الأخرى.	٢.٦٠	٥٢.٠
١٠	تهتم إدارة الهيئة بتنمية وتطوير العاملين وزيادة مهاراتهم لتحقيق أعلى مستويات التميز في تقديم الخدمات الطلابية.	٣.١٦	٦٣.٢
١١	تجري الإدارة بالهيئة تعديلات على برامجها وخدماتها للتوافق مع حاجات ومتطلبات الطلاب وجمهور المستفيدين.	٢.٨٩	٥٧.٨
	الإجمالي	٢.٩٤	٥٨.٨

في إطار الدراسة الاستطلاعية، يتبين من نتائج الجدول السابق أن هناك توافر بنسبة متوسطة لجودة الخدمة التعليمية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت بصفة عامة بحسب استجابات عينة الدراسة الاستطلاعية، وأن معظم الآراء تتراوح ما بين الموافقة وبين المحايدة وتميل إلى أن تكون الاستجابة الكلية محايدة تجاه عبارات الدراسة الاستطلاعية، حيث كان المتوسط الكلي هو (٢.٩٤) وذلك بنسبة استجابة بلغت (٥٨.٨%). فقد تبين أن هناك قصور مرتبط باهتمام إدارة الهيئة بمشاركة جميع العاملين بكافة المستويات في عمليات تحسين الخدمة. وقصور في التعلم والاستفادة من تجارب وخبرات الجامعات والمعاهد العالمية والإقليمية المتميزة. وتقديم الخدمات والبرامج التعليمية بطريقة مختلفة لجذب الطلاب من المناطق والمدن والبلدان الأخرى. وقصور في إجراء الإدارة بالهيئة تعديلات على برامجها وخدماتها للتوافق مع حاجات ومتطلبات الطلاب وجمهور المستفيدين.

ومن خلال المقابلات الشخصية مع بعض المستفيدين من الخدمات التعليمية بالهيئة ومن خلال توجيه بعض الأسئلة المفتوحة معهم، وفي ضوء تحليل نتائج المقابلات، فقد تم التوصل إلى المؤشرات الأولية التالية:

١. وجود حالة من عدم الرضا لدى نسبة كبيرة من المستفيدين نحو مستوى جودة الخدمات بصفة عامة، وأداء موظفي الخدمات بصفة خاصة.
 ٢. بطء الاستجابة في حالات الاستفسار والرد على شكاوى المستفيدين والطلاب من موظفي الخدمات.
 ٣. عدم وجود مقياس محدد لتقييم جودة الخدمة التعليمية في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت.
 ٤. عدم الوضوح الكامل للدور الهام والحيوي الذي يكن أن تلعبه جودة الخدمة التعليمية وأبعادها المختلفة في تحسين الصورة الذهنية.
- وبناء على ما تقدم، فإن النتائج الأولية التي تم التوصل إليها من إجراء الدراسة الاستطلاعية تشير إلى أن هناك حاجة ماسة لدراسة جودة الخدمة التعليمية وذلك بغرض تحسين الصورة الذهنية في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت.
- ثالثاً: الدراسات السابقة:**

يمكن تناول بعض الدراسات السابقة المتعلقة بجودة الخدمة التعليمية والصورة الذهنية والعلاقة بينهما، للوقوف على أهم أهدافها، وأهم النتائج التي توصلت إليها، والتعقيب على هذه الدراسات وتوضيح مدى الاستفادة منها، وكذلك تحديد الفجوة البحثية، وقد تم عرض الدراسات السابقة العربية والأجنبية وفقاً للتدرج التاريخي، وقد تم تقسيمها إلى المحاور التالية:

١ - الدراسات المتعلقة بجودة الخدمة التعليمية:

١/١ - تحسين جودة الخدمة في التعليم:

هدفت دراسة (Petruța, 2014) إلى التعرف على أهمية التعليم وخاصة التعليم العالي، ودور الثقافة في دعم جودة الخدمة التعليمية في مؤسسات التعليم الرومانية. ومن أبرز نتائج الدراسة أن المكون التعليمي أمر ذو أهمية كبرى، ليس فقط من حيث الاستفادة بالجودة، ولكن أيضاً من حيث دمج الحاجة للجودة في الثقافة بصفة عامة. فالتعليم العالي الروماني يواجه الكثير من التحديات، ولضمان تحقيق تقع

على عاتق كل مؤسسات التعليم العالي الروماني التطوير في الجودة والاهتمام بالثقافة الداعمة للجودة، مثل جودة المؤسسة التعليمية الداخلية.

والهدف من دراسة (شاهين، ٢٠١٥) هو التوصل إلى عدة مقترحات لتحسين جودة الخدمة التعليمية بالاعتماد على كل من أعضاء هيئة التدريس والطلاب والمادة الدراسية، والتوصل إلى سبل لمواجهة معوقات تحسين الجودة على قطاع التعليم العالي. ومن نتائج الدراسة: توجد فروق ذات دلالة معنوية بين مستوى الخدمة التعليمية الحالية المقدمة من الجامعات ومستوى الخدمة المتوقعة من الطلاب، وتوجد فروق ذات دلالة معنوية بين المتطلبات العلمية لتحسين الجودة بجامعة عين شمس وما هو مطبق فعلاً، وتوجد فروق ذات دلالة معنوية بين مستوى خريجي جامعة عين شمس والمستوى المطلوب في السوق المحلية.

وهدف من دراسة (المنيراوي، ٢٠١٥) إلى التعرف على الدور الذي تلعبه المعرفة الضمنية في تحسين جودة الخدمة التعليمية، من خلال دراسة ميدانية في الجامعات الفلسطينية. ومن أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة هي أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المعرفة الضمنية وبين أبعاد جودة التعليم العالي (الجوانب المادية، التعاطف، الاعتمادية، الاستجابة، الثقة والأمان)، كما يوجد تأثيراً طردياً ذات دلالة معنوية في استجابات كلا من أعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعات للخبرة والمهارة والتفكير على أبعاد جودة خدمة التعليم العالي. مما يدعو إلى ضرورة تبني المعرفة الضمنية كمدخل لتطوير وتحسين جودة خدمة التعليم، والعمل على خلق ثقافة محفزة ومشجعة وداعمة لإنتاج المعرفة ومشاركتها.

هدفت دراسة (موسى، ٢٠١٦) إلى قياس أثر تنمية القدرات الإبداعية في تحسين مستوى جودة الخدمة التعليمية بجامعات جنوب مصر، وتحديد ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة معنوية في إجابات مفردات عينة الدراسة فيما يتعلق بقياس كل من (تنمية القدرات الإبداعية، ومستوى جودة الخدمة التعليمية) ترجع إلى الخصائص الشخصية والوظيفية لهم، وتوصلت الدراسة إلى أنه يوجد تأثير ذي دلالة معنوي لتنمية القدرات الإبداعية في تحسين مستوى جودة الخدمة التعليمية. وأن

المتغير المستقل القدرات الإبداعية استطاع أن يفسر نسبة كبيرة من جودة الخدمة التعليمية في جامعات جنوب مصر. وتوجد فروق معنوية بين آراء أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم والعاملين والطلبة بجامعات جنوب مصر فيما يتعلق بقياس (تنمية القدرات الإبداعية- ومستوي جودة الخدمة التعليمية) ترجع إلى الخصائص الشخصية والوظيفية لهم.

٢/١- قياس جودة الخدمة في التعليم:

هدفت دراسة (Kontic، 2014) إلى معرفة إمكانية استخدام مقياس ServPerf في تقييم جودة الخدمة خلال عملية إعادة تطوير التعليم العالي. تم توزيع ١٢٠ استبانة على طلاب الإدارة في الجامعة، وشدد الباحث على أهمية قياس جودة التعليم في الجامعات من وجه نظر الطلاب خاص أنه خلال الخمس سنوات الماضية لوحظ زيادة عدد المؤسسات التعليمية مع انخفاض عدد الطلاب الملتحقين بها. وتوصل الباحث إلى صلاحية مقياس ServPerf للاستخدام في المؤسسات التعليمية في الفترة الانتقالية من عملية التطوير، كما أظهرت النتائج تأثير واضح لعوامل السنة الدراسية ونوع الجنس على تصور الطلاب عن جودة الخدمات، ولم يعطي الطلاب أهمية لبعد الملموسية، وكان هناك تغير في الوزن المقترح خاص في بعد الاستجابة، حيث كان تركيز طلاب الإدارة على أبعاد الأمان والاعتمادية كونهما الأكثر أهمية متبوعة بالاستجابة والتعاطف، ولوحظ أن تقييم الطلاب الذكور للاستجابة كان أعلى من الإناث تبعاً للجنس، كما لوحظ أن عناصر جودة الخدمة المقدم للطلاب كانت تتغير خلال فترة الدراسة، فعنصر الاعتمادية كان يزداد أهمية مع الوقت وتبين من الدراسات عدم رضا الطلاب عن المعاملة التي يتلقونها من الطاقم الإداري.

وهدفت دراسة (صلاح الدين، والبرطمانى، ٢٠١٨) إلى إيجاد آليات مقترحة لتحقيق جودة الخدمات الجامعية بمركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات Servqual. وتم اختيار عينة عشوائية بلغ عددها ١٠١ من الأكاديميين بجامعة السلطان قابوس والموظفين بالمركز والمتدربين فيه. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج

المتعلقة بمستوى جودة الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس باستخدام مقياس Servqual من بينها: أن مستوى جودة الخدمات المقدمة فعليا والخدمات المتوقعة من المركز ذات مستوى عال، مع عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تمزى للمتغيرات الديموغرافية: النوع، والوظيفة، والعمر في جميع أبعاد جودة خدمات المركز.

٣/١- التسويق الداخلي وأثره على جودة الخدمة في المؤسسات التعليمية:

هدفت دراسة (إسماعيل، ٢٠١٥). إلى التعرف إلى أهمية التسويق الداخلي كمفهوم لإدارة الموارد البشرية وأثره على جودة الخدمة التعليمية، وأهمية هذا المفهوم في إكسابها ميزة تنافسية تمكنها من مواجهة المنافسة الحادة من الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة العاملة في الأردن، وأثر ذلك على تحسين الأداء الاستراتيجي لمخرجاتها التعليمية، والمحافظة على صورتها المشرقة بين الجامعات، وبالتالي زيادة حصتها السوقية ونمو أرباحها. وتم استخدام أسلوب العينة العشوائية الطبقية باختيار عينة مكونة من ٤٣٠ مفردة من العاملين في كليات الاقتصاد والعلوم الإدارية في الجامعات الأردنية الخاصة، وتوصلت الدراسة إلى أهمية تبني مفهوم التسويق الداخلي كمدخل لإدارة الموارد البشرية فيها كمدخلات رئيسية للعملية التعليمية، وانعكاس ذلك على جودة مخرجات العملية التعليمية، وأثر ذلك على اختيار الطلبة لجامعة محددة دون غيرها.

هدفت دراسة (عبد العزيز، ٢٠١٧م). إلى معرفة دور التسويق الداخلي في زيادة مستوى الالتزام التنظيمي لتحقيق جودة الخدمة التعليمية في المعاهد الخاصة بمحافظة الدقهلية من خلال تحديد العلاقة بين أبعاد التسويق الداخلي وأبعاد مستوى الالتزام التنظيمي وأبعاد جودة الخدمة، وكذلك بمدى الاهتمام بالممارسات الفعلية للتسويق الداخلي داخل المعاهد الخاصة وتأثيره على تحقيق جودة الخدمة التعليمية. حيث تم جمع البيانات الأولية اللازمة لهيئة التدريس والطلاب في المعاهد الخاصة بمحافظة الدقهلية، وتم استخدام العينة الطبقية، وبلغت حجم عينة هيئة التدريس (١٨٧) مفردة، وبلغت حجم عينة الطلاب (٣٨٠) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة

ارتباط بين التسويق الداخلي والالتزام التنظيمي وجودة الخدمة بالمعاهد الخاصة بمحافظة الدقهلية. كما توصلت الدراسة أن وضوح الدور أكثر أبعاد التسويق الداخلي تأثيراً على الالتزام التنظيمي وعلى جودة الخدمة. كما أثبتت الدراسة أن الالتزام العاطفي أكثر أبعاد الالتزام التنظيمي تأثيراً على جودة الخدمة التعليمية.

٤/١ - جودة الخدمة الإلكترونية في التعليم:

هدفت دراسة (Allahawiah، 2013) إلى معرفة العوامل الأساسية التي تؤثر على رضا العملاء وارتياح المستخدمين لجودة الخدمات الإلكترونية التي تقدمها جامعة البلقاء التطبيقية بالأردن، حيث تم توزيع استبانة على عينة مكونة من ٦١٠ من طلاب الجامعة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك دور مهم لأبعاد (الموثوقية- الاستجابة- جودة المعلومات- السرية- القابلية للاستخدام) في تحقيق الرضا للمستخدمين واهتمامهم بالخدمات الإلكترونية، وأن تصميم الموقع وسهولة التوجيه لهما دور مهم في تقييم رضا المستخدم عن الخدمات الإلكترونية، مما يدعو إلى ضرورة الاهتمام بهذه الأبعاد لضمان تحقيق الرضا لدى المستخدمين وتقييم الجودة بصورة مستمرة.

هدفت دراسة (Lee، et.al، 2013) إلى تطوير مقياس خاص لتحديد جودة الخدمات الإلكترونية التي تقدمها المواقع الإلكترونية التعليمية، ومعرفة أثر جودة الخدمات الإلكترونية على تحقيق ولاء الطلبة، وتم استخدام مقياس Servqual بعد تعديله وإضافة مقاييس لقياس القيمة والثقة والولاء، وتكونت العينة من ٦٣٥ طالباً من طلاب المدارس الثانوية. وخرجت الدراسة بنتيجة أن جودة الخدمة الإلكترونية المقدمة من المواقع لها أثر في ولاء الطلبة من خلال القيمة المستلمة والثقة فيما تقدمه المواقع، وأن أكثر خمسة أبعاد كان لها تأثير في جودة الخدمة وكانت مناسبة من وجهة نظر الطلبة هي (جودة التصميم- الاستجابة- جودة المعلومات - الأمن- القابلية للاستخدام)، وأوصت الدراسة بضرورة أن تخضع المواقع للمتابعة الدائمة وضمان تمتعها بالأمن والراحة والأداء الوظيفي المطلوب لضمان جودتها وتحقيق ثقة الطلاب بها.

هدفت دراسة (Rahman، et.al، 2014) إلى معرفة جودة الخدمات الإلكترونية في مؤسسات التعليم العالي وتأثيرها على عدد مرات الاستخدام، حيث تم

توزيع استبانة على ٢١٠ طلاب جامعيين، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة قوية بين جودة الخدمة الإلكترونية وبين عدد مرات الاستخدام، وأن جودة الخدمات الإلكترونية كانت جيدة جدا. وأن أهم المتطلبات لجودة الخدمات الإلكترونية في مؤسسات التعليم تكمن في ٦ عناصر أساسية هي أن تكون الخدمة الإلكترونية (متاحة دائما - سهولة الاستخدام- تتمتع بواجهة منظمة وجذابة- تسهل الوصول إلى ما يبحث عنه - توائم الخبرات والحاجات - تمتاز بالمرونة)، مما يدعو إلى ضرورة تقديم الخدمات الإلكترونية بصورة منافسة، وضرورة تقييم الخدمات بصورة مستمرة لضمان جودتها.

ودراسة (الهايل، والسر، ٢٠١٧) هدفت إلى التعرف إلى جودة الخدمات الإلكترونية وتأثيرها على الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية في قطاع غزة من وجهة نظر الطلاب من خلال محاور الدراسة الأساسية، وقد استخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم جمع البيانات من خلال استبانة تم تصميمها لهذا الغرض، حيث بلغت عينة مجتمع الدراسة ٥٤٠ طالبا من طلاب كليات (الهندسة وتكنولوجيا المعلومات والطب والتجارة) في الجامعات الفلسطينية الثلاث (الجامعة الإسلامية- جامعة فلسطين- جامعة الأقصى).

وقد أظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين توفر جودة الخدمات الإلكترونية والميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية، بالإضافة إلى أن مستوى توفر جودة الخدمات الإلكترونية لدى الجامعات الفلسطينية ٧٠.٩٧ %، كما أن مستوى توفر الميزة التنافسية لدى الجامعات الفلسطينية ٦٨.٣٤ %، وأن الميزة التنافسية لدى الجامعة الإسلامية أعلى ثم جامعة فلسطين ثم جامعة الأقصى.

٢ - الدراسات المتعلقة بالصورة الذهنية:

١/٢ - تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات التعليمية:

هدفت دراسة (النشومي، وقائد، ٢٠١٥) إلى الكشف عن العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية لجامعة العلوم والتكنولوجيا باليمن من وجهة نظر عينة من الطلبة فقط، كما هدفت الدراسة إلى تحليل التزام الجامعة بالمسؤولية الاجتماعية تجاه

(المجتمع، البيئة، الطلبة، العاملين). وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطبيق أداة البحث (الاستبانة) على عينة عشوائية طبقية من طلبة جامعة العلوم والتكنولوجيا باليمن. وقد أظهرت النتائج أن هناك ارتباطا قويا بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية تجاه (المجتمع، البيئة، الطلبة، العاملين) والصورة الذهنية لجامعة العلوم والتكنولوجيا باليمن، أي أن التزام الجامعة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية ككل سوف يعمل على تعزيز الصورة الذهنية للجامعة لدي المجتمع والبيئة والطلبة والعاملين.

هدفت دراسة (الريميدي، ٢٠١٧) إلى التعرف على الصورة الذهنية لكليات السياحة والفنادق من وجهة نظر طلاب الجامعات في تخصصات مختلفة، وكذلك نظرة المجتمع لهذه الكليات. ولتحقيق هذا الهدف قام الباحث بعمل ٣٨ مقابلة شخصية و ٢٠ مجموعة بؤرية ضمت عينة عشوائية من طلاب الجامعات في التخصصات المختلفة، وتوصلت الدراسة إلى وجود قصور في المعلومات المتداولة بين طلاب الجامعات في التخصصات المختلفة حول كليات السياحة والفنادق ونظام الدراسة بها، والتخصصات التي تقدمها، وفرص العمل المتاحة أمام الخريجين، وكذلك وجود معلومات مغلوطة بين أفراد المجتمع عن هذه الكليات، ومن ثم أصبحت نظرة المجتمع سلبية إلى حد ما لهذه الكليات. وقد توصلت الدراسة أيضا إلى رغبة عدد كبير نسبيا من هؤلاء الطلاب في الالتحاق بإحدى كليات السياحة والفنادق داخل الجامعات المصرية إذا ما أتاحت الفرصة لهم للاختيار مرة أخرى. ولتحسين وتعديل الصورة الذهنية الحالية لكليات السياحة والفنادق، وتصحيح المفاهيم والمعلومات المغلوطة في المجتمع عن هذه الكليات؛ اقترح الباحث استراتيجية لتحسين الصورة الذهنية لهذه الكليات.

الهدف من دراسة (العنزي، وعجيل، ٢٠١٨) هو تحليل وقياس الصورة الذهنية للجامعة التقنية الوسطى في أذهان تدريسيها. وتم الاعتماد على الاستبانة التي وزعت على مجموعة من التدريسيين عينه الدراسة. توصلت الدراسة إلى أن دور الجامعة الإعلامي كان سلبيا حسب رأيهم، وأن الإدارة العليا في الجامعة تؤدي دورها بشكل جيد وأنها تدعم التدريسيين الجدد، وأن الجامعة تحرص على استخدام الطرق الحديثة للتعليم بما يواكب التكنولوجيا. ومن النتائج الأخرى أن الجامعة تحرص على

استخدام الطرق الحديثة للتعليم بما يواكب التكنولوجيا وتم تقديم مجموعة من التوصيات التي من الممكن أن تساهم في تطوير الإعلام والعلاقات العامة وتدعيم الصورة الذهنية.

استهدفت دراسة (عبد الله، ٢٠٢٠) بناء استراتيجية مقترحة لتحسين الصورة الذهنية لجامعة الوادي الجديد كنموذج للجامعات المصرية الناشئة، وذلك من خلال التعرف على أهم محددات وأبعاد ومصادر الصورة الذهنية، وتحديد الفروق في الأبعاد والمصادر التي ساهمت وأثرت في بناء وتشكيل الصورة الذهنية لجامعة الوادي الجديد كنموذج للجامعات المصرية الناشئة والتي تعزي إلى المتغيرات (طالب- خريج- أرباب عمل). واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي. وتكونت العينة من عدد من طلبة وخريجي جامعة الوادي الجديد، وأيضا عدد من أرباب العمل الذين لها ارتباط مباشر بالتخصصات الأكاديمية بجامعة الوادي الجديد.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن الصورة الذهنية لجامعة الوادي الجديد في مجملها ليست بالصورة الإيجابية، كما أنها ليست بالصورة السلبية الملموس سلبيتها من وجهة نظر أفراد عينة البحث. أيضا أظهر البحث وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥) بين اتجاهات أفراد العينة من الطلاب والخريجين بالنسبة للبعد المعرفي كأحد أبعاد بناء الصورة الذهنية لجامعة الوادي الجديد، وذلك لصالح فئة الطلاب.

٢/٢ - المسؤولية الاجتماعية لتحسين الصورة الذهنية:

استهدفت دراسة (ثابت، ٢٠١٦) اختبار العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للبنوك تجاه العملاء وولاء العملاء في ظل وجود إدارة الصورة الذهنية كمتغير وسيط بالتطبيق على البنوك التجارية اليمنية، بالتطبيق على عينة مكونة من (٤٥٤) مفردة من عملاء البنوك التجارية اليمنية. وأسفرت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط موجبة مباشرة بين المسؤولية الاجتماعية للبنوك تجاه العملاء وإدارة الصورة الذهنية من جانب، وولاء العملاء ببعديه (الولاء السلوكي، الولاء الاتجاهي) من

جانب آخر، كما توصلت الدراسة إلى وساطة متغير إدارة الصورة الذهنية في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للبنوك تجاه العملاء وولاء العملاء. وهدفت دراسة (ناصف، ٢٠١٧) إلى تقييم أثر تطبيق المسؤولية الاجتماعية في إدارة الصورة الذهنية للمنظمة، كما استهدفت الدراسة التعرف على مدى اهتمام شركات التأمين في مصر بالمسؤولية الاجتماعية. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج يركز أهمها في وجود علاقة جوهرية بين استراتيجية العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية للمنظمة وتحسين الصورة الذهنية.

٣/٢- رضا العملاء وأثره على الصورة الذهنية:

هدفت دراسة (عبد القادر، ٢٠١٣) إلى محاولة التعرف على العلاقة بين التسويق الداخلي وسلوكيات المواطنة التنظيمية وأثرها على رضا العميل وانعكاس ذلك على الصورة الذهنية للمنظمة، وفي سبيل ذلك استخدم الباحث قوائم الاستقصاء للحصول على البيانات اللازمة لإتمام الدراسة الميدانية. وقد أكدت نتائج الدراسة الميدانية على وجود علاقة تأثير إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التسويق الداخلي وسلوكيات المواطنة التنظيمية، وتبين وجود علاقة تأثير إيجابية ذات دلالة إحصائية بين سلوكيات المواطنة ورضا العميل، ووجود علاقة تأثير إيجابية ذات دلالة إحصائية بين رضا العميل والصورة الذهنية للمنظمة، وهذا بالنسبة للعلاقات المباشرة أما بالنسبة للعلاقات الغير مباشرة فقد أكدت الدراسة على أن سلوكيات المواطنة التنظيمية (كمتغير وسيط) تتوسط العلاقة بين التسويق الداخلي والصورة الذهنية للمنظمة، وكذلك تتوسط سلوكيات المواطنة التنظيمية (كمتغير وسيط) العلاقة بين التسويق الداخلي ورضا العميل.

واستهدفت دراسة (محمد، ٢٠١٦) اختبار علاقة كل من القيمة المدركة للعميل والصورة الذهنية للعلامة التجارية بولاء العميل للعلامة في ظل وجود رضا العميل عن العلامة التجارية كمتغير وسيط بالتطبيق على عملاء شركات الهواتف المحمولة، وقد تم بناء على دراسة وتحليل الدراسات السابقة تطوير قائمة استقصاء لجمع البيانات الأولية للدراسة، حيث تم توزيعها على عينة عشوائية طبقية مكونة من

(٤٠٠) مفردة من طلاب جامعة أسيوط، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط موجبة مباشرة بين كل من القيمة المدركة للعميل والصورة الذهنية للعلامة التجارية كمتغيرات مستقلة ورضا العميل عن العلامة التجارية وولائه لها كمتغيرات تابعة، كما أشارت إلى وجود علاقة موجبة بين رضا العميل وولائه عن العلامة التجارية، كذلك توصلت إلى وساطة متغير الرضا في علاقة كل من القيمة المدركة للعميل والصورة الذهنية للعلامة التجارية بولاء العميل.

تناولت دراسة (Lahap، et al، 2017) أهمية صورة العلامة التجارية تجاه رضا العملاء ودراسة ما إذا كانت صورة العلامة التجارية تؤثر على رضا العملاء وذلك في صناعة الفنادق الماليزية. وتم توزيع ٣٠٠ قائمة استقصاء. وقد تبين أن صورة العلامة التجارية كانت من بين المكونات الأولى التي يلتزم بها العملاء عند اختيار الإقامة، وأن صورة العلامة التجارية تؤثر على رضا العملاء. وهذه الدراسة ذات قيمة لأنها تعزز من فهم ما يريده العملاء عند اختيار الفندق. لذلك يمكن تزويد مشغلي الفنادق بطريقة للتخطيط والصياغة وتحديد أهمية تحسين صورة العلامة التجارية للتنافس على المدى الطويل.

٣/٢- الصورة الذهنية للعلامة التجارية:

هدفت دراسة (الدوري، ٢٠١٦) إلى التعرف على استراتيجيات التميز ودورها في تحسين الصورة الذهنية بمنظمات الأعمال، وتم استخدام المنهج التحليلي الوصفي، فضلا عن تصميم أداة القياس الاستبانة وتوزيعها على عينة عشوائية طبقية شملت مدراء الإدارة العليا ورؤساء الأقسام والشعب والوحدات في تلك المنظمات، وتوصلت الدراسة إلى أن استراتيجيات التميز لها دور هام في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة وأوصت الدراسة بضرورة العمل على الاهتمام باستراتيجيات التميز وتكثيف برامج الدعاية والإعلان كبعد رئيسي من أبعاد استراتيجيات التميز لترويج المنتجات ذات الجودة والبرامج التدريبية من أجل تحسين الصورة الذهنية.

بحثت دراسة (Ha، et al، 2019) في كيفية تأثير الصور الذهنية على الفعالية الإقناعية لخدمة الشبكات الاجتماعية (SNS) للعلامة التجارية وما إذا كانت

قابلية النقل تشرف على هذه المعالجة في SNS باستخدام الاستقصاء على شبكة الإنترنت، أجريت دراستان لاختبار الفرضيات عبر اتصالات SNS في مجالين: الأولى لتجارة التجزئة والثانية في الفنادق الفاخرة. وأظهرت النتائج أن بعدين من الصور الذهنية (الجودة والتفصيل)، يسهلان الموقف الإيجابي بشكل مباشر وغير مباشر من خلال التأثير الإيجابي تجاه إعلانات SNS للعلامة التجارية. ويظهر التأثير الوسيط لإمكانية النقل في الدراسة الأولى مع نتائج غير متناسقة إلى حد ما في الدراسة الثانية. يسلط هذا البحث الضوء على العناصر الرئيسية التي قد تساعد في تصميم رسائل ومحتوى SNS، بالإضافة إلى أهمية مراعاة خصائص المستخدمين لإنشاء اتصال فعال للعلامة التجارية لـ SNS.

تناولت دراسة (Balmer، et al، 2020) الأهمية الاستراتيجية لصورة العلامة التجارية للشركات B2B لمقدمي العلامات التجارية للشركات اللوجستية العالمية في الصين التي تقدم خدمات توصيل الطرود / البريد السريع الدولي، وتكشف الدراسة عن كيفية تشكيل اختيار العلامة التجارية الصناعية من قبل المديرين بشكل مادي من خلال صورة العلامة التجارية للشركة. وكشفت الدراسة عن معالجة المديرين لصورة العلامة التجارية للشركات الصناعية من قبل المديرين، وهي تتوافق مع معالجة النظام (فورية، وبلا مجهود، وغير واعية)، ومفاهيم سمات العلامة التجارية للشركات تساوي معالجة النظام (معتبرة، ومدروسة، وواعية). ومع ذلك، عند اختيار مديري العلامات التجارية للشركات الصناعية أعطى أهمية أكبر لصورة العلامة التجارية للشركات الصناعية ومعالجة النظام. ووجدت الدراسة أن الصورة الإيجابية للعلامة التجارية للشركات الصناعية لها تأثير إيجابي على الأسعار الممتازة والاحتفاظ بالعلامة التجارية.

٣/٢- سلوك المستهلك والصورة الذهنية:

بحثت دراسة (Yoo، Park، &، 2020) في أبعاد التفاعل المدرك بعد تجربة التسوق، وتحقق في العلاقات بين التفاعل المدرك والصورة الذهنية، وبين الصور الذهنية واستجابات المستهلك الأخرى في سياق التسوق المحمول. وذلك

بمشاركة مجموعه مكونة من ٣٠٢ من المستهلكين في كوريا الجنوبية عبر الإنترنت في الاستقصاء، بعد التسوق لمنتجات مستحضرات التجميل من خلال الواقع المعزز في تطبيق الهاتف المحمول. وكشفت النتائج أن أبعاد التحكم والتسليية للتفاعل المدرك تؤثر على الصورة الذهنية، والتي بدورها تؤثر على مواقف المستهلكين تجاه المنتج ونواياهم السلوكية. وتختلف العلاقة بين التفاعل المدرك والصورة الذهنية بناء على مستوى مشاركة الفرد. توفر هذه النتائج رؤى عملية لتجار التجزئة الرقميين في إنشاء بيئات تسوق متنقلة فعالة.

الغرض من دراسة (Kim, et al, 2021) هو التحقيق في كيفية تأثير الصور الذهنية المستمدة من التجربة الحسية في المتجر على المشاعر الاستباقية للمستهلك، والملكية المتصورة ورضا القرار الذي يؤثر في النهاية على استجابات المستهلك الإيجابية مثل النية السلوكية. في هذه الدراسة، تم اقتراح الاختلاف بين الجنسين كوسيط لفهم دور الصور العقلية تماما في عملية صنع القرار داخل المتجر. باستخدام وكالة أبحاث السوق في كوريا الجنوبية، تم استخدام استطلاع عبر الإنترنت لجمع البيانات. أكمل المسح ما مجموعه ٤٥٥ مستجيبا قابلين للاستخدام (رجال = ٢٢٤ وإناث = ٢٣١) يعيشون إلى حد كبير في المقاطعتين الأكثر اكتظاظا بالسكان في كوريا الجنوبية.

أظهرت نتائج الدراسة أن الصور الذهنية المستمدة من تجربة المنتج الحسية لعبت دورا مهما في تسهيل عملية صنع القرار للمستهلك من خلال التأثير على المشاعر الاستباقية والملكية المتصورة. كانت العلاقة بين المشاعر الاستباقية والملكية المتصورة ورضا القرار وال قصد السلوكي مهمة باستثناء العلاقة بين الملكية المتصورة والنية السلوكية. أشارت هذه الدراسة أيضا إلى أن الطريقة التي تؤثر بها الصور الذهنية على عملية صنع القرار داخل المتجر تختلف بين الرجال والنساء. من خلال استكشاف كيفية تعزيز تجارب التسوق الحسية للمستهلكين في المتجر من خلال الصور الذهنية للتأثير على نتائج التسوق الإيجابية، تقدم هذه الدراسة رؤى حيوية حول كيفية قيام تجار التجزئة الذين يديرون المتاجر الفعلية باستخدام متاجرهم بنجاح.

٣- جودة الخدمة والصورة الذهنية:

هدفت دراسة (زيد والصهبي، ٢٠١٨) إلى التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية في الصورة الذهنية لدى عملاء البنوك الإسلامية وقياس مستوياتها، وتم اختيار مجتمع الدراسة من الأفراد ممثلين بعملاء البنوك الإسلامية في الأطراف ذوي العلاقة اليمنية، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة. واعتمدت الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، وتم توزيع (٣٨٠) استبانة على أفراد عينة الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى جودة الخدمات المصرفية بشكل عام في البنوك الإسلامية كان عالياً، وكانت أبعاده حسب مستويات الملموسية، الاتصال، والمصادقية متوفرة بدرجة عالية، بينما أبعاد الاستجابة، التعاطف، والاعتمادية متوفرة بدرجة متوسطة، كما توصلت الدراسة إلى أن مستوى الصورة الذهنية لدى عملاء البنوك الإسلامية متوسطة، وكان البعد المعرفي متوفر بدرجة عالية، بينما البعدين الوجداني، والسلوكي بدرجة متوسطة، وقد خلصت الدراسة إلى العديد من التوصيات كان أهمها: العمل على تعزيز وتحسين مستوى جودة الخدمات المصرفية من قبل البنوك الإسلامية بكافة أبعادها المختلفة، من خلال خطة وآلية عمل محددة، وصولاً إلى تحسين الصورة الذهنية لعملاء البنوك.

هدفت دراسة (الطوبجي، ٢٠١٨) إلى تقديم نموذجاً عملياً لإدارة التغيير نحو تطبيق آليات عمل نظام الجودة يركز على التحكم في كافة مصادر تشكيل الصورة الذهنية لدى الأفراد المعنيين بالتطبيق بحيث يضمن عدم وجود تباين بين الصورة المرغوب فيها من قبل المنظمة وبين الصورة المدركة من قبل الأفراد. وبناء على ذلك تم عمل دراسة ميدانية استهدفت المعاهد العليا للسياحة والفنادق والتي أسفرت في أهم نتائجها عن أن عدم التحكم في مصادر تشكيل الصورة الذهنية للجودة لدى أعضاء هيئة التدريس يؤدي إلى نقل وتبادل صورة سلبية تحول دون التفاعل الإيجابي بينهم وبين المنظمة.

هدفت دراسة (شكر، ٢٠١٩) إلى قياس إدراكات الطلاب لجودة الخدمة التعليمية المقدمة، وتحديد الأبعاد الأكثر تأثيراً في رضا الطلاب تجاه جودة الخدمة،

وإلى أي مدى يؤثر مستوى الرضاء في الصورة الذهنية للجامعة. تم جمع البيانات باستخدام قائمة استقصاء من عينة من الطلاب المقيدون بالفرق الدراسية النهائية بلغت ٤٢٠ مفردة من جامعتي طنطا والمنوفية وجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وجامعة الأهرام الكندية الخاصة.

أظهرت النتائج أن جودة الخدمة التعليمية المدركة تعتبر متوسطة؛ في حين يدرك طلاب الجامعات الحكومية أبعاد الجودة وهي المصادقية والبعد الأكاديمي وتسهيلات الوصول وتسهيلات التعلم والسمعة، بينما مستوى إدراك الجودة أعلى بالنسبة لطلاب الجامعات الخاصة. وأن طلاب الجامعات الخاصة أكثر رضاء تجاه جودة الخدمة التعليمية المدركة. ويتأثر طلاب كل من الجامعات الحكومية والخاصة بالسمات الإدراكية "المعرفية" أكثر منها بالسمات المؤثرة للصورة الذهنية للجامعة، وطلاب الجامعات الحكومية أقل تأثراً بالصورة العامة للجامعة عن من في الجامعات الخاصة. لذلك فإن رضاء الطلاب يتوسط جزئياً العلاقة بين جودة الخدمة التعليمية المدركة والصورة الذهنية للجامعة.

٤- مناقشة الدراسات السابقة:

بعد استعراض أهم الدراسات العربية والأجنبية التي توصل إليها الباحث والمرتبطة بموضوعات الدراسة الحالية، وبمراجعة نتائج تلك الدراسات يمكن استخلاص بعض الاستنتاجات الخاصة بجوانب الاتفاق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، كما يلي:

أ- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال الاستعراض للدراسات السابقة، يتضح أنها تتشابه مع البحث الحالي في تناول موضوع جودة الخدمة التعليمية في البلدان المختلفة. وقد أكدت معظم الدراسات السابقة على: أهمية جودة الخدمة التعليمية، ودورها الفعال في التأثير على العديد من العوامل الأخرى، أهمها: (رضا العملاء، ولاء العملاء، الميزة التنافسية). ومن خلال الاستعراض للدراسات السابقة، يتضح أنها تتشابه مع الدراسة الحالية في تناول موضوع تحسين الصورة الذهنية في المنظمات وقطاعات الأعمال المختلفة.

وقد أكدت معظم الدراسات السابقة على أهمية العمل على تحسين الصورة الذهنية، وأن هناك العديد من العوامل المؤثرة على تحسين الصورة الذهنية، أهمها: (المسؤولية الاجتماعية، استراتيجية التميز، القيمة المدركة للعميل، التسويق الداخلي، جودة الخدمة).

تتفق الدراسة الحالية مع دراسة (Ha، et al، 2019) في تناول موضوع الصورة الذهنية، وتختلف في المجال التطبيقي حيث ركزت على تجار التجزئة والفنادق. وتتفق مع دراسة (Park، Yoo، &، 2020) في تناول موضوع الصورة الذهنية، كما تتفق في استخدام المنهج الوصفي، وتختلف معها في تناول موضوع التفاعل المدرك، كما تختلف في مجال التطبيق والمجتمع المتمثل في المستهلكين في كوريا الجنوبية. وتتفق مع دراسة (Balmer، et al، 2020) في تناول موضوع الصورة الذهنية، تختلف في المجال التطبيقي حيث ركزت على الشركات اللوجستية العالمية في الصين التي تقدم خدمات توصيل الطرود / البريد السريع الدولي.

تتفق الدراسة الحالية مع دراسة (شكر، ٢٠١٩) في تناول موضوع جودة الخدمة التعليمية والصورة الذهنية، كما تتفق في استخدام المنهج الوصفي والاستقصاء كأداة للدراسة، وتختلف في مجال التطبيق على طلاب الجامعات المصرية. وتتفق مع دراسة (زيد، والصهبي، ٢٠١٨) في تناول موضوع جودة الخدمة والصورة الذهنية، وتختلف معها في مجال التطبيق على عملاء البنوك الإسلامية في الأطراف ذوي العلاقة اليمينية.

ب- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

سيتم الاستفادة من الدراسات السابقة في عرض الإطار النظري. وفي بناء أداة الدراسة وتكوين الاستقصاء. والاعتماد على المراجع والكتب التي ركزت عليها الدراسات السابقة لتوفير الوقت والجهد. وسيتم الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد محاور الدراسة. وفي اختيار منهج الدراسة والأساليب الإحصائية المتبعة في هذه الدراسات، والكيفية التي تمت فيها تحليل البيانات في هذه الدراسات.

ج- الاختلاف عن الدراسات السابقة:

وبناء على العرض السابق يتضح أن الدراسة الحالية تختلف عن الدراسات السابقة في عدة جوانب تتمثل فيما يلي:

١. رغم الاهتمام بموضوع جودة الخدمة التعليمية إلا أن هناك ندرة في الدراسات السابقة التي تناولت دراسة موضوع جودة الخدمة التعليمية بصورة تربط بينها تحسين الصورة الذهنية، الأمر الذي يكسب الدراسة الحالية أهمية خاصة، الأمر الذي يؤكد الاختلاف الجوهري لهذه الدراسة عن الدراسات السابقة.

٢. ومن الدراسات السابقة يتبين أيضا الفجوة البحثية المتمثلة في القصور في تناول هذه الموضوعات بالتطبيق على الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت.

٣. لذا تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة سواء العربية أو الاجنبية في أنها تسعى إلى دراسة دور جودة الخدمة التعليمية في تحسين الصورة الذهنية، من خلال بحث العلاقة بين المتغيرين. وتطبيق الدراسة على الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت.

رابعاً: مشكلة وتساؤلات الدراسة:

تزايد الاهتمام في السنوات الأخيرة بتطوير العملية التعليمية وذلك في ظل التغيرات الجديدة وتركيز الاهتمام على تطوير الإدارة في مؤسسات هذا القطاع وذلك من خلال الجهود المبذولة لتحريرها من القيود الناتجة عن تدخل الحكومة وتقليل الضغوط التي تتعرض لها الإدارة ورفع مستوى الأداء، وحاجة قطاع التعليم إلى التطوير وذلك بغرض تحقيق ميزة تنافسية في ظل التطورات الحالية التي تشهدها بيئة الأعمال بصفة عامة.

ولذلك يجب على المسؤولين في قطاع التعليم بصفة خاصة أن يستعدوا لمواجهة المنافسة، وذلك عن طريق الأخذ بالمداخل الإدارية الحديثة التي يمكن من خلالها تحسين الصورة الذهنية وفي مقدمتها مدخل جودة الخدمة التعليمية. وإذا كان هناك قصور في أداء المؤسسات التعليمية فلا نتوقع أن يكون لها صورة ذهنية

إيجابية، فهناك أمران متلازمان هما أداء جيد مع نشاط اتصالي مدروس ويكون على مر الزمن صورة ذهنية إيجابية عن هذه المؤسسات.

ومن خلال الدراسات تبين وجود فجوة بحثية المتمثلة في القصور في تناول موضوع جودة الخدمة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية بالتطبيق على الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت.

وبناء على ما تقدم من إجراء الدراسة الاستطلاعية، فإن النتائج الأولية التي تم التوصل إليها من تشير إلى أن هناك قصور في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت إلى حد ما في الاهتمام بجودة الخدمة التعليمية وذلك بغرض تحسين الصورة الذهنية.

وعليه، فإن مشكلة الدراسة تتجسد بصورة رئيسية في التحقق من مدى توافر أبعاد جودة الخدمة التعليمية في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت، وتأثير ذلك على تحسين الصورة الذهنية لدى الفئات المختلفة من العاملين والطلاب بها، هذا بالإضافة إلى إمكانية التمييز بين الفئات المختلفة من العاملين والطلاب في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت وذلك من حيث جودة الخدمة التعليمية من ناحية، وأبعاد تحسين الصورة الذهنية من ناحية أخرى.

ويمكن تحديد مشكلة الدراسة في مجموعة من التساؤلات، وتسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عليها والتي يمكن حصرها فيما يلي:

١. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت، وما هي أوجه الاستفادة من تلك العلاقة إن وجدت؟
٢. إلى أي مدى يوجد تأثير لجودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت، وما هي أوجه الاستفادة من ذلك؟
٣. هل يوجد اختلاف بين تأثير جودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت باختلاف الخصائص الديموغرافية للمتعاملين مع الهيئة (جهة الدراسة أو تلقي التدريب، والنوع، والسنة الدراسية)؟

خامسا: أهداف الدراسة:

١. بيان مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت، وتحديد أوجه الاستفادة من تلك العلاقة إن وجدت.
٢. تحديد طبيعة حالة التأثير الممكن حدوثه لجودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت، وبيان أوجه الاستفادة من ذلك.
٣. بيان طبيعة حالة الاختلاف بين مستوى تأثير جودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت باختلاف الخصائص الديموغرافية للمتعاملين مع الهيئة (جهة الدراسة أو تلقي التدريب، والنوع، والسنة الدراسية).

سادسا: فروض الدراسة:

تتمثل فروض الدراسة والتي تم تحديدها استناداً للتساؤلات ولتحقيق أهداف الدراسة وفق ما يلي:

١. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت.
٢. لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت.
٣. لا يختلف تأثير جودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت باختلاف الخصائص الديموغرافية (جهة الدراسة أو تلقي التدريب، والنوع، والسنة الدراسية).

وفي ضوء العرض السابق لكل من تساؤلات الدراسة وأهدافها والفروض التي تساعد على تحقيق ذلك يمكن عرض الجدول رقم (٢) التالي لبيان شكل العلاقة بين التساؤلات والأهداف والفروض كما يلي:

دور جودة الخدمة التعليمية في تحسين الصورة الذهنية دراسة تطبيقية على الهيئة العامة للتعليم التطبيقي ...

خالد نزال ضيدان الرشيد

جدول رقم (٢) شكل العلاقة بين التساؤلات والأهداف والفروض

م	التساؤل	الهدف	الفرض
١	هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت، وما هي أوجه الاستفادة من تلك العلاقة إن وجدت؟	بيان مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت، وتحديد أوجه الاستفادة من تلك العلاقة إن وجدت.	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت.
٢	إلى أي مدى يوجد تأثير لجودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت، وما هي أوجه الاستفادة من ذلك؟	تحديد طبيعة حالة التأثير الممكن حدوثه لجودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت، وبيان أوجه الاستفادة من ذلك.	لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت.
٣	هل يوجد اختلاف بين تأثير جودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت باختلاف الخصائص الديموغرافية للمتعاملين مع الهيئة (جهة الدراسة أو تلقي التدريب، والنوع، والسنة الدراسية)؟	بيان طبيعة حالة الاختلاف بين مستوى تأثير جودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت باختلاف الخصائص الديموغرافية للمتعاملين مع الهيئة (جهة الدراسة أو تلقي التدريب، والنوع، والسنة الدراسية).	لا يختلف تأثير جودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت باختلاف الخصائص الديموغرافية (جهة الدراسة أو تلقي التدريب، والنوع، والسنة الدراسية).

سابعاً: أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة الحالية بما تقدمه من إضافات من الناحية العلمية والعملية كالآتي:

١ - الأهمية العلمية:

■ هناك حاجة إلى توجيه مزيد من الاهتمام من الناحيتين الأكاديمية والتطبيقية لدراسة العلاقة بين متطلبات وأبعاد جودة الخدمة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية في المؤسسات التعليمية بالكويت، وذلك من منطلق أن جودة الخدمة تمثل

أحد المداخل الإدارية الحديثة في تحسين الصورة الذهنية لدى المتعاملين مع هذه المؤسسات. هذا بالإضافة إلى أن هذا التحليل للعلاقة يمثل إضافة علمية للدراسات التي اهتمت بعملية جودة الخدمة التعليمية. لذا، تتمثل أهمية الدراسة من الناحية العلمية في سد الفجوة البحثية التي تم الوصول إليها من الدراسات السابقة، كما أن الدراسة الحالية تعتبر امتداداً للدراسات السابقة التي تناولت موضوعات جودة الخدمة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية، كما تعد الدراسة استجابة لما طالبت به الدراسات السابقة من ضرورة إجراء مزيد من دراسات وأبحاث خاصة بهذه الموضوعات ودورها في دعم فاعلية المؤسسات.

■ كما تتمثل أهمية الدراسة في أن هذا الموضوع يعد موضوعاً حيوياً وجديداً، في إثراء المكتبة العربية ومراكز البحث العلمي وخاصة المهتمة بالدراسات الإدارية في جودة الخدمة والصورة الذهنية، حيث توفر هذه الدراسة قاعدة بيانات لمساعدة الباحثين والدارسين لإجراء مزيد من الأبحاث في هذا المجال.

٢ - الأهمية العملية:

■ من الناحية العملية، فإن نتائج الدراسة يمكن أن تساعد المسؤولين في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت في تحسين مستوى جودة الخدمة التعليمية، وبالتالي تعد هذه الدراسة بمثابة إضافة علمية حيث تتضمن تقييم وتحليل لأبعاد جودة الخدمة التعليمية في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت، وكذلك أيضاً تقييم وتحليل مدى تحسين الصورة الذهنية بها.

■ كما تكمن الأهمية العلمية للدراسة في تقديم توصيات للمسؤولين في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت للوقوف على أهمية موضوع الدراسة وأهمية إبراز جوانب القوة الناتجة عن استخدامها وتطبيقها في الواقع العملي، وخاصة ظل البيئة التنافسية المحيطة. فهذه الدراسة بمثابة دعوة للتفاعل مع تطوير وتحسين الصورة الذهنية للهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بما ينسجم مع الاهتمام بجودة الخدمة التعليمية.

■ وتنبع أهمية هذه الدراسة بالنسبة للباحث كونه يعمل في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت ومن أعضاء التدريس بها، ويتطلع إلى تطوير الخدمة التعليمية بالهيئة لجذب والاحتفاظ بالمستفيدين منها والعمل على رضائهم لتحقيق الأهداف التي تسعى إليها الهيئة وتمكينها من دعم وتطوير الميزة التنافسية.

ثامنا: متغيرات الدراسة:

١. المتغير المستقل: جودة الخدمة التعليمية المقدمة بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت، وانقسم هذا المحور إلى مجموعة من المحاور الفرعية التالية: (الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والثقة، والتعاطف)، وفيه تم الاعتماد على (إبريس، ٢٠٠٢؛ Parasurman, A., Zeithaml 1988/1998, Berry, et al 1988).

٢. المتغير التابع: تحسين الصورة الذهنية، وانقسم هذا المحور إلى مجموعة من المحاور الفرعية التالية: (البعد المعرفي، والبعد الوجداني، والبعد السلوكي)، وفيه تم الاعتماد على (الدوري، ٢٠١٦ & زيد، والصهبي، ٢٠١٨، Kim & Yoon, 2003).

تاسعا: أسلوب الدراسة: سيتم الاعتماد في تحقيق أهداف الدراسة، على ما يلي:

أ- منهج الدراسة:

سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة طبيعة علاقة الارتباط والتأثير لأبعاد جودة الخدمة التعليمية (كمتغير مستقل) وأبعاد تحسين الصورة الذهنية (كمتغير تابع) بالتطبيق على الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت.

وسيتم استخدام هذا المنهج وذلك لمناسبته لأهداف الدراسة، حيث يستهدف هذا المنهج وصف الظاهرة محل الدراسة، من حيث طبيعتها ودرجة وجودها، كما يساعد أيضا في وصف متكامل وتشخيص دقيق للظاهرة المدروسة، وتحليل واقعها، وتفسير نتائجها من خلال معالجة بيانات الدراسة والوصول إلى تفسيرات يمكن تعميمها لزيادة رصيد المعرفة عن تلك الظاهرة قيد الدراسة. كما يقوم على أساس الوصف المنظم للحقائق والخصائص المتعلقة بالمشكلة المحددة (Sekaran, & Bougie، 2010: 119).

ب- أنواع ومصادر البيانات: تم الاعتماد في تحقيق الهدف من البحث على نوعين من البيانات كما يلي:

- البيانات الثانوية: سيتم الاعتماد على الخلفية النظرية للدراسة، بالاعتماد على المراجع المتنوعة.

■ البيانات الأولية: تعتمد الدراسة في جمع البيانات الأولية على قائمة الاستقصاء كأداة للدراسة.

ج- القياس:

اعتمد الباحث على مقياس ليكرت الخماسي في قياس كلا المتغيرين على النحو التالي:

■ مقياس جودة الخدمة التعليمية والذي تكون من (٢٥) سؤال بيانهم كالتالي: الملموسية العبارات من ١-٥، والاعتمادية يعبر عنها العبارات من ٦-١٠، الاستجابة يعبر عنها العبارات من ١١-١٥، الثقة يعبر عنها العبارات من ١٦-٢٠، التعاطف يعبر عنها العبارات من ٢١-٢٥.

■ ومقياس الصورة الذهنية والذي تكون من (١٥) سؤال بيانهم كالتالي: البعد المعرفي يعبر عنه العبارات من ١-٥، والبعد الوجداني يعبر عنه العبارات من ٦-١٠، والبعد السلوكي يعبر عنه العبارات من ١١-١٥.

د- مجتمع وعينة الدراسة:

١- مجتمع الدراسة:

نظراً لأن هذه الدراسة تهتم بدراسة دور جودة الخدمة التعليمية في تحسين الصورة الذهنية في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت، لذلك فإن مجتمع الدراسة يتمثل في جميع الفئات المختلفة من العاملين في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت. ونظراً للقيود الخاصة بالوقت والتكلفة والتي تتلازم مع هذا النوع من الدراسات فقد تقرر الاعتماد على أسلوب وإجراءات العينات لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة.

٢ - عينة الدراسة:

وقد اعتمدت الدراسة على عينة من المتعاملين مع خدمات الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب، وتم اختيار عينة طبقية بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة، وقد تم تحديد حجم العينة باستخدام المعادلة التالية (عيد، ٢٠٢٠):

$$n = \frac{N (Z^2 \sigma^2)}{N e^2 + (Z^2 \sigma^2)}$$

حيث أن:

n: حجم العينة المطلوبة.

N: حجم مجتمع البحث (٥٤٤٢٧) (راجع البيان أعلاه).

Z: القيمة المعيارية = ١.٩٦ عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

σ: الانحراف المعياري والذي بلغ ٠.٦١ من خلال نتائج الدراسة الاستطلاعية.

e: نسبة خطأ المعاينة بافتراض أنه ٠.٠٥.

وبالتطبيق في المعادلة السابق بلغ حجم العينة المراد سحبها (٥٦٦) مفردة، منهم (٣٠) مفردة تم تنفيذ الدراسة الاستطلاعية عليهم ليتبقى منهم (٥٣٦) مفردة تم توزيع استبانات الدراسة الميدانية عليهم، وتم إجراء الدراسة الميدانية وتحليل ومناقشة نتائج حيث بلغت عدد الاستبانات الصحيحة والخاضعة للتحليل (٤٩٨) استبيان، بنسبة استجابة قدرها (٩٣%).

هـ: أداة جمع البيانات:

تمثلت أداة الدراسة وطريقة جمع البيانات الأولية على قائمة الاستبيان والمواجه إلى العاملين في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب الكويتي، وذلك على مستوى جميع السنوات الدراسية المختلفة وذلك من خلال المقابلات الشخصية مع المستقضي منهم وذلك لتوضيح أهداف الاستبيان وقد روعي في تصميم الاستبيان البساطة والوضوح والسهولة حيث تبني الباحث في إعداد الاستبانة الشكل المغلق (Closed Questionnaire) الذي حدد الاستجابات المحتملة لكل سؤال. وقد تم استخدام مقياس ليكرت المتدرج ذي النقاط الخمسة لقياس العبارات وهو كالتالي:

جدول رقم (٣) مقياس الإجابة على الفقرات

التصنيف	أوافق تماماً	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماماً
الدرجة	٥	٤	٣	٢	١

ثالثاً: تصميم قائمة الاستقصاء:

اشتملت قائمة الاستبيان على قسمين رئيسيين: القسم الأول؛ ويعبر عن محاور الدراسة. بينما يعبر القسم الثاني عن البيانات الشخصية وذلك على النحو التالي:

القسم الأول: محاور الدراسة:

- المحور الأول: جودة الخدمة التعليمية المقدمة بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت، وانقسم هذا المحور إلى مجموعة من المحاور الفرعية التالية: (الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والثقة، والتعاطف).
 - المحور الثاني: تحسين الصورة الذهنية، وانقسم هذا المحور إلى مجموعة من المحاور الفرعية التالية: (البعد المعرفي، والبعد الوجداني، والبعد السلوكي).
- واشتملت استمارة الاستبيان على عدد ٤٠ سؤال لقياس جودة الخدمة التعليمية وتأثيرها على تحين الصورة الذهنية.

القسم الثاني: البيانات الشخصية:

وتتمثل في ثلاثة متغيرات وهي (جهة الدراسة أو تلقي التدريب، النوع، والسنة الدراسية).

و: توصيف عينة الدراسة:

يعبر الجزء المتعلق بتوصيف عينة الدراسة عن الخصائص الديموغرافية التي تتسم بها عينة الدراسة (الأشخاص المبحوثين) وقد أسفرت نتائج التحليل الإحصائي عن الجدول رقم (٤) التالي:

جدول رقم (٤) وصف عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	المتغير الديموغرافي	
47.39%	236	أدرس في كلية	جهة الدراسة أو تلقي التدريب
52.61%	262	أدرس في معهد	
23.49%	117	ذكر	النوع
76.51%	381	أنثى	
36.95%	184	السنة الأولى	السنة الدراسية
28.71%	143	السنة الثانية	
21.69%	108	السنة الثالثة	
12.65%	63	السنة الرابعة	

يُظهر الجدول السابق أن من حجم عينة ٤٩٨ كان ٢٣.٤٩% من الذكور مقابل ٧٦.٥١% من الإناث بينما نجد أن أكثر ما يقرب من نصف العينة (٥٢.٦١%) يدرسون بمعاهد في مقابل (٤٧.٣٩%) يدرسون بالكليات، وعلى مستوى السنوات الدراسية تبين أن ٣٦.٩٥% مقيد في السنة الأولى، و ٢٨.٧١% مقيد بالسنة الثانية، و ٢١.٦٩% مقيد بالسنة الثالثة، و ١٢.٦٥% مقيد بالسنة الرابعة.

ز: اختبارات الصدق والثبات:

يُقصد به اختبار مدى ثبات وصدق قائمة الاستقصاء – أداة جمع البيانات- وما تتضمنه من محتويات، وذلك لأغراض الحكم على مدى تجانس العبارات المستخدمة في قياس المتغيرات، ودرجة الدقة والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع البيانات نفسها، أو قياس المتغيرات نفسها في أوقات وظروف مختلفة، أو بواسطة باحثين آخرين.

وقد اعتمد الباحث في إجراء اختبار الثبات لمتغيرات الدراسة على معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha Coefficient) من خلال برنامج SPSS؛ والذي تتراوح قيمته بين الصفر والواحد الصحيح؛ فإذا كان هناك ثبات تام في البيانات كانت قيمة هذا المعامل تساوي الواحد الصحيح، وعلى العكس من ذلك فإذا كان هناك عدم ثبات تام في البيانات كانت قيمة هذا المعامل الثبات تساوي

الصفري، وتعتبر قيمة هذا المعامل مقبولة إذا كانت أكبر من (0.50). وفي هذا الصدد، تجدر الإشارة إلى أن إجراءات تطبيق اختبار معامل الثبات كرونباخ ألفا تنطوي على تحديد المعامل الكلي للارتباط بين بنود القياس Item - Total Correlation وهو يشير إلى معامل ارتباط كل بند بالمعامل الإجمالي للارتباط بحيث يعكس ذلك مدى قدرة كل بند على قياس الموضوع محل الدراسة والقياس، ومدى اتساقه وانسجامه مع غيره من باقي البنود في نفس الموضوع، ويجب استبعاد البنود ذات معاملات الارتباط المنخفضة لأنها تدل على مستوى ثقة وثبات منخفض، خاصة إذا كان العدد المستخدم منها لقياس موضوع ما كبير نسبياً (إدريس، 2012).

هذا، وبحساب معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha Coefficient) لمتغيرات الدراسة: تبين أن قيمة معامل كرونباخ ألفا لجميع المتغيرات الأساسية قد تراوحت بين (0.844 إلى 0.974) وهي أكبر من الحد الأدنى لقبول معامل الثبات كرونباخ ألفا وهو (0.50) وأيضاً تراوح قيمة الصدق بين (0.983 إلى 0.987)، ومن ثم توجد درجة ثقة وثبات عالية خاصة بالاتساق الداخلي في عملية القياس للظاهرة محل البحث، كما تبين أن قيمة هذا المعامل لإجمالي محور جودة الخدمة التعليمية بلغ (0.967)؛ كما بلغ معامل الثبات لمحور تحسين الصورة الذهنية (0.974) مما يدل على الثبات المرتفع لعينة الدراسة؛ إذ إن تلك القيمة تعني أنه لو قمنا بتوزيع قائمة الاستقصاء على عينة أخرى غير التي تم اختيارها في هذه الدراسة، وفي أوقات مختلفة، فإن هناك احتمالاً نسبته (96.7%، 97.4%) لمحوري الدراسة للحصول على نفس النتائج لهذه الدراسة، ومن ثم يخلص الباحث من هذه النتيجة إلى إمكانية الاعتماد على البيانات بنسبة عالية. والثاني: أن معاملات الارتباط لجميع المتغيرات الأساسية الثلاثة تجاوزت الحد الأدنى المقبول وهو (0.3) وفقاً (Pallant، 2011)، مما يشير إلى قوة وقدرة هذه البنود على قياس الخاصية موضوع القياس، وهذا ما يوضحه الجداول الآتية:

دور جودة الخدمة التعليمية في تحسين الصورة الذهنية دراسة تطبيقية على الهيئة العامة للتعليم التطبيقي ...

خالد نزال ضيدان الرشيدى

المحور الأول: جودة الخدمة التعليمية:

جدول رقم (٥) نتيجة اختبار الصدق والثبات لإجمالي المحور الأول (جودة الخدمة التعليمية)

معامل الصدق	عدد العبارات	كرونباخ ألفا (الثبات)
98.34%	25	0.967

يظهر الجدول السابق أن معامل الثبات الإجمالي لمحور جودة الخدمة التعليمية والذي احتوى على عدد ٢٥ عبارة قد بلغ ٩٦.٧% كما بلغت قيمة معامل الصدق الذاتي ٩٨.٣٤% .

المحور الثانى: تحسين الصورة الذهنية:

جدول رقم (٦) نتيجة اختبار الصدق والثبات لإجمالي المحور الثاني (تحسين الصورة الذهنية)

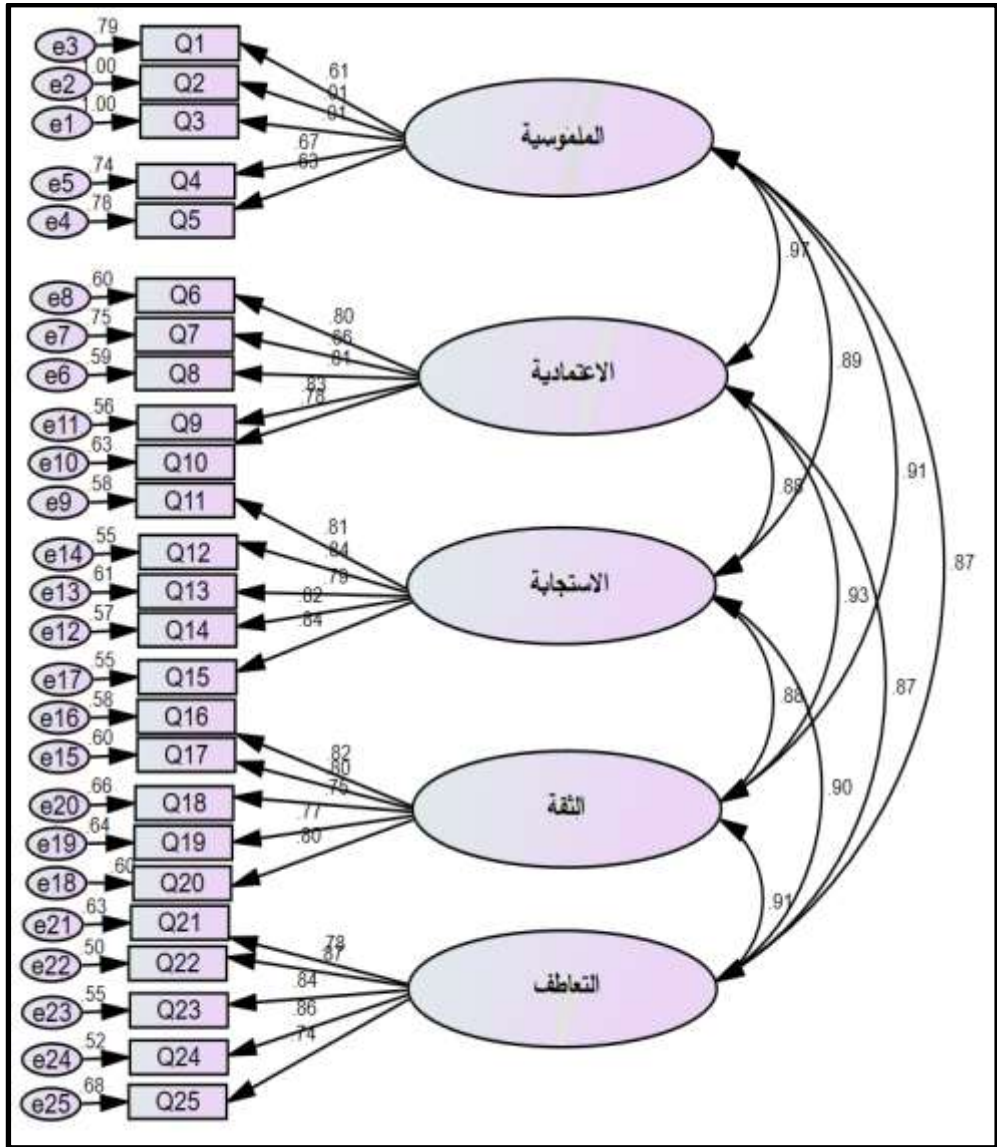
معامل الصدق	عدد العبارات	كرونباخ ألفا (الثبات)
98.69%	15	0.974

يظهر الجدول السابق أن معامل الثبات إجمالي محور تحسين الصورة الذهنية والذي احتوى على عدد ١٥ عبارة قد بلغ ٩٧.٤% كما بلغت قيمة معامل الصدق الذاتي ٩٨.٦٩% .

التحليل العاملى التوكيدي: لنموذج محور جودة الخدمة التعليمية والذي يحتوى على خمسة أبعاد فرعية من الدرجة الأولى:

دور جودة الخدمة التعليمية فهي تحسب الصورة الذهنية دراسة تطبيقية على المهنة العامة للتعليم التطبيقي ...

خالد نزال ضيدان الرشيدى



شكل رقم (١): نموذج محور جودة الخدمة التعليمية

دور جودة الخدمة التعليمية في تحسين الصورة الذهنية دراسة تطبيقية على الهيئة العامة للتعليم التطبيقي ...

خالد نزال ضيدان الرشيدى

جدول (٧) نتائج تحليل العامل التوكيدي لتحميل الأسئلة على المحور الكلى والمحاور الفرعية لنموذج جودة الخدمة التعليمية

العبارة	البعد	معامل التحميل غير المعياري	معامل التحميل المعياري	القيمة الحرجة	p
Q1	الملموسية	1.650	0.608	7.884	***
Q2	الملموسية	0.710	0.607	6.353	***
Q3	الملموسية	0.630	0.606	7.313	***
Q4	الملموسية	1.909	0.669	7.890	***
Q5	الملموسية	1.329	0.627	7.328	***
Q6	الاعتمادية	0.630	0.797	7.309	***
Q7	الاعتمادية	0.624	0.664	9.027	***
Q8	الاعتمادية	0.606	0.810	8.741	***
Q9	الاعتمادية	0.665	0.830	8.304	***
Q10	الاعتمادية	0.577	0.779	6.234	***
Q11	الاستجابة	0.876	0.811	8.131	***
Q12	الاستجابة	0.874	0.838	7.702	***
Q13	الاستجابة	0.842	0.794	6.569	***
Q14	الاستجابة	0.832	0.824	9.027	***
Q15	الاستجابة	0.928	0.838	8.572	***
Q16	التعاطف	1.044	0.817	7.985	***
Q17	التعاطف	0.886	0.798	6.544	***
Q18	التعاطف	1.121	0.748	8.310	***
Q19	التعاطف	0.875	0.770	7.040	***
Q20	التعاطف	0.978	0.803	7.253	***
Q21	الثقة	0.733	0.778	7.818	***
Q22	الثقة	0.822	0.868	7.740	***
Q23	الثقة	0.903	0.835	6.900	***
Q24	الثقة	0.914	0.855	6.639	***
Q25	الثقة	0.734	0.736	7.101	***

يظهر الجدول السابق لمتغيرات جودة الخدمة التعليمية أن الفقرات أو المفردات تشبع على العامل أو المحور الذي تنتمي إليه، مع الأخذ بالاعتبار مؤشرات المطابقة للنموذج وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول (٨) مؤشرات المطابقة لنموذج جودة الخدمة التعليمية

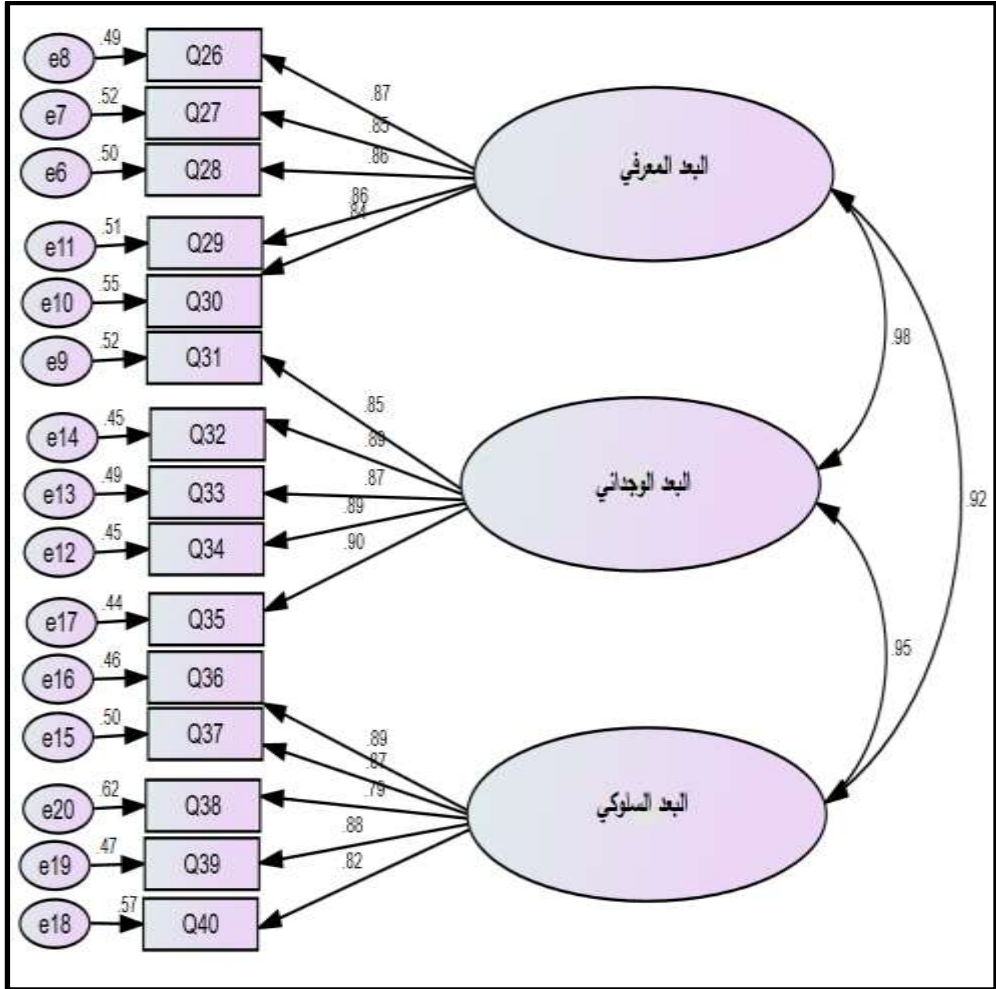
المؤشر	القيمة	حدود الثقة أو المدى المثالي
مربع كاي ^٢ المعياري NORMED CHI - SQUARE	385.28	أن تكون القيمة غير دالة
درجات الحرية DF	95	-
المعنوية SIG	0	-
CMIN/DF	3.92	لا تتعدى ٥
مؤشر جودة التوافق GFI	0.931	ينحصر بين الصفر والواحد
مؤشر RMSER	0.066	٠.٠٨-٠
مؤشر RMR	0.051	أقل من ٠.١
مؤشر التوافق المعياري NFI	0.941	ينحصر بين الصفر والواحد
مؤشر التوافق المقارن CFI	0.953	ينحصر بين الصفر والواحد
مؤشر TLI	0.956	ينحصر بين الصفر والواحد
مؤشر المطابقة المتزايد IFI	0.948	ينحصر بين الصفر والواحد

نلاحظ من الجدول السابق ما يلي:

- إن قيمة نسبة (CMIN/DF) بلغت (٣.٩٢) وأوصى العلماء أن هذه النسبة كلما كانت أقل من ٥ دل ذلك أن النموذج ذو ملاءمة مقبولة وإذا كانت أكبر من ٥ دل ذلك أن النموذج ذو ملاءمة غير كافية.
- قيمة مؤشر الجودة Goodness of Fit Index (GFI) بلغت (٠.٩٣١) وتشير هذه القيمة إلى أن جودة النموذج مثالية.
- أن قيمة مؤشر الجودة النسبية The Comparative Fit Index (CFI) بلغت (٠.٩٥٣) وحيث إن هذا المؤشر ينحصر بين الصفر والواحد وكلما اقتربت قيمته من الواحد دل ذلك أن جودة النموذج جيدة جداً.
- أن قيمة مؤشر جذر متوسط مربع البواقي The root mean square residual (RMR) بلغت (٠.٠٥١) وحيث إن هذا المؤشر كلما كان أصغر كان ذلك أفضل، وتشير قيم (RMR) المساوية للصفر إلى ملاءمة مثالية.
- أن قيمة معامل تاكر لويس The Tucker-Lewis coefficient (TLI) بلغت (٠.٩٥٦) وحيث يقع النطاق النموذجي لهذا المعامل بين الصفر والواحد، وتشير قيم (TLI) القريبة من ١ إلى أن النموذج ذو ملاءمة جيدة جداً.

- أن قيمة (RMSEA) Root Mean Square Error of Approximation بلغت (٠.٠٦٦) وكلما كانت قيمة (RMSEA) اقل من ٠.٠٥ كان ذلك أفضل وإذا تراوحت القيمة بين (٠.٠٥:٠.٠٨) كان ذلك مقبول أما إذا كانت القيمة أكبر من ٠.٠٨ كان ذلك غير مقبول.
 - أن قيمة مؤشر المطابقة المتزايد (IFI) INCREMENTAL FIT INDEX بلغت (٠.٩٤٨) وحيث إن قيمة هذا المؤشر بين (٠، ١) وتشير القيمة المرتفعة بين هذا المدى إلى تطابق أفضل للنموذج مع بيانات العينة.
 - أن قيمة مؤشر التوافق المعياري (NFI) NORMED FIT INDEX بلغت (٠.٩٤١) ويحسب بمقارنه النموذج المقترح نسبة إلى نموذج العدم وتتراوح درجته من (٠) أى توافق معدوم إلى توافق تام (١) وليس له حد معين للقبول ولكن القيمة المرغوبة هي الاقتراب من الواحد الصحيح وبالتالي نجد أن النموذج ذو ملائمة جيدة جدا.
- وقد أظهرت النتائج أن هناك علاقة بين محور الدراسة (الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والثقة، والتعاطف) والعناصر الكامنة لها، وأيضا معظم مؤشرات جودة النموذج حققت المستوى المطلوب والمقبول به والبعض الآخر جاء قريب من المستوى المطلوب. وبناء عليه نستطيع القول إن النموذج الهيكلي المقترح (بناء على مؤشرات جودة التوافق الكلية) يفسر العلاقة بدرجة عالية ويمكن الاعتماد عليه.

أ. التحليل العاملي التوكيدي لنموذج محور تحسين الصورة الذهنية والذي يحتوي على ثلاثة أبعاد فرعية من الدرجة الأولى:



شكل رقم (٢): نموذج محور تحسين الصورة الذهنية

ويعرض الجدول رقم (٩) نتائج تحليل العاملي التوكيدي لتحميل الأسئلة على

المحور الكلي والمحاور الفرعية لنموذج تحسين الصورة الذهنية.

دور جودة الخدمة التعليمية في تحسين الصورة الذهنية دراسة تطبيقية على البيئة العامة للتعليم التطبيقي ...

خالد نزال ضيدان الرشيدى

جدول (٩) نتائج تحليل العامل التوكيدي لتحميل الأسئلة على المحور الكلى والمحاوير الفرعية لنموذج تحسين الصورة الذهنية

العبارة	البعد	معامل التحميل غير المعياري	معامل التحميل المعياري	القيمة الحرجة	P
Q26	البعد المعرفي	0.752	0.870	9.073	***
Q27	البعد المعرفي	0.721	0.852	7.527	***
Q28	البعد المعرفي	0.771	0.863	6.598	***
Q29	البعد المعرفي	0.758	0.858	6.448	***
Q30	البعد المعرفي	0.705	0.838	8.409	***
Q31	البعد الوجداني	0.717	0.852	6.365	***
Q32	البعد الوجداني	0.791	0.893	8.766	***
Q33	البعد الوجداني	0.758	0.869	8.078	***
Q34	البعد الوجداني	0.778	0.894	7.748	***
Q35	البعد الوجداني	0.770	0.897	6.830	***
Q36	البعد السلوكي	0.781	0.887	8.939	***
Q37	البعد السلوكي	0.750	0.869	8.770	***
Q38	البعد السلوكي	0.680	0.786	6.208	***
Q39	البعد السلوكي	0.763	0.884	6.979	***
Q40	البعد السلوكي	0.712	0.819	9.284	***

يظهر الجدول السابق لمتغيرات تحسين الصورة الذهنية أن الفقرات أو المفردات تشبع على العامل أو المحور الذي تنتمي إليه، مع الأخذ بالاعتبار مؤشرات المطابقة للنموذج وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول (١٠) مؤشرات المطابقة لنموذج جودة الخدمة التعليمية

المؤشر	القيمة	حدود الثقة أو المدى المثالي
مربع كاي ^٢ المعياري NORMED CHI - SQUARE	383.706	أن تكون القيمة غير دالة
درجات الحرية DF	87	-
المعنوية SIG	0	-
CMIN/DF	4.41	لا تتعدى ٥
مؤشر جودة التوافق GFI	0.963	ينحصر بين الصفر والواحد
مؤشر RMSER	0.038	٠.٠٨-٠

أقل من ٠.١	0.071	مؤشر RMR
ينحصر بين الصفر والواحد	0.954	مؤشر التوافق المعياري NFI
ينحصر بين الصفر والواحد	0.964	مؤشر التوافق المقارن CFI
ينحصر بين الصفر والواحد	0.956	مؤشر TLI
ينحصر بين الصفر والواحد	0.964	مؤشر المطابقة المتزايد IFI

نلاحظ من الجدول السابق ما يلي:

- إن قيمة نسبة (CMIN/DF) بلغت (٤.٤١) وأوصى العلماء أن هذه النسبة كلما كانت اقل من ٥ دل ذلك أن النموذج ذو ملاءمة مقبولة وإذا كانت أكبر من ٥ دل ذلك أن النموذج ذو ملاءمة غير كافية.
- قيمة مؤشر الجودة Goodness of Fit Index (GFI) بلغت (٠.٩٦٣) وتشير هذه القيمة إلى أن جودة النموذج مثالية.
- أن قيمة مؤشر الجودة النسبية The Comparative Fit Index (CFI) بلغت (٠.٩٦٤) وحيث أن هذا المؤشر ينحصر بين الصفر والواحد وكلما اقتربت قيمته من الواحد دل ذلك أن جودة النموذج جيدة جداً.
- أن قيمة مؤشر جذر متوسط مربع البواقي The root mean square residual (RMR) بلغت (٠.٠٧١) وحيث إن هذا المؤشر كلما كان أصغر كان ذلك أفضل، وتشير قيم (RMR) المساوية للصفر إلى ملاءمة مثالية.
- أن قيمة معامل تاكر لويس The Tucker-Lewis coefficient (TLI) بلغت (٠.٩٥٦) وحيث يقع النطاق النموذجي لهذا المعامل بين الصفر والواحد، وتشير قيم (TLI) القريبة من ١ إلى أن النموذج ذو ملاءمة جيدة جداً.
- أن قيمة (RMSEA) Root Mean Square Error of Approximation بلغت (٠.٠٣٨) وكلما كانت قيمة (RMSEA) اقل من ٠.٠٥ كان ذلك أفضل وإذا تراوحت القيمة بين (٠.٠٥:٠.٠٨) كان ذلك مقبول أما إذا كانت القيمة أكبر من ٠.٠٨ كان ذلك غير مقبول.

- أن قيمة مؤشر المطابقة المتزايد (IFI) INCREMENTAL FIT INDEX بلغت (٠.٩٦٤) وحيث أن قيمة هذا المؤشر بين (٠، ١) وتشير القيمة المرتفعة بين هذا المدى إلى تطابق أفضل للنموذج مع بيانات العينة.
- أن قيمة مؤشر التوافق المعياري (NFI) NORMED FIT INDEX بلغت (٠.٩٥٤) ويحسب بمقارنه النموذج المقترح نسبة إلى نموذج العدم وتتراوح درجته من (٠) أي توافق معدوم إلى توافق تام (١) وليس له حد معين للقبول ولكن القيمة المرغوبة هي الاقتراب من الواحد الصحيح وبالتالي نجد أن النموذج ذو ملائمة جيدة جدا.

وقد أظهرت النتائج أن هناك علاقة بين محور الدراسة (البعد المعرفي، والبعد الوجداني، والبعد السلوكي) والعناصر الكامنة لها، وأيضا معظم مؤشرات جودة النموذج حققت المستوى المطلوب والمقبول به والبعض الآخر جاء قريب من المستوى المطلوب. وبناء عليه نستطيع القول إن النموذج الهيكلي المقترح (بناء على مؤشرات جودة التوافق الكلية) يفسر العلاقة بدرجة عالية ويمكن الاعتماد عليه.

عاشراً: حدود الدراسة:

لتحقيق الهدف من البحث تم تحديده في الجوانب التالية:

- ١- **الحدود المكانية:** ينحصر تطبيق هذه الدراسة على الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بالكويت، وذلك لعمل الباحث بها.
- ٢- **الحدود البشرية:** سيتم التركيز في هذه الدراسة على العاملين الإداريين وأعضاء هيئة التدريس والتدريب في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب. وذلك من منطلق أنهم الفئات الأكثر إماما وارتباطا بالخدمة التعليمية والخدمات المرتبطة بها، وكذلك لامتلاكهم القدرة للإجابة عن التساؤلات المطروحة بالاستقصاء بشكل موضوعي.

- ٣- **الحدود الزمنية:** وهي فترة إجراء الدراسة خلال عام ٢٠٢٢

٤- الحدود الموضوعية: سيتم التركيز في الدراسة على موضوع جودة الخدمة التعليمية كمتغير مستقل. وسيتم التركيز على موضوع تحسين الصورة الذهنية كمتغير تابع.

حادي عشر: نتائج اختبارات الفروض الإحصائية للدراسة:

يمكن للباحث اختبار فروض الدراسة في ضوء الأساليب الإحصائية التي تتناسب مع طبيعة الفرض وذلك من خلال عرض طبيعة العلاقة الارتباطية بين أبعاد الدراسة الميدانية، ثم عرض نتائج اختبارات بقية الفروض الإحصائية للدراسة من خلال تحليل الانحدار البسيط والمتعدد وتحليل التباين ومجموعة أخرى من الاختبارات اللامعلمية على النحو التالي:

أ. نتيجة اختبار الفرض الإحصائي الأول للدراسة:

ينص الفرض الإحصائي الأول للدراسة على أنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت"، ويمكن للباحث اختبار هذا الفرض الإحصائي من خلال اختبار طبيعة علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة المتمثلة في أبعاد جودة الخدمة التعليمية وأبعاد تحسين الصورة الذهنية باستخدام معامل ارتباط بيرسون. وقد أسفرت نتائج التحليل الإحصائي عن المصفوفة التالية:

جدول (١١) مصفوفة ارتباط بيرسون

تحسين الصورة الذهنية	البعد السلوكي	البعد الوجداني	البعد المعرفي	جودة الخدمة التعليمية	التعاطف	الثقة	الاستجابة	الاعتمادية	الملموسية	
									1	الملموسية
								1	.770**	الاعتمادية
							1	.798**	.714**	الاستجابة
						1	.794**	.825**	.691**	الثقة
					1	.818**	.813**	.791**	.699**	التعاطف
				1	.913**	.910**	.917**	.922**	.858**	جودة الخدمة التعليمية
			1	.874**	.827**	.787**	.812**	.774**	.745**	البعد المعرفي
		1	.922**	.853**	.814**	.767**	.806**	.747**	.714**	البعد الوجداني
	1	.880**	.848**	.789**	.735**	.699**	.742**	.702**	.683**	البعد السلوكي
1	.947**	.973**	.961**	.874**	.825**	.782**	.819**	.772**	.744**	تحسين الصورة الذهنية

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- وجود علاقة معنوية بين أبعاد جودة الخدمة التعليمية وبعضها البعض، بالإضافة إلى وجود علاقة معنوية بين أبعاد تحسين الصورة الذهنية وبعضها البعض، وذلك عند مستوى معنوية $\alpha = 1\%$.
- وجود علاقة معنوية بين كافة أبعاد جودة الخدمة التعليمية وكافة أبعاد تحسين الصورة الذهنية، وذلك عند مستوى معنوية $\alpha = 1\%$.
- بلغت أقوى علاقة معنوية بين أبعاد جودة الخدمة التعليمية وأبعاد تحسين الصورة الذهنية في العلاقة بين التعاطف والبعد المعرفي حيث كان معامل الارتباط بينهما $(r = 0.827)$ ، بينما كانت أضعفها في العلاقة بين الملموسية والبعد السلوكي حيث كان معامل الارتباط بينهما $(r = 0.683)$.
- وتأسيساً على ذلك، يتم رفض فرض العدم، ويمكن للباحث قبول الفرض الإحصائي البديل على الشكل التالي: "توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة

إحصائية بين جودة الخدمة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت".

ب. نتيجة اختبار الفرض الإحصائي الثاني للدراسة:

ينص الفرض الإحصائي الثاني للدراسة على أنه " لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت"، ويمكن للباحث اختبار هذا الفرض الإحصائي من خلال تحليل الانحدار البسيط والمتعدد. حيث ينقسم هذا الفرض الإحصائي إلى مجموعة من الفروض الفرعية التالية:

- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة التعليمية على البعد المعرفي كأحد أبعاد تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت.
 - لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة التعليمية على البعد الوجداني كأحد أبعاد تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت.
 - لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة التعليمية على البعد السلوكي كأحد أبعاد تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت.
- ولاختبار هذا الفرض فقد استخدم الباحث أسلوب تحليل الانحدار وذلك لتحديد مدى تأثير الأبعاد المستقلة المتمثلة في الملموسية والاعتمادية والاستجابة والثقة والتعاطف على المتغير التابع بأبعاده المتمثلة في البعد المعرفي، والبعد الوجداني والبعد السلوكي، وذلك باستخدام طريقة الانحدار البسيط والمتعدد على التوالي. ويمكن للباحث توضيح ذلك على النحو التالي:

أ- نتيجة اختبار الفرض الرئيسي (أثر جودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية):

يمكن للباحث استخدام أسلوب الانحدار البسيط للتعرف على مدى وجود تأثير لجودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية، وقد أسفرت نتائج التحليل الإحصائي عن التالي:

جدول (١٢) نتائج تحليل الانحدار البسيط

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	المعنوية	معامل التفسير	معامل الارتباط
الانحدار	٤٥٨.٣١٤	١	٤٥٨.٣١٤	١٥٩٧.٩٥٠	٠.٠٠٠	٠.٧٦٣	٠.٨٧٤
البواقي	١٤٢.٢٦٠	٤٩٦	٠.٢٨٧				
الإجمالي	٦٠٠.٥٧٤	٤٩٧					

ن = ٤٩٨

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

- ثبوت معنوية نموذج الانحدار، حيث بلغت قيمة (ف = ١٥٩٧.٩٥٠) وذلك عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$.
- بلغ معامل التفسير (R2) ٠.٧٦٣ وهذا يعني أن أبعاد جودة الخدمة التعليمية ككل تفسر ٧٦.٣% من التغير الذي يحدث في تحسين الصورة الذهنية، والباقي ٢٣.٧% يرجع لعوامل لم تدخل في النموذج.
- وجود تأثير معنوي بين أبعاد جودة الخدمة التعليمية ككل وتحسين الصورة الذهنية، حيث بلغت قيمة المعنوية (٠.٠٠٠) وهي أقل من مستوى المعنوية ٥%، ويرجع الباحث ذلك إلى وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بينهما قدرها (٠.٨٧٤).
- في ضوء ذلك يتضح رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت"، حيث إن Y هي تحسين الصورة الذهنية، X هي جودة الخدمة التعليمية ككل، ثابت الانحدار، ϵ هي الخطأ العشوائي لمعادلة الانحدار.

نتيجة اختبار الفرض الإحصائي الثالث للدراسة:

ينص الفرض الإحصائي الثالث للدراسة على أنه " لا يختلف تأثير جودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت باختلاف الخصائص الديموغرافية (جهة الدراسة أو تلقي التدريب، والنوع،

دور جودة الخدمة التعليمية في تحسين الصورة الذهنية دراسة تطبيقية على الهيئة العامة للتعليم التطبيقي ...

خالد نزال ضيدان الرشيد

والسنة الدراسية)،"، ويمكن للباحث اختبار هذا الفرض الإحصائي من خلال تحليل الانحدار المتعدد، وقد أسفرت نتائج التحليل الإحصائي عن الجدول التالي:

جدول (١٣) نتائج تحليل الانحدار المتعدد

المتغير التابع: تحسين الصورة الذهنية		المتغيرات
β^{Sig}	T-Value	
٠.٤٦٥-	٢.٤٧٥-	الثابت
١.٠٨٥	*٣٨.٨٥٣	جودة الخدمة التعليمية
٠.٠١٨	٠.٣٦٣	جهة الدراسة أو تلقي التدريب
٠.٠١٥	٠.٢٦٤	النوع
٠.٠١٦-	٠.٦٨٦-	السنة الدراسية
*٣٩٧.٨١٢		F^{Sig} معنوية النموذج
%٧٦.٣		القدرة التفسيرية R^2

تشير علامة * إلى مستوى معنوية ١%

أوضحت نتائج نموذج الانحدار السابق معنوية العلاقة بين المتغير المستقل الخاص بجودة العملية التعليمية والمتغير التابع الخاص بتحسين الصورة الذهنية، وعدم معنوية تأثير الخصائص الديموغرافية للعينة، وهو ما يشير إلى عدم تأثير العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع باختلاف الخصائص الديموغرافية للعينة. ومن ثم تظل العلاقة الطردية بين المتغير المستقل والمتغير التابع ثابتة، وبالتالي، يمكن للباحث قبول الفرض الإحصائي الثالث للدراسة على الشكل العدم التالي:

الفرض الإحصائي الثالث: لا يختلف تأثير جودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت باختلاف الخصائص الديموغرافية (جهة الدراسة أو تلقي التدريب، والنوع، والسنة الدراسية).

أولاً: نتائج الدراسة: توصلت الدراسة لعدد من النتائج والتي يمكن تقسيمها وفق تساؤلات وأهداف البحث إلى:

١. فيما يتعلق بالعلاقة بين أبعاد جودة الخدمة التعليمية وأبعاد تحسين الصورة الذهنية:

- وجود علاقة معنوية بين أبعاد جودة الخدمة التعليمية وبعضها البعض، بالإضافة إلى وجود علاقة معنوية بين أبعاد تحسين الصورة الذهنية وبعضها البعض، وذلك عند مستوى معنوية $\alpha = 1\%$.
 - وجود علاقة معنوية بين كافة أبعاد جودة الخدمة التعليمية وكافة أبعاد تحسين الصورة الذهنية، وذلك عند مستوى معنوية $\alpha = 1\%$.
 - تم رفض فرض العدم، ويمكن للباحث قبول الفرض الإحصائي البديل على الشكل التالي: "توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التعليمية وتحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت".
٢. وفيما يتعلق بتأثير جودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية للهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت
- ثبوت معنوية نموذج الانحدار، وتبين أن معامل التفسير (R^2) ٠.٧٦٣ وهذا يعني أن أبعاد جودة الخدمة التعليمية ككل تفسر ٧٦.٣% من التغير الذي يحدث في تحسين الصورة الذهنية للهيئة، ويفيد الباحث بوجود تأثير معنوي بين أبعاد جودة الخدمة التعليمية ككل وتحسين الصورة الذهنية، حيث بلغت قيمة المعنوية (٠.٠٠٠).
 - في ضوء ذلك يتضح رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة التعليمية على تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت".
 - وفيما يتعلق بتأثير أبعاد جودة الخدمة التعليمية (الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والثقة، والتعاطف) على أبعاد تحسين الصورة الذهنية كل على حدة (البعد المعرفي، البعد الوجداني، والبعد السلوكي) تبين أن:
 - تبين معنوية العلاقة بين المتغيرات المستقلة الملموسية والاستجابة والثقة والتعاطف والمتغير التابع البعد المعرفي لتحسين الصورة الذهنية، بينما يتبين عدم معنوية المتغير المستقل الاعتمادية، بما يفيد بالقبول الجزئي

- لإمكانية تأثير أبعاد جودة الخدمة التعليمية على البعد المعرفي كأحد أبعاد تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت.
- تبين معنوية العلاقة بين المتغيرات المستقلة الملموسية والاستجابية والثقة والتعاطف والمتغير التابع البعد الوجداني لتحسين الصورة الذهنية، بينما يتبين عدم معنوية المتغير المستقل الاعتمادية، بما يفيد بالقبول الجزئي لإمكانية تأثير أبعاد جودة الخدمة التعليمية على البعد الوجداني كأحد أبعاد تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت.
- تبين معنوية العلاقة بين المتغيرات المستقلة الملموسية والاستجابية والتعاطف والمتغير التابع البعد السلوكي لتحسين الصورة الذهنية، بينما يتبين عدم معنوية المتغير المستقل الاعتمادية والثقة، بما يفيد بالقبول الجزئي لإمكانية تأثير أبعاد جودة الخدمة التعليمية على البعد السلوكي كأحد أبعاد تحسين الصورة الذهنية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت.
٣. وفيما يتعلق باختلاف تأثير جودة الخدمة التعليمية على الصورة الذهنية للهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت تبين عدم تأثر العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع باختلاف الخصائص الديموغرافية للعينة، وبالتالي يتم قبول فرض العدم الثالث.

ثانياً: توصيات الدراسة:

وفيما يتعلق بالدلالات العملية للدراسة في ضوء النتائج: يرى الباحث أن على قيادات الهيئة العامة للتعليم التطبيقي بدولة الكويت تطبيق بعض التوصيات بغرض التحسين المستمر للصورة الذهنية للهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت، وذلك على النحو التالي:

أ. في مجال الملموسية:

- مراعاة أن تتمتع أبنية مؤسسات الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بجمال التصميم والنظافة والمناسبة للاستخدام.

- توافر الوسائل المساعدة للعملية التعليمية (المكتبات، المعامل، قاعات الحاسب الآلي والإنترنت مجهزة بأحدث وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) بالكليات والمعاهد.
- توفير قاعات الدراسة والتدريب بالكليات والمعاهد مجهزة بأحدث الوسائل التعليمية.
- توافر المرافق الصحية وأماكن العبادة بكليات ومعاهد الهيئة.
- ظهور القائمين على التدريس والتدريب بالهيئة بشكل لائق ويتناسب مع طبيعة عملهم.

ب. في مجال الاعتمادية:

- تصميم المادة العلمية التي يتم تقديمها ببرامج التدريب والتعليم بالهيئة بجودة الشكل والورق والخلو من الأخطاء.
- الحرص المستمر على توفير المراجع الحديثة بمكتبات الهيئة.
- ضرورة أن تكون المادة العلمية التي يتم تقديمها بالهيئة متضمنة الموضوعات التي يتم دراستها والتدريب عليها.
- توافر التدريب العملي الكافي للموضوعات التي تحتاج قدر كبير من التدريب العملي.
- حض المحاضرين على أن يتفاعلوا مع الدارسين والمتدربين بكفاءة ليتمكنوا من توصيل المعلومات بسهولة.

ج. في مجال الاستجابة:

- الاستجابة الفورية لاحتياجات الدارسين والمتدربين.
- الاستعداد الدائم للتعاون من جانب المسؤولين والعاملين بالهيئة.
- توفير الرد الفوري على الاستفسارات وأسئلة الدارسين والمتدربين من جانب أعضاء هيئة التدريس ومختلف العاملين بالهيئة.
- الاستجابة التامة من جانب الموظفين للدارس والمتدرب رغم ضغوط العمل.
- استدامة حرص إدارة الهيئة على حل مشكلات الدارسين والمتدربين.

د. في مجال الثقة:

- توفير درجة عالية من الثقة في كفاية المادة العلمية التي تقدمها الهيئة للدارسين أو المتدربين.
- توفير المعرفة والمهارة المتخصصة لأعضاء هيئة التدريس المنتسبين للهيئة.
- توفير كافة احتياطات الأمان وبشكل كافي في محيط قاعات الدراسة والتدريب.
- المحافظة على السرية وخصوصية الدارسين والمتدربين في علاقاتهم مع أساتذتهم ومع المدربين في مجال التعليم والتدريب.
- توفير الثقة في كفاءة وحياد وموضوعية الاختبارات الدراسية وعملية التقويم للدارسين والمتدربين

هـ. في مجال التعاطف:

- تأهيل المحاضرين على سعة الصدر والروح الطيبة والصدافة والود مع الدارسين والمتدربين
- الاهتمام بشعور المتعاملون مع مؤسسات الهيئة بالراحة والود من العاملين بمختلف وحدات تقديم الخدمة بالهيئة، والتقييم المستمر لذلك.
- تفهم احتياجات الدارسين والمتدربين من حيث جداول الدراسة والتدريب والاختبارات.
- وضع مصالح الدارسين والمتدربين في مقدمة اهتمامات الإدارة والعاملين.
- ملاءمة ساعات العمل والوقت المقدم والمخصص للخدمة التعليمية والتدريب.

قائمة المراجع

١. إسماعيل، تركي شاكر، (٢٠١٥)، "التسويق الداخلي كمفهوم لإدارة الموارد البشرية وأثره على جودة الخدمة التعليمية: دراسة تطبيقية على العاملين في كليات الاقتصاد والعلوم الإدارية في الجامعات الأردنية الخاصة"، **مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات**، العدد الثالث والعشرون، فلسطين، ص ١٧٥ - ٢٠٢.
٢. بركات، عبد المنعم أمين، (٢٠١٧)، "الصورة الذهنية للموظف الحكومي: دراسة تطبيقية على بعض المنظمات الحكومية في جمهورية مصر العربية"، **المجلة المصرية للدراسات التجارية**، العدد (٧)، مصر، ص ٢٥٩ - ٢٩٢.
٣. ثابت، جمال صادق الحوياني، (٢٠١٦)، "دور إدارة الصورة الذهنية في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للبنوك تجاه العملاء وولاء العملاء: دراسة تطبيقية في البنوك التجارية اليمنية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية التجارة، جامعة أسيوط، مصر.
٤. حجاب، محمد منير، (٢٠١٧)، "الاتصال والعلاقات العامة"، دار الفجر للنشر والتوزيع.
٥. حسين، حسين محمد، (٢٠١٠)، "نموذج مقترح لتفعيل استراتيجيات اتخاذ القرار للارتقاء بجودة الخدمة التعليمية: بالتطبيق على الجامعات الحكومية والخاصة بجمهورية مصر العربية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر.
٦. حميدو، رانيا أحمد، (٢٠١٢)، "تطبيق سلاسل ماركوف على تعميم وظيفة الجودة كمدخل لتحسين فعالية جودة الخدمة التعليمية في الدراسات العليا"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر.
٧. خالد، جيهان محمد شفيق، والرشيدى، فهد مبارك خالد، (٢٠١٥)، "رضا الطلاب عن جودة الخدمات بالتعليم العالي في مصر والكويت، **مجلة كلية التربية**، جامعة الإسكندرية، المجلد (٢٥)، العدد (١)، مصر، ص ٢٣ - ٥٢.
٨. خير، شذى عبد الرازق محمد، (٢٠١٧)، "فاعلية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لشركات الاتصال: دراسة حالة شركة زين للهاتف النقال في الفترة (٢٠١٢ م - ٢٠١٣ م)"، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، المجلد (١٨)، العدد (٢)، السودان، ص ١ - ١٣.
٩. الدوري، مصطفى كمال مصطفى، (٢٠١٦)، "دور استراتيجية التميز في تحسين الصورة الذهنية: دراسة ميدانية"، **المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية**، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، ملحق المجلد ٧، مصر، ص ٦٦٣ - ٦٩٣.

١٠. الرميدى، بسام سمير، (٢٠١٧)، "تقييم الصورة الذهنية لكليات السياحة والفنادق بالجامعات المصرية"، *المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة*، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، المجلد (١١)، العدد (٢)، مصر، ص ٢٤٧-٢٧١.
١١. زيد، جمال درهم، والصهيبي، إياد نبيل إبراهيم، (٢٠١٨)، "جودة الخدمات المصرفية وأثرها في الصورة الذهنية لدى العملاء: دراسة ميدانية في البنوك الإسلامية في الأطراف ذوي العلاقة اليمنية"، *مجلة الدراسات الاجتماعية*، المجلد ٢٤، العدد ٢، جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن، ص ١-٢٦.
١٢. شاهين، سمر محمد أحمد حسن، (٢٠١٥)، "إطار مقترح لتحسين جودة الخدمة التعليمية: دراسة تطبيقية على جامعة عين شمس"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر.
١٣. شكر، أحمد عادل إمام، (٢٠١٩)، "رضاء الطلاب كمتغير وسيط بين جودة الخدمة التعليمية والصورة الذهنية للجامعة: دراسة تطبيقية على الجامعات الحكومية والخاصة في مصر"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية التجارة، جامعة المنوفية، مصر.
١٤. صلاح الدين، نسرين صالح، والبرطمانى، مريم سعيد، (٢٠١٨)، "جودة الخدمات الجامعية في مركز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بجامعة السلطان قابوس: دراسة تطبيقية باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات"، *مجلة الدراسات التربوية والنفسية*، كلية التربية، جامعة السلطان قابوس، المجلد (١٢)، العدد (١)، سلطنة عمان، ص ١٦-٢٩.
١٥. الطوبجي، أحمد عرفان، (٢٠١٨)، "دور إدارة التغيير في تشكيل الصورة الذهنية للجودة بالتطبيق على المعاهد العليا للسياحة والفنادق بجمهورية مصر العربية"، *المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة*، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، المجلد (١٢)، العدد (٢)، مصر، ص ٣٨٥-٤٠١.
١٦. عبد العزيز، ريهام أنسى محمود، (٢٠١٧)، "دور التسويق الداخلي في زيادة مستوى الالتزام التنظيمي لتحقيق جودة الخدمة: دراسة تطبيقية على المعاهد الخاصة بمحافظة الدقهلية"، *رسالة دكتوراه غير منشورة*، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، مصر.
١٧. عبد القادر، خالد عبد القادر محمد، (٢٠١٣)، "نموذج مقترح لتأثير التسويق الداخلي وسلوكيات المواطنة التنظيمية على رضا العميل وانعكاساته على الصورة الذهنية للمنظمة بالتطبيق على خدمة كروت الائتمان"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية التجارة، جامعة بني سويف، مصر.

١٨. عبد الله، مجدي عبد الرحمن، (٢٠٢٠)، " استراتيجيات مقترحة لتحسين الصورة الذهنية للجامعات المصرية الناشئة: جامعة الوادي الجديد نموذجا، *مجلة البحث العلمي في التربية*، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، المجلد (١٣)، العدد (٢١)، مصر، ص ١١٥-١٥٨.
١٩. عطيفي، ريهام أحمد، (٢٠١٧)، "أثر بيئة العمل على جودة الخدمة التعليمية: دراسة ميدانية"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر.
٢٠. العنزي، نهلة نجاح عبد الله، وعجيل، علاء جاسب، (٢٠١٨)، " الصورة الذهنية للجامعة التقنية الوسطى لدى تدريسيي الجامعة"، *مجلة الكلية الإسلامية الجامعة*، الجامعة الإسلامية، العدد (٤٧)، العراق، ص ٥٣٥-٥٥٣.
٢١. عيد، أيمن عادل، (٢٠٢٠)، " *البحث العلمي: مدخل تطبيقي*"، كلية التجارة، جامعة السادات، مصر.
٢٢. محمد، أسماء جمال أحمد، (٢٠١٦)، "دور رضا العميل عن العلامة التجارية في علاقة كل من القيمة المدركة للعميل والصورة الذهنية للعلامة التجارية بولاء العميل: دراسة ميدانية مطبقة على عملاء شركات الهواتف المحمولة"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية التجارة، جامعة أسيوط، مصر.
٢٣. المطيري، فواز متعب خالد، ورفاعي، ممدوح عبد العزيز محمد، (٢٠١٧)، " دور الالتزام التنظيمي في تحسين جودة الخدمة الحكومية: دراسة تطبيقية على وزارة التربية والتعليم العالي بدولة الكويت"، *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، كلية التجارة، جامعة عين شمس، العدد (٣)، مصر، ص ١١٩-١٥٠.
٢٤. المنيراوي، هناء عبد الرؤوف محمد، (٢٠١٥)، "دور المعرفة الضمنية في تحسين جودة خدمة التعليم العالي: دراسة ميدانية على الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر.
٢٥. موسى، محمود كمال عربي، (٢٠١٦)، "تنمية القدرات الإبداعية كمدخل لتحسين مستوى جودة الخدمة التعليمية: دراسة ميدانية على جامعات جنوب مصر"، *رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر.
٢٦. ناصف، السيد صبحي عبد الفتاح، (٢٠١٧)، "الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة لإدارة المسئولية الاجتماعية للمنظمة لتحسين الصورة الذهنية تجاه أصحاب المصلحة: دراسة ميدانية على قطاع التأمين"، *رسالة دكتوراه غير منشورة*، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر.

٢٧. النشمي، مراد محمد، وقائد، عماد عبد الوهاب، (٢٠١٥)، "العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والصورة الذهنية للمنظمة: دراسة حالة على جامعة العلوم والتكنولوجيا باليمن"، **مجلة الدراسات الاجتماعية**، العدد (٤٥)، جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن، ص ١٠٧-١٥٨.
٢٨. الهابيل، وسيم إسماعيل، والسر، أحمد عبد الكريم، (٢٠١٧)، "جودة الخدمات الإلكترونية وتأثيرها على الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية في قطاع غزة من وجهة نظر الطلبة"، **مجلة جامعة الأقصى**، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد (٢١)، العدد (١)، فلسطين، ص ٢٥٩-٢٩٢.
29. Allahawiah ،S. R. ،"Factors Affecting the Use of E-Services from User Perspectives: A Case Study of Al-Balqa' Applied University" ،**Journal of Management Research** ،Vol. 5 ،No. 2 ،2013 ،P. 45-64.
30. Alwi ،Sharifah Faridah Syed ،& Kitchen ،Philip J. ،(2014) ،" Projecting corporate brand image and behavioral response in business schools: Cognitive or affective brand attributes?" ،**Journal of Business Research** ،Vol. 67 ،No. 11 ،P. 2324-2336.
31. Amini ،M. & Ahmadinejad ،M. ،"The role of brand identity ،image ،loyalty and employee brand in PNU brand Strategy" ،**Journal of Basic and Applied Scientific Research** ،No. (10) 2012 ،P.466-471.
32. Balmer ،John M. T. ،Zhibin ،Lin ،& Weifeng ،Chen ،(2020) ،" The role of corporate brand image for B2B relationships of logistics service providers in China" ،**Journal of Business Research** ،In press ،corrected proof Available online 23 April.
33. Berk ،R. ،& Burc ،U. ،(2013) ،"A note on the effect of brand image on sales" ،**Journal of Product & Brand Management** ،Vol. 12 ،No ،4 ،P. 239-254.
34. Bloemer ،J. & Ruyter ،K. & Peeters ،P. ،(2018) ،"Investigating drivers of bank loyalty: the complex relationship between Image ،service quality and satisfaction" ،**International Journal of Bank Marketing** ،Vol. 16 ،No. 7 ،P. 286-276.

35. Díez ،F. ،Villa ،A. ،Iraurgi ،I. ،(2020); " Impact of quality management systems in the performance of educational centers: educational policies and management processes" ،**Heliyon** ،Vol. (6) ،No. (4) ،Article e03824.
36. Ha ،Sejin ،Huang ،Ran ،& Park ،Jee-Sun ،(2019) ،"Persuasive brand messages in social media: A mental imagery processing perspective" ،**Journal of Retailing and Consumer Services** ،Vol. 48 ،P. 41-49.
37. Kim ،J.-H. ،Kim ،M. ،Yoo ،J. and Park ،M. (2021) ،"Consumer decision-making in a retail store: the role of mental imagery and gender difference" ،**International Journal of Retail & Distribution Management** ،Vol. 49 No. 3 ،pp. 421-445.
38. Kontic ،L. ،(2014) ،"Measuring Service Quality in Higher Education: The Case of Serbia" ،In Human Capital without Borders: Knowledge and Learning for Quality of Life; **Proceedings of the Management ، Knowledge and Learning International Conference** ،Faculty of Legal and Business Studies ،Serbia ،P. 645-654.
39. Lahap ،Johanudin ،Ramli ،Nur Safiah ،Noraslinda ،Mohd Said ،& Salleh ،Mohd Radzi ،(2017) ،" A Study of Brand Image towards Customer's Satisfaction in the Malaysian Hotel Industry" ،**Procedia-Social and Behavioral Sciences** ،Vol. 224 ،P. 149-157.
40. Lee ،H. ،Jang ،J. ،& Cho ،C. ،(2013) ،"Developing e-ServQual for Educational Websites" ،**Journal of Education & Vocational Research** ،Vol. 4 ،No. 1.
41. Park ،Minjung ،& Yoo ،Jungmin ،(2020) ،"Effects of perceived interactivity of augmented reality on consumer responses: A mental imagery perspective" ،**Journal of Retailing and Consumer Services** ،Vol. 52 ،Article 101912.

42. Petruța ،Pavel Adina ،(2014) ،"A Quality Culture- A Key Issue for Romanian Higher Education" ،**Procedia- Social and Behavioral Sciences** ،Vol. 116.
43. Rahman ،A. ،"Kim-Soon ،N. ،& Ahmed ،M. ،(2014) ،"E-Service Quality in Higher Education and Frequency of Use of the Service" ، **International Education Studies** ،Vol. 7 ،No. 3.
44. Sekaran ،Uma ،& Bougie ،Roger ،"**Research Methods for Business: A Skill Building Approach**" ،5th Edition ،John Wiley ،& Sons ،USA ، 2010.
45. Shamma ،H.M. (2015) ،"A stakeholder Perspective for Examining Corporate Reputation: An Empirical Study of the U.S. Wireless Telecommunication Industry" ،**Unpublished Ph.D. dissertation** ،The George Washington University.
46. Spyopoulou ،S.؛ Skarmeas ،D.؛ & Katsikeas ،C. ،(2010) ،"The role of corporate image in business-to-based export ventures: A resource-based approach" ،**Industrial Marketing Management** ،Vol. 39 ،P. 752-760.
47. Tsai ،Yafang ،Wu ،Shih-Wang ،& Tsai ،Yi-Hua ،(2018)؛ "Employee Perceptions of Service Quality Based on Hospital Quality Improvement Strategy" ،**International Journal of Management ،Economics and Social Sciences** ،Vol. 7 (S1) ،P.13– 25. Tsai،