

أثر التحول الرقمي للخدمات الجامعية في تعزيز رضا الطلاب (دراسة تحليلية على طلاب الدراسات العليا في جامعة تشرين)

د. مادلين محمد جنبلاط²

د. باسل أنور أسعد¹

الملخص:

يعد موضوع التحول الرقمي من المواضيع الهامة بالنسبة للجامعات لما له من أثر إيجابي على العملية الإدارية والتعليمية، ومن ثم رضا الطلاب بها. وقد هدفت الدراسة إلى الآتي: التعرف على التحول الرقمي وأهميته في الجامعات، وقياس أثر التحول الرقمي على رضا الطلبة في جامعة تشرين، بالإضافة إلى التوصل لمجموعة من النتائج والتوصيات التي من الممكن ان تساهم في تحسين واقع التحول الرقمي من وجهة نظر الطلاب في جامعة تشرين. كما تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة وتم توزيع استبيان على عينة من طلاب الدراسات العليا في جامعة تشرين، وتم تحليل البيانات بالاعتماد على برنامجي SPSS، و SMATPLS وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي في رضا الطلاب في جامعة تشرين. وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتجربة العميل الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين. وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتجربة الموظف الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين. وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتحويل العمليات الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين. وجود أثر ذو دلالة إحصائية لنماذج الاعمال الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، رضا الطلاب، تحويل العمليات، نماذج الأعمال.

¹ دكتوراه في الاقتصاد، قسم الاقتصاد والتخطيط، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين.

² دكتوراه في الإدارة، قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين.

The impact of the digital transformation of university services in enhancing student satisfaction (Analytical study on postgraduate students at Tishreen University)

Bassel Anwar asaad³

Madline Mohamad Jonbolat⁴

Abstract:

The issue of digital transformation is an important topic for universities because of its positive impact on the administrative and educational process, and thus student satisfaction with it. The study aimed at the following: Identifying digital transformation and its importance in universities, measuring the impact of digital transformation on student satisfaction at Tishreen University, in addition to reaching a set of results and recommendations that could contribute to improving the reality of digital transformation from the point of view of students at Tishreen University. The descriptive analytical approach was also used in the study, and a questionnaire was distributed to a sample of graduate students at Tishreen University, and the data was analyzed using the SPSS and SMATPLS programs. The study reached the following results: There is a statistically significant effect of digital transformation on student satisfaction at the University October. There is a statistically significant effect of the digital customer experience on student satisfaction at Tishreen University. There is a statistically significant effect of the employee's digital experience on student satisfaction at Tishreen University. There is a statistically significant effect of digital operations transformation on student satisfaction at Tishreen University. There is a statistically significant effect of digital business models on student satisfaction at Tishreen University.

Keywords: digital transformation, student satisfaction, process transformation, business models.

³PhD in Economics, Department of Economics and Planning, Faculty of Economics, Tishreen University.

⁴ PhD in Management, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University.

1-مقدمة:

مع التطور التقني على المستوى العالمي في العقود الأخير، أصبح التحول الرقمي مطلباً أساسياً في جميع القطاعات. حيث بدأت العديد من المنظمات حول العالم بالتحول لتقديم خدماتها إلى عملائها رقمياً، لما لذلك من أثر كبير على رضا العملاء. تأثر قطاع التعليم بشكل كبير مثله مثل باقي القطاعات بالتطور التقني حول العالم، حتى ظهرت طرائق تدريس حديثة في العقود الأخيرة تعتمد على التعليم الإلكتروني أو التعليم المدمج، ومع تلك التغيرات في البيئة التعليمية توجهت الجامعات لتحويل خدماتها المقدمة للطلبة بالشكل الرقمي الإلكتروني، بهدف تسهيل الإجراءات على الطلبة ورفع سوية رضاهم في ظل انتشار منافسة كبيرة بين الجامعات لاستقطاب أكبر عدد من الطلبة، لاسيما أن الاستثمار دخل مجال التعليم منذ عقود طويلة. وتأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تركز على أهمية ودور التحول الرقمي للخدمات التي تقدمها جامعة تشرين على رضا الطلاب فيها.

2-الدراسات السابقة:

دراسة(خميس، إسرائ أحمد، 2021) بعنوان: أثر التحول الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والمصرفية، المجلد(2)، العدد(2).

هدفت الدراسة إلى الآتي: بيان مفاهيم وأهمية التحول الرقمي في البنوك التجاري، وقياس وتحليل أثر التحول الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية المصرية. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة كما تم تصميم استبانة وتوزيعها على عينة من العاملين بلغ عددهم 280، وتم إدخال البيانات إلى برنامج SPSS وتحليلها، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: وجود علاقة ارتباطية بين التحول الرقمي وأبعاد الأداء الوظيفي، وجود تأثير معنوي إيجابي للتحول الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية.

دراسة (Teuta Veseli-Kurtishi,2021) بعنوان:

Digitization of Banking Services and Its Impact on Customer Satisfaction: Case, Republic of North Macedonia, Management international Conferences, Online Conferences

التحول الرقمي في الخدمات المصرفية وأثره على رضا العملاء: حالة جمهورية مقدونية الجنوبية.

هدفت الدراسة إلى الآتي: بيان واقع التحول الرقمي في البنوك المقدونية، قياس أثر التحول الرقمي في رضا العملاء في البنوك، تحديد أثر التحول الرقمي في رضا العملاء في البنوك المقدونية. تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة، وقد تم تصميم استبانة وتوزيعها على عينة من عملاء البنوك بلغت 390 عميل. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة هامة من النتائج من أهمها الآتي: تسعى البنوك لكسب رضا العملاء من خلال طرق قنوات توزيع مختلفة للرواتب عبر فروعها بالشكل الإلكتروني، يوجد صعوبات عدة تتعلق بالتحول الرقمي في البلدات والقرى النائية للمصارف المقدونية، ما زال العملاء في القرى يفضلون التعامل التقليدي ويوجد تقصير من المصارف في المناطق البعيدة في توعية العملاء بأهمية الخدمات المصرفية، يوجد أثر لنتوع الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء في المدن الكبرى.

دراسة (Shsi,T 2021) بعنوان:

Digital Transformation of university Services and Its Impact on Student Satisfaction: case Study HYD university. International Journal of management and Technology(3)2.

التحول الرقمي للخدمات الجامعية وأثرها على رضا الطلاب:؛ دراسة حالة جامعة حيدرآباد.

هدفت الدراسة إلى الآتي: بيان مفهوم التحول الرقمي في الجامعات وأهميته بالنسبة للطلاب، تحديد العوامل المؤثرة في رضا الطلاب عن الخدمات التي تقدمها الجامعات، قياس أثر التحول الرقمي على رضا الطلاب في جامعة حيدرآباد في الهند. تم استخدام المنهج الوصفي في الدراسة، حيث اعتمد الباحث على تصميم استبانة وتوزيعها على طلاب كلية الهندسة في جامعة حيدرآباد. وقد توصلت الدراسة على النتائج الآتية: يوجد

أثر لتجربة الطالب الرقمية على رضاه، يوجد أثر إيجابي لتجربة الموظف الرقمية على رضا الطلبة، يوجد أثر إيجابي لتحويل الأعمال في الجامعة لرقمية على رضا الطلاب، وبالنهاية يوجد أثر للتحويل الرقمي على رضا الطلاب في الجامعة.

الفرق بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية: تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة بتركيزها على التحويل الرقمي وعلى رضا العملاء، في حين تختلف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة بمجتمع الدراسة من جهة إضافة إلى تركيز الدراسة الحالية على أربع أبعاد لمكونات التحويل الرقمي بينما الدراسة الثالثة ركزت فقط على ثلاثة أبعاد في جامعة حيدرآباد.

3- مشكلة الدراسة:

تم إجراء دراسة استطلاعية أولية على مجموعة من طلاب الدراسات العليا في كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة تشرين بلغ عددهم 14 طالب دراسات عليا، وقد تمحورت الأسئلة حول الآتي:

- هل تعتمد الجامعة على التحويل الرقمي والاعتماد على الخدمات الالكترونية للطلبة.
 - هل تقدم معظم الخدمات بالشكل الالكتروني للطلبة.
 - هل تفضل الخدمات الالكترونية على التقليدية.
- وقد كانت نتائج إجابات الطلاب كالاتي:
- تعد عملية التحويل الرقمي محدودة في الجامعة.
 - معظم الخدمات المقدمة للطلاب تقدم بشكل تقليدي وغير الالكتروني.
 - يوجد رغبة لدى الطلاب بتحويل الخدمات التعليمية والإدارية بالجامعة للشكل الالكتروني.

وبناء على الدراسات السابقة، والمرجعيات والدوريات المتعلقة بالموضوع، إضافة إلى نتائج الدراسة الاستطلاعية، يمكن صياغة مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس الآتي: هل يوجد أثر للتحويل الرقمي للخدمات الجامعية على رضا الطلاب في جامعة تشرين، ويتمحور عن المشكلة الرئيسية مجموعة من المشكلات الفرعية الآتي:

1. هل يوجد أثر لتجربة العميل الرقمية على رضا الطلاب في جامعة تشرين؟
2. هل يوجد أثر لتجربة الموظف الرقمية على رضا الطلاب في جامعة تشرين؟
3. هل يوجد أثر لتحويل العمليات الرقمية على رضا الطلاب في جامعة تشرين؟
4. هل يوجد أثر لنماذج الأعمال الرقمية على رضا الطلاب في جامعة تشرين؟

4- أهداف الدراسة:

يمكن تحديد أهداف الدراسة بالآتي:

- التعرف على التحول الرقمي وأهميته في الجامعات.
- قياس أثر التحول الرقمي على رضا الطلبة في جامعة تشرين.
- التوصل لمجموعة من النتائج والتوصيات التي من الممكن ان تساهم في تحسين واقع التحول الرقمي من وجهة نظر الطلاب في جامعة تشرين.

5- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة العلمية كونها من الدراسات الحديثة المتعلقة بالتطور التكنولوجي في الجامعات، وتطوير وتحسين الخدمات بما يحقق رضا الطلاب ويسهل الأداء على العاملين في الجامعة، كما تأتي أهميتها كونها من الدراسات القليلة والنادرة التي تطرقت للموضوع في الجامعات السوري. كما تكمن الأهمية العملية للدراسة بكونها تسعى لقياس وتوضيح واقع التحول الرقمي في الجامعة وأثره على رضا الطلاب، كما تأتي أهميتها العملية من خلال النتائج والتوصيات التي من الممكن أن تساهم في تسريع عملية التحول الرقمي في الجامعة في حال الأخذ بها.

6- فرضيات الدراسة:

يمكن وضع الفرضيات الآتية:

- الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي في رضا الطلاب في جامعة تشرين. ويتمحور عنها مجموعة من الفرضيات الفرعية الآتية:
- الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتجربة العميل الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين.
- الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتجربة الموظف الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحويل العمليات الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين.

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنماذج الاعمال الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين.

7- منهج الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة، والذي يعد من المناهج المناسبة لإعطاء صورة واضحة لمشكلة الدراسة، إضافة إلى مساعدته في فهم الدراسة من خلال توضيح العلاقة بين متغيراتها وشرحها. وقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي في تصميم الاستبيان وتوزيعه على الطلاب.

7-1 مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من طلاب الدراسات العليا في جامعة تشرين، وكون المجتمع محدد وغير متجانس فقد تم الاعتماد على العينة الطبقية. حيث بلغ عدد طلاب الدراسات العليا في عام 2021 في جامعة تشرين حسب بيانات مديرية الإحصاء في الجامعة 4210 طالب دراسات عليا (3831 ماجستير، 378 دكتوراه) وقد شمل التوزيع 6 كليات ومعاهد في جامعة تشرين من أصل 18 كلية تتضمن برامج الماجستير و12 كلية تتضمن برامج الدكتوراه) تم التوزيع في الكليات التي تتضمن برامج الماجستير والدكتوراه) وهي (الاقتصاد، هندسة المعلوماتية، قسم علم الاجتماع، الهندسة المدنية، كلية العلوم، كلية التربية). بواقع 400 استبانة وتم استرجاع 395 استبانة من الاستمارات الموزعة وتم رفض 20 استبانة بسبب نقص الاجابات وبالتالي العدد النهائي الخاضع للتحليل بلغ 375.

7-2 أداة الدراسة:

تم تصميم أداة الدراسة على شكل ثلاثة أجزاء، حيث تضمن الجزء الاول المعلومات الديموغرافيا لأفراد عينة الدراسة المرتبطة بالموضوع (الجنس، العمر، الدراسة)، وتضمن الجزء الثاني على أبعاد متغير التحول الرقمي المستقل وهي (تجربة العميل الرقمية، تجربة الموظف الرقمية، تحويل الأعمال الرقمية، نماذج الاعمال الرقمية)، وتضمن الجزء الثالث

على الأسئلة المتعلقة بقياس رضا العملاء، وتم تصميم فقرات الاستبيان بناء على نموذج ليكرت الخماسي..

7-3 الأساليب الإحصائية:

إن أسلوب التحليل الملائم يستند على نوع البيانات المطلوب تحليلها بشكل رئيس، وتم استخدام

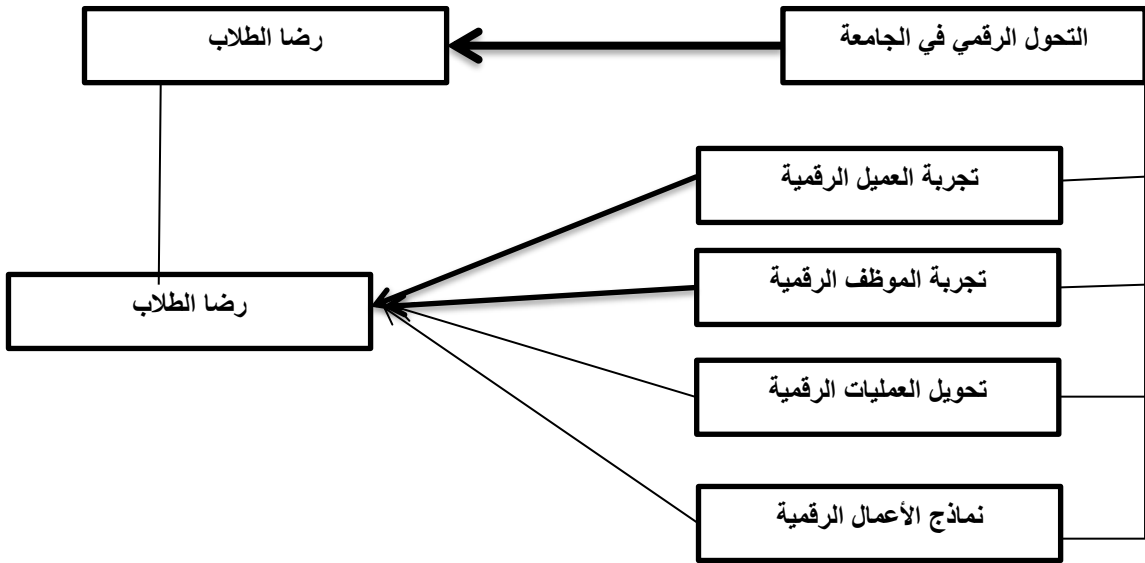
الحزمة الإحصائية (SPSS) ونمذجة المعادلات الهيكلية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية، وتم اعتماد البرمجية الجاهزة (SMARTPLS) في تحليل البيانات المجمعة لتحقيق أهداف الدراسة واختبار الفرضيات. حيث تم استخدام طرق الاختبار الآتي:

- اختبار الصدق والثبات لأداة الدراسة.
- اختبار t وتحليل التباين الاحادي.
- تحليل المسارات لإيجاد مستوى التأثير واختبار الفروض.

7-4 حدود الدراسة:

تمثلت الحدود المكانية للدراسة بطلاب جامعة تشرين، كما تمثلت الحدود الزمانية بعام 2022، وهو العام الذي تم به تصميم الاستبانة وتوزيعها على عينة من الطلاب في الجامعة. وقد اقتصررت حدود الدراسة على متغيري التحول الرقمي والرضا.

5-7 نموذج الدراسة:



الشكل (1) نموذج الدراسة

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على (Shsi,T 2021)

القسم النظري:

أولاً: مفهوم التحول الرقمي في الجامعات:

يقصد بالتحول الرقمي للجامعات انتقال كافة الأعمال من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني الرقمي، بما في ذلك جزء أو كل طرائق التدريس المتبعة في الجامعات، فعملية التحول الرقمي تركز على الخدمات التعليمية بالشكل الكلي التي يرغب الطالب في الحصول عليها من قبل إدارة الجامعة، وتشمل على التحول الرقمي في التعلم والتعليم، والتحول الرقمي في العمل الإداري بكافة جوانبه.

كما يعرف التحول الرقمي بأنه: عملية انتقال الشركات إلى نماذج عمل تعتمد على التقنيات الرقمية لدعم تطوير وابتكار ما يقدم من منتجات وخدمات وتوفير قنوات جديدة للتسويق وفرص عمل تزيد من قيمة منتجاتها سواء سلع أو خدمات (Ismail etal,2017)

ويعرف التحول الرقمي في الجامعات بأنه: عملية التغيير التكنولوجية والثقافية التي تحتاجها الجامعة للانتقال من العمل بشكله التقليدي، إلى العمل بشكله الإلكتروني، مع الحصول على رضا الطلاب باعتبارهم عملائها الحاليين والمستقبليين. (Morgan,2013)

فالتحول الرقمي عملية معقدة تتطلب التزام جميع موارد الجامعة بتطبيق التقنيات الرقمية في جميع أبحاثها، خاصة في عمليات التشغيل، والتدريس، والخدمات الطلابية، كما إنه عملية تطوير ثقافي وتقني وتنظيمي معقدة تقوم بها الجامعات من خلال الانتقال بمفهوم العمل من شكله التقليدي إلى شكله الإلكتروني. (Sandkuhl etal ,2017)

ثانياً: أهمية التحول الرقمي في الجامعات:

لقد أصبح التحول الرقمي اتجاهاً معاصراً في الجامعات، وقد أصبح ضرورة في العمل، فمعظم الجامعات حول العالم بدأت في عملية التحول الرقمي منذ عقود مضت واليوم تحصد نتائج إيجابية في العملية التعليمية، وفي رضا عملائها، عن العملية التدريسية وعن الخدمات الأخرى المرتبطة بالتسجيل والدفع والامتحانات..الخ. لذلك أن التحول الرقمي ضروري ودوره هام في تحسين كفاءة علم الجامعات والخدمات المقدمة.

وتأتي أهميته من خلال حاجة الجامعات إلى التطوير وتحسين خدماتها وتسهيل وصولها للطلاب. (Victoria etal,2020)

يساعد التحول الرقمي في حل المشاكل البشرية الكثيرة في الجامعات، فنتيجة لزيادة عدد الطلاب والنتائج لا بد من الوقوع في العديد من الأخطاء، ويأتي دور التحول الرقمي في التقليل من تلك الأخطاء وبالتالي الحصول على نتائج مرضية بالنسبة للطلاب وإدارة الجامعة. كما ترجع أهمية التحول الرقمي في الجامعات إلى تنوع الخدمات التي تقدمها المنصات الرقمية مثل خدمات التسجيل الإلكتروني، والتسديد والحوصل على النتائج الإلكترونية..الخ، كما يساهم التحول الرقمي في رفع القدرة التنافسية للجامعات. (Nordin,2016).

تتصف عملية التحول الرقمي في جامعة تشرين بكونها محدودة، فما زالت عملية التعليم تعتمد على الأساليب التقليدية من جهة، إضافة إلى أن العمل الإداري يتصف بالروتين،

وطرق الدفع كذلك، في حين أنه يتم الإعلان عن بعض نتائج المواد للطلبة بالطرق الالكترونية، وهذا يتطلب توفر قناعة وإمكانات مادية وكوادر بشرية وتقنيات مناسبة للتحويل إلى الرقمنة في جامعة تشرين.

رابعاً: عناصر ومكونات التحول الرقمي في المصارف:

تنوعت عناصر ومكونات التحول الرقمي الجامعات ويمكن تحديدها بالاعتماد على دراسة (Shsi,T 2021) بالآتي:

- **تجربة العميل الرقمية:** ويقصد بالعميل الطلاب في الجامعات، فهم من يقوموا بشراء الخدمات التعليمية بأشكالها المختلفة، ومن المهم قياس تجربة العميل الرقمية في الجامعة لبيان درجة رضاه عن الخدمات المقدمة التي تهم الطالب، وتتضمن الخدمات التعليمية والتدريسية، إضافة إلى خدمات الدفع، وخدمات التسجيل، وخدمات النتائج، وخدمات التسهيلات، والسكن... الخ، أي كافة الخدمات التعليمية التي يتم استخدام طرق التعامل التقليدية أو الالكترونية بها في الجامعة. (Nawaz etal,2011)
- **تجربة الموظف الرقمية:** وتعني درجة معرفة العاملين في الجامعة للتعامل مع التقنيات المستخدمة من قبل الجامعة، وتشمل على أعضاء الهيئة التدريسية والفنية، والموظفين الإداريين والفنيين في الجامعة، وهنا يجب أن يكون العامل بالجامعة ملم بالتقنيات الحديثة التي تستخدمها الجامعة أو التي ترغب في استخدامها في المستقبل، كما يجب قياس درجة رضا الطلاب عن طرق تقديم تلك الخدمات من الكوادر الموجودة بالجامعة بشكل دائم لمعرفة أماكن الخطأ وتصحيحها. (Suleiman,2020)
- **تحويل العمليات الرقمية:** وتركز على تنمية وتعزيز التحول الرقمي للعمل في الجامعة، ودرجة توفر البنية التحتية اللازمة لعملية التحول الرقمي بالجامعة، و البنية التحتية التقنية تعد من أهم عوامل التحول الرقمي ، ويمكن تحديد أهم متطلبات البنية التحتية الرقمية في الجامعات بالآتي:
 - وجود بنية اتصالات وانترنت متطورة في الجامعة.

- وجود التجهيزات اللازمة والبرمجيات في الجامعة.
- توفر القوانين والانظمة الضابطة للعمليات الرقمية.
- توفر الكوادر القادرة على القيام بالتحول الرقمي.(Sreejesh,2016)

▪ **نماذج الأعمال الرقمية:** وذلك من خلال تحفيز الجامعات على التعامل الرقمي والابتعاد عن طرق التعامل التقليدية، إضافة إلى اعتماد الحكومات على استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحسين عمليات الأنشطة الاقتصادية. واختراع نماذج أعمال رقمية وتحديث الذكاء الاقتصادي والتجاري. ويقصد بها طرق ونماذج الأعمال الرقمية التي تعتمد مع الهيكلية التنظيمية للجامعات والتي تختلف عن المصارف أو الشركات الصناعية، أو شركات الخدمات الأخرى.(Luiz,2020)

خامساً: مفهوم وأهمية رضا العملاء في الجامعات:

ان التغير الحاصل في العالم يؤدي إلى تغير في سلوك الطلاب ومواقفهم من الجامعات التي لا تعتمد على التحول الرقمي في طرح منتجاتها التعليمية وغير التعليمية، ويعتبر رضا العميل أحد أهم العوامل في قياس مدى قدرة الجامعة لتحقيق متطلبات الطالب والوصول إلى توقعاته عن جودة الخدمة المقدمة. إن الوصول إلى توقعات الطالب من شأنه أن يزيد نسبة الرضا لديه على الخدمات التعليمية المقدمة، حيث يعتبر جزءاً أساسياً في زيادة اخلاصهم وولائهم وبالتالي الاستمرار في الدراسات العليا أو نصح اخرين في التسجيل بالجامعة. وللحصول على ولاء العميل لا بد في البداية الحصول على رضاه. لأنه عند الفشل في تحقيق رضا العملاء ستخسر الجامعة ثقتهم مما يؤدي إلى تركها والبحث عن غيرها.(Saleem,2011)

ويعرف رضا العميل بالجامعات بأنه " درجة اقتناع الطالب في تحقيق متطلباته التعليمية والخدمية.(Wahbah, 2002)

رضا العملاء قد يتباين ويرتبط بأبعاد مختلفة لتجارب مقدمي الخدمة أو المنتج المتعددة. يمكن الحصول على رضا العملاء إذا كان أداء المنتج أو الخدمة مكافئ لتوقعاته أما إذا كان هذا الأداء أدنى من التوقعات لن يصل إلى هذا الرضا. إن الهدف النهائي لجودة الخدمة التعليمية هي إرضاء العميل، ويتعلق الرضا بإدراك العميل للأداء التعليمي الذي

يلتقي أو يفوق توقعاته، في حين ينخفض الرضا بحال انخفاض المدركات عن التوقعات. (Ndubisi,2006)

سادساً: طرق قياس رضا العملاء في الجامعات:

الرضا: هو الشعور بالسعادة والابتهاج الذي يحصل عليهما الإنسان نتيجة إشباع حاجة أو رغبة عنده، فالإشباع في مجال الأعمال والخدمات، كرضا المستهلك هو ما يحققه من منفعة من خلال استهلاكه لسلعة ما أو انتفاعه من خدمة ما.

ويمكن تقسيم درجات الرضا في القطاع المصرفي إلى الآتي:

- الأداء < المتوقع، فالنتيجة سعادة العميل والارتباط الوثيق والولاء للمصرف.
- الأداء = المتوقع، فالنتيجة الرضا عن الخدمات المقدمة والتعامل مع المصرف وعدم الولاء المطلق في حال وجود مصارف تقدم خدمات أفضل.
- الأداء > المتوقع، فالنتيجة الاستياء والبحث عن بديل آخر.

عادة ما يقاس رضا العملاء بالفرق بين التوقعات والمدركات او عن طريق استبيان يتضمن مجموعة من الأسئلة التي تقيس درجة رضاهم وللاهم للمصرف. (Asaad etal,2016)

سابعاً: العلاقة بين التحول الرقمي ورضا العملاء في الجامعات.

تؤكد العديد من الدراسات المتعلقة بقطاع الخدمات (التعليم، الصحة، المصارف، الاتصالات..الخ) على وجود علاقة قوية بين التحول الرقمي في الشركات والجامعات والمنظمات وبين رضا العملاء، ويمكن تحديد ذلك بالآتي: (Shallmo etal,2017)

- ارتفاع جودة الخدمات المقدمة في الجامعات بالاعتماد على التقنيات الرقمية الحديثة.
- انخفاض في معدلات الخطأ في الأعمال الإدارية وبشكل خاص فيما يتعلق بالنتائج.
- زيادة درجة الثقة والاعتمادية من قبل الطلاب بالكوادر التعليمية والإدارية بالجامعات.
- سهولة التواصل والاتصال بين الطالب ومختلف إدارات الجامعات، مما يسهل في حل المشاكل والحصول على الخدمات.

- المرونة والسرعة في تقديم الخدمات من قبل الجامعة مما يؤثر في رضا الطلاب.
 - ارتفاع معدلات الاستجابة من قبل الكوادر في الجامعة لاستفسارات الطلاب التعليمية والإدارية مما يؤثر على رضاهم بشكل كبير.
- أصبح موضوع رضا العملاء أحد أهم المواضيع التي تشغل الجامعات، ونظراً للتطور الرقمي الحاصل يواجه المجتمع تحول غير مسبوق من الصناعة باتجاه الرقمية. ويميل جيل جديد من العملاء ترعرع على استخدام الإنترنت باتجاه التطور التكنولوجي. إن التكنولوجيا الرقمية قد تطورت بشكل كبير من خلال لعب دور رئيسي في تحسين معايير تسليم الخدمة في قطاع التعليم. كما إن أيام الوقوف بطوابير لأوقات طويلة بانتظار دفع أقساط التسجيل، والحصول على الخدمات قد ولى. فالיום يستطيع العملاء القيام بذلك باستخدام بطاقات الصرافات أو عبر الإنترنت وهم في المنزل. كل ذلك من أجل كسب رضا العميل التي هي أولوية لأي جامعة لكسب عملائه والحفاظ عليهم دون خسارتهم. إذاً العلاقة ما بين التحول الرقمي ورضا العملاء هي علاقة ترابطية تنصب في مصلحة الجامعة للحفاظ على عملائها. (Abolhassan,2017,P 22)

الدراسة العملية:

للقيام باختبار صحة الفرضيات وتحليل بيانات الدراسة باستخدام برنامج Smart PLS لنمذجة المعادلات الهيكلية بالمربعات الصغرى وهي عبارة عن منهجية تركز على الخوارزمية لتقدير النموذج المحدد فهي تستعمل نموذجين (نموذج داخلي وآخر خارجي) في وقت واحد عند القيام بعملية التقدير. (عائشة، عتيق، ستي، و العجال، 2016) ومن أجل التأكد من مدى ملائمة نموذج الدراسة حسب برنامج Smartpls يجب إتباع ثالث خطوات أساسية:

- 1- التأكد من جودة ومطابقة نموذج القياس
- 2- التأكد من جودة النموذج الهيكلية
- 3- اختبار معنوية المسارات الهيكلية لنموذج الدراسة.

ولقياس جودة ومطابقة نموذج القياس يكون ذلك باستخدام المؤشرات التالية: معامل الفا كرونباخ والموثوقية المركبة ومتوسط التباين المفسر AVE وصدق التمايز (عطالله و بن حبيب، 2021)

أولاً: التأكد من جودة ومطابقة نموذج القياس:

للتأكد من جودة ومطابقة نموذج القياس تم حساب معامل ألفا كرونباخ ، وقيمة الموثوقية الإدراكية، وقيم متوسطات التباين المفسر لكافة متغيرات الدراسة، وكانت النتائج كما في الجدول الآتي:

الجدول (2): قياس درجة الموثوقية والصدق

Average Variance Extracted (AVE)	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	المتغير
0.9072	0.9832	0.9794	تجربة العميل الرقمية
0.8760	0.9658	0.9526	تجربة الموظف الرقمية
0.9001	0.9783	0.9722	تجربة العمليات الرقمية
0.8902	0.9759	0.9691	نماذج الاعمال الرقمية
0.8934	0.9821	0.9861	التحول الرقمي
0.8275	0.9795	0.9761	الرضا

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج Smart pls .

يظهر الجدول السابق أن قيمة معامل الفا كرونباخ لكل متغيرات الدراسة أكبر من 0.6، وقيمة الموثوقية الإدراكية لكافة متغيرات الدراسة قد تجاوزت 0.7 كما أن قيم متوسطات التباين المفسر AVE لكافة متغيرات الدراسة تفوق الحد الأدنى المطلوب وهو 0.5 وبالتالي فقد تحققت كافة مؤشرات جودة ومطابقة النموذج لأبعاد الدراسة كاملة.

ثانياً: التأكد من جودة النموذج الهيكلية

للتأكد من جودة النموذج الهيكلية يتم حساب قيم معامل الاختلاف R^2 لبيان قوة النموذج وجودته كما في الجدول الآتي:

الجدول رقم (3): تقييم جودة النموذج الهيكلي

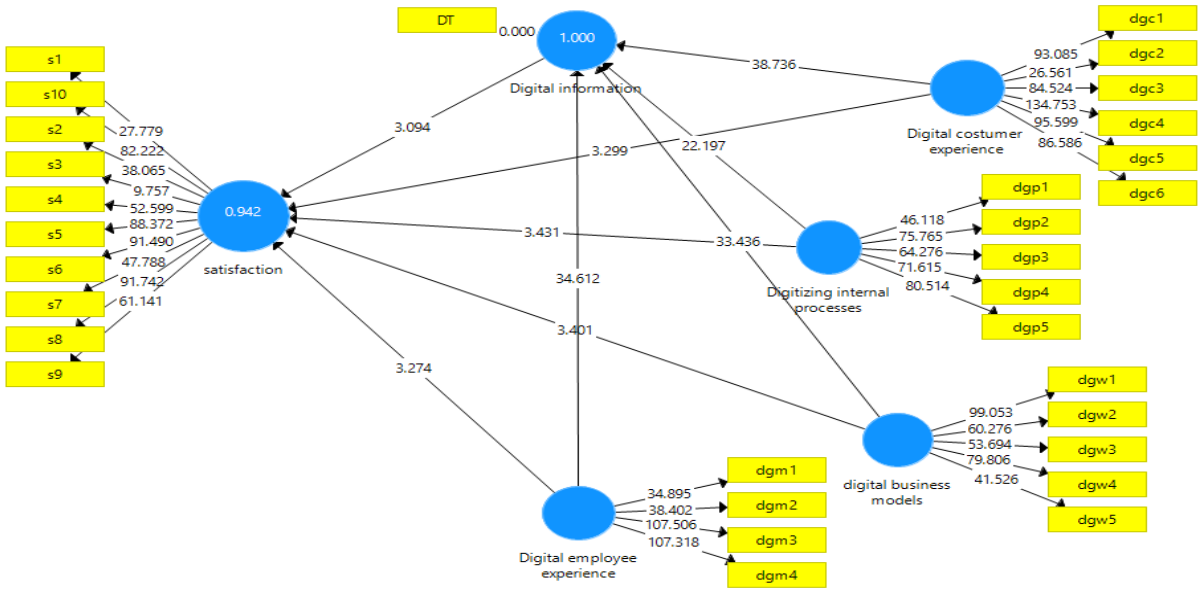
المتغير	R Square	R Square Adjusted
التحول الرقمي	0.9999	0.9999
الرضا	0.9421	0.9395

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Smart pls .

يبين الجدول رقم (3) أن قيمة R^2 لكل من التحول الرقمي ورضا العملاء مرتفعة جداً وتتجاوز قيمة 0.70 مما يدل على قوة النموذج الخاص بالدراسة وقدرته على التنبؤ بدرجة التأثير لكل من متغيرات الدراسة المستقلة في المتغير التابع.

ثالثاً: اختبار معنوية المسارات الهيكلية لنموذج الدراسة

يتميز برنامج SMARTPLS عن باقي البرامج الإحصائية الأخرى بقدرته على إظهار شكل النموذج الدراسي بالاعتماد على المسارات الهيكلية التي تربط بين متغيرات الدراسة، والتي توضح المتغير المستقل بأبعاده وأسئلته، إضافة للمتغير التابع، والعلاقات بين المتغيرات بناء على نموذج الدراسة الأساسي والفرضيات كما في الشكل الآتي:



الشكل (2) المخطط الشبكي للمتغيرات

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Smart pls .

يوضح الشكل وجود المتغيرات الكامنة المشكلة للدراسة والتي تمثل كل من (تجربة العميل الرقمية، تجربة الموظف الرقمية، تحويل الأعمال الرقمية، نماذج الاعمال الرقمية والرضا) وما يتفرع عنها من مجموعة من الأسئلة التي تم طرحها من خلال الاستبيان. وعلاقة كل متغير مع المتغيرات الأخرى بناء على طريقة تصميم النموذج الأساسي واختبار الفرضيات.

رابعاً: اختبار الفرضيات:

وبالاستناد إلى الشكل السابق من نموذج الدراسة يمكن تحليل واختبار الفرضيات كالاتي:

الجدول (4) العلاقة بين متغيرات الدراسة

P Values	T Statistics	Standard Deviation	Sample Mean	Original Sample	العلاقة بين المتغيرات
0.0065	2.7341	3.4400	9.4236	9.4505	التحول الرقمي والرضا
0.0037	2.9139	0.9515	2.8048	2.7725	تجربة العميل الرقمية والرضا
0.0038	2.9071	0.8507	2.4983	2.4730	تجربة الموظف الرقمية والرضا
0.0025	3.0327	0.8378	2.5268	2.5408	تحويل العمليات الرقمية والرضا
0.0027	3.0185	0.9010	2.6980	2.7196	نماذج الأعمال الرقمية و الرضا

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Smart pls .

يبين جدول اختبار الفرضيات السابق والشكل السابق ايضاً قبول أو رفض الفرضيات على الشكل الآتي:

اختبار الفرضية الرئيسية التي تنص على: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحويل الرقمي في رضا الطلاب في جامعة تشرين.

من الجدول (4) السابق نلاحظ بما يتعلق بتأثير التحويل الرقمي على رضا العملاء كان تأثيره قد بلغ 9.4505 ، كما بلغت قيمة الخطأ المعياري 9.4236، وقيمة $T=2.7341$ ، كما إن قيمة $P=0.0065 < \alpha=0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الرئيسية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتحويل الرقمي في رضا الطلاب في جامعة تشرين. ويمكننا القول أن التحويل الرقمي في جامعة تشرين سوف يؤثر إيجاباً على رضا الطلاب فيها.

اختبار الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتجربة العميل الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين.

من الجدول (4) السابق نلاحظ بما يتعلق بتأثير تجربة العميل الرقمية على رضا العملاء كان تأثيره قد بلغ 2.7725 ، كما بلغت قيمة الخطأ المعياري 2.8048، وقيمة $T=2.9139$ ، كما إن قيمة $P=0.0037 < \alpha=0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الأولى ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتجربة العميل الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين. ويمكننا القول أن تجربة العميل الرقمية في جامعة تشرين سوف يؤثر إيجاباً على رضا الطلاب فيها.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتجربة الموظف الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين.

من الجدول (4) السابق نلاحظ بما يتعلق بتأثير تجربة الموظف الرقمية على رضا العملاء كان تأثيره قد بلغ 2.4730 ، كما بلغت قيمة الخطأ المعياري 2.4983، وقيمة $T=2.9071$ ، كما إن قيمة $P=0.0025 < \alpha=0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتجربة الموظف الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين. ويمكننا القول أن تجربة الموظف الرقمية في جامعة تشرين سوف يؤثر إيجاباً على رضا الطلاب فيها.

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحويل العمليات الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين.

من الجدول (4) السابق نلاحظ بما يتعلق بتأثير تحويل العمليات الرقمية على رضا العملاء كان تأثيره قد بلغ 2.5408 ، كما بلغت قيمة الخطأ المعياري 2.5268، وقيمة $T=3.0327$ ، كما إن قيمة $P=0.0038 < \alpha=0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتحويل العمليات الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين. ويمكننا القول أن تحويل العمليات الرقمية في جامعة تشرين سوف يؤثر إيجاباً على رضا الطلاب فيها.

اختبار الفرضية الفرعية الرابعة التي تنص على: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنماذج الاعمال الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين.

من الجدول (4) السابق نلاحظ بما يتعلق بتأثير نماذج الاعمال الرقمية على رضا العملاء كان تأثيره قد بلغ 2.7196 ، كما بلغت قيمة الخطأ المعياري 2.6980، وقيمة $T=3.0185$ ، كما إن قيمة $P=0.0027 < \alpha=0.05$ وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الرابعة ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لنماذج الاعمال الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين. ويمكننا القول أن نماذج الأعمال الرقمية في جامعة تشرين سوف يؤثر إيجاباً على رضا الطلاب فيها.

النتائج التي توصلت لها الدراسة:

- الوصول لتحقيق حالة رضا الطلاب على التحول الرقمي في جامعة تشرين، هو أمر يحتاج لمتابعة وتراكم معرفي خصوصاً في المجال التقني، من خلال ابعاد التحول الرقمي المرتبطة بسعادة العميل وتحقيق أهدافه ومتطلباته في تعاملاته المالية.
- أن قيمة R^2 لكل من التحول الرقمي ورضا العملاء مرتفعة جداً وتتجاوز قيمة 0.70 مما يدل على قوة النموذج الخاص بالدراسة وقدرته على التنبؤ بدرجة التأثير لكل من متغيرات الدراسة المستقلة في المتغير التابع.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي في رضا الطلاب في جامعة تشرين. كما أن التحول الرقمي في جامعة تشرين سوف يؤثر إيجاباً على رضا الطلاب فيها.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتجربة العميل الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين. كما أن تجربة العميل الرقمية في جامعة تشرين سوف يؤثر إيجاباً على رضا الطلاب فيها.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتجربة الموظف الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين. كما أن تجربة الموظف الرقمية في جامعة تشرين سوف يؤثر إيجاباً على رضا الطلاب فيها.

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتحويل العمليات الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين. كما أن تحويل العمليات الرقمية في جامعة تشرين سوف يؤثر إيجاباً على رضا الطلاب فيها.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لنماذج الاعمال الرقمية في رضا الطلاب في جامعة تشرين. كما أن نماذج الأعمال الرقمية في جامعة تشرين سوف يؤثر إيجاباً على رضا الطلاب فيها.

التوصيات:

- تبني مفهوم التحول الرقمي من قبل إدارة الجامعة والتعريف به وبأهميته بالنسبة للجامعة والطلب، والقيام بالمؤتمرات والورش التعريفية التي توضح أهمية التحول الرقمي ومزاياه.
- ضرورة زيادة الاهتمام بالتحول الرقمي في جامعة تشرين وذلك لما للتحول الرقمي والخدمات الرقمية من أهمية تذكر على رضا الطلاب، وهنا لا بد من التركيز على معرفة رغبة الطلاب بالخدمات التعليمية الرقمية الواجب تواجدها بالجامعة والعمل على توفيرها.
- زيادة الدورات التدريبية للعاملين بالجامعة على التعامل بشكل احترافي مع التحول الرقمي، والعمل على استقطاب مبدعين في هذا المجال قادرين على طرح منتجات رقمية متميزة ترفع من سوية رضا الطلاب.
- القيام بقياس رضا الطلاب بشكل دائم عن الخدمات التعليمية الرقمية المقدمة، والعمل على رفع جودتها وتنويعها بما يخدم مصلحة الجامعة والطلب.
- تنويع الخدمات الرقمية والأعمال الرقمية المقدمة في الجامعة، والاستفادة من تجارب الجامعات العالمية في نفس المجال.
- تأمين الاحتياجات المالية اللازمة لعملية التحول الرقمي، والتميز بين تدريب العاملين، وأعضاء الهيئة التدريسية.

المراجع:

- Ismail, M. H., Khater, M., & Zaki, M. (2017). *Digital business transformation and strategy: What do we know so far?* Retrieved from https://cambridgeservicealliance.eng.cam.ac.uk/resources/Downloads/Monthly%20Papers/2017NovPaper_Mariam.pdf
- Morgan, John (2013): Universities Challenged.. The Impact of Digital Technology on Teaching and Learning, A position paper commissioned and published by Universitas 21, the leading global network of research universities for the 21st century, September.
- Sandkuhl, Kurt and Lehmann, Holger (2017). Digital Transformation in Higher Education – The Role of Enterprise Architectures and Portals, Digital Enterprise. Computing 2017 Lecture Notes in Informatics (LNI), Gesellschaft für Informatik, Bonn 2017.P44-50.
- Victoria, Carla Guzmán-Ortiz, Nohelia Gabriela Navarro-Acostaa, Wilmer Florez-Garciaa and Wagner Vicente-Ramosa (2020) " Impact of digital transformation on the individual job performance of insurance companies in Peru" International Journal of Data and Network Science (4) 337-346 www.GrowingScience.com/ijds
- Nordin, Mohamad Sahari...et al(2016): Psychometric Properties of a Digital Citizenship Questionnaire, International Education Studies, Vol. 9, No. 3, pp71-80.
- Sreejesh, S., Anusree, M. R., & Mitra, A. (2016). Effect of information content and form on customers' attitude and transaction intention in mobile banking: Moderating role of perceived privacy concern. International Journal of Bank Marketing, 34(7), 1092–1113.
- Nawaz, A., Qureshi, Q .A., & Sattar, A. (2011). Demographic prediction of e-Learning development and use practices in HEIs of KPK, Pakistan Journal of Applied Social Sciences, 1(1), 58-69.
- Luiz, M., & Smith, A. (2000). Modelling bank customer satisfaction through mediation of attitudes towards human and

automated banking. *International Journal of Bank Marketing*, 18(3), 124–134.

- Suleiman, M. & Danmuchikwali, B. (2020). Digital Education: Opportunities, Threats, and Challenges , Being A Paper To Be Presented At Its National E-Conference On Education And Development: Post Covid-19 . 26th September . School of Education, Lovely Professional University, Phagwara. India.
- Wahbah, Z. (2002). Contemporary banking transactions. Damascus: Dar Alfikr for publication.
- Ndubisi, N. O. (2006) “Effect of gender on customer loyalty: a relationship marketing approach”, *Marketing intelligence & planning*, 24(1), pp. 48-61
- Saleem, Z., & Rashid, K. (2011). Relationship between Customer Satisfaction and Mobile Banking Adoption in Pakistan. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 2(6),537–544.
- Bassel Asaad ,Habeeb mahmod(2016),Measuring the quality of health service in latakia province patient (failed study of health centers in jahble city) ,*Journal of Social Economics Research*, Volume3,Issue4.
- Aisha, Aisha Atiq, Syed Ahmed Siti, and Buzayen Al-Ajal. (2016). Testing the median effect of both satisfaction and confidence in the relationship of brand identity to consumer loyalty. *Al-Bashaer Economic Journal*, Volume Five, Issue 1, p. 226.
- Hassan Atallah, and Abdul Razzaq bin Habib. (2021). Studying the direct and indirect impact of the brand's experience on customer satisfaction and trust, using Pls Smart and the importance-performance map. *Journal of the Economic Researcher*.
- Abolhassan, F. (2017) "*The Drivers of Digital Transformation*" Germany: Springer International Publishing AG Switzerland.P14-44.
- Shallmo, D., Williams, C. A., & Boardman, L. (2017) " Digital transformation and customer Satisfaction . *International Journal of Innovation Management*, 22(6,P9-12.