قياس أثر تطبيق نظم الإدارة البيئية
على المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعة
(دراسة تطبيقية بجامعة عين شمس)

رسالة مقدمة من الطالبة / هبه أحمد عبد العاطى على

بكالوريوس تعاون (إدارة أعمال) المعهد العالي للدراسات التعاونية والإدارية وزارة التعليم العالي ٢٠٠٤
دبلوم إدارة الأعمال كلية التجارة جامعة عين شمس ٢٠٠٦
دبلوم العلوم البيئية معهد الدراسات والبحوث البيئية جامعة عين شمس ٢٠٠٨

لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير
فى العلوم البيئية

قسم العلوم الإقتصادية والقانونية والإدارية البيئية
معهد الدراسات والبحوث البيئية
جامعة عيـــن شمـــس

٢٠١٧

قياس أثر تطبيق نظم الإدارة البيئية
على المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعة
(دراسة تطبيقية بجامعة عين شمس)

رسالة مقدمة من الطالبة / هبه أحمد عبد العاطى على

بكالوريوس تعاون (إدارة أعمال) المعهد العالي للدراسات التعاونية والإدارية وزارة التعليم العالي
٢٠٠٤
دبلوم إدارة الأعمال كلية التجارة جامعة عين شمس ٢٠٠٦
دبلوم العلوم البيئية معهد الدراسات والبحوث البيئية جامعة عين شمس ٢٠٠٨

لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير
فى العلوم البيئية

قسم العلوم الإقتصادية والقانونية والإدارية البيئية
وقد تمت مناقشة الرسالة والموافقة عليها:

اللجنة	التوقيع
أ.د/ ممدوح عبد العزيز محمد رفاعي مشرفاً ورئيسا	أستاذ إدارة الأعمال كلية التجارة جامعة عين شمس
أ.د/ طه عبد العظيم محمد عبد الرازق مشرفاً وعضوا	أستاذ العلوم الأساسية ووكيل معهد الدراسات والبحوث البيئية جامعة عين شمس
أ.د/ نادر ألبير فانوس جرجس عضواً	أستاذ إدارة الأعمال كلية التجارة جامعة عين شمس
أ.د/ رضا محمد طه عضواً	أستاذ ورئيس قسم الميكروبيولجيا كلية العلوم جامعة الفيوم
أ.د/ نهال محمد فتحي الشحات مشرفاً وعضوا	أستاذ الإدارة البيئية المساعد معهد الدراسات والبحوث البيئية جامعة عين شمس

٢٠١٧

قياس أثر تطبيق نظم الإدارة البيئية
على المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعة
(دراسة تطبيقية بجامعة عين شمس)

رسالة مقدمة من الطالبة / هبه أحمد عبد العاطى على

بكالوريوس تعاون (إدارة أعمال) المعهد العالي للدراسات التعاونية والإدارية وزارة التعليم العالي ٢٠٠٤

دبلوم إدارة الأعمال كلية التجارة جامعة عين شمس ٢٠٠٦

دبلوم العلوم البيئية معهد الدراسات والبحوث البيئية جامعة عين شمس ٢٠٠٨

لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير

فى العلوم البيئية

قسم العلوم الإقتصادية والقانونية والإدارية البيئية

تحت إشراف:

تحت إشراف		**التوقيع**
أ.د/ ممدوح عبد العزيز محمد رفاعي **مشرفاً رئيسياً**	أستاذ إدارة الأعمال كلية التجارة جامعة عين شمس	
أ.د/ طه عبد العظيم محمد عبد الرازق مشرفاً	أستاذ العلوم الأساسية ووكيل معهد الدراسات والبحوث البيئية جامعة عين شمس	
أ.د/ نهال محمد فتحي الشحات مشرفاً	أستاذ الإدارة البيئية المساعد معهد الدراسات والبحوث البيئية جامعة عين شمس	

ختم الإجازة

أجيزت الرسالة بتاريخ / / ٢٠١٧

موافقة مجلس المعهد / /٢٠١٧

موافقة الجامعة / /٢٠١٧

٢٠١٧

{ اقرأ بإسم رَبِكَ الذي خَلَق * خَلَقَ الإنسانَ مِن عَلَق * إقرَأ ورَبُكَ الأكرَم * الذي عَلَمَ بِالقَلَم * عَلَّمَ الانسانَ ما لَم يَعلَم }

سورة العلق (الآية:٥:١)

الإهـــــداء

- **إلى أساتذتي الذين أدين لهم بالفضل،**
- **إلى أبي وأمي رحمهما الله,** تقديراً وعرفاناً..
- **إلى اخوتي،** حباً وعطاءً..
- **إليكم جميعاً،**

أهدى هذا الجهد العلمي بعد إجازته والحكم عليه.

□

شكـــر وتقديـــر

تتقدم الباحثة بخالص وأرق وأسمى آيـــات الشكر والعرفان لأستاذها الأســتاذ الدكتور / **ممدوح عبد العزيز محمد رفاعي** أستاذ إدارة الأعمال بكلية التجارة جامعة عين شمس على ما خصني به من توجيهات ونصائح خلال فترة إعداد الرسالة رغم مسئوليات سيادته الكبيرة، ولا أملك سوى العرفان بالجميل وبفضله العظيم بعد الله سبحانه وتعالى، الأمر الذى شرف الباحثة باكتساب العديد من صفات البحث العلمي التي كانت عوناً فى إتمام هذا البحث.

كمـــا تتوجـــه الباحثـــة بأســـمى آيـــات الشـــكر والتقـــدير لأســـتاذها الأستاذ الدكتور / **طه عبد العظيم محمد عبد الرازق** أستاذ العلوم الأساسية ووكيل معهد الدراسات والبحوث البيئية جامعة عين شمس، على ما لمست منه الباحثة من تشجيع صادق من خلال توجيهاته العلمية القيمة ورعايته المعنوية الكريمة وقبول سيادته الاشراف علي هذه الرسالة.

كما تقدم الباحثة كل آيات الشكر والعرفان لأستاذيها الأستاذ الدكتور / **نادر ألبير فانوس جرجس** أستاذ الإدارة المالية بكلية التجارة جامعة عين شمسً والأستاذ الدكتور / **رضا محمد طه** أستاذ ورئيس قسم الميكروبيولجيا كلية العلوم جامعة الفيوم لموافقة سيادتهما على الاشتراك في لجنة المناقشة والحكم على الرسالة, مما يعتبر فضلاً كبيراً من سيادتهما وشرفاً عظيماً وموضع فخر واعتزاز وتقدير للباحثة.

كما تتقدم الباحثة بخالص وأرق كلمات الشكر والامتنان لأستاذتها

الأستاذة الدكتورة / **نهال محمد فتحي الشحات** أستاذ الإدارة البيئية المساعد بمعهد الدراسات والبحوث البيئية جامعة عين شمس لتفضل سيادتها بقبول الاشراف على الرسالة رغم مسئوليات سيادتها الكبيرة ووقتها الثمين مما يعتبر شرفاً كبيراً للباحثة ووساماً تعتز به.

وفى الختام لا يغيب عن الباحثة أن تتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير لكل من عاونها فى إتمام هذا البحث، داعية الله عز وجل أن يجزيهم الله تعالى عن جهودهم خير الجزاء.

الباحثة

المستخلص

تهدف هذه الدراسة بشكل عام إلى دراسة واقع الخدمات المقدمة في بعض المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعة والتعرف على أنواعها وأساليب تسويقها, وقد ركزت الباحثة علي النشاط التسويقي لأهميته في هذه المراكز والوحدات, وأثر تطبيق نظم الإدارة البيئية على هذه المراكز كما من أهدافة أيضاً دراسة المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعات, وبيان أهمية تسويق الخدمات بشكل عام وفي هذه المراكز بشكل خاص وكذلك دراسة جودة الخدمات والجودة البيئية ودور الإدارة في الاستفادة من الإمكانيات المتاحة لهذه المراكز في تحقيق رضا العميل.

وقامت هذه الدراسة على الأسلوب التحليلي من خلال استخدام المنهج الإستقرائى وكذلك الاستعانة بأسلوب الاستقصاء الذى قام على جمع المعلومات من خلال استمارات الاستقصاء, وقامت الباحثة بإعداد استمارة استقصاء تحت عنوان: "قياس أثر تطبيق نظم الإدارة البيئية على المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بالجامعة "، حيث قامت بتطبيقها على عينة من عملاء المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة عين شمس والعاملين به وخاصة الجانب الخدمي والإدارة بمستوياتها المختلفة بالمراكز.

ونظراً لطبيعة البيانات التى تتسم بندرة الاستجابة على بعض فئات الاستجابة خاصة فئة لا أوافق مطلقاً، فقد قامت الباحثة باختبار دلالة قيم احصاء كروسكال . والس " Kruskal - Wallis" باستخدام برنامج spss v20 والذي يصحح من القيمة الحرجة "Critical Value" التي تم مقارنتها بالقيمة المحسوبة لاختبار الدلالة وفقاً لطبيعة البيانات الفعلية.

وقد توصلت الباحثة في هذه الدراسة الي مجموعة من النتائج والتوصيات التي يمكن تطبيقها علي المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة عين شمس بل والمنظمات والهيئات الخدمية عامة وأهمها:

أن أداء الخدمات يجب أن يأخذ فى الاعتبار عدة معايير بيئية، وهذه المعايير هى التي تحدد إلى أي مستوى سيتم إنتاج وتقديم الخدمات، ومن ثم فإن عملية ضمان الجودة البيئية للخدمة وتحسينها يجب أن ترتبط بمعايير يتم وضعها من المتخصصين والمنتفعين والمجتمع, وكذلك يعتبر رضا العميل عاملاً حاسماً من عوامل تسويق الخدمات، لاسيما مع تزايد المنافسة فى سوق الخدمات، ولذلك فإن التسويق يعتبر أحد الأدوات التي تجعل المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص تحقق أهدافها بصورة أكثر كفاءة وفاعلية وبأقل تكلفة ممكنة وخاصة عندما تطبق الإدارة نظم الجودة البيئية.

ومن أهم توصيات الدراسة أنه يجب على المنظمة التي تحرص على تلبية توقعات العملاء أن تتعرف على المحددات التي يلجأ إليها العملاء للحكم على جودة الخدمة والجودة البيئية المقدمة إليهم وعلى إمكانية تلبية هذه التوقعات, وضرورة العمل على تقديم خدمة جيدة ذات جودة متميزة من البداية عن طريق الاستغلال الكفء والأمثل للموارد المتاحة لدى المنظمات مع مراعاة البعد البيئي, وكذلك يجب على المراكز والوحدات أن تبحث عن الطرق والوسائل لتطوير وتحسين جودة الخدمة المقدمة والتي تتلاءم مع توقعات المنتفعين والعملاء وتلبى حاجاتهم.

الملخص

يشهد العالم اليوم تطورات عديدة ازدادت وتيرتها مع التطور التكنولوجي الهائل، وقد شمل هذا التطور مختلف المجالات الإقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، ويعد قطاع الخدمات من أهم قطاعات النشاط الاقتصادي والخدمي التي تسهم في تحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي للمجتمع , وفى مجال سعى الدول للحفاظ على البيئة وحماية المجتمع فإنه يجب على المنشآت ذات الأثر البيئي المساهمة مع دولها في ذلك.

ويعتقد أن مناقشة موضوع ضمان الجودة وتحسينها وخاصة الجودة البيئية لا تكتمل من دون إدراك الدور الذى يقوم به المستفيد أو العميل من الخدمة بالفعل أو الذى يمكنه أن يقوم به، ويلاحظ أنه على مدى العقد الماضى أصبح رضاء العميل من الخدمة مطلوب أكثر فأكثر، علامة على جودة الخدمات، نظراً لكونها مشروعة ومرغوبة، فلا يمكن أن تكون الخدمات عالية الجودة ما لم يكن العميل راضياً عنها، فرضاء العميل مؤشر لنظرته لمختلف جوانب الجودة فى الخدمات، ويمكن إستخدامه كمقياس بديل لهذه الجوانب, حيث تتزايد الإهتمامات بالعميل فى الأونة الأخيرة وذلك بعد زيادة المنافسة بين المنظمات، فقد أدى هذا التنافس بين تلك المنظمات إلى ضرورة التركيز على إشباع حاجات ورغبات العميل وذلك فى محاولة لإرضائه.

ويلعب التسويق دوراً أساسياً وفعالاً فى أنشطة كافة المنظمات والمؤسسات، سواء التى تقدم سلع ومنتجات مادية، أوالتى تقدم خدمات من جهة، أو تلك التى تهدف أو لا تهدف إلى الربح من جهة أخرى، وقد تختلف تلك المؤسسات والمنظمات فى الأساليب والطرق التى تتبناها للإتصال بأسواقها، غير أن جميع تلك المؤسسات والمنظمات تواجه نفس القضايا والتحديات التسويقية.

ويعتبر العميل أحد أهم العناصر التي من أجلها وجدت المؤسسة بحيث تقوم هذه الأخيرة بخلق واكتشاف العملاء والمحافظة عليهم من خلال كسب رضائهم وذلك عن طريق معرفة توقعات العملاء والعوامل المؤثرة فيها لتقديم خدمات ذات جودة تتوافق مع توقعاتهم، ولمعرفة توقعات العملاء يجب أن يكون هناك اتصال دائم بالعملاء ومعرفة رضائهم عن الخدمات المقدمة عن طريق قياسها.

كما يعتبر رضا العميل عاملاً حاسماً من عوامل تسويق الخدمات، لاسيما مع تزايد المنافسة في سوق الخدمات, فالمراكز وسائر المؤسسات الخدمية تسعى إلى تحقيق أعلى مستوى ممكن من رضا العميل، لا للحفاظ على قاعدة عملائها فحسب، بل لتوسيع هذه القاعدة كذلك، وتتزايد أهمية رضا العميل لدى المديرين والمسوقون.

وتعتبر إدارة الجودة، وإدارة البيئة داخل المؤسسة من التقنيات الحديثة، التي تسمح بتحقيق كفاءة الاستخدام المستدام للموارد الإقتصادية والبيئية، وهي عبارة عن مجموعة من المواصفات العالمية الحديثة التي تهدف لتحقيق الاستغلال الأفضل للموارد بصفة مستديمة.

ومن هنا كان التعرف على أثر تطبيق نظم الإدارة البيئية بالقطاع الخدمي على المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص محور هذه الدراسة بهدف تعريف المختصين والمهتمين بأسس التسويق الفعال للخدمات مع مراعاة البعد البيئي.

ولعل ما يعرقل مسيرة تلك الوحدات وأيضا ما يواجهها من مشكلات تضارب الاختصاصات بين الوحدات، وعدم وجود سياسة ورؤية واضحة لكل وحدة والزامها بها، وقصور فى اعداد واستحداث قاعدة بيانات مترجمة عبر شبكة الانترنت لما تقدمه وتقوم به الوحدات والتعريف بها محليا ودوليا، ضعف الجودة وعدم توظيف امكانيات وقدرات الافراد فى المكان الصحيح داخل العمل مما يهدر كم من الطاقات الغير مستغلة، عدم الرضا الكامل للعاملين ومنها الى عدم الولاء والانتماء كما أن عدم وجود سياسة واضحة يجعل هناك عدم رؤية كاملة للعاملين عن الاهداف التى يجب تحقيقها وهذا يدل على ضعف وتراجع فى تطبيق نظم الجودة عامة ونظم الإدارة البيئية والمعايير العالمية للجودة خاصة والتى اصبحت حتمية التنفيذ الان من أجل مجابهة التطور العالمى المذهل وخروج الجامعات من بوتقة المحلية للتنافس للعالمية ولنجد لنا مكان على خارطة جامعات العالم وهو ما يمثل مشكلة هذه الدراسة.

وتنبع أهمية الدراسة في أنه نظرا للأهمية الاجتماعية والإقتصادية للمراكز والوحدات ذات الطابع الخاص وسعيها للنهوض بالعملية التعليمية والتدريبية فى الجامعات ومراكز البحوث وأيضا ما تسهم به في تخفيف العبء على موازنة الدولة وذلك من خلال تنمية الموارد الذاتية للجامعة, مما أدى الى ضرورة الاهتمام بتطوير وتحسين وضع تلك الوحدات وذلك بدراسة المشكلات التى تواجه الإدارة والعاملين والتى تتسبب بدورها فى اعاقة مسيرتها فى اداء دورها، والعمل على حلها، خاصة فى ظل توجه الجامعة الى استخدام سياسة الترشيد وهى خفض النفقات وزيادة الايرادات مع الاستغلال الامثل للموارد المتاحة مما أعطى ضرورة قصوى والزام للاهتمام بتطبيق نظم الإدارة البيئية والتى تمثل أداة محكمة لتصحيح أوضاع كل المنظمات التى تسعى لإثبات نفسها ككيان ناجح ومنافس قوى وذلك من خلال تفعيل سياستها فى تلك الوحدات حتى يتسنى لها تحقيق اهدافها والتى من شأنها تعظيم قدرتها فى توفير موارد متجدده للجامعة من خلال التعاون مع مواقع الانتاج والخدمات بالمجتمع.

واستهدفت الدراسة بشكل عام إلى دراسة واقع الخدمات المقدمة في بعض المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص والتعرف على أنواعها ومدى مراعاة الأثر البيئى فى العملية الإدارية والتسويقية, كما نذكر من أهدافه:

١- التعرف على واقع نظم الإدارة البيئية بالوحدات ذات الطابع الخاص عن طريق استطلاع اراء ووجهات نظر القيادات الإدارية والعاملين فى تلك الوحدات وكذلك المستفيدين.
٢- التوصل الى أن هناك علاقة ارتباط موجبة بين تطبيق نظم الإدارة ونظم الإدارة الحديثة وبين تفعيل دور الوحدات ذات الطابع الخاص.
٣- الارتقاء بمستوى آداء المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص.
٤- اقتراح حلول لكيفية تطبيق إدارة الجودة الشاملة بكفاءة وفاعلية وأثره على التطور التنظيمى وجودة الخدمات.
٥- استعراض الاتجاهات الحديثة فى مجال الإدارة البيئية والتطوير التنظيمى وجودة الخدمات وتسويقها ونتاج الفكر الادارى باعتبار الإدارة البيئية علم يقوم على أساس البحث والدراسة ويهدف الى خلق تنظيم فعال وقادر على تجديد نفسه ويقوم على المشاركة.

اعتمدت الباحثة مجموعة من الفروض وهي:

١ . لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تطبيق نظم الإدارة البيئية وأساليب الإدارة الحديثة وبين زيادة كفاءة المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص.
٢ . لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كفاءة التسويق وبين زيادة إيرادات المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص.
٣ . هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة المقدمة وخاصة الجودة البيئية وبين رضا العملاء والمنتفعين.

واعتمدت الباحثة في دراسة الجوانب المختلفة للمشكلة موضوع الدراسة, علي الدراسة النظرية والمكتبية بالإضافة إلى الدراسات التي أعدتها بعض المنظمات التي تراعى البعد البيئي, وذلك للتعرف على طبيعة المشكلة والظروف المحيطة بها والمؤثرة عليها, ولقد اعتمدت الباحثة على بعض المراجع العربية والأجنبية المتاحة في هذا المجال وكذلك المقالات المتعلقة بموضوع التسويق ونظم الإدارةالبيئية وإدارة المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص وجودتها بشكل خاص.

وتقوم مرحلة الدراسة الميدانية لميدان البحث تطبيقاً علي المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة عين شمس , حيث تم التعرف على أراء المنتفعين والعملاء ورغباتهم واتجاهاتهم والعناصر الغير مرضية التي تواجههم وانطباعاتهم واقترأحاتهم, بالإضافة إلى استطلاع آراء وأفكار الإدارة العليا والعاملين في هذه المراكز وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية في تحليل البيانات والمعطيات التي تم جمعها.

وتضمن مجتمع الدراسة العاملين بالمراكز والوحدات ذات الطابع الخاص وهم عبارة عن المشاركين من الادارات العليا والمشاركين من العاملين بالمراكز والوحدات ذات الطابع الخاص وفقا للمسمى الوظيفى وعملاء هذه المراكز, وأنسب الإختبارات الإحصائية لهذا الشكل من البيانات هو اختبار كروسكال . والس "Kruskal Wallis Test " وهذا الاختبار يناسب البيانات التكرارية لإختبار صحة الفرض القائل بعدم وجود فروق بين الصفوف فى استجاباتهم على أسئلة الاستقصاء والتي اعتمدتها الباحثة في دراستها.

ومن خلال دراسة الباحثة لموضوع الدراسة توصلت الباحثة الي مجموعة من النتائج والتوصيات التي يمكن تطبيقها علي المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بجامعة عين شمس بل والمنظمات والهيئات الخدمية في جمهورية مصر العربية.

١. أن أداء الخدمات يجب أن يأخذ فى الاعتبار عدة معايير بيئية، وهذه المعايير هى التي تحدد إلى أي مستوى سيتم إنتاج وتقديم الخدمات، ومن ثم فإن عملية ضمان الجودة البيئية للخدمة وتحسينها يجب أن ترتبط بمعايير يتم وضعها من المتخصصين والمنتفعين والمجتمع, وأن التطبيق السليم لمبادئ التسويق يمكن أن يساهم مساهمة كبيرة فى استخدام موارد المركز الاستخدام الأمثل.
٢. يعد رضا العميل عاملاً جوهرياً من عوامل تسويق الخدمات، لاسيما مع تزايد المنافسة فى سوق الخدمات، ولذلك فإن التسويق يعتبر أحد الأدوات التي تجعل المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص تحقق أهدافها بصورة أكثر كفاءة وفاعلية وبأقل تكلفة ممكنة وخاصة عندما تطبق الإدارة نظم الآدارة البيئية.

ومن توصيات الدراسة ضرورة تحديث أنظمة وأساليب العمل فى المركز الخدمي من أجل تسريع أداء الخدمات وتقليل معدلات الشكوى لدى العملاء بما يتناسب مع المعايير الدولية البيئية وضرورة العمل بصفة مستمرة على تحديث أماكن تقديم الخدمات وأماكن انتظار العملاء من أجل خلق الشعور والانطباع الجيدين لدى العميل.

وأنه يجب على المنظمة التي تحرص على تلبية توقعات العملاء أن تتعرف على المحددات التي يلجأ إليها العملاء للحكم على جودة الخدمة والجودة البيئية المقدمة إليهم وعلى إمكانية تلبية هذه التوقعات, وضرورة العمل على تقديم خدمة جيدة ذات جودة متميزة من البداية عن طريق الاستغلال الكفء والأمثل للموارد المتاحة لدى المنظمات مع مراعاة البعد البيئي, وكذلك يجب على المراكز والوحدات أن تبحث عن الطرق والوسائل لتطوير وتحسين جودة الخدمة المقدمة والتي تتلاءم مع توقعات المنتفعين والعملاء وتلبى حاجاتهم.

قائمة المحتويات

	البيـــان	رقم الصفحة
الفصل ١	**الإطار العام للدراسة وتحليل لأهم الدراسات السابقة.** ١-١- : **الإطار العام للدراسة.** ١-١-١- مقدمة ١-١-٢- مشكلة الدراسة: ١-١-٣- أهمية الدراسة: ١-١-٤- أهداف الدراسة: ١-١-٥- إطار الدراسة: ١-١-٦- فروض الدراسة: ١-١-٧- منهجية الدراسة: ١-١-١١- مصطلحات الدراسة: ١-١-١٢- خطة الدراسة: **١-٢- تحليل لأهم الدراسات السابقة.** ١-٢-١- الدراسات السابقة المتعلقة بالإدارة البيئية والجودة في مجال الخدمات. ١-٢-٢ الدراسات السابقة المتعلقة بالخدمات وتسويقها ورضا العميل. ١-٢-٣- تعليق الباحثة على الدراسات السابقة:	
الفصل ٢	**الإطار النظرى لنظم الإدارة البيئية وتسويق الخدمات.**	
	مقدمـــة	
	٢-١- مفهوم وخصائص نظم الإدارة البيئية ونظامها.	
	٢-١-١- علاقة المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص بنظم الإدارة البيئية: ٢-١-٢- ماهية الإدارة البيئية وعناصرها ومواصفاتها:	
	- تعريف الإدارة البيئية: - نظم الإدارة البيئية.	
	- عناصر الإدارة البيئية. - انشطة الإدارة البيئية:	

	- مستويات الإدارة البيئية: - مواصفات الإدارة البيئية والتى تمكنها من اداء وظيفتها بشكل متكامل. ٢-١-٣-: أهداف ومهام الإدارة البيئية وخصائصها: - أهداف ومهام الإدارة البيئية: - مفهوم ISO 14000 - مفهوم ISO 14001 (نظام الإدارة البيئية) - خصائص الإدارة البيئية - متطلبات تطبيق نظم الإدارة البيئية ٢-١-٤- : مميزات نظم الإدارة البيئية وأنواعها: - مميزات نظم الإدارة البيئية - أنواع نظم الإدارة البيئية - اسس نظم الإدارة البيئية - وظائف الإدارة البيئية ٢-١-٥- : مجالات وأسباب تطبيق نظم الإدارة البيئية: - مجالات تطبيق نظام الإدارة البيئية. - اسباب تطبيق المنظمة لسياسة نظم الإدارة البيئية:	
	٢-٢- خصائص ومؤشرات تحقيق جودة الخدمات فى المراكز والوحدات ذات الطابع الخاص وتسويقها. ٢-٢-١- خصائص الخدمات وعناصر نظامها: ٢-٢-١-١- خصائص الخدمات: ٢-٢-١-٢- عناصر نظام الخدمات:	
	٢-٢-٢- مؤشرات تحقيق جودة الخدمات: ٢-٢-٣- دورة حياة الخدمات: ٢-٢-٤- مفهوم التسويق للخدمات وأهميته. ٢-٢-٤-١- ماهية تسويق الخدمات ومراحل تطوره.	