



Mesurer la qualité de service dans l'enseignement supérieur : cadre conceptuel

Khadidja ANTAR¹, Pr. Benaïssa ANNABI²

¹ Doctorante, Ecole supérieure de commerce d'Alger (Algérie), etd_antar@esc-alger.dz

² Professeur, Ecole supérieure de commerce d'Alger (Algérie), b_annabi@esc-alger.dz

Date de Réception : 28/02/2018 ; Date de révision : 16/09/2018 ; Date d'acceptation 20/02/2019

Résumé :

La mesure de la qualité de service dans l'Enseignement Supérieur (ES) était traitée par la littérature selon deux approches différentes. La première approche est basée sur le recours aux modèles génériques, dont on citera entre autres : SERVQUAL, SERVPERF et PAKSERV, dans l'évaluation de la qualité pour les services d'ES. Ces modèles sont conçus comme des mesures standards qui ont une applicabilité trans-industrielle. De nombreuses études ont testé ces modèles dans le secteur de l'ES et ont démontré leur efficacité. La deuxième approche est basée sur le développement des modèles de mesure de qualité exclusifs pour les services d'ES, et ceci vu leurs spécificités. Sous cette approche deux catégories de modèles peuvent être distinguées. Des modèles basés sur le client, en citera entre autres : HEdPERF et PHEd, qui considère l'étudiant comme le principal client des services d'ES. Et des modèles basés sur une approche managériale, principalement l'approche TQM, comme : le modèle 5Qs et le modèle de Sadeh, E. et Garkaz, M. (2014). Cette dernière catégorie propose un cadre d'évaluation de la qualité dans l'ES plus systémique et plus profond, que celui proposé par la catégorie basée sur le client.

Mots clés : qualité de service, enseignement supérieur, modèle de mesure.

Codes JEL Classification : A22, A23, H52, I22

Abstract :

The quality of measurement service in Higher Education (HE) was addressed in the literature according to two different approaches. The first approach is based on the use of generic models, which are mentioned among others : SERVQUAL, SERVPERF and PAKSERV, in the evaluation of quality for HE service. These models are designed as standard measures that include a trans-industrial applicability. Varieties of studies have tested these models in the HE sector and have demonstrated their effectiveness. The second approach is based on the development of exclusive quality measurement models for HE services, given their specificities. Under this approach two categories of models can be distinguished. Customer-based models as well as others like : HEdPERF and PHEd, which considers the student as the main client of HE services. And models based on a managerial approach mainly TQM approach, like : the 5Qs model and the model of Sadeh, E. and Garkaz, M. (2014). This category provides a more systematic and deeper quality assessment framework in HE than that offered by the client-based category.

Keywords : service quality, higher education, models of measurement.

Codes JEL Classification : A22, A23, H52, I22

* Khadidja ANTAR

Introduction :

Les établissements d'enseignement supérieur, qui ont pour principale mission : assurer la continuité de production du savoir, et alimenter le marché de travail par une ressource humaine qualifiée, ont un rôle crucial dans le développement social et économique des nations, et d'où leur performance devrait être une priorité. Devant cette réalité, la qualité demeure l'une des clés de réussite. Dans un rapport publié par Aghion, P. et Cohen, E. (2004)¹ intitulé **Education et Croissance**, les auteurs ont affirmé que la qualité du système d'enseignement supérieur est devenue essentiel pour consolider la compétitivité des économies.

Le contexte algérien n'a pas échappé à ce mouvement de prise de conscience de l'importance des établissements d'ES pour le développement. De ce fait, les enjeux et les exigences auxquels est confronté le secteur de l'ES en Algérie, ont favorisé le recours à une stratégie de développement basé sur la qualité pour le système. Conséquemment, la CIAQES (la Commission d'Implémentation d'un système d'Assurance Qualité dans les établissements d'Enseignement Supérieur) était désignée pour accompagner les établissements d'ES en Algérie dans la mise en œuvre d'un système d'assurance qualité.

Conformément à la vision marketing, le sujet de la qualité de service a suscité l'intérêt de plusieurs recherches scientifiques, mais jusqu'au là il y'a toujours des difficultés de définir et de mesurer ce concept (Wismiewski, M. (2001)), et ça grâce à la nature abstraite de ce construit (Abdullah, F. (2006)), et aussi aux spécificités contextuelles du sphère étudié. Il est important pour les décideurs de comprendre la définition de la qualité de service et sa mesure (Asubonteng, P., Mc Cleary, K.J. and Swan, J.E. (1996)), afin de pouvoir opérationnaliser correctement ce concept. Pour les services d'ES la question est encore plus complexe. D'un côté c'est la nature du service d'ES qui à entrainer des conséquences sur la conceptualisation et la mesure de la qualité. Et d'un autre côté l'importance vitale des services éducatifs généralement et les services d'ES spécialement, pour le développement et la prospérité d'un pays, l'a rendu un objet très sensible à aborder et qui nécessite beaucoup d'attention et de pertinence.

Dans ce qui suit, on va dans un premier temps mettre le point sur le concept de la qualité de service dans l'ES. Puis de mettre en avant les spécificités de ces services. En dernier lieux on va exposer quelques modèles de mesure de la qualité regroupés sous différentes approches de mesure.

I- La qualité de service dans l'ES : cadre conceptuel et spécificités

Le concept de la qualité a beaucoup évolué, grâce au développement permanent dans les pratiques des affaires, qui a permis l'enrichissement du concept par l'adaptation de nouvelles dimensions de qualité. Et de ce fait, y'a eu un décalage entre les pratiques et la conceptualisation, qui a causé la perpétuation du non-consensus autour du concept. La nature hautement abstraite des services d'ES a accentué le problème poser au niveau général. Pour Dado, J., Petrovicova, J.T., Riznic, D. and Rajic, T. (2011), le débat sur la meilleur définition

¹ Aghion, P. et Cohen, E. (2004), "Education et croissance", Paris : La documentation française, P. 9.

de la Qualité de Service dans l'Enseignement Supérieur (QSES) est jusqu'à lors non résolu, ce qui à entraver l'identification d'un instrument de mesure approprié.

I-1- définition de la qualité de service dans l'ES :

Avant de mettre le point sur les principales définitions de la qualité de service dans l'ES, on va essayer parallèlement de présenter un ensemble de définitions, qui nous aide à cerner au mieux ce concept, à savoir : service d'ES et la qualité dans les services.

I-1-1- Définition de service d'ES :

Pour but de générer une définition au service d'enseignement supérieur, on va s'appuyer conjointement sur des définitions linguistiques de l'enseignement, et quelques définitions idiomatiques de service. Comme suivant :

Selon le dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française, **l'enseignement**¹ : action de transmettre des connaissances ; Enseignement supérieur, le plus haut des degrés de l'enseignement, qui donne une formation complète dans les sciences, la philosophie, les lettres, les langues, la médecine, le droit... V. **Ecole** (grandes écoles), **faculté, institut, université**.

Selon Larousse, **l'enseignement**² : action, manière d'enseigner, de transmettre des connaissances. || enseignement supérieur, enseignement qui, dispensé dans les universités et dans les grandes écoles, approfondit les études spéciales.

Quant aux services ils sont définis :

Selon l'Americain Marketing Association, **les services**³ : sont des produits, comme un prêt bancaire ou de sécurité à domicile, qui sont intangibles.

Selon le marketing management **un service**⁴ : est une activité ou une prestation soumise à un échange, essentiellement intangible et qui ne donne lieu à aucun transfert de propriété.

D'après toutes ces définitions on peut définir un **service d'enseignement supérieur** comme une activité qui consiste à transmettre des connaissances, qui donne une formation complète dans les sciences, langues...etc, dans des établissements spécialisées : universités, instituts, grandes écoles...etc.

I-1-2- la qualité de service dans l'ES :

Le concept de la qualité est le carrefour de plusieurs disciplines : marketing, management, économie, et philosophie, dont chacune a son propre point de vue sur la qualité (Gavin, D. A. 1984, Golder, P.N., Mitra, D. et Moorman, C. 2012). La qualité dans les services est généralement l'objet de l'approche marketing, car ce concept est défini par la perception globale des **consommateurs** au service offert, et ceci vu le manque d'une mesure objectif engendré par

¹ Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française, (1958) Vol. 2, Casablanca : Société du Nouveau Littre.

² Petit Larousse en couleur, (1987), Paris : Larousse.

³ Americain Marketing Association, <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=S>.

⁴ Kotler, P. et Keller, K. et autres (2009), "marketing management", 13^e édition, Paris : Pearson Education France, p. 452.

l'intangibilité des services. Selon Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985)¹, **la qualité de service perçue** résulte de la comparaison des attentes de client avec la performance du service actuel.

la qualité de service = la qualité perçue = performance du service reçu (service perçu) – attentes (service attendu)

En matière de la conceptualisation de la qualité dans les services d'enseignement supérieur, les contributions les plus éminentes sont ceux de Barnett, R. 1992 et de Harvey, L. et Green, D. 1993. Commencant par Harvey, L. et Green, D. 1993², ils ont regroupé les concepts sur la qualité dans l'ES en cinq groupes qui sont :

1- La qualité comme étant exceptionnelle : qui se compose de même par :

- **La notion traditionnelle** : qui se réfère au fait qu'il y'a pas de repère ou de critère de mesure de la qualité, le caractère distinctif, inaccessible et élitiste de l'enseignement indique la qualité.
- **L'excellence 1** : se réfère à des normes élevées. Exceller en entrée par le choix des meilleurs étudiants, leurs fournir les meilleurs ressources humaines et physiques, quel que soit le processus sa engendre l'excellence des sorties. Cette notion met l'accent sur le niveau des entrées et sorties.
- **Vérification des normes** : se réfère à une série de contrôle de qualité qui repose sur des normes de qualité réaliste et relative qui se change selon les circonstances (fixé le minimum).

2- La qualité comme étant perfection : cette notion porte sur le processus plus que entrée/ sortie, elle contient deux volets :

- **Excellence 2 (zéro défaut)** : La qualité dans ce cas est considérée comme la conformité aux spécifications, plutôt que le dépassement des normes élevées. Mais comment le zéro défaut peut être appliqué dans l'enseignement.
- **La culture de qualité** : tout le monde dans l'organisation ne sont pas seulement des contrôleurs de qualité, mais sont responsables de qualité.

3- La qualité comme étant la fitness des finalités : la qualité est jugée en fonction de la mesure au quelle le produit répond au but. Dans ce cas la spécification des butes se porte soit :

¹ Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985), "A conceptual model of service quality and its implications for future research", Journal of Marketing, Vol. 49 No. 4, p. 42.

² Harvey, L. and Green, D. (1993), "Defining Quality", Assessment and Evaluation in Higher Education, Vol. 18 No. 1, pp. 12- 28.

- **Sur les spécifications du client** : la qualité est jugée selon la conformité aux spécifications déterminées par les clients. Ces spécifications se change au fil temps est doivent être réévalué constamment. Cette approche peut être utilisée dans l'ES à un certain nombre de niveau.

- **Sur la mission** : la qualité est définie par le fait d'établir et de remplir sa propre mission. Cette approche est appliquée par le recours à des systèmes tels que l'assurance qualité (l'assurance qualité représente l'existence de mécanismes, de procédures et de processus mis en place pour assurer la qualité souhaitée).

4- La qualité comme une valeur de l'argent : se réfère à une approche populiste : la relation qualité /prix. Cette approche vise l'efficacité financière du système d'ES (une bonne qualité à des coûts réduits). Cela est possible par :

- **Des indicateurs de performance** : pour surveiller l'efficacité et l'efficience du système d'ES, ces indicateurs jouent un rôle dans le contrôle des processus de l'ES, afin que les sorties seront de qualité satisfaisante.

- **La charte client** : précise ce que le client peut attendre de l'argent qu'il paie. Ces chartes ont été développé dans le **secteur public** et les services privatisé monopole, afin de compenser les insuffisances du fonctionnement du marché. Les critères que contient ces charte se réfère à des normes minimales, et qui sont produits pour et pas par les étudiants (le risque d'avoir peu d'impact sur l'amélioration ou même le maintien de la qualité).

5- La qualité comme transformation : se réfère à un changement qualitatif dans la forme. Dans l'ES la transformation est d'ordre cognitif. Cette transformation dans l'enseignement offre deux approches :

- **L'amélioration du participant** : un enseignement de qualité effectue un changement dans les étudiants et les améliorent dans leurs connaissances, capacités et compétences.

- **Autonomisation des participants** : qui se fait par donner le pouvoir aux participants d'influencer leur propre transformation. Ça existe quatre façon d'autonomisé les étudiants: **1-** autonomisé les étudiants à travers l'évaluation des étudiants ; **2-** garantir aux étudiants la disposition des normes minimales, et de leur donner la responsabilité de surveillance ; **3-** donner aux étudiants le contrôle de leur propre apprentissage et ceci en choisissant leur programme ; **4-** développer l'esprit critique chez les étudiants, qui consiste à donner aux étudiants la capacité d'apprendre et à justifier leur opinion, reconnaître et fournir un travail de qualité, développer un style, formuler des questions, analyser les paradigmes, être honnête au sujet de leur ignorance et être en mesure de s'auto-évaluer.

Dans ce même sens Barnett, R. 1992¹, propose quatre conceptions de la qualité dans l'ES :

1- **L'ES est conçu comme la production d'une main d'œuvre qualifiée** : dans ce cas la qualité porte sur la capacité de réussite des diplômés dans le monde du travail. Les IPs

¹ Barnett, R. (1992), "The idea of quality : voicing the educational", Higher Education Quarterly, Vol. 46 No. 1, pp. 5-7.

(Indicateurs de Performance) utilisés sont : le pourcentage des diplômés travaillants, et leurs taux de rendement (le salaire gagné).

- 2- **L'ES est une formation pour une carrière de recherche** : dans ce cas la qualité porte sur les entrées (la capacité de recherche d'étudiant) et les sorties (les résultats de recherche du staff académique).
- 3- **L'ES étant une gestion efficace de la prestation de l'enseignement** : dans ce cas les IPs utilisés : le taux de réussite, les coûts unitaires, le ratio étudiant + / - personnel et d'autres données financières ;
- 4- **L'ES étant une extension de chance de vie** : dans ce cas les IPs porte sur le pourcentage de croissance des étudiants issus de milieux sous-représenté (y compris étudiant adulte, à temps partiel et étudiant handicapé).

D'après toutes ces définitions de la qualité dans l'ES (Barnett, R. (1992) et Harvey, L. et Green, D. (1993)), la croissance cognitive de l'étudiant est probablement l'approche la plus efficace pour mesurer la qualité dans l'ES (Toombs, W. (1980)), et sous laquelle peuvent se combiner d'autres approches. Par ailleurs, cette approche s'inscrit dans la vision multidimensionnelle de la mesure de la qualité qui porte sur l'effet globale du **processus éducatif** sur la croissance et le développement des étudiants (Toombs, W. (1980)).

Pour cela on peut définir **la qualité du service d'ES** par la qualité du processus de transformation cognitive des étudiants, qui consiste à transmettre des connaissances selon un programme par le personnel académique (professeurs), et qui nécessite des compétences de la part des étudiants : caractéristiques académiques, et de la part du personnel académique : caractéristiques scientifiques et pédagogiques, et un système d'évaluation des étudiants, ainsi que des ressources pédagogiques (classes, amphis, bibliothèque, laboratoires...), afin de produire une main d'œuvre qualifiée et assurer la continuité de la recherche scientifique.

I-2- spécificité des services d'ES :

D'une manière générale quatre caractéristiques sont partagés par l'ensemble des services, seulement que le service d'ES peut déceler d'autres spécificités qui lui sont exclusivement liées, et ces spécificités vont influencer la perception de la qualité. En commun avec les autres services, le service d'ES possède les caractéristiques (selon le marketing management) suivantes :

- 1- **Intangibilité** : le service ne peut être vu, touché et senti comme un bien¹. Cette inaccessibilité sensorielle se traduit par l'immatérialité des services (Flipo, J. P. (1987))². Seulement l'offre de service nécessite des éléments tangibles indispensables à la prestation, et qui sont le garant d'un sentiment de sécurité dans la transaction (Boyer, A. et Nefzi, A. (2009)). Pour le cas de l'ES l'objet principal du service est la transmission de connaissances, qui est de nature hautement immatérielle ; un service pur (Voss, R., Gruber, T. and Szmigin, I. (2007), Parves, S. and HoYin, W. (2012), Clewes, D. (2003), Gruber, T., Fub, S., Voss, R.

¹ Lendrevie, J., Lévy, J. et Lindon, D. (2009), "Mercator", 9^e édition, Paris : Dunod, p. 975.

² Boyer, A. et Nefzi, A. (2009), "La perception de la qualité dans les domaines des services : vers une clarification des concepts", La Revue des Sciences de Gestion, Vol. 3 No. 237-238, p. 45.

and Glaeser-Zikuda, M. (2010)). Nonobstant, l'aspect tangible est très présent dans ces services avec des infrastructures importantes tels que laboratoires, bibliothèque, amphis, classes...etc. L'intangibilité est considérée comme une généralisation assez stable pour tous les services (Hill, F.M. (1995)).

2- L'indivisibilité : ou encore appelé la simultanéité de la production et de la consommation. Un service est fabriqué en même temps qu'il est consommé. Par ce que le client est présent pendant la fabrication du service, l'interaction entre prestataire et le client constitue un élément clé du marketing des services¹. Par ailleurs, cette simultanéité vient imposer la nécessité de la focalisation sur la qualité du processus (Kasif, M., Ramayah, T. and Sarifuddin, S. (2014)), car il y'a un effet d'irréversibilité une fois que le service est fournis. Dans l'ES, l'indivisibilité a donné aux étudiants un double statut ; il est en même temps le client et le produit de ce service (Kasif, M., Ramayah, T. and Sarifuddin, S. (2014)). Différemment aux autres services l'argent seul ne permet pas à ce client (qui est l'étudiant) d'acheter un diplôme universitaire (Dado, J., Petrovicova, J.T., Riznic, D. and Rajic, T. (2011)), raison pour laquelle les capacités intellectuelles des étudiants sont considérées comme un déterminant très important de la qualité de l'interaction pour les services d'ES.

3- La variabilité : ou encore appelé hétérogénéité. Un service est éminemment variable selon les circonstances qui président à sa réalisation². Et d'où la qualité du personnel en contact est très importante. Même si le personnel en contact dans l'ES (le corps professoral) est guidé par un programme mais la prestation reste hautement variable : d'une conférence à l'autre, d'un groupe d'étudiant à l'autre (le degré d'implication des étudiants), d'un professeur à l'autre...etc. Pour Voss, R., Gruber, T. and Szmigin, I. (2007) la qualité du personnel en contact à savoir les professeurs pour l'ES, est un déterminant important d'un haut niveau de qualité. En contrepartie, la participation active du client (étudiant pour l'ES) a un effet considérable sur la performance du service (Elliott, K.M. (1995)).

4- La périssabilité : les services ne se gardent pas. Toute place non vendue dans un avion ou un théâtre est perdue à jamais. La périssabilité n'est pas problématique si la demande est stable. Quand elle fluctue, elle pose en revanche des questions sur l'ampleur des prestations à fournir³. Dans l'ES les TIC, les livres et les écrits scientifiques peuvent-ils être considéré comme un moyen de stockage de connaissances?. Pour ces dits moyens, l'élément de l'interaction est limité, mais ces moyens peuvent être très efficaces pour le stockage de connaissance. Dans leur étude, Djellal, F. et Gallouj, F. (2012) parlent des possibilités de stockage qu'offrent les TIC, et ceci en rendant le service moins immédiat. L'utilisation des TIC dans le cadre du e-learning a étendu la relation entre étudiant et enseignant dans l'espace et le temps (Udo, G.J., Bagchi, K.K. and Kirs, P.J. (2011)), et a accordé une possibilité de stockage sans limite aux services d'ES.

L'ES est identique avec les autres services sur les points cités ci-dessus (Cuthbert, P.F. (1996)). Cependant, certains chercheurs en marketing de l'ES pensent qu'il faut explorer d'autres

¹ Kotler, P. et Keller, K. et autres (2009), op.cit, p. 459.

² Idem, p. 459.

³ Idem, p. 461.

dimensions du service d'ES pour étudier la qualité de service dans l'ES (Kasif, M., Ramayah, T. and Sarifuddin, S. (2014)). D'après une observation et une réflexion approfondie sur le SES, on a pu repérer certaines spécificités qui sont liées aux services d'enseignement d'une manière générale et d'ES en particulier, qui sont :

1- La première spécificité provient de **la durée de la fabrication** du service. L'éducation est un service à long terme (Mathew, J. and Beatriz, J. (1997)). Dans l'ES la fabrication dure plusieurs années selon les besoins de la formation suivie (3 ans et plus). En effet, ça rend le service d'ES un service à haut risque quant au choix de l'université (Parves, S. and HoYin, W. (2012)). Cette long durée de fabrication a impliqué plusieurs choses : **1-** la nécessité d'assurer le client par un processus de formation de qualité ; bon corps professoral, bon programme et ressources pédagogiques sophistiquées et avancées. Pour témoigner la qualité de son processus les universités recourent à l'accréditation. **2-** l'importance du système d'évaluation des étudiants qui représente le feedback du processus de transmission. Il reflète l'état d'avancement des étudiants pour s'assurer qu'on va aboutir les résultats attendus, et de pouvoir récupérer les lacunes qui entrave son aboutissement. Il est le garant du bon déroulement du processus de formation.

2- L'ES est **un service collectif** c'est-à-dire il est consommé collectivement, il nécessite la présence d'un nombre suffisant d'étudiant. Cette spécificité est liée au rapport nombre/qualité, qui est un rapport négatif : plus le nombre d'étudiant est moins, la qualité augmentera et vis versa. Sur ce point, il y'a pas un consensus sur le nombre d'étudiants idéals qui constitue le groupe pour un service de qualité. Cependant certains facteurs influencent la détermination de ce nombre qui sont : la capacité d'accueil des établissements d'ES, le nombre de prof par étudiant, la nature de la spécialité et de la matière.

Les caractéristiques uniques du secteur de l'ES soulèvent de sérieuses préoccupations quant au développement d'un instrument de mesure pour la QSES exclusif (Annamdevula, S. and Bellamkonda, R.S. (2012)). Aussi, ces caractéristiques ont émergé la nécessité d'une certaine **capacité** de la part des étudiants, d'où son **pouvoir d'achat** seule ne lui permis pas d'acquérir un diplôme, ce qui différencie les services d'ES complètement des autres services.

II- Les modèles de mesure de la qualité :

La mesure de la qualité de service dans l'ES était traitée par la littérature de deux différentes façons. Toute en considérant les services d'ES identiques aux autres services, et ne présentant aucune spécificité par rapport aux autres types de service, les modèles génériques sont développés pour être communément utilisés. Ces modèles ont été appliqués dans le secteur de l'ES avec efficacité. Subséquemment, en considérant les services d'ES comme spéciales et exclusifs, les modèles spécialisés s'inscrivent dans cette logique et proposent des modèles de mesure conçus pour mesurer la qualité dans les services d'ES, et ne peuvent être utilisés pour d'autres services.

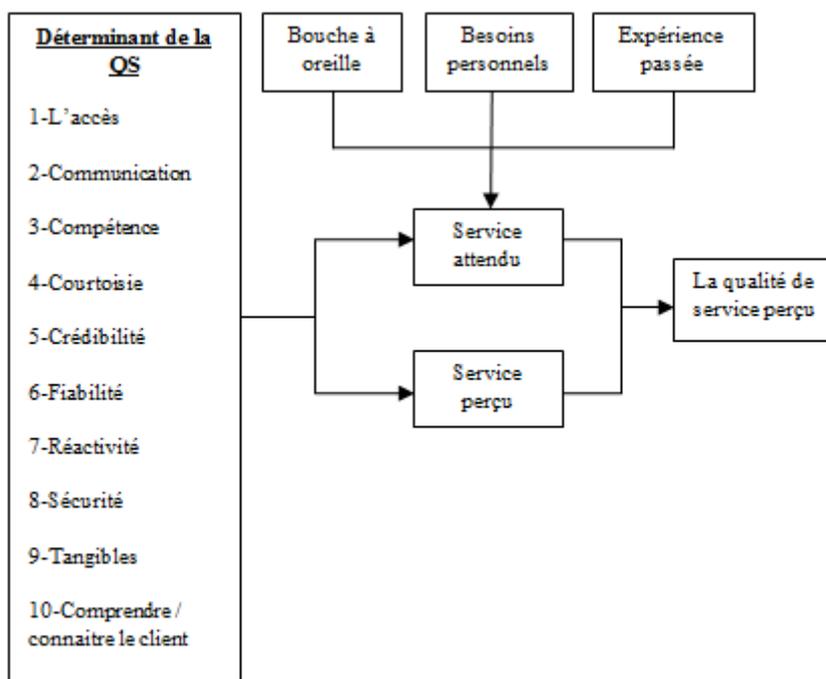
II-1- Les modèles génériques

Les modèles génériques sont conçus comme des mesures standards qui ont une applicabilité trans-industrielle (Annamdevula, S. and Bellamkonda, R.S. (2012)). Ces modèles ne prennent pas en considération les spécificités des services et même des contextes étudiés, et proposent un cadre de mesure de qualité générale et commun. Dans ce qui suit on va présenter quelques modèles génériques qui représentent les principaux déterminants de la qualité pour tout type de service.

- Le modèle SERVQUAL :

Grâce à l'ambiguïté et le manque de la littérature au tour du concept de la qualité de service, le modèle SERVQUAL était développé par Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. et Berry, L.L. sur deux étapes. Dans une étude mener en (1985)¹ les auteurs ont proposé un modèle, qui est présenté dans la **figure -1-**, qui définit les principaux déterminants (10 dimensions) de la qualité de service par rapport aux attentes et aux perceptions des clients. Ensuite partant des résultats de cette étude Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. et Berry, L.L. (1988)² ont développé le modèle SERVQUAL qui se compose de 5 dimensions et 22 items. Les 5 dimensions du modèle sont défini comme suivant :

Figure -1- : les déterminants de la qualité de service perçu



Source : Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985), “A conceptual model of service quality and its implications for future research”, Journal of Marketing, Vol. 49 No. 4, p. 48.

1- Tangibles : les facilités physiques, l'équipement et l'apparence du personnel ;

¹ Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985), op.cit, pp. 41-50.

² Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988), “SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality”, Journal of Retailing, Vol. 64 No. 1, pp. 12-40.

- 2- **Fiabilité** : capacité d'effectuer le service promis crédiblement et avec précision ;
- 3- **Réactivité** : la volonté d'aider les clients et de fournir un service rapide ;
- 4- **Assurance** : la connaissance et la courtoisie des employés et leur capacité à inspirer confiance ;
- 5- **Empathie** : l'attention individualisée que l'entreprise fournit à ses clients.

L'évaluation de la qualité de service selon le modèle SERVQUAL est déterminée par l'écart entre les attentes des clients et leur perception au service reçu. Pour opérationnaliser ce modèle les auteurs ont mis en avant une structure de 22 items à deux volets : un volet pour mesurer les attentes, et un autre pour mesurer la perception du service reçu.

Beaucoup d'études se sont appuyées sur le modèle SERVQUAL pour mesurer la qualité de service dans le secteur de l'ES, on citera entre autres ; Hishamuddin Fitri, A.H. and Azleen, I. (2008), Green, P. (2014), Shekarchizadeh, A., Rasli, A. and Hon-Tat, H. (2011), Mostafa, M. M., (2006). Les résultats obtenus par ces études ont montré la possibilité d'utiliser ce modèle dans le secteur de l'ES avec efficacité.

- Le modèle de SERVPERF :

Les critiques du modèle SERVQUAL par Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992)¹ ont donné forme au modèle SERVPERF. Les auteurs ont principalement critiqué la définition de la qualité de service par l'écart entre la performance et les attentes, pour eux la mesure de la qualité de service uniquement par la performance est plus efficace. Et ceci tout en gardant la structure de base du modèle SERVQUAL à savoir les cinq dimensions et les 22 items.

Qualité de service = performance du service reçu

Ce modèle ne présente pas une structure de mesure nouvelle, ils proposent seulement d'éliminer les 22 items qui mesurent les attentes des clients, car les modèles basés sur la performance sont plus efficaces.

- Le modèle PAKSERV de Raajpoot, N. (2004)² :

Raajpoot, N. (2004) a conçu le modèle PAKSERV pour être un modèle générique sensible à des contextes culturels non-occidentaux, précisément le Pakistan qui est décrit comme un contexte culturel collectiviste. Pour parvenir à définir des dimensions culturellement sensibles, l'auteur s'est appuyé dans son analyse sur les antécédents suivant : les valeurs personnelles, les orientations culturelles nationales et la socio-démographie. Six dimensions au final ont été identifiées :

1- **Tangibilité** :

¹ Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992), "Measuring service quality: a reexamination and extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56 No. 3, pp. 55-68.

² Raajpoot, N. (2004), "Reconceptualizing service encounter quality in non-western context", *Journal of Service Research*, Vol. 7 No. 2, pp. 181-201.

- Définition constitutive : signifie la qualité perceptible par les cinq sens communs ;
- Définition opérationnelle : les clients évaluent les bâtiments, équipements, les instructions écrites et l'apparence des employés. Par exemple ils préfèrent le design traditionnel des bâtiments, des équipements modernes, des instructions faciles à suivre et une tenue vestimentaire appropriée.

2- Fiabilité :

- Définition constitutive : signifie la crédibilité et la capacité de répondre aux normes de service ;
- Définition opérationnelle : les clients évaluent les compagnies pour leur capacité de performer systématiquement selon les spécifications du service convenu, la capacité de tenir ses promesses et la probabilité d'être disponible quand on a besoin.

3- Assurance :

- Définition constitutive : réfère à des actions conçues pour donner confiance ;
- Définition opérationnelle : les clients évaluent la capacité des compagnies de service à inspirer confiance pour garantir la sécurité, égalité de traitement et la compétence de performer professionnellement.

4- Sincérité :

- Définition constitutive : signifie l'honnêteté de l'esprit et la liberté de l'hypocrisie ;
- Définition opérationnelle : les clients évaluent les employés sur leur capacité à les convaincre, de leur intention de s'occuper des intérêts des clients, et de leur volonté de faire quelque chose pour les clients qui va au-delà de l'appel normal du devoir. Pour cela ils tamisent également les employés pour des indices d'insincérité, de la convivialité et de l'hypocrisie.

5- Personnalisation :

- Définition opérationnelle : les clients évaluent les employés des compagnies de service sur leur capacité à reconnaître la place des clients dans la société et leur importance pour le business des services.

6- Formalité :

- Définition opérationnelle : les clients évaluent les compagnies de service sur leur capacité à maintenir la distance sociale en maintenant le décorum, la reconnaissance des familles et en accordant une attention totale aux clients.

La validité du modèle PAKSERV était testée dans l'ES par Kashif, M., Ramayah, T. et Syamsulang, S. (2014)¹ dans un contexte pakistanais. Les résultats de cette étude ont révélé la grande validité du modèle PAKSERV dans l'ES.

L'applicabilité des modèles génériques pour les services d'ES a montré des résultats acceptables. Mais il faut citer que généralement ces modèles ont été considérés comme un cadre de base qui nécessite des modifications pour s'adapter aux spécificités d'application (Annamdevula, S. and Bellamkonda, R.S. (2012), Abdullah, F. (2006)).

¹ Kasif, M., Ramayah, T. and Sarifuddin, S. (2014), "PAKSERV- measuring higher education service quality in a collectivist cultural context", Total Quality Management and Business Excellence, pp. 1-14.

II-2- Les modèles spécialisés

Afin d'attraper les problèmes des modèles génériques, les modèles spécialisés part du principe que la spécificité de certains services étudiés comme les services d'ES nécessite de développer un instrument de mesure de la qualité exclusif. Ces modèles sont destinés à mesurer la qualité de service dans l'ES, et ne peuvent pas être utilisés pour d'autres types de service. Les modèles spécialisés sont regroupés autour de deux catégories ; des modèles basés sur le client, et des modèles basés sur une approche managériale. Dans ce qui suit on va présenter quelques modèles de chaque catégorie.

II-2-1- Les modèles basés sur le client

D'après une étude menée auprès des différents professionnels et experts de la qualité dans l'ES, l'orientation vers le client dans l'ES est un principe généralement acceptable (Annamdevula, S. and Bellamkonda, R.S. (2012)). Dans les modèles présentés ci-après, l'étudiant est considéré comme le principal client des services d'ES.

- Le modèle HEdPERF¹ :

Ce modèle est exclusivement conçu pour mesurer la qualité de service dans l'ES, afin de répondre aux nouveaux défis du secteur de l'ES, principalement l'orientation des services éducatifs vers la concurrence commerciale. Vue ça Abdullah, F. (2006) voit qu'il est nécessaire de définir la qualité de service d'un point de vue d'étudiant étant considéré comme le principal client. Les 6 facteurs qui composent le modèle HEdPERF sont décrits comme suivant :

- 1- **aspects non-académiques** : Ce facteur est constitué d'items essentiels qui permettent aux étudiants d'accomplir leur étude obligatoire. Ça concerne les tâches exercées par le personnel non-académiques.
- 2- **aspects académiques** : Les items qui décrivent ce facteur relèvent exclusivement des responsabilités des académiciens.
- 3- **Réputation** : Ce facteur est chargé d'items qui suggèrent l'importance de la projection d'une image professionnelle pour les établissements d'enseignement supérieur.
- 4- **Accès** : Ce facteur se compose d'items qui concernent des questions telles que l'accessibilité, la facilité de contact, la disponibilité et la commodité.
- 5- **Programmes** : Ce facteur souligne l'importance de proposer des programmes académiques/ spécialisations de grande envergure et d'une bonne réputation, avec une structure et un syllabus flexible
- 6- **Compréhension** : Il comprend des items liés à la compréhension des besoins spécifiques des étudiants ; des services de consultations et de santé.

- Le modèle PHEd² :

¹ Abdullah, F. (2006), "The development of HEdPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector", International Journal of Consumer Studies, Vol. 30 No. 6, pp. 569- 581.

² Parves, S. and HoYin, W. (2010), "Performance-based service quality model: an empirical study on Japanese universities", Quality Assurance in Education, Vol. 18 No. 2, pp. 126-143.

Ce modèle s'inscrit dans la même logique du modèle précédents, mesurer la qualité de service dans l'ES d'un point de vue client. Pour développer le modèle PHed (Performance-based Higher Education), Parves, S. et wong, H. (2010) se sont appuyé sur le modèle HEdPERF et SERVPERF. Les variables qui constituent le modèle PHed sont les suivantes :

- 1- **Efficacité (Effec)** : se réfère à ces expériences des étudiants qui reflète que les services de l'université sont justes et résolus ;
- 2- **Capabilité (Capa)** : est la qualité d'être capable d'effectuer des services. Cela demande des requis légal, intellectuel, physique et d'infrastructure pour effectuer des services.
- 3- **Efficienc (Effi)** : se réfère à ces expériences des étudiants qui reflète que les services de l'université sont efficaces ; sans perdre de temps ou d'effort ou de dépenses.
- 4- **Compétence (Compet)** : se réfère aux qualités ou aux capacités des fournisseurs de service de fournir un service satisfaisant.
- 5- **Assurance (Assu)** : désigne les qualités de service qui renforce la confiance chez les receveurs de service.
- 6- **La gestion des situations inhabituelles (USM)** : se réfère aux capacités de l'université de résoudre tout grief, mouvement ou conflit entre les étudiants, et les étudiants et la communauté locale. Il se réfère également aux capacités de l'université à prendre les mesures nécessaires avant et pendant toute catastrophe ou calamité naturelles (par exemple feu, inondation et tremblement de terre).
- 7- **Semestre et Syllabus (SS)** : se réfèrent à la conception d'un cours et syllabus intégré et d'un programme axé sur des exigences mondiales.
- 8- **Fiabilité (Depen)** : elle fait référence aux expériences des étudiants selon lesquelles les résultats de la qualité de service seront les mêmes si les services sont exécutés à maintes reprises au fil du temps. Cette dimension englobe les préoccupations des étudiants concernant l'aspect académique : la conception du cours, la recherche, l'enseignement et l'expérience administrative des conférenciers, l'employabilité de l'université, l'évaluation des conférenciers...etc.

Le modèle PHed contient un facteur qui traite l'aspect de la gestion des catastrophes en cas de désastre. Sachant que cette étude était réalisée au Japon, étant considéré comme une zone tectonique active, cet aspect est d'une importance considérable pour les étudiants dans l'évaluation de la qualité de service. Seulement cet aspect est peut-être moins intéressant dans d'autres contextes.

II-2-2- Les modèles basés sur approche managériale

Les modèles qui vont être cités ci-dessous s'inscrivent sous une approche managériale telle que : TQM pour mesurer de la QSES. Ces modèles proposent un cadre d'évaluation de la qualité dans l'ES plus systémique et plus profond, afin de mieux cerner ce concept qualifié de multidimensionnel.

- Le modèle 5Qs¹ :

Le présent modèle cherche à examiner les relations entre les différents acteurs du système d'ES : étudiants, personnel académique et personnel administratif, pour évaluer la QSES ainsi que la satisfaction des étudiants, toute en s'étayant sur l'approche managérielle TQM. La structure finale qui forme le modèle 5Qs se compose de 5 dimensions, qui sont définies comme suivant :

- **Q1 Qualité de l'objet** : la qualité technique (ce que les clients reçoivent). Il mesure l'éducation elle-même, la principale raison pour laquelle l'étudiant étudie à l'université.
- **Q2 Qualité des processus** : la qualité fonctionnelle (comment les établissements d'enseignement supérieur fournissent le service de base). Il évalue la mesure dans laquelle les activités d'éducation sont mises en œuvre.
- **Q3 Qualité de l'infrastructure** : mesure les ressources de base nécessaire à l'exécution des services éducatifs.
- **Q4 Qualité de l'interaction** : mesure la qualité de l'échange de l'information (par exemple le pourcentage d'étudiants informés sur le cours, les résultats de l'examen), les échanges financier et les échanges sociaux.
- **Q5 Qualité de l'atmosphère** : la relation et le processus d'interaction entre les parties sont influencés par la qualité de l'atmosphère ; un environnement spécifique où ils coopèrent et opèrent. En particulier dans les pays en voie de développement, le manque d'atmosphère amicale contribue à la mauvaise qualité de l'éducation, pour éviter cela des indicateurs de l'atmosphère doivent être considérés comme essentiels.

Le présent modèle a tenté de cerner plusieurs points importants du processus éducatif, et présente une base solide et notable pour mesurer la qualité de service dans l'ES.

- Le modèle de Sadeh, E. et Garkaz, M. (2014) ²:

La présente étude tente d'établir un modèle de mesure de qualité pour les établissements d'ES toute en se basant sur l'approche TQM et le modèle SRVQUAL. Plus précisément le modèle TQM que les auteurs ont utilisé est celui d'EFQM (European Foundation for Management Quality), qui repose sur deux groupes de critère : les facilitateurs et les résultats, à savoir que l'obtention de bons résultats est dû à l'application efficace des cinq facilitateurs. Le modèle que proposent les auteurs met en relation les facilitateurs d'EFQM, la qualité de service et la satisfaction des clients (comme démontre la **figure-2-**), en prenant la qualité de service comme un médiateur. Les 5 variables qui constituent ce modèle sont définis comme suivant :

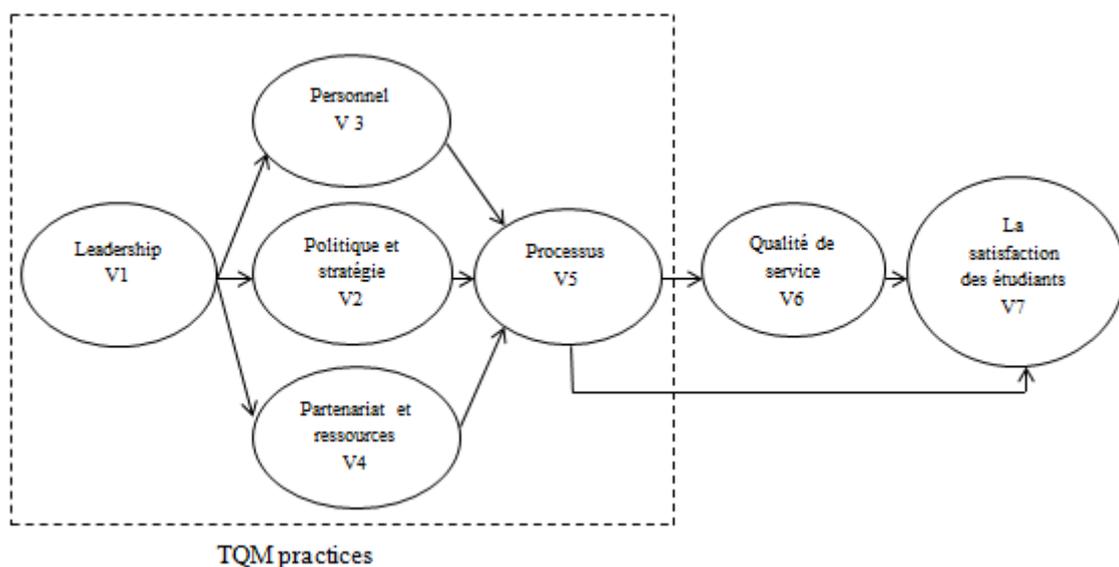
- 1- **Leadership V1** : les présidents des établissements d'ES définissent les objectifs, les valeurs organisationnelles et les attentes en matière de performance.

¹ Zineldin, M., Camgoz Akdag, H. and Vasicheva, V. (2011), "Assessing quality in higher education: new criteria for evaluating students' satisfaction", *Quality in Higher Education*, Vol. 17 No. 2, pp. 231-243.

² Sadeh, E. and Garkaz, M. (2014), "Explaining the mediating role of service quality between quality management enablers and students' satisfaction in higher education institutes: the perception of managers", *Total Quality Management and Business Excellence*, pp. 1-22.

- 2- **Politique et stratégie V2** : toute activité de gestion devrait être conforme aux politiques et stratégies organisationnelles.
- 3- **Personnel V3** : pour réaliser le processus de manière approprié, offrir le meilleur service et gagner des avantages concurrentiels, les établissements d'ES devraient recruter, former et développer des employés motivés et engagés
- 4- **Partenariat et ressources V4** : la mise en place d'un processus efficace nécessitent une répartition adéquate des ressources et une gestion efficace des partenariats.
- 5- **Processus V5** : les processus dans les établissements d'ES sont d'ordre de trois : administratifs, éducatifs et de recherche. Il est évident que les processus améliorés non seulement augmentent la qualité de service, mais aussi améliorent le niveau de satisfaction des étudiants.

Figure -2- : Le modèle de recherche



Source : Sadeh, E. and Garkaz, M. (2014), “Explaining the mediating role of service quality between quality management enablers and students’ satisfaction in higher education institutes: the perception of managers”, Total Quality Management and Business Excellence, p. 11.

Le présent modèle a traité plusieurs facettes du processus éducatif très importantes tels que : le leadership, le partenariat, la stratégie...etc, et il était sensible à beaucoup de détails.

Conclusion :

Afin de mesurer la qualité de service dans l'ES une variété de modèles de mesure ont vu le jour. Ces modèles ont été catégorisés d'une manière générale selon deux grands fondements différents ; recourir aux modèles génériques de la mesure de la qualité dans les services, où partir sur l'établissement des modèles de mesure spécialement conçu pour les services d'ES.

En terme d'efficacité, les modèles spécialisés peuvent avérer plus efficace dans la mesure de la qualité. Seulement les modèles génériques peuvent être considérés comme un cadre théorique

de base très enrichissant, en plus de ça, ces modèles ont aussi une applicabilité très efficace dans le secteur de l'ES ; comme par exemple dans le cas des études de satisfaction surtout pour les universités privées.

Dans le cadre des modèles spécialisés la structure factorielle qui définissent la qualité du processus éducatif est varié d'un modèle à l'autre, contrairement aux modèles génériques, où il y'a une certaine ressemblance dans la structure factorielle de base. Et ceci indique la complexité et la multi-dimensionnalité de ce processus, ce qui le rend un terrain de recherche très fertile.

Bibliographie :

- ouvrages et dictionnaire :

- 1- Aghion, P. et Cohen, E. (2004), "Education et croissance", Paris : La documentation française.
- 2- Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française, (1958) Vol. 2, Casablanca : Société du Nouveau Littre.
- 3- Kotler, P. et Keller, K. et autres (2009), "marketing management", 13^e édition, Paris : Pearson Education France, p. 452.
- 4- Lendrevie, J., Lévy, J. et Lindon, D. (2009), "Mercator", 9^e édition, Paris : Dunod.
- 5- Petit Larousse en couleur, (1987), Paris : Larousse.

- articles scientifiques :

- 1- Abdullah, F. (2006), "The development of HEDPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector", International Journal of Consumer Studies, Vol. 30 No. 6, pp. 569-581.
- 2- Annamdevula, S. and Bellamkonda, R.S. (2012), "Development of HiEdQUAL for measuring service quality in Indian higher education sector", International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol. 3 No. 4, pp. 412-416.
- 3- Asubonteng, P., Mc Cleary, K.J. and Swan, J.E. (1996), "SERVQUAL revisited: a critical review of service quality", The Journal of Services Marketing, Vol. 10 No. 6, pp. 62-81.
- 4- Barnett, R. (1992), "The idea of quality : voicing the educational", Higher Education Quarterly, Vol. 46 No. 1, pp. 5-7.
- 5- Boyer, A. et Nefzi, A. (2009), "La perception de la qualité dans les domaines des services : vers une clarification des concepts", La Revue des Sciences de Gestion, Vol. 3 No. 237-238, p. 45.
- 6- Clewes, D. (2003), "A student-centred conceptual model of service quality in higher education", Vol. 9 No.1, pp. 69-85.
- 7- Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992), "Measuring service quality: a reexamination and extension", Journal of Marketing, Vol. 56 No. 3, pp. 55-68.
- 8- Dado, J., Petrovicova, J.T., Riznic, D. and Rajic, T. (2011), "An empirical investigation into the construct of higher education", International Review of Management and Marketing, Vol. 1 No. 3, pp. 30-42.
- 9- Djellal, F. et Gallouj, F. (2012), "L'innovation dans les services publics", Revue française d'économie, Vol. 2, pp. 97-142.
- 10- Elliott, K.M. (1995), "A comparison of alternative measures of service quality", Journal of Customer Service in Marketing and Management, Vol. 1 No. 1, pp. 33-44.
- 11- Garvin, D. A. (1984), "what does product quality really mean?", Sloan Management Review, pp. 25- 43.

- 12- Golder, P.N., Mitra, D. et Moorman, C. (2012), "What is quality? An integrative framework of processes and states", *Journal of Marketing*, Vol. 76, pp. 1-23.
- 13- Gruber, T., Fub, S., Voss, R. and Glaeser-Zikuda, M. (2010), "Examining student satisfaction with higher education services: using a new measurement tool", *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 23 No. 2, pp. 105-123.
- 14- Harvey, L. and Green, D. (1993), "Defining Quality", *Assessment and Evaluation in Higher Education*, Vol. 18 No. 1, pp. 12- 28.
- 15- Hishamuddin Fitri, A.H. and Azleen, I. (2008), "Service quality and student satisfaction: a case study at private higher education institutions", *International Business research*, Vol. 1 No. 3, pp. 163-175.
- 16- Kasif, M., Ramayah, T. and Sarifuddin, S. (2014), "PAKSERV- measuring higher education service quality in a collectivist cultural context", *Total Quality Management and Business Excellence*, pp. 1-14.
- 17- Mathew, J. and Beatriz, J. (1997), "Service quality in education: a student perspective", *Quality Assurance in Education*, Vol. 5 No. 1, pp. 15-21.
- 18- Mostafa, M. M. (2006), "A comparison of SERVQUAL and I-P analysis : measuring and improving service quality in Egyptian private universities", *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol. 16 No. 2, pp. 83-104.
- 19- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985), "A conceptual model of service quality and its implications for future research", *Journal of Marketing*, Vol. 49 No. 4, pp. 41-50.
- 20- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988), "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64 No. 1, pp. 12-40.
- 21- Parves, S. and HoYin, W. (2010), "Performance-based service quality model: an empirical study on Japanese universities", *Quality Assurance in Education*, Vol. 18 No. 2, pp. 126-143.
- 22- Parves, S. and HoYin, W. (2012), "Service quality in a higher education context : an integrated model, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 24 No. 5, pp. 755-784.
- 23- Raajpoot, N. (2004), "Reconceptualizing service encounter quality in non-western context", *Journal of Service Research*, Vol. 7 No. 2, pp. 181-201.
- 24- Sadeh, E. and Garkaz, M. (2014), "Explaining the mediating role of service quality between quality management enablers and students' satisfaction in higher education institutes: the perception of managers", *Total Quality Management and Business Excellence*, pp. 1-22.
- 25- Shekarchizadeh, A., Rasli, A. and Hon-Tat, H. (2011), "SERVQUAL in Malaysian universities: perspectives of international students", *Business Process Management Journal*, Vol. 17 No. 1, pp. 67-81.
- 26- Toombs, W. (1980), "Measuring higher education quality", *Research in Higher Education*, Vol. 13 No. 3, pp. 283- 287.
- 27- Udo, G.J., Bagchi, K.K. and Kirs, P.J. (2011), "Using SEVQUAL to assess the quality of e-learning experience", *Computers in Human Behavior*, Vol.27, pp. 1272-1283.
- 28- Voss, R., Gruber, T. and Szmigin, I. (2007), "Service quality in higher education: the role of student expectations", *Journal of Business research*, Vol. 60, pp. 949-959.
- 29- Wismiewski, M. (2001), "Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services", *Managing Service Quality*, Vol. 11 No. 6, pp. 380-388.
- 30- Zineldin, M., Camgoz Akdag, H. and Vasicheva, V. (2011), "Assessing quality in higher education: new criteria for evaluating students' satisfaction", *Quality in Higher Education*, Vol. 17 No. 2, pp. 231-243.

-Webographie:

- American Marketing Association, <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=S>.