



Assessing the Quality of Telecommunication Services and Its Relationship to Student Satisfaction at Adam Barka University (A Case Study of the Abeche Branch of Airtel, Covering the Period from October 1, 2025, to March 1, 2026)

Ibrahim Mohamed Dahab*

Lecturer at Adam Barka University in Abéché, Chad

تقييم جودة خدمات الاتصالات وعلاقتها برضا طلاب جامعة آدم بركة
(دراسة حالة شركة إرتيل فرع أبشة في الفترة من 01 أكتوبر 2025م إلى 01 مارس 2026م)

ابراهيم محمد دهب *

محاضر بجامعة آدم بركة بأبشة، تشاد

*Corresponding author: m_alim52@yahoo.com

Received: August 04, 2026

Accepted: September 25, 2026

Published: October 16, 2026



Copyright: © 2026 by the authors. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract:

This study aimed to evaluate the quality of telecommunication services provided by the Abéché branch of Airtel and its relationship to the satisfaction of students at Adam Barka University, covering the period from October 1, 2025, to March 1, 2026. The study employed a descriptive-analytical approach, utilizing a questionnaire as the primary tool for data collection from a random sample of students at Adam Barka University. The dimensions of service quality examined included reliability, responsiveness, assurance (security), empathy, tangibles, coverage quality, internet speed, call clarity, pricing of service packages, and customer service. Data were analyzed using frequencies, percentages, arithmetic means, standard deviations, Pearson correlation coefficients, and regression analysis. The results revealed a statistically significant positive correlation between the quality of telecommunication services and the satisfaction of Adam Barka University students. Furthermore, the dimensions of coverage quality, internet speed, customer service, and pricing were found to have the greatest impact on satisfaction levels. The study also indicated statistically significant differences in satisfaction levels based on certain demographic variables, such as gender, faculty, duration of service usage, and the type of service package. The study concludes with several recommendations, most notably: improving coverage quality and internet speed, enhancing customer service, offering service packages and price points tailored to students, and strengthening Airtel's infrastructure in the city of Abéché. Keywords: Telecommunication service quality, student satisfaction, Airtel, Abéché branch, Adam Barka University, network quality, internet speed, customer service, pricing, coverage, case study..

Keywords: Quality of telecommunication services, student satisfaction, Airtel, Abéché branch, Adam Barka University, network quality, internet speed, customer service, pricing, coverage, case study.

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة خدمات الاتصالات المقدمة من شركة إرتيل (Airtel) فرع أبشة، وعلاقتها برضا طلاب جامعة آدم بركة، خلال الفترة من 01 أكتوبر 2025م إلى 01 مارس 2026م. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات من عينة عشوائية من طلاب جامعة آدم بركة. وتناولت أبعاد جودة الخدمة: الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، الملموسية، جودة التغطية، سرعة الإنترنت، وضوح المكالمات، أسعار الباقات، وخدمة العملاء. وتم تحليل البيانات باستخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ومعامل ارتباط بيرسون، وتحليل الانحدار. وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين جودة خدمات الاتصالات ورضا طلاب جامعة آدم بركة، وأن أبعاد جودة التغطية وسرعة الإنترنت وخدمة العملاء والأسعار كانت الأكثر تأثيراً في مستوى الرضا. كما بينت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الرضا تعزى إلى بعض المتغيرات الديموغرافية مثل النوع، والكلية، ومدة الاستخدام، ونوع الباقة. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، أهمها: تحسين جودة التغطية وسرعة الإنترنت، وتطوير خدمة العملاء، وتقديم باقات وأسعار تناسب الطلاب، وتعزيز البنية التحتية لشركة إرتيل في مدينة أبشة.

الكلمات المفتاحية: جودة خدمات الاتصالات، رضا الطلاب، شركة إرتيل، فرع أبشة، جامعة آدم بركة، جودة الشبكة، سرعة الإنترنت، خدمة العملاء، الأسعار، التغطية، دراسة حالة.

المقدمة

المحور الأول: أساسيات الدراسة والدراسات السابقة

أولاً: أساسيات الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم جودة خدمات الاتصالات التي تقدمها شركات الاتصالات في تشاد وعلاقتها برضا طلاب جامعة آدم بركة بأبشة. لذا فإن الشركات جميعها تسعى إلى تقديم منتجات ذات جودة عالية لتحقيق رضا العملاء عن خدماتها، وكذلك البقاء في السوق ومسايرة الشركات المنافسة ولن يتحقق ذلك إلا من خلال تدريب العنصر البشري منتج ومقدم الخدمة على كيفية تقديم خدمة بطرق واساليب جديدة وتوفيرها في الوقت المناسب وبالسعر المناسب وبجودة عالية تشبع حاجات ورغبات العملاء، ولكي تستمر الشركات في تحقيق ذلك فإنها تقوم بدراسة احتياجات ورغبات العملاء من فترة لأخرى للوقوف على التغيرات التي قد تحدث في أذواق العملاء وميولهم الشخصي.

مشكلة الدراسة:

تتبع مشكلة الدراسة من أن رضا الناس غاية لا تدرك وعليه فإن الشركات بصفة عامة وشركات الاتصالات بصفة خاصة تسعى دوماً إلى تقديم خدمات ذات جودة عالية رغبة منها في الحصول على رضا العملاء وهم طلاب الجامعة، ولذا فإن السؤال الجوهرى الذي يمكن أن يطرح هو: ما مدى علاقة جودة خدمات الاتصالات بمستوى رضا طلاب جامعة آدم بركة عن خدمات شركة إرتيل؟

ويتفرع من هذا السؤال الجوهرى عدد من الاسئلة الفرعية وهي:

- 1- هل للمظاهر الملموسة (الاجهزة، نقاط البيع، المكاتب) لخدمات شركة إرتيل تأثير على رضا الطلاب عن جودة الخدمة؟
- 2- هل للاعتمادية (دقة الخدمات، استقرار الشبكة، قلة الاعطال) تأثير على رضا الطلاب عن جودة الخدمة؟
- 3- هل لسرعة استجابة شركة (معالجة الشكاوي، الاستعداد للمساعدة) شركة إرتيل لشكاوي الطلاب واستفساراتهم تأثير على رضاهم عن اسعار الخدمات؟
- 4- هل هناك تأثير لثقة الطلاب (الأمان) بشركة إرتيل وكفاءتها على رضاهم العام عن الشركة؟
- 5- هل هناك تأثير لتعاطف شركة إرتيل واهتمامها باحتياجات الطلاب على رضاهم؟

فروض الدراسة:

- 1- لا توجد علاقة بين الملموسية في خدمات شركة إرتيل ورضا الطلاب عن جودة الخدمة.
 - 2- لا توجد علاقة بين الاعتمادية في خدمات شركة إرتيل ورضا الطلاب عن جودة الخدمة.
 - 3- لا توجد علاقة بين الاستجابة لشكاوي الطلاب واستفساراتهم ورضا الطلاب عن الاسعار.
 1. 4- لا توجد علاقة بين الثقة في شركة إرتيل والرضا العام للطلاب.
 - 4- لا توجد علاقة بين تعاطف الشركة واهتمامها باحتياجات الطلاب والرضا العام عن خدماتها.
- أهمية الدراسة:**

- 1- فهم مدى رضا الطلاب عن الخدمات التي تقدمها شركة إرتيل تشاد.
 - 5- 2- تقديم حلول عملية لحل المشكلات التي قد تعاني منها شركة إرتيل تشاد .
 - 2- نظراً لأهمية قطاع الاتصالات وخاصة مع التطور التكنولوجي يشهده العالم.
 - 3- توضيح طبيعة العلاقة بين جودة الخدمات ورضا الطلاب.
 - 4- تحديد مستوى جودة الخدمات من وجهة نظر طلاب جامعة آدم بركة بأبشة.
- أهداف الدراسة:**

- 1- فهم احتياجات الطلاب في مجالات الاتصالات
 - 2- معرفة درجة رضا الطلاب عن الخدمات المقدمة من قبل شركات إرتيل.
 - 3- بيان العلاقة بين رضا العملاء وأهميته في تحقيق أهداف شركات الاتصالات.
 - 4- اقتراح تحسينات لخدمات الاتصالات بناء على نتائج الدراسة.
 - 5- تقديم ما يلزم من المعلومات لصالح شركات الاتصالات.
- منهج الدراسة:** استخدم الباحث في دراسته هذه المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة.
- حدود الدراسة:**

الحدود المكانية: عينة من طلاب جامعة آدم بركة بأبشة.

الحدود الزمانية: 01 أكتوبر 2025م إلى 01 مارس 2026م

أدوات الدراسة:

المصادر الأولية: الاستبيان – المقابلات

المصادر الثانوية: الكتب العربية – الكتب الأجنبية- التقارير – الدوريات – المجالات العلمية المتخصصة.

ثانياً: الدراسات السابقة:

توجد العديد من البحوث والدراسات التي اهتمت بجودة الخدمة ورضا العملاء، إلا ما انفرد به هذه الدراسة هو تناولها للمجتمع البحثي، حيث تم تطبيقه في قطاع إحدى مؤسسات التعليم العالي في تشاد، وبالتحديد جامعة آدم بركة بأبشة، وهو قطاع ذا أهمية قصوى وراة مهم للتكوين المجتمعي، وقد يساهم هذا البحث في تطوير هذا القطاع، ويتم سرد الدراسات بالترتيب الأحدث فالأحدث، ومن الدراسات التي تناولت موضوع البحث.

1- دراسة (محمد احمد حمدتو، 2024م):

هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر جودة الخدمات الالكترونية لقطاع شركات الاتصالات السعودية في تحقيق ولاء العملاء ولتحقيق ذلك تم اختيار عينة عشوائية مكونة من 126 حالة من عملاء شركة الاتصالات السعودية، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاحصائي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها وجود تأثير معنوي إيجابي لأبعاد جودة الخدمة (الاعتمادية، سرعة الاستجابة، التعاطف) على ولاء العميل لمزود الخدمة، ولا يوجد تأثير معنوي للبعدين (الملموسية، الأمان) على ولاء العميل.

2- دراسة (حاتم على حيدر، عمر احمد، 2023م)

هدفت الدراسة إلى اختبار تأثير جودة الخدمة وصورة الشركة على ولاء العملاء وتحليل الدور الذي يؤديه رضا العملاء كتغير وسيط، وذلك من خلال مسح الكتروني على 394 عميلاً وجمعت البيانات من خلال استخدام استقصاء الكتروني تم توزيعه للمبحوثين عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الالكتروني وقد استخدم الباحثان منهج المسح وفي إطاره تم استخدام المسح الالكتروني المدار عبر وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الالكتروني على عينة عملاء شركة يمن موبايل، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها وجود تأثير إيجابي دال احصائياً لجودة الخدمة على صورة الشركة ورضا العملاء وولائهم للشركة. وبناء على النتائج السابقة قدمت الدراسة عدد من التوصيات منها أن النشاط الخدمي في عالم اليوم هو نشاط موجه بالعمل، لذا ينبغي على شركات الاتصالات التركيز على التوجه بالعمل من خلال السعي إلى نيل رضاه عن الخدمات التي تقدمها.

3- دراسة (ليلي بندر عبد الرحمن، 2022م):

هدفت الدراسة إلى تحديد مدى تأثير تطبيق جودة الخدمات على مستويات الرضا لدى المستفيدين من خدمات الجمعيات الخيرية بمدينة مكة المكرمة، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي في دراستها، ويتمثل مجتمع الدراسة في المستفيدين من خدمات الجمعيات الخيرية بمدينة مكة المكرمة، واختارت الباحثة عينة مكونة من 347 مستفيد، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن جودة الخدمات لها تأثير على مستويات الرضا لدى المستفيدين من خدمات الجمعيات الخيرية بمدينة مكة المكرمة، كما تشير كذلك أن التزام الجمعيات الخيرية بتطبيق الجودة في خدماتها ساهم في تحقيق رضا المستفيدين عن الخدمات المقدمة لهم. كما قدمت الدراسة عدد من التوصيات منها: تسهيل وصول الباحثين للمعلومات المتعلقة بالمستفيدين وذلك من أجل الاستفادة من نتائج الدراسات العلمية في تحسين جودة الخدمات المقدمة وتحقيق رضا المستفيدين.

4- دراسة (نادية ارقيدي، ونورة مكاحلة، 2019م):

هدفت الدراسة إلى التعرف على محددات الرضا لدى الزبون، ومن أجل الاحاطة بالموضوع فقد استخدمتا الباحثتان المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلاءم مع طبيعة الموضوع، ولتحقيق ذلك تم توزيع 180 استبانة لقينة الدراسة استعيدت منها 150 استبانة وبعد التحليل توصلت الباحثتان إلى عدد من النتائج منها أن هناك علاقة ايجابية قوية بين محددات جودة الخدمة ورضا الزبون فكلما اهتمت المؤسسة بمختلف محددات الجودة فيها كلما زاد ذلك من مستوى رضا زبائنها، وقدمت الدراسة عدد من التوصيات منها: على مؤسسة موبيليس معالجة ضعف الشبكة في مختلف المناطق السكنية من أجل زيادة قدرتها على الابقاء بوعودها من ناحية قيمة المنفعة المقدمة مقابل ما تم دفعه مسبقاً من طرف الزبون في شكل فاتورة.

5- دراسة (يونس المقدادي، ومحمد الشورة، 2011):

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة محددات جودة خدمات الهاتف النقال التي تقدمها شركات الاتصالات الاردنية وعلاقتها بمستويات الرضا لدى عملاء تلك الشركات من وجهة نظر العاملين في الجامعات الاردنية في مدينة عمان، واختار الباحثان عينة مكونة من 200 عضو منقسمين إلى 100 عضو هيئة تدريس و100 موظف من مختلف الجامعات الاردنية، وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي والميداني، وتوصل الباحثان إلى عدد من النتائج منها أن جميع محددات جودة خدمات الهاتف النقال لها أثر على مستويات الرضا من وجهة نظر العاملين في الجامعات الاردنية تجاه الخدمات المقدمة، وبناء عليه قدم الباحثان مجموعة من التوصيات منها: على إدارة شركات الهاتف النقال الاردنية الالتزام التام بالوعود التي يتم الاعلان أو الوعود التي يتم الاتفاق عليها مع العميل، ضرورة جعل اولويات عمل الموظفين هو تقديم الخدمة إلى العملاء مهما كانت درجة انشغالهم.

التعليق على الدراسات السابقة:

أورد الباحث من خلال ما تقدم مجموعة من الدراسات السابقة التي تتفق جزئياً مع موضوع الدراسة الحالية وتسلط الضوء على مفهوم جودة الخدمة، إلا أن هذه الدراسة تمثل إضافة إلى كونها تشير إلى مفهوم جودة الخدمة فقد توسعت فيه وذكرت مختلف الآراء والتفسيرات التي حاولت تأطير هذا المفهوم. بالإضافة إلى بيان أهمية جودة الخدمة باعتبارها نظاماً يركز على استقطاب أفضل الكفاءات والعمل على تطويرهم وتدريبهم وتنمية مواهبهم والحفاظ عليهم بعد ذلك من خلال تقديم أنشطة وبرامج تتناسب مع احتياجاتهم النفسية والمهارية حتى يصبحوا أكثر فعالية وإنتاجية وقدرة على تحقيق التغيير المنشود. كما تطرقت الدراسة إلى الحديث عن أبعاد جودة الخدمة، وذكر السمات الشخصية الواجب توافرها في القائد الذي يتولى زمام جودة الخدمة ويعمل على تحقيق أهدافها، علاوة على ذلك، يتضح من الدراسات السابقة أنها تختلف في المتغيرات التي تناولتها والأهداف التي سعت إلى تحقيقها وحدودها الزمانية والمكانية، ما أدى إلى تعدد طرق تناولها لموضوع جودة الخدمات، والدراسة الحالية وإن كانت تختلف مع الدراسات السابقة في المنهج والإجراءات المتبعة إلا أنها قد أفادت من منها في صياغة مشكلة الدراسة وأهدافها وأهميتها وحدودها، وبناء الإطار النظري.

المحور الثاني: المفاهيم الأساسية لمفهوم الجودة والرضا

أولاً: مفهوم جودة الخدمة:

1- مفهوم الجودة: تعتبر الجودة من أكثر المفاهيم التي تناولها الباحثين والمهتمين والأكاديميين لأهميتها في تحقيق أهداف المؤسسات بمختلف أنواعها سواء كانت تقدم منتجات أو خدمات، وبالتالي فهناك العديد من الدراسات تناولت مفهوم الجودة فيري (كوتلر) منها " بأنها المظاهر والخصائص الكلية للمنتج سلعة أو خدمة التي تجعله قادراً على اشباع حاجات الزبون " (محمد التركي، ص5، 2006)، ويرى (هيل) " بأنها ادراك باستمرار لاحتياجات الزبائن وتوقعاتهم وتلبيتها من خلال تحقيق المطالبة لمواصفات المنتج الذي يطلبونه".

من خلال هذه التعريفات يمكن تعريف الجودة بأنها تقديم منتج أو خدمة وفق تطلعات العميل وبالطريقة التي تناسب وفي حدود إمكانياته.

2- مفهوم الخدمة: تعتبر قطاع الخدمات من القطاعات الأكثر قبولا للدراسة من قبل الباحثين والأكاديميين نظراً لزيادة حاجة الناس إلى الخدمات. لذا فإن مفهوم الخدمة تعددت بتعدد الباحثين في وضع مفهوم محدد لها منها: فقد عرفها (استيفين) بأنها منتج غير ملموس يقدم منفعة للزبون من خلال استخدامه جهداً بشرياً أو آلياً على أشخاص أو أشياء محددة ولا يمكن حيازة شيء مادي (محمد التركي، 2006، ص17).

وقد عرفها (ديب) بأنها منتجات غير ملموسة تشمل وثيقة عمل لمطابقة الاحتياجات والجهد الذي يقدمه صاحب الخدمة ولا تحتوي بالضرورة على شيء مادي يمتلكه طالبها (محمد التركي، نفس المرجع).

ومن خلال التعريفين يستطيع الباحث ان يقدم تعريفاً للخدمة وهي عبارة عن منفعة يحصل عليها الفرد في مقابل مبلغ يدفعه لمقدم الخدمة دون أن يأخذ شيئاً ملموساً.

3- تعريف جودة الخدمة: هناك العديد من التعريفات تناولت جودة الخدمة منها: " أنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة" (جباري فادية، 2011م، ص88).

وكذلك عرفها (لويس) على أنها "التركيز على التواء الاحتياجات والمتطلبات، وتوضيح كيفية تسليمها بشكل جيد بناء على توقعات الزبائن. وجودة الخدمة المدركة هي الاتجاه الذي يحدد وجهة نظر الزبون العالمي تجاه الخدمة، ووجهة النظر هذه ناتجة عن مقارنة توقعات زبائن الخدمة مع ادراكاتهم عن الأداء الفعلي للخدمة" (جباري فادية، 2011م، ص88).

ثانياً: **ابعاد جودة الخدمة:** اختلف الباحثون على تحديد ابعاد الجودة بشكل دقيق منهم من عدها على بعدين ومنها اختصرها في اربعة ابعاد، ومنهم من عد إلى عشرة وهي: (جباري فادية، 2011م، ص94)

- 1- **الاعتمادية:** ويقصد بها قدرة مزود الخدمة على تقديم الخدمة في الوقت المناسب وبالجودة المناسبة والمطابقة لتطلعات العميل.
- 2- **الاستجابة:** يقصد بها مدى قدرة الشركة على توفير الخدمة في المكان المناسب والذي يحتاج إليه العميل.

ويعرف أيضاً وجود الرغبة في المساعدة الفورية للزبائن وتزويدهم بالخدمة (kotler,2000 ;p59). وقد عرفت أيضاً على أنها تعني الرغبة في استعداد المؤسسة في تقديم خدمة للزبون بسهولة (Davis,2003,P221)

- 3- **الوصول إلى الخدمة:** يقصد به العمليات الإدارية المتعلقة بعملية تقديم الخدمة من حيث طريقة الاتصال وتوقيت تقديم الخدمة ومدى مناسبة مكان الخدمة وطرق تقديمها من خلال منافذ الخدمة.
- 4- **الأمان:** يقصد به درجة المصداقية التي يعطيها العميل للخدمة ومدى خلوها من المخاطر.
- 5- **درجة فهم مقدم الخدمة للمستفيد:** يقصد بها مدى فهم مزود الخدمة لاحتياجات العملاء ومشاكلهم ومشاعرهم تجاه الخدمة المقدمة.
- 6- **الباقية:** يقصد بها مدى شعور العميل بالرعاية والاهتمام الشخصي الذي توليهما إدارة المؤسسة للعميل شخصياً.
- 7- **الاتصال:** يقصد به عملية الاتصال وتداول المعلومات والشكاوي والاقتراحات التي يبديها الزبائن ونقلها إلى الإدارة للنظر فيها ومعالجتها.
- 8- **الاشياء الملموسة:** تقصد بها الأدوات التي تستخدم لتقديم الخدمة للعميل كالمرافق والتسهيلات المادية مثل الآلات والمعدات.
- 9- **المصداقية:** تقصد بها مدى التزام مزود الخدمة بالوعود التي قطعها مع العملاء، ومدى مصداقيته في تطبيقها.
- 10- **الجدارة:** تقصد بها مدى قدرة العاملين على تقديم خدمات بشكل يرضي المستفيدين ويلبي احتياجاتهم ورغباتهم.

ثالثاً مفهوم الرضا وابعاده:

- 1- **مفهوم الرضا:** تعمل المؤسسات على مختلف أنواعها على معرفة حاجات ومتطلبات العملاء من أجل اشباعها وتحقيق رضا العملاء، وذلك لأن بقاء هذه المؤسسات مرهونة بمدى قدرتها على اشباع حاجات العملاء في الوقت الذي يطلبونها وبالجودة التي يتوقعونها.
- 2- **تعريف الرضا:** قدم الباحثون العديد من التعريفات التي تناولت رضا العملاء ومن هذه التعريفات تعريف (كوتلر) "الرضا هو ذلك الشعور الذي يوحى للعميل السرور أو عدم السرور الذي ينتج عند مقارنة أداء المنتج الملاحظ مع توقعات العميل" (مؤمن عبدالسميع، 2017م، ص13).

وقد عرفه (عقيلي) بأنه "هي الحالة التي تكون فيها المنفعة اكبر من التضحيات وبالتالي تزداد القيمة ويزداد رضا الزبون وفق ما يلي: المنفعة < التضحيات = قيمة الزبون < رضا الزبون" (زوزو فاطمة، 2011م، ص19).

وعرف أيضاً بأن "الرضا هو مستوى من احساس الفرد الناتج عن المقارنة بين الأداء المدرك وتوقعاته" (محمد فريد، 2002م، ص71)

وقد عرفه كوتلر على أن الرضا هو التعبير عن المشاعر التي تنشأ بعد مقارنة ما تم تحقيقه وما يتوقعه المستهلك للحصول على الرضا أو عدم الرضا والذي يوصف بالشعور بالسعادة أو خيبة الأمل. (Kotler & Keller, 2009)

3- أهمية الرضا: (سمية بلحسن، 2012م، ص24)

3-1- زيادة تكرار تعاملات الزبون مع المؤسسة.

3-2- خلق ولاء من قبل الزبون للمؤسسة.

3-3- نجاح المنظمة في تحقيق الأرباح من خلال حاجات ومتطلبات الزبون.

3-4- تطوير جودة المنتج وتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة في السوق.

4- عناصر الرضا: (هيلين عبد الرحيم، المجلد 31، العدد2، ص69)

4-1- التوقعات: يقصد بها التطلعات التي يتوقعها الزبون من المنتج بحيث يحقق مزايا وخصائص معينة.

4-2- الأداء الفعلي: يقصد به مستوى الأداء الذي يحصل عليه العميل عند استخدامه للمنتج.

4-3- التحقق/ عدم التحقق: يقصد بالتحقق درجة تطابق الأداء الفعلي مع المتوقع. وأما عدم التحقق فيقصد به انحراف أداء المنتج عن المتوقع منه.

رابعاً العلاقة بين جودة الخدمة والرضا:

تسعى جميع المؤسسات إلى تحسين جودة الخدمات وخاصة شركات الاتصالات نظراً للتطور التكنولوجي الكبير في مجال الاتصالات وملحقاتها وذلك رغبة منها في اشباع حاجات ورغبات العملاء والتي تتغير باستمرار من وقت لآخر ، الأمر الذي يتطلب من شركات الاتصالات دراسة حاجات العملاء من خلال استطلاع آراء المستفيدين من الخدمات التي تقدمها شركات الاتصالات ومدى ما تحققه هذه الخدمات من رضا تام لدى العملاء . ولذا يرى آخرون أن عملية تحسين الجودة غالباً ما يكون مصدرها الأساسي هو المستفيد. كما أن خطط الجودة يتم تعديلها حسب آراء وتصورات المستفيدين، وهذا يفرض على المنظمة دراسة وفهم احتياجات المستفيدين (ليلي بندر، 2022م، ص604).

المحور الخامس: نبذة تاريخية عن شركة إرتيل:

شركة إرتيل تشاد في بداية تأسيسها كانت تسمى (MIS) mobile Systèmes International. حيث

تأسست عام 1989م أسسها د. محمد ابراهيم ومقرها الرئيسي لندن، وقد حصل على رخصة لمزاولة أعمال عام 1998م كشركة تعمل في مجال الاتصالات اللاسلكية وبدأت هذه أعمالها في الاستثمار والبناء واستغلال وتشغيل شبكات الاتصالات اللاسلكية في إفريقيا.

وتتواجد الآن في 16 دولة وهذه الدول هي: جمهورية تشاد، بوركينا فاسو، الكونغو الديمقراطية، الغابون، غانا، كينيا، مالاوي، مدغشقر، النيجر، نيجيريا، سيراليون، تنزانيا ، أوغندا، زامبيا، كونغو برازافيل، سيشل

وكانت نظرة المسؤولين لهذه الشركة هي أن تكون أفضل شركات الاتصالات اللاسلكية في القارة الإفريقية ومما لا شك عندما تدقق النظر في الشركة فعلاً نجد إنها قدمت شيء ملموس فيما يتعلق بتطوير الاتصالات واستقلاليتها وما زالت تقدم المزيد للقارة علماً بأن هذا التغيير لم يأتي من فراغ وإنما جاء لعدة أسباب منها:

تحسين الفرص والمساهمات التجارية لشركة إرتيل الدولية كذلك لربط الاختلافات الثقافية والعادات والتقاليد في إفريقيا ودمجها مع بعضها البعض.

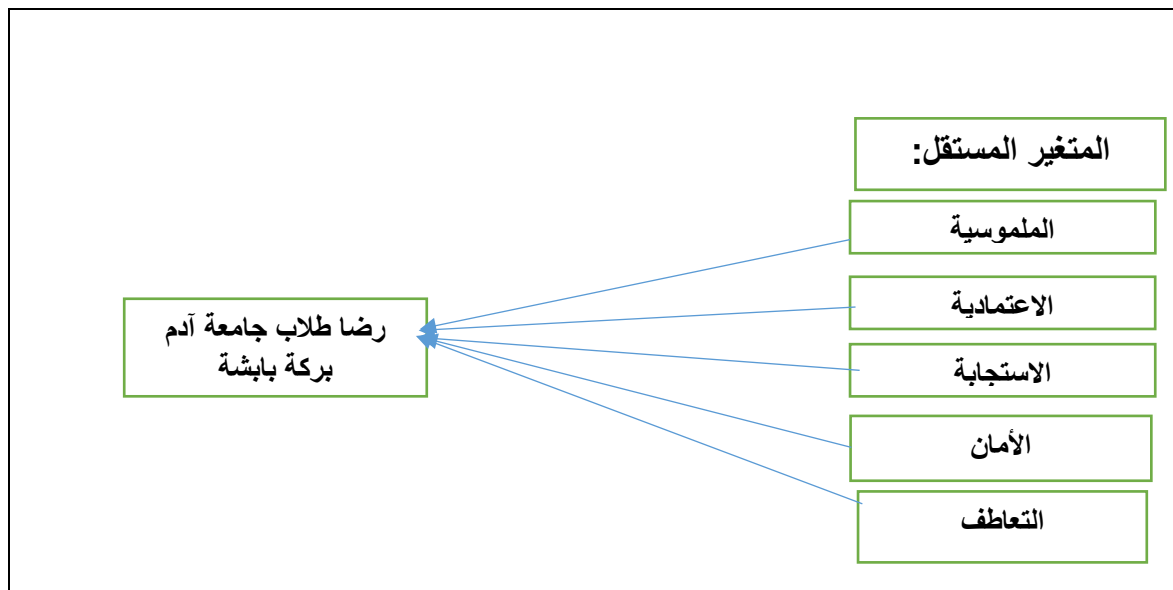
وجاءت هذه الشركة إلى تشاد بنداء من الحكومة التشادية من أجل خصخصة قطاع الاتصالات التابع للحكومة وذلك طبقا للقرارات الحكومية التي اتخذها الحكومة بخصخصة عدد من الشركات التابعة لها وذلك من أجل تطوير شبكات الاتصالات في تشاد، وزاوت هذه الشركة نشاطها في تشاد بتاريخ 15.000.000.000 م وتم تسجيلها في السجل التجاري كشركة مساهمة برأس مال قدره 1999/10/26 فرنك سيفا برقم 63\ب ومقرها الأساسي بشارع الجنرال شارلي ديغول على بعد 250 متر شمال صينية قصر العدالة وتقع بين مصرف شاري التجاري من الجنوب مقابل مقر شركة تيغو، وتوجد مكاتب عديدة موزعة في جميع الأراضي الوطنية وهي شركة اتصالات للهواتف المحمولة وفي أغسطس عام 2008م تم تغيير هذا الاسم من celtel الى zain tchad حيث تم شراؤها من قبل الشركة الكويتية وفي 22 نوفمبر تم تغييرها من zain الى airtel حيث تم شراؤها من الشركة الهندية للهواتف النقالة بارثي إرتيل Barthiairtele والتي لا تزال حتى الآن بنفس الاسم، وقد جاءت هذه الشركة بمعدات ضخمة بغرض تحسين نوعية الاتصالات في تشاد وتطويرها وتغطية كافة الأقاليم التشادية، ويوجد المقر الرئيسي لشركة إرتيل في العاصمة الهندية نيودلهي، وأما مركزها الرئيسي يتواجد في العاصمة الكينية نيروبي.

وقد تم فتح فرعها في تشاد منذ 16 من أكتوبر 1999م وتم تغيير اسمها من سلتيل إلى زين ف اغسطس عام 2008م، وفي مارس عام 2010م وتم شراء حصة زين لصالح شركة إرتيل للاتصالات والتي تقع مقرها الرئيسي انجمينا (باكو، 2016م، ص75).

أهداف شركة ارتيل للاتصالات:

- 1- تغطية كافة الأراضي الوطنية بشبكة موحدة.
- 2- تسهيل الاتصالات بين المواطنين.
- 3- إرضاء جميع العملاء بكل ما يطلبونه من خدمات .
- 4- تحسين اوضاع العمال الاقتصادية والاجتماعية .
- 5- تقليل البطالة وذلك بتوظيف عدد لا بأس به من المواطنين.
- 6- الاسهام في تنمية الاقتصاد الوطني التنشادي.
- 7- توفير خدمة الانترنت سهلة وبجودة عالية.

نموذج البحث



منهجية البحث

8-1 منهج البحث: انطلاقاً من طبيعة البحث والمعلومات المراد الحصول عليها من الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة ومن خلال الأسئلة التي تسعى البحث الحالي الإجابة عليها فإنه يعتبر بحث اختباري موجهة نحو الاختبار العملي للمعرفة المجذرة لموضوعات البحث ومتغيراته لتعرف العلاقة والأثر والتوافق والتكامل بينها لهذا اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي حيث سيتم استخدام الاستبانة في جمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضيات.

8-2 مجتمع البحث وعينته: يتكون مجتمع البحث من جميع الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة باختلاف خصائصهم الشخصية والأقسام، ويرجع اختيار جامعة آدم بركة بأبشة كمجال للدراسة الميدانية لكونه من أبرز مؤسسات التعليم العالي بمدينة أبشة، ولدورها الكبير في دعم التعليم والتكوين الوطني، ونظراً لصعوبة شمول جميع أفراد مجتمع البحث، تم الاعتماد على أسلوب العينة الميسرة، لهذا تم التواصل مع إدارة الموارد البشرية بالوكالة، فقد تم توزيع (115) استبانة، تم استرجاع (105) استبانة، وتم استبعاد البعض منها لعدم صلاحيتها للتحليل، وبهذا تكون قوائم الاستقصاء الصالح للتحليل (104) استبانة، أي ما نسبته (91%).

8-3 أداة البحث (الاستبيان): ركزت الباحث عند تصميم الاستبيان على ثلاثة مجالات هي صياغة ألفاظ الاستبانة لتكون سهلة وواضحة عند إجابة الأفراد وتصنيف المتغيرات وقياسها وترميزها بعد الحصول على إجابات المستقصين، بالإضافة إلى الشكل العام للاستبيان الذي راعت فيه الباحث درجة فهم المستجيب وحاول الباحث استخدام المصطلحات البسيطة لتخفيض ميل المستجيب إلى الإجابة دون التفكير، والابتعاد عن الأسئلة المركبة، والأسئلة الغامضة، والأسئلة التي تعتمد على القدرة على التركيز، وقد تم تحكيمه من قبل أساتذة ذوو اختصاص، ويحتوي الاستبيان المستخدم في البحث على مجموعة أسئلة مغلقة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي والتي تسهل على المستقصي إعطاء الجواب وتم تقسيم الاستبيان إلى ثلاثة محاور:

المحور الأول: يتعلق بالأسئلة الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي).

المحور الثاني: الفرضيات

- الفرضية الأولى: عدد العبارات (5).
- الفرضية الثانية: عدد العبارات (5).

- الفرضية الثالثة: عدد العبارات (5).
- الفرضية الرابعة: عدد العبارات (5).
- الفرضية الخامسة: عدد العبارات (5).

8-3- المعالجة الإحصائية: للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها لجأ الباحث إلى الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، لتطبيق الأساليب الإحصائية.

- التكرارات والنسب المئوية: بهدف تحديد مؤشرات القياس المعتمدة في الدراسة وتحليل خصائص عينة الدراسة ديموغرافيا.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد مستوى استجابة أفراد عينة الدراسة عن متغيراتها، ولفحص درجة تشتت استجابات أفراد عينة الدراسة عن وسطها الحسابي.
- معامل كرونباخ ألفا Cronbach Alpha لقياس ثبات أداة الدراسة الاستبانة ومقدار الاتساق الداخلي لها مصداقية الإجابات عن فقرات الاستبانة.
- تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression analysis وذلك للتحقق من أثر المتغيرات المستقلة على متغير التابع لإثبات الفرضيات.

8-4- اختبارات الصدق والثبات: يستخدم هذا الاختبار لمعرفة مدى إمكانية الاعتماد على قائمة الاستقصاء في جمع بيانات تتسم بالثبات، ويقصد به إمكانية الحصول على نفس البيانات عند إعادة الدراسة في نفس الظروف باستخدام نفس الأداة ونفس الأفراد ومعامل الثبات ألفا كرونباخ هو الطريقة التي استخدمها الباحث لحساب ثبات المقاييس وذلك باستخدام برنامج SPSS (V. 26)، وفي معظم الحالات يمكن اعتبار ألفا كرونباخ مؤشرا ملائما وممتازا لقياس ثبات المقياس ويعتبر من المعاملات التي من خلالها يمكن قياس مدى ثبات المقياس من خلال الاتساق الداخلي، ومن أجل البرهنة على أن الاستبانة تقيس العوامل المراد قياسها والتثبت من صدقها قام الباحث بإجراء اختبار مدى الاتساق الداخلي لفقرات المقياس حيث تم تقييم تماسك المقياس بحساب Cronbach Alpha حيث أن أسلوب كرونباخ ألفا يعتمد على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى وهو يشير إلى قوة الارتباط والتماسك بين فقرات المقياس. وعلى الرغم من عدم وجود قواعد قياسية بخصوص القيم المناسبة لـ Alpha لكن من الناحية التطبيقية يعد ($\alpha \leq 0.60$) معقولا في البحوث المتعلقة بالإدارة والعلوم الانسانية.

جدول (1) يوضح معامل ألفا كرونباخ

الاختبار	معامل الثبات	معامل الصدق
Cronbach Alpha	0.77	0.95
Guttman Split half	0.70	0.86

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية

يتبين من الجدول (1) أعلاه أن جميع قيم الصدق والثبات لاستبيان الدراسة تساوي أكثر من 60%، حيث سيقبل معاملات الصدق والثبات إذا كانت أكبر من 60%، وذلك باستخدام معاملي ألفا كرونباخ Cronbach Alpha ومعامل التقسيم النصفى Guttman Split half مما يعني أن الاستبيان صادق ويمثل مجتمع الدراسة تمثيلا دقيقاً.

5-8- التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة:

جدول (2) التوزيع الديموغرافي لأفراد عينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	58	55.8%
	أنثى	46	44.2%
العمر	أقل من 25 سنة	69	66.3%
	من 25-30 سنة	32	30.8%
	أكثر من 30 سنة	3	2.9%
المستوى التعليمي	المستوى الثاني	45	43.27%
	المستوى الثالث	59	56.73%

المصدر: من إعداد الباحث من نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه، أن معظم أفراد العينة هم ذكور بنسبة 55.8%، بينما الإناث تمثل نسبتهم 44.2%، أما العمر فيتضح من البيانات، فإن 66.3% أعمارهم أقل من 25 سنة، وأن 30.8% أعمارهم تتراوح ما بين 25-30 سنة، فإن 2.9% أعمارهم أكثر من 30 سنة، أما بخصوص المستوى التعليمي العلمي، فإن 43.27% في المستوى الثاني، وإن 56.73% في المستوى الثالث.

5-8-1- الوسط الحسابي والانحراف المعياري لقياس مستوى أفراد عينة الدراسة

جدول رقم (3) الوسط الحسابي والانحراف المعياري

م	المحور	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	الفرضية الأولى	1.44	.499	موافق
2	الفرضية الثانية	1.88	.285	لا أوافق
3	الفرضية الثالثة	1.82	.291	محايد
4	الفرضية الرابعة	1.85	.351	لا أوافق
5	الفرضية الخامسة	1.86	.267	لا أوافق
المتوسط العام للفرضيات		1.71 محايد		
الانحراف المعياري		.357		

المصدر: من إعداد الباحث من نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج SPSS

من خلال النتائج الواردة في الجدول أعلاه، تبين أن موافقة أفراد العينة لجميع الفرضيات، جاءت بدرجة ما بين موافق-لا أوافق، حيث جاءت الفرضية الأولى في الترتيب الأول بدرجة (موافق) وبمتوسط حسابي (1.44)، وبانحراف معياري (.499)، أما الفرضية الثانية جاءت بأقل وسط حسابي (1.88) وهي قليلة جداً، وانحراف معياري (.285).

5-8-2- اختبار الفرضيات:

2- اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة بين الملموسية في خدمات شركة إرتيل ورضا الطلاب عن جودة الخدمة.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر بُعد جودة الخدمات (الملموسية) في تحسين أداء الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة وكما هو موضح بالجدول (4).

جدول رقم (4) اختبار الفرضية الأولى
المصدر: من إعداد الباحث من نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج SPSS

معاملات الانحدار Coefficients			جدول تحليل التباين الأحادي ANOVA				ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع
Sig مستوى الدلالة	T المحسوبة	B درجة التأثير	Sig مستوى الدلالة	F المحسوبة	DF درجات الحرية		(R ²) معامل التحديد	R الارتباط	
000.	2.712	.259	.008	7.355	1	الانحدار	.067	.259	(اللموسية) (
.001					10	البواقي			
00.1					10	المجموع			
					3	ع			

يتضح من الجدول (4) أنه يوجد دور قوي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين جودة الخدمات (اللموسية) وتحسين أداء الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($R = .259$)، مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين المتغيرين، كما أن معامل التحديد ($R^2 = .067$) يشير إلى أن جودة الخدمات (اللموسية) تفسر ما نسبته (67%) من التباين في تحسين أداء الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة، كما بلغت درجة التأثير β (.259). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالمتغير المستقل جودة الخدمات (الاعتمادية) يؤدي إلى زيادة في تخفيض المتغير التابع، مما يعكس التأثير المتوسط، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت نتائج تحليل التباين أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (7.355) عند مستوى دلالة (0.008)، مما يعني أن التأثير دال إحصائياً، كما بلغت قيمة T المحسوبة بلغت (2.712) وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الأولى.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة بين الاعتمادية في خدمات شركة إرتيل ورضا الطلاب عن جودة الخدمة.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر بُعد جودة الخدمات (الاعتمادية) في تحسين أداء الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة وكما هو موضح بالجدول (5).

جدول رقم (5) اختبار الفرضية الثانية

المصدر: من إعداد الباحث من نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج SPSS

معاملات الانحدار Coefficients			جدول تحليل التباين الأحادي ANOVA				ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع
Sig مستوى الدلالة	T المحسوبة	B درجة التأثير	Sig مستوى الدلالة	F المحسوبة	DF درجات الحرية		(R ²) معامل التحديد	(R) الارتباط	
000.	6.784	.558	.000	46.018	1	الانحدار	.311	.558	الاعتمادية
.001					10	البواقي			
001.					10	المجموع			
					3	ع			

يتضح الجدول (5) أثر المتغير المستقل (الاعتمادية) على المتغير التابع في الدراسة الميدانية. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية المتغير المستقل جودة الخدمات (الاعتمادية) على المتغير التابع في الدراسة الميدانية. فقد بلغ معامل الارتباط R (0.558). عند مستوى (0.00) أما معامل التحديد (R^2) فقد بلغ (0.311)، أي أن ما قيمته (55%) من التغيرات في المتغير المستقل جودة الخدمات (الاعتمادية) ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام بالمتغير التابع. كما بلغت درجة التأثير β (0.558). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالمتغير المستقل جودة الخدمات (الاعتمادية) يؤدي إلى زيادة في تخفيض المتغير التابع، ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة التي بلغت (46.018) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \geq 0.50$) كما بلغت قيمة T المحسوبة بلغت (6.784) وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الثانية.

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة بين الاستجابة في خدمات شركة إرتيل ورضا الطلاب عن جودة الخدمة.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر بُعد جودة الخدمات (الاستجابة) في تحسين أداء الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة وكما هو موضح بالجدول (6).

جدول رقم (6) اختبار الفرضية الثالثة

المصدر: من إعداد الباحث من نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج SPSS

معاملات الانحدار Coefficients			جدول تحليل التباين الأحادي ANOVA				ملخص الأنموذج Model Summary		المتغير التابع
Sig مستوى الدلالة	T المحسوبة	B درجة التأثير	Sig مستوى الدلالة	F المحسوبة	DF درجات الحرارة		(R ²) معامل التحديد	(R) الارتباط	
000.	6.597	.547	.000	43.524	1	الانحدار	299.	.547	الاستجابة
.001					10 2	البواقي			
001.					10 3	المجموع			

يتضح من الجدول (6) أنه يوجد دور قوي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين جودة الخدمات (الاستجابة) وتحسين أداء الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($R = 0.547$)، مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين المتغيرين، كما أن معامل التحديد ($R^2 = 0.299$) يشير إلى أن جودة الخدمات (الاستجابة) تفسر ما نسبته (29.9%) من التباين في تحسين أداء الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة، مما يعكس التأثير الضعيف، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت نتائج تحليل التباين أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (43.524) عند مستوى دلالة (0.000)، وهي دالة عند مستوى ($\alpha \geq 0.50$)، كما بلغت درجة التأثير β (0.547). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالمتغير المستقل جودة الخدمات (الاستجابة) يؤدي إلى زيادة في تخفيض المتغير التابع، كما بلغت قيمة T المحسوبة بلغت (6.597) وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الثالثة.

الفرضية الرابعة: لا توجد علاقة بين الأمان والثقة في شركة إرتيل والرضا العام للطلاب.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر بُعد جودة الخدمات (الأمان) على المتغير التابع في الدراسة الميدانية، وكما هو موضح بالجدول (7).

جدول رقم (7) اختبار الفرضية الرابعة

المصدر: من إعداد الباحث من نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج SPSS

معاملات الانحدار Coefficients			جدول تحليل التباين الأحادي ANOVA				ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع
Sig مستوى الدلالة	T المحسوبة	B درجة التأثير	Sig مستوى الدلالة	F المحسوبة	DF درجات الحرارة		(R ²) معامل التحديد	(R) الارتباط	
.000	3.575	.334	3.575	12.783	1	الانحدار	.103	.334	الأمان
.001					102	البواقي			
.000					103	المجموع			

يتضح الجدول (8) أثر المتغير المستقل جودة الخدمات (التعاطف) على المتغير التابع في الدراسة الميدانية. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية المتغير المستقل جودة الخدمات (التعاطف) على المتغير التابع في الدراسة الميدانية. فقد بلغ معامل الارتباط R (0.334). عند مستوى (0.00) أما معامل التحديد 2R فقد بلغ (0.111)، أي أن ما قيمته (11%) من التغيرات في المتغير المستقل (التعاطف) ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام بالمتغير التابع. ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة التي بلغت (12.783) وهي دالة عند مستوى (0.001) أقل من ($\alpha \geq 0.50$)، كما بلغت درجة التأثير β (0.334). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالمتغير المستقل جودة الخدمات (التعاطف) يؤدي إلى زيادة في تخفيض المتغير التابع، كما بلغت قيمة T المحسوبة بلغت (3.575) وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الخامسة.

3- مناقشة النتائج والتوصيات

تأسيا على نتائج التحليل الإحصائي وعلى نتائج الدراسات السابقة يمكن تفسير ومناقشة النتائج في الآتي: أظهر نتائج البحث وجود تأثير إيجابي لجودة خدمات الاتصالات برضا الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة، من ناحية، ويمكن تفسير ذلك بأن أبعاد جودة الخدمات من وجهة نظر عينة الدراسة محل البحث، اتضح أن بُعد (الملموسية) هو الذي يؤكد ضرورة تبني فكرة رضا الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة عن خدمات الاتصالات التي تسعى الشركات إلى التحسين والتطوير التدريجي، في حين أن بُعد (الاعتمادية) فتأثيرها برضا الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة ليس كبيراً، وهذا قد يعود إلى سياسات واستراتيجيات المتبعة في شركات الاتصالات، لأنه غير معين على تحقيق أهداف شركات الاتصالات بعيدة المدى، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات السابقة مثل دراسة (محمد احمد حمدتو، 2024م)، ودراسة دراسة (حاتم على حيدر، عمر احمد، 2023م) الذي أكدنا وجود علاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، أظهر نتائج البحث عدم وجود تأثير إيجابي لجودة الخدمات ورضا الطلاب ويمكن تفسير ذلك بأن التطورات الجارية تركز على الاستراتيجيات والتراكيب لتعظيم أنشطة خدمات الاتصالات والمعلوماتية للشركات من خلال القيام بعمليات شفافة وتقنية تتعلق بإيجاد وجمع ومشاركة واستخدام المعرفة، بهدف إضافة قيمة جديدة لها وتحسين الكفاءة والفاعلية للطلاب، جاءت هذه النتيجة متطابقة مع نتائج دراسة (ليلي بندر عبد الرحمن، 2022م)، الذي أكدت بأن تأثير تطبيق جودة الخدمات على مستويات الرضا لدى المستفيدين من خدمات الجمعيات الخيرية بمدينة مكة المكرمة، وترتبط وتؤثر معنوياً في بناء رضا الطلاب على المستوى الفردي والجماعي، ويمكن تفسير ذلك من حيث وجود علاقة موجبة معنوية بين

جودة الخدمات ورضا الطلاب، وجاءت دراسة (يونس المقدادي، ومحمد الشورة، 2011): التي توصلت إلى أن جميع محددات جودة خدمات الهاتف النقال لها أثر على مستويات الرضا من وجهة نظر العاملين في الجامعات الأردنية تجاه الخدمات المقدمة أعلى متغير في تفسير التغير في رضا الطلاب، ومن خلال البحث اتضح جلياً أن معظم شركة إرتيل للاتصالات ما زالت في المراحل الغير المتقدمة لكي تتبنى النظرة الاستراتيجية التي تفوقها نحو المستقبل المشرق والقضاء على الروتين الإداري غير الموصل إلى الأهداف المنشودة، حيث كان الاعتماد الكلي الآن على التشريعات والقوانين والتوجيهات التي تصدر من الجهات المعنية.

4- التوصيات

- 1- ضرورة العمل على تعزيز مفاهيم وتطبيق جودة الخدمات (الملموسية) من خلال الدورات والندوات التي تقوم على الأفكار الإدارية المعاصرة إلى الوكالات الأخرى المشابهة.
- 2- التوجه إلى إسناد الإدارة إلى الأشخاص المبدعين ذوي المعارف المختلفة، وذلك بتوفير المناخ الإداري الملائم للتطوير والإبداع.
- 3- ضرورة القيام بالتركيز أكثر على مفهوم رضا الطلاب باعتبار ذلك أداة فعالة في إنتاج الأفكار الإبداعية التي تساعد في رضا الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة والوصول إلى الهدف المنشود.
- 4- منح الطلاب فرص المشاركة في المناقشات الخاصة بالتغيير بشكل دوري بغرض تنمية مهاراتهم الإدراكية في مهارات التغيير.
- 5- ضرورة عقد اجتماعات دورية، يسمح من خلالها للعاملين بالحوار، بهدف التعرف على آرائهم ومقترحاتهم، بغرض تبادل المعلومات والمعرفة والتحدث عن المشاكل التنظيمية التي تواجههم.
- 6- ضرورة الاهتمام بتبني شركات الاتصالات محل البحث النماذج العلمية في الإدارة، لرضا الطلاب في مجال التعليم.
- 7- دلالات الدراسة:

أسفرت مناقشة نتائج الدراسة الحالية عن وجود بعض الدلالات على المستوى النظري والتطبيقي كما يتضح فيما يلي:

1/7 - تُعد جودة الخدمات واحدة من أهم المتغيرات الإدارية وأحدثها، حيث ينظر لهذه المتغيرات على أنها مصدر حصول شركات الاتصالات على الأفكار الإبداعية، فتعزيز جودة الخدمات لا بد أن يكون في مقدمة الاهتمامات الاستراتيجية للمنظمة.

2/7 - أكد البحث على جودة الخدمات ورضا الطلاب بجامعة آدم بركة بأبشة، وهذا الربط بين المتغيرات لا يوجد له مثيل في الدراسات السابقة-حسب علم الباحث - فإن هذا البحث يضيف إلى الأدبيات الإدارية شيئاً نسبياً.

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- ادريس محمد بشير، أثر تسويق الخدمات المصرفية في زيادة المبيعات، بحث تكميلي غير منشور لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الملك فيصل بنشاد، عام 2021م .
- 2- حسن محمد ابكر، دور التدريب في تنمية الموارد البشرية في المؤسسات الخاصة، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الملك فيصل بنشاد، 2016م.
- 3- محمد احمد حمدتو، عماد يعقوب حامد، آدم هارون عمر، قياس أثر جودة الخدمات الإلكترونية للاتصالات السعودية في تحقيق ولاء العملاء، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد 15، عام 2024م.
- 4- يونس مقدادي، محمد عاشور، محددات جودة خدمات شركات الهاتف النقال الأردنية وعلاقتها بمستويات الرضا، مجلة جامعة النجاح للأبحاث(العلوم الانسانية) مجلد 25، عام 2011م.
- 5- ليلي بندر عبد الرحمن، مدى تأثير جودة الخدمات على مستويات الرضا لدى المستفيدين من الجمعيات الخيرية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 41، عام 2022م.
- 6- حاتم علي حيدر ، عمر أحمد محمد، نمذجة تأثير جودة الخدمة وصورة الشركة على رضا وولاء العملاء بالتطبيق على شركة يمن موبايل للاتصالات ، مجلة بحوث العلاقات للشرق الأوسط ، العدد 48، عام 2023م.

- 7- نادية أرقدي ، ونورة مكاحلية، محددات جودة الخدمة وأثرها في رضا الزبون، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على ماستر في تسويق الخدمات، جامعة العربي التبسي، عام 2019م.
- 8- محمد تركي ، ابعاد جودة الخدمة وتأثيرها في تحقيق رضا الزبون، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة كربلاء، العراق، عام 2006م.
- 9- محمد فريد الصحن، قراءات في إدارة التسويق ، الدار الجامعية، مصر ، عام 2002م .
- 10- مؤمن عبدالسميع حسن الحلي، جودة الخدمات الالكترونية ، وأثرها على رضا المستخدمين، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال ، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، عام 2017م.
- 11- زوزو فاطمة زهرة، دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماستر في التسويق ، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2011م.
- 12- سميرة بلحسن ، تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون، رسالة ماجستير في التسويق، جامعة قاصدي مرباح، عام 2012م.
- 13- هيلين عبد الرحيم مراد، قياس رضا العميل عن الخدمة المقدمة وعلاقته بسلوك ما بعد الشراء، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية ، المجلد 31، العدد 2.
- 14- حسن محمد باكو، دور التدريب في تنمية الموارد البشرية في المؤسسات الخاصة، بحث تكميلي غير منشور لنيل درجة الماستر في إدارة الأعمال، جامعة الملك فيصل بنشاد، عام 2016م.
- 15- حفصة محمد البشير ، أثر استراتيجيات المزيج الترويجي على رضا العملاء في المؤسسات الخاصة، بحث تكميلي غير منشور لنيل درجة الماستر في إدارة الأعمال جامعة الملك فيصل بنشاد ، عام 2019م.
- 16- عواطف النور عبد الله، دور القيادة في تطبيق إدارة الجودة الشاملة، بحث تكميلي غير منشور لنيل درجة الماستر في إدارة الأعمال، جامعة الملك فيصل بنشاد ، 2017م.
- 17- عائشة مصطفى المناوي، سلوك المستهلك المنهجية والاستراتيجية، مكتبة عين الشمس، القاهرة، عام 1998م.
- 18- سليم إبراهيم الحسنية، مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب على مستوى الأداء الإداري والأكاديمي لكليتهم، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 25، العدد 2، جامعة دمشق، عام 2009م.
- 19- محمد عبد العظيم ابو النجا، التسويق المتقدم، الدار الجامعية، اسكندرية ، عام 2008م .
- 20- هيثم طلعت عيسى، أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة في ترقية الأداء في منظمات قطاع الأعمال، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة شندي، 2016م.
- 21- Kotler & Keller , Marketing Management, 13th Edition 2009 Jakarta
- 22- Davis , Mark & Aquilano, Nicolas & Fundamental Sofa Operations Management 4th Edition 2003.

Disclaimer/Publisher's Note: The statements, opinions, and data contained in all publications are solely those of the individual author(s) and contributor(s) and not of JIBAS and/or the editor(s). JIBAS and/or the editor(s) disclaim responsibility for any injury to people or property resulting from any ideas, methods, instructions, or products referred to in the content.