

## الملخص

واقع تسويق خدمات جامعة القدس في الضفة الغربية - دراسة ميدانية-

مقدمة من: عمر جبرائيل جبر الصليبي

إشراف: الدكتور يوسف أبو فاره

تهدف هذه الدراسة الى قياس واقع تسويق خدمات جامعة القدس في الضفة الغربية وقد ارتكزت الدراسة على خمسة تساؤلات أساسية، تتعلق بمستوى اعتماد جامعة القدس للفلسفة التسويقية الحديثة في تسويق خدماتها، وتقييم الواقع التسويقي للخدمات الجامعية (التعليمية والمساندة والتكميلية) من منظور العاملين والطلبة، وقياس مستوى خريجي جامعة القدس من منظور أرباب العمل، وقد استخدم الباحث العديد من الأساليب الإحصائية، منها أساليب الإحصاء الوصفي كالتكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية. وقد استعان الباحث ببرنامج الرزم الإحصائية الجاهز (SPSS) خاصة اختباري  $\chi^2$  ، t لقياس الاتجاهات. ويتكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة القدس والعاملين فيها وأرباب العمل الذين يعمل لديهم خريجو الجامعة من جميع مدن الضفة الغربية ، وتتكون عينة الدراسة من عينة عشوائية مكونة من ( 758 ) مستجيباً منها ( 406 ) طلاب و (98) عاملاً و (254) من أرباب العمل.

وقد صممت أداة الدراسة على شكل ثلاث استمارات، الأولى موجهة للطلبة والثانية للعاملين والثالثة لأرباب العمل، وقد عالج الجزء الأول في كل منها المتغيرات الديمغرافية، أما الجزء الثاني فكان على شكل فقرات للتحقق من صحة الفرضية الأولى والثانية من فرضيات الدراسة وجرى اعتماد مقياس ليكارت الخماسي. وقد تم التحقق من صدق أداة البحث عن طريق عرضها على مجموعة من المحكمين العلميين ذوي الاختصاص. وقد تم حساب ثبات الاستبيانات عن طريق عرضها على عينة عشوائية من المستهدفين مكونة من ( 20 ) شخصاً في حين كانت

معاملات الثبات المرتبطة بها حسب كرونباخ الفا ( 0.842 ) لاستبانة العاملين و(0.911) لاستبانة الطلبة و ( 0.782 ) لاستبانة أرباب العمل وجميعها نسب مقبولة للتحليل الإحصائي.

وقد اتبع الباحث في الدراسة الأسلوب الوصفي، وكان من أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة:

1- عدم اعتماد جامعة القدس للفلسفة التسويقية الحديثة في مجال تخطيط وتطوير خدماتها وتوزيعها وترويجها واعتمادها جزئياً لهذه الفلسفة في مجال تسعير خدماتها من منظور العاملين.

2- التأثير الايجابي لجامعة القدس في المهارات السلوكية والانسانية لخريجها مما جعلهم متفوقون على خريجي الجامعات الأخرى في هذه المهارات في حين يتساوون مع الخريجين في المهارات الفنية.

**أما أهم التوصيات التي خلص اليها الباحث فهي:**

١ ضرورة تبني جامعة القدس للفلسفة التسويقية الحديثة كلياً في مجالات التخطيط والتطوير للخدمات الجامعية وتسعييرها وتوزيعها والترويج لها.

٢ ضرورة استقطاب المزيد من الأدمغة العلمية الفلسطينية واستيعابهم في كليات الجامعة المختلفة ومراكز الأبحاث.

٣ ضرورة اعتماد الجامعة بنسبة أعلى على مدخولاتها من الأبحاث ومحاوله استقطاب المزيد منها.

٤ ضرورة تطوير الخدمات المساندة وفتح وتوفير المزيد من الخدمات التكميلية.