

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - الجزائر  
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي  
علوم اقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير: في ميدان  
علوم تجارية: الشعبة  
تسويق خدمات: تخصص

من إعداد الطالب: بوبكر مسعود  
بعنوان:

## جودة خدمات النقل الحضري وأثرها على رضا الزبائن

دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي ترامواي - ورقلة-

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 23 ماي 2018

أمام اللجنة المكونة من السادة:

قويدري ميادة (أستاذ مساعد "أ" - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا  
كاهي فطيمة (أستاذ مساعد "أ" - جامعة قاصدي مرباح. ورقلة) مشرفا  
قريشي حليلة السعدية (أستاذ محاضر "أ" - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

2017/2018 السنة الجامعية:

## الإهداء

مدتني و الفياض بحنانها سقتني و رضاها أهدتني من إالى  
"أمي الحبيبة" الشافية الكاملة شملتني برعايتها و الغزير بحبها  
عمرك يا أمي في يطيل أن الله أسأل

ولو كان عمرك بيدي لزدته ولو كان فيه فنائي

وأجهد مالي كل بذل الحياة، إالى من معني علمني من إالى  
كل يجازيه أن الله أسأل الحياة في و طريقي دربي لينير نفسه  
"أبي العزيز" خير

أسأل الله أن يتغمدها برحمته "زهور" إالى روح عمتي الغالية  
عتيقة دراستي لإتمام إالى أخواتي الذين ساندوني ودعموني  
, أبنائهم و أزواجهم وخولة وسهام وزينة وسناء و  
خالد, ومحمد عزوز محمد إالى إخوتي

صغيرا و كبيراً" الطاوس" وعائلة "بوبكر" عائلة كل إالى  
موسى، علي، عماد، عبد السميع و عصام،:الأصدقاء أعز إالى  
سليمان، محمد علي، المهدي،:الدراسة في الأصدقاء أعز إالى  
ميلود، جعفر، خالد

قلبي ينسأهم لم و قلبي نسأهم من كل إالى و



## شكر وتقدير

الرحيم الرحمن الله بسم

وعلى علي أنعمت التي نعمتك أشكر أن أوزعني رب وقال "عبادك في رحمتك في وأدخلني ترضاه صالحا وأن أعمل والدي (19) النمل سورة "الصالحين

وجل عز المولى أشكر أن إلا المجهود هذا أقدم وأنا يسعني لا بعد، ومن قبل من والمنة الحمد توفيقه، فله على

كما أتقدم بشكري و عظيم إمتناني للأستاذة المشرفة كاهي ما وعلى المذكرة على هذه بالإشراف تفضلت التي فطيمة، وتوجيهات قيمة نصاب من قدمته لي

كما أتقدم بشكري الجزيل إلى الأستاذة قريشي حليلة السعدية التي لم تبخل عليا يوما بنصائحها وتوجيهاتها طيلة مسيرتي الجامعية

وإلى كل من ساعدني و نسي قلبي أن يكتبهم فجزاهم الله

عنا خير الجزاء

مسعود

## الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أبعاد جودة خدمات النقل الحضري ومدى تأثيرها على رضا الزبائن، وكذلك تحديد أي من أبعاد الجودة أكثر فعالية في التأثير على رضا الزبائن، وقد تمت الدراسة في ولاية ورقلة باستخدام عينة عشوائية مكونة من 145 مستخدماً لخدمة الترامواي بولاية ورقلة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي لتحليل البيانات المجمعة بواسطة الاستبيان واختبار الفرضيات وذلك بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي SPSS إصدار 25.

وتوصلت الدراسة إلى أن مؤسسة ترامواي ورقلة تتبنى أغلب أبعاد جودة خدمة النقل الحضري بنسب متفاوتة، وأن هناك مستوى متوسط لرضا الزبائن عن جودة الخدمة المقدمة لهم .

**الكلمات المفتاحية:** ترامواي ورقلة جودة خدمة النقل الحضري، رضا الزبون.

## Abstract

This study aims to identify the dimensions of the public transportation's quality and how much it affects the customer's satisfaction, it also aims to identify which of these dimensions is more affective to their appeal. This study was conducted at state of Ouargla using a random sample containing more than 145 users for the Tramway in this state, to achieve the goals of this study a descriptive curricula was used to analyse the collected data with a questionnaire, and testing theories using the stastical programme SPSS (version 25).

The study showed that the Tramway Company of Ouargla adopts most dimensions of quality concerning the public transportations but in different percentages, and there is an average level for the customer's satisfaction about the service give to them.

**Key words:** Tramway Ouargla, Quality, Public transportation service, service, given information, comfort, safety, the effects on nature , the customer's satisfaction.

## قائمة المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
I	الإهداء
II	الشكر
III	الملخص
IV	قائمة المحتويات
V	قائمة الجداول
VI	قائمة الأشكال
VI	قائمة الملاحق
أ - هـ	المقدمة
	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لجودة خدمة النقل الحضري ورضا الزبائن
02	تمهيد
03	المبحث الأول: مفهوم جودة خدمة النقل ورضا الزبون
12	المبحث الثاني: الدراسات السابقة حول جودة الخدمة ورضا الزبائن
17	خلاصة الفصل الأول
	الفصل الثاني: أثر جودة خدمة النقل الحضري على رضا متعاملي ترامواي ورقلة
19	تمهيد
20	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
23	المبحث الثاني: نتائج الدراسة واختبار الفرضيات
48	خلاصة الفصل الثاني
49	الخاتمة
52	قائمة المراجع
54	الملاحق
61	الفهرس

## قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01-1	المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة	16
01-2	معامل الصدق والثبات لمحاور الاستبيان	21
02-2	توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية	23
03-2	ترميز مقياس ليكرت	26
04-2	مقياس ليكرت	26
05-2	اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص تقديم الخدمة	26
06-2	اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص سهولة الوصول للخدمة	27
07-2	اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص بعد المعلومة المقدمة	28
08-2	اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص بعد احترام الوقت	29
09-2	اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص بعد الاهتمام بالزبون	30
10-2	اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص بعد الراحة	31
11-2	اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص بعد الأمان	32
12-2	اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص بعد الأثر البيئي	33
13-2	اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص بعد الرضا	34
14-2	نتائج اختبار معامل ارتباط بيرسون لأبعاد جودة النقل الحضري والرضا	36
15-2	أثر أبعاد جودة خدمة النقل الحضري على رضا الزبائن	37
16-2	اختبار فرق المتوسطين (ت) Independent Simples T - test	43
17-2	إختبار تحليل التباين الاحادي ( One - Way Anova ) لمتغير السن	44
18-2	اختبار تحليل التباين الاحادي ( One - Way Anova ) لمتغير المستوى التعليمي	45
19-2	اختبار تحليل التباين الاحادي ( One - Way Anova ) لمتغير عدد مرات التنقل في اليوم	46

## قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
05	أبعاد جودة خدمات النقل الحضري حسب (AFNOR)	<b>1-1</b>
19	النموذج النظري للدراسة	<b>1-2</b>
23	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	<b>2-2</b>
23	توزيع عينة الدراسة حسب السن	<b>3-2</b>
24	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	<b>4-2</b>
25	توزيع عينة الدراسة حسب عدد مرات التنقل في اليوم	<b>5-2</b>

## فهرس الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
56	استمارة أسماء الأساتذة المحكمين	<b>01</b>
56	الاستبيان	<b>02</b>
59	نتائج ألفا كرونباخ الإجمالي	<b>03</b>
59	مصفوفة معامل الارتباط بيرسون	<b>04</b>
60	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	<b>05</b>
60	اختبار فرق المتوسطين	<b>06</b>

الصفحة



## أ. توطئة:

يلعب قطاع الخدمات دورا متزايد الأهمية في إقتصاد العديد من البلدان، حيث يقوم على مجموعة من الأسس والأفكار التي يمكن لأي مؤسسة الأخذ بها من أجل إنتاج سلعتها أو تقديم خدماتها بمستوى عال من الجودة وتمكينها من تحقيق رضا زبائنها، خاصة وأن ثورة تكنولوجيا الاتصالات والمعلوماتية مكنت الزبون من أن يستطيع المفاضلة بين الخدمات حسب رغباته واختياراته.

ولعل من بين أهم هذه القطاعات قطاع النقل وشبكاته الحضرية التي تعتبر من الدعائم التي يركز عليها إقتصاد البلد لما لها من أهمية كبيرة على المستوى الاجتماعي والاقتصادي لحاجة قاطنيه إلى وسائل هذه الشبكة وبشكل يومي.

## ب. إشكالية الدراسة:

تعاني ولاية ورقلة وغيرها من الولايات الجزائرية الأخرى من مشكل النقل لسوء التسيير الذي يسود هذا القطاع نظرا للحرية التي يتمتع بها الخواص في إستغلال هذه الخدمة، ومن هنا رأت الحكومة الجزائرية ضرورة إنشاء خط ترامواي الذي يعد الأول من نوعه على مستوى الجنوب الجزائري من أجل توفير خدمة عمومية ذات جودة عالية وبعث المنافسة بين القطاعين العام والخاص، ومن خلال هذا تجدر الإشارة لأهمية جودة خدمة النقل الحضري في كسب رضا الزبون وعلى ضوء ما سبق يمكن طرح الإشكالية الرئيسية للدراسة في التالي:

**"ما مدى تأثير أبعاد جودة خدمة النقل الحضري على رضا متعاملي مؤسسة ترامواي ورقلة؟"**

وسعيا للتحكم في الإشكالية الرئيسية، تم تفكيكها إلى مجموعة من الاسئلة الفرعية على النحو التالي:

1. ماهو واقع تبني المؤسسة محل الدراسة لأبعاد جودة خدمة النقل الحضري؟؛
2. ما هو مستوى رضا الزبائن عينة الدراسة عن جودة الخدمة المقدمة لهم؟؛
3. هل يوجد أثر ذا دلالة إحصائية لأبعاد جودة خدمة النقل الحضري على رضا متعاملي ترامواي ورقلة؟؛
4. هل توجد فروقات في إجابات عينة الدراسة حول رضاهم عن جودة خدمة النقل الحضري تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، عدد مرات التنقل في اليوم)؟.

## فرضيات الدراسة:

تبعاً للإشكالية الرئيسية المطروحة، قمنا بصياغة الفرضية الرئيسية للدراسة وذلك كما يلي:

"يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة خدمة النقل الحضري على رضا متعاملي مؤسسة ترامواي ورقلة".

ومن أجل إختبار الفرضية الرئيسية محل الدراسة، قسمناها إلى مجموعة من الفرضيات الفرعية على النحو التالي:

1. يبين الواقع بشكل عام أن المؤسسة محل الدراسة تبني جميع أبعاد جودة خدمة النقل الحضري؛
2. يبين الواقع بشكل عام أن هناك مستوى متوسط لرضا الزبائن عينة الدراسة عن جودة الخدمة المقدمة لهم؛
3. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة خدمة النقل الحضري على رضا متعاملي ترامواي ورقلة؛
4. لا توجد فروقات في إجابات عينة الدراسة حول رضاهم عن جودة خدمة النقل الحضري تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، عدد مرات التنقل في اليوم).

## ج. أهمية الدراسة:

تبرز أهمية البحث من خلال أهمية أبعاد ومكانة الجودة بوصفها معايير أساسية لتقييم الخدمات المقدمة للزبائن من طرف المؤسسة، والتعرف على المعايير التي يوليها الزبون عند تقييمه لجودة خدمات النقل الحضري.

## د. أهداف البحث: يهدف هذا البحث إلى:

- قياس مستوى جودة الخدمة المقدمة من قبل مؤسسة الترمواي؛
- التعرف على مستوى رضا الزبائن عن خدمة مؤسسة الترمواي؛
- محاولة تشخيص أي أبعاد جودة خدمات مؤسسة الترمواي تسهم بشكل مؤثر وفاعل أكثر من غيرها في تحقيق رضا الزبون؛
- قياس مستوى رضا الزبائن عن جودة خدمات نقل ترمواي ولاية ورقلة؛
- التعرف على العلاقة بين أبعاد جودة خدمات نقل الترمواي ورضا الزبائن من خلال تقييم زبائن المؤسسة لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم؛
- التوصل إلى مجموعة من التوصيات التي من شأنها مساعدة مؤسسة الترمواي على تحسين وتطوير خدماتها وارضاء زبائنها.

هـ. مبررات اختيار الموضوع: تم اختيارنا لهذا الموضوع تبعاً لمجموعة عوامل نذكر منها:

- الموضوع يتلاءم مع طبيعة التخصص (تسويق الخدمات)؛

و. **حدود الدراسة:** شملت هذه الدراسة حدود مفاهيمية، مكانية وزمنية، نوضحها فيما يلي:

- **الاطار المفاهيمي:** تهتم هذه الدراسة برضا الزبائن وأبعاد جودة خدمة النقل الحضري (تقديم الخدمة، سهولة الوصول، المعلومة، المدة، الاهتمام بالزبون، الأمن، الأثر البيئي)، ومدى تأثير تلك الأبعاد على رضا الزبائن؛

- **الحدود الزمانية:** شملت هذه الدراسة فترة زمنية امتدت من 25 أبريل 2018 إلى غاية 15 ماي من نفس السنة؛

- **الحدود المكانية:** تتمثل الحدود المكانية للدراسة في ولاية ورقلة.

ز. **مرجعية الدراسة:**

إعتمد الباحث في جمع المعلومات للإلمام بموضوع الدراسة بمختلف جوانبه النظرية والميدانية على عدة مصادر ومراجع أهمها: الكتب، الدراسات السابقة.

ح. **منهجية البحث والأدوات المستخدمة :**

من أجل الوصول إلى إجابات واضحة على الأسئلة المطروحة واختبار مدى صحة أو خطأ الفرضيات، ارتأينا أن نستخدم المنهج الوصفي من أجل الإلمام بكل جوانب الموضوع، كما قمنا بتوزيع استبيان على عينة من مستخدمي ترامواي ورقلة، ثم قمنا بتحليلها عن طريق البرنامج الاحصائي Spss25.

ط. **صعوبة الدراسة:** وجد الباحث العديد من الصعوبات أثناء القيام بالدراسة من بينها:

1. ضيق الوقت المستغرق أثناء الدراسة؛

2. صعوبات متعلقة بالمؤسسة محل الدراسة؛

---

## ي. هيكل الدراسة:

لقد قسمنا هذه الدراسة إلى فصلين:

**الفصل الأول:** يتمثل في الجانب النظري، وقسم بدوره إلى مبحثين، اهتم المبحث الأول بجودة خدمات النقل الحضري ورضا الزبائن، أما المبحث الثاني فاهتم ببعض الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع.

**الفصل الثاني:** دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي ترامواي ورقلة، حيث قسم في هذا الفصل إلى مبحثين، تناول المبحث الأول كل ما يتعلق بالإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، أما المبحث الثاني فكان عبارة عن تحليل النتائج المتوصل إليها ومناقشتها.



# الفصل الأول

الإطار المفاهيمي لجودة خدمة النقل الحضري

ورضا الزبائن

**تمهيد**

زاد اهتمام المؤسسات في الوقت الراهن بإتباع أساليب الجودة وذلك نتيجة للتغيرات والتطورات الذي يشهدها العالم في مختلف القطاعات، ونظرا للدور الذي تلعبه الجودة في رضا الزبائن لضمان البقاء والاستمرار للمؤسسات في ظل التغيرات البيئية المتلاحقة، و في ظل هذه التحديات وجب على المؤسسة إتباع أساليب وطرق حديثة لمواجهة الظروف الغامضة والمعقدة وذلك لأن الزبون أصبح أكثر إدراكا واهتماما بجودة الخدمة المقدمة له.

وبناء على هذا يستوجب على المؤسسات أن تقتنع بأهمية الزبائن ودرجة الرضا كأحد معايير الحكم على الجودة من خلال تقديم ما يمكن تقديمه من خدمات حسب حاجاتهم، ورغباتهم، وهذا لا يتم إلا باستخدام آليات وتقنيات وإجراءات تسويقية مكيفة حسب متطلبات السوق. وعليه جاء هذا الفصل لمعالجة الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة، وقد تم تقسيم هذا الفصل كما يلي:

- المبحث الأول: مفهوم جودة خدمة النقل ورضا الزبون؛
- المبحث الثاني: الدراسات السابقة لجودة الخدمة ورضا الزبائن.

## المبحث الأول : مفهوم جودة خدمة النقل الحضري ورضا الزبائن

### المطلب الأول: جودة خدمة النقل الحضري

تمثل جودة الخدمات هاجساً يشغل المنظمات المختلفة وخصوصاً الخدمية منها، إذ زاد الاهتمام بهذا الموضوع في ظل التطورات المتسارعة في المجالات المختلفة بما فيها احتدام المنافسة، والتطور السريع، وزيادة الوعي، والانفتاح العالمي وزيادة الحرص على تقديم خدمات تلبى توقعات الزبائن ويتكاتف معقولة، ومن الخدمات التي بدأت تتال اهتماماً متزايداً بتحسين جودتها هي خدمات ( خدمات النقل ).

### أولاً: تعريف النقل الحضري الجماعي للمسافرين:

يعتبر النقل الحضري الجماعي للمسافرين نشاطاً للخدمات ينتج منفعة في الزمان والمكان بواسطة شخص طبيعي أو معنوي يضمن التحول الفيزيائي للأشخاص والبضائع في مجال المحيط الحضري على متن مركبة معدة لهذا الغرض ولمسافة مقبولة وتشمل خدمات النقل الحضري للمسافرين كما جاء في المادة 25 من قانون النقل المؤرخ في ماي 2001 على مايلي<sup>1</sup> :

1. الخدمات المنتظمة للنقل الحضري عبر الطرق في المحيط العمراني للبلديات؛
2. خدمات لنقل المسافرين بالسكك الحديدية داخل المدن وضواحيها المباشرة؛
3. خدمات النقل داخل المدن وضواحيها المباشرة وكذا مهمة النقل من مقر السكن إلى مقر العمل التي تؤديها مؤسسات داخل تجمعات سكنية ضخمة؛
4. النقل النوعي داخل المدن؛
5. كما يرمي النقل الحضري الجماعي للمسافرين إلى تحقيق التنمية المستدامة ومنها أساساً أن يكون هذا النقل لعامة الناس وغير مكلف وبسيطاً يسهل أعمال الصيانة لوسائله وهياكله ومتصفاً بالديمومة يمكن إستعماله لفترة طويلة وذاتي التمويل يغطي تكاليفه بموارده الخارجية وعادلاً لجميع أفراد المجتمع كافة، ومحافظاً على سلامة المحيط والموارد غير المتجددة ومقبول اجتماعياً .

### ثانياً: مفاهيم حول جودة خدمة النقل:

تتعدد تعاريف جودة خدمة النقل الجماعي للأفراد بتعدد وجهات النظر لدى مستعملي هذا النوع من التنقلات، فكل شخص يقيم درجة تطابق الأداء الفعلي لخدمة النقل المقدمة له مع توقعاته لهذه الخدمة. وعموماً يقصد بجودة خدمة النقل الجماعي للبعض " أن تنتقل في مقاييس أمنية كافية ". بينما تعني للبعض الآخر " دقة المواعيد والانتظام ". وعليه فإنه من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن جودة خدمة النقل هي مجموعة المعايير الكيفية للجودة والمسؤول عنها هو المقدم للخدمة (مؤسسة النقل ) كما ترتبط مباشرة مع

<sup>1</sup> بوقنة سليم، دراسة نوعية الخدمة لدى مستعملي النقل الحضري الجماعي، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005، ص 69.

مستوى الرضا الذي يبديه مستعمل خدمة النقل الجماعي وعليه تمر جودة خدمة النقل من المفهوم "الموضوعي إلى المفهوم الشخصي والذاتي أي تتعلق بالشخص الذي يصدر الحكم".<sup>1</sup>

وتعرف جودة خدمات النقل الحضري على أنها مدى تطابق الأداء الفعلي لخدمة النقل مع توقعات الزبائن، أي أن الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها. فأبي تعريف لجودة خدمات النقل الحضري لابد أن يركز على مايمكن أن يتوقعه الزبون من وراء السبب الجوهرى لشراء هذه الخدمة، وبالتالي تحديد مدى قدرة هذه الخدمة على الوفاء بحاجات الزبون الحقيقية، لذا فإن تعريف جودة خدمات النقل الحضري يتمحور أساسا حول المنافع التي تقدمها هذه الخدمة للزبون ومستوى إدراكه لها، أي أن التركيز على إجمالي المنافع والقيم التي تقدمها الخدمة للمستفيد.<sup>2</sup>

ومن أجل فهم جودة خدمة النقل الجماعي وعناصرها المكونة لا يكفي فهم العوامل المادية للخدمة فقط ولكن أيضا الشروط النفسية، الاجتماعية والثقافية، والتصرفات المحيطة بها. وهناك ثلاث أطراف معنية في جودة النقل الحضري الجماعي وهم:<sup>3</sup>

- **الزبائن أو ممثليهم:** جودة خدمة النقل هي طريقة إشباع حاجاتهم حسب مقارنة تكاليف/ مزايا محددة مسبقا .
- **بالنسبة للموظفين :** هي نسب جودة الخدمة إلى مجموع الخصائص التقنية والعلاقاتية ، أي المرور من مرحلة المفهوم إلى مرحلة التنفيذ.
- **بالنسبة لمقدم الخدمة (متعهدو خدمة النقل، مؤسسة النقل)** الذين هم على اتصال مباشر مع الزبائن :جودة خدمة النقل هي عادة مرادف لقائمة مقاييس وسيرورة عمل يجب أن يحترم.

وتتكون الجودة الكلية لنقل المسافرين من مجموعة مؤشرات يعتمد عليها الزبون للحكم على خدمة النقل المقدمة ( الجودة المدركة ). وهي مستوحاة من الجمعية الفرنسية للمعيارية AFNOR وأعمال المعهد الوطني للبحث حول النقل وأمنه بفرنسا (INRETS) . ويحدد المعيار NF EN 13816 مؤشرات الجودة في خدمة نقل المسافرين ويعتبر كأداة إدارية حيث يوضح تقسيم المسؤوليات و تجنيد وتحسين كل الفاعلين المساهمين في إنتاج الخدمة، بالإضافة إلى أنه يسمح بتقديم مجموعة الفاعلين في خدمة النقل وتشجيع النقاش. كما يساعد هذا المعيار على تحسين خدمة النقل ومتابعة الالتزامات وتثمين خدمة نقل الأشخاص، بالإضافة إلى دوره الكبير على المستوى التنافسي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> سامية لحول، أثر جودة خدمة النقل على رضا الزبون، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 45، العراق، 2015، ص192 .

<sup>2</sup> عقون شراف، أثر جودة الخدمة على رضا العملاء ، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات ،العدد 3، الجزائر، جوان 2016، ص96.

<sup>3</sup> سامية لحول، مرجع سابق، ص 192 .

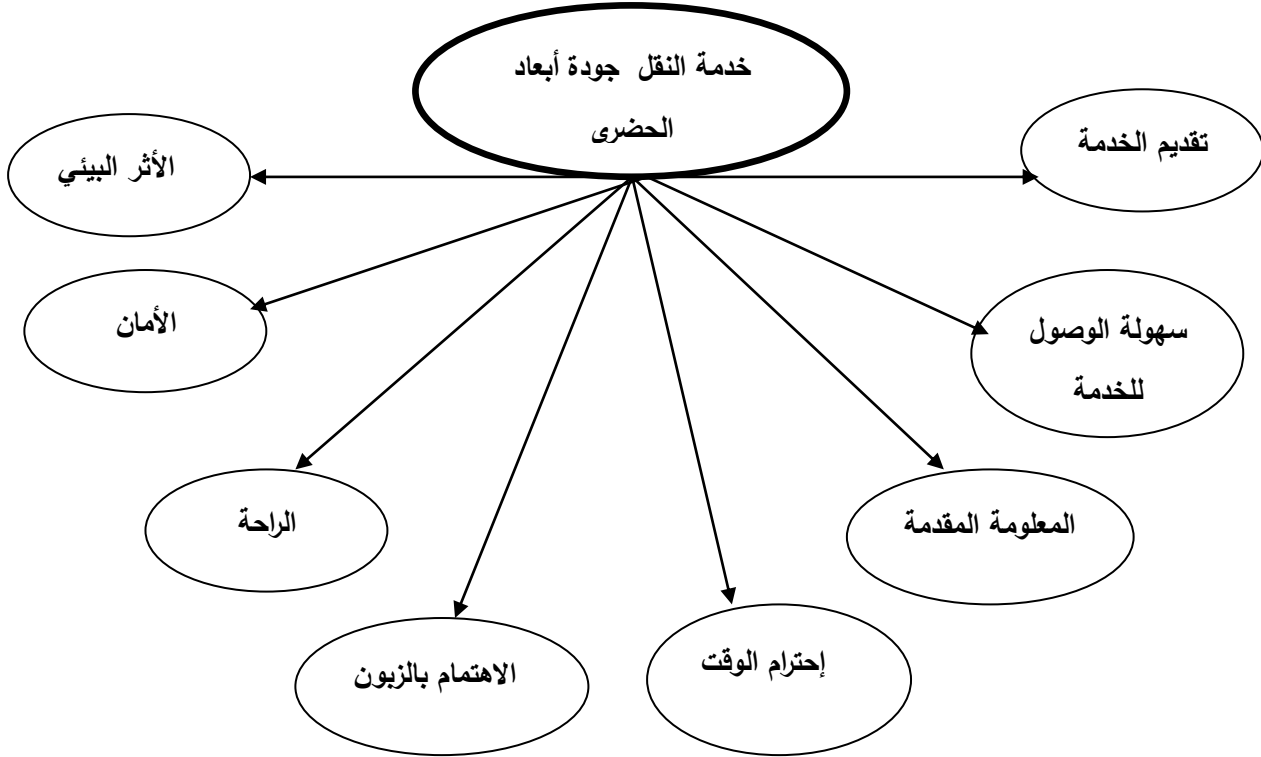
<sup>4</sup> نفس المرجع السابق، ص 192 .



ثالثا: أبعاد جودة خدمات النقل الحضري

يوضح الشكل رقم (1-1) أبعاد جودة خدمة النقل الحضري حسب الجمعية الفرنسية للمعايير AFNOR

الشكل رقم(1-1): أبعاد جودة خدمات النقل الحضري حسب (AFNOR)



المصدر: من إعداد الطالب بناء على الدراسات السابقة

حيث تحدد ( AFNOR ) ثمانية أبعاد أو مجموعات لجودة خدمة النقل وهي تضم كل مؤشرات

جودة خدمة النقل العمومي الجماعي كما يلي<sup>1</sup>:

1. **تقديم الخدمة:** يرتبط تقديم خدمة النقل بمجموعة من العناصر أو المقاييس والتي من شأنها تحسين نوعية مستوى خدمة النقل، وتتمثل هذه العناصر في مدى حداثة الحافلة، عدد الحافلات، والخطوط التي تغطيها، احترام ساعات بدء وانتهاء الرحلات وكذا الطاقة الإستيعابية للحافلة، وأخيرا السعر.
2. **سهولة الوصول للخدمة:** بالنسبة للنقل داخل المدن فإن الطريق ومساره أكثر أهمية من عامل السرعة، كما يتجلى في أهمية تموقع المحطات وتوزيعها في مناطق إستراتيجية تمكن المتقنين من الدخول إلى وسط المدينة بسهولة .

<sup>1</sup> يعقوب حريز، دراسة مؤشرات المواصلات في شبكات النقل، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم الإقتصادية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011، ص68 .

3. **المعلومة المقدمة:** إن توفر المعلومات حول مواعيد الانطلاق والوصول ومدة الإنتظار يساهم بشكل كبير في تخمين جودة خدمة النقل الجماعي ويسهل للأفراد معرفة أوقات مختلف تنقلاتهم وتتمثل هذه المعلومات في رقم الخط ، رقم الحافلة، كذا وجهتهم .
  4. **إحترام الوقت:** قد يكون الوقت عاملا في قبول الزبائن لدفع أكثر من أجل وقت أقل وإذا أخذنا كمثال النقل عبر الطرق فإننا نجد عدد كبير من الزبائن يفضلون الإتجاه نحو محطات سيارات الأجرة من أجل ربح الوقت أثناء تنقلاتهم كذلك يؤثر الوقت في إختيار الزبون لنمط نقل معين.
  5. **الاهتمام بالزبون:** يتجلى الإهتمام بالزبون من خلال المظهر الحسن لهندام وملابس السائق والقابض وكذلك المعاملة الجيدة منهما لأنهما يمثلان المؤسسة ويتم ذلك من خلال حسن الإستقبال.
  6. **الراحة:** تتحقق راحة الزبون من خلال الحالة الإستعمالية للحافلة حيث أن نظافة الحافلة والحلة الجيدة لمقاعدها يساهمان بشكل كبير في راحة الزبون وتحقيق الرفاهية .
  7. **الأمان:** يعتبر تقييم الأمان من أكبر المشاكل النفسية للمتقلبين أثناء تنقلاتهم اليومية عبر وسائل النقل على المنشآت القاعدية ويتحقق الأمان بطريقة السياقة الآمنة، وكذا وتوفر المعدات الأمنية في الحافلة.
  8. **الأثر البيئي:** يتحقق الأثر الإيجابي للبيئة في النقل الجماعي للحافلات من خلال حداثة هذه الأخيرة حيث تساهم في عدم تلويث البيئة والظهور بمظهر محبب في المدينة.
- تصف المجموعات الثلاثة الأولى عرض الخدمة عموما، أما المجموعات من أربعة إلى سبعة توضح تنفيذ عملية تقديم الخدمة، أما المجموعة الثامنة فتصف الأثر البيئي على المجتمع. والهدف الأساسي من وراء إختيار هذه المجموعات الثمانية هو تكامل مختلف مكونات النقل وهي الموظفون، وسيلة النقل، الهياكل القاعدية للنقل<sup>1</sup>.

#### رابعا: قياس جودة خدمة النقل من منظور الزبائن :

لقد اتفق الباحثون بأنه لا يمكن وضع معايير ثابتة لقياس جودة الخدمات وتعميمها على جميع المنظمات الخدمية، بل أن هناك حاجة ماسة إلى ضرورة أن يقوم كل قطاع من القطاعات الخدمية بتطوير المقاييس المناسبة لقياس جودة الخدمة المقدمة في ضوء الظروف المحيطة، على أن تتضمن هذه المقاييس تحقيق نوع من التوازن بين أهداف الزبون ومقدم الخدمة والمنظمة الخدمية في الوقت نفسه، إلا أن ذلك لا يمنع من وجود معايير مشتركة يمكن تطبيقها على بعض المنظمات الخدمية المشابهة أو المتماثلة. وفيما يلي استعراض مداخل قياس جودة الخدمات.

<sup>1</sup> يعقوب حريز، نفس المرجع السابق، ص 68 .

يمكن التفرقة بين عدة طرق أساسية من منظور الزبائن هي<sup>1</sup>:

### 1. مقياس عدد الشكاوى ( Complaints Measure ) :

يمثل عدد الشكاوى التي يتقدم بها الزبائن خلال فترة زمنية معينة مقياسا هاما يعبر على أن الخدمات المقدمة دون المستوى أو ما يقدم لهم من خدمات لا تتناسب مع إدراكهم لها والمستوى الذي يرغبون الحصول عليه، هذا المقياس يمكن المؤسسات من إتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنب حدوث المشاكل وتحسين جودة ما تقدمه من خدمات.

### 2. مقياس الرضا ( Satisfaction Measure ) :

هو أكثر المقاييس استخداما لقياس اتجاهات الزبائن نحو جودة الخدمات المقدمة، خاصة بعد حصولهم على هذه الخدمات عن طريق توجيه الأسئلة التي تكشف للمؤسسة طبيعة شعور الزبائن نحو الخدمة المقدمة لهم وجوانب القوة والضعف بها وبشكل يمكن هذه المؤسسات من تبني إستراتيجية للجودة تتلاءم مع احتياجات الزبائن وتحقق لهم الرضا نحو ما يقدم لهم من خدمات.

هذا بالإضافة إلى المقاييس التالية<sup>2</sup>:

### 3. مقياس الفجوة:

يستند هذا المقياس إلى توقعات الزبائن لمستوى الخدمة المقدمة بالفعل، ومن ثم تحديد الفجوة ( أو التطابق ) بين هذه التوقعات والإدراكات وذلك باستخدام أبعاد الجودة ومن هنا فإن مستوى الخدمة يقاس بمدى التطابق بين مستوى الخدمة المقدمة فعلا للزبائن وبين ما يتوقعه الزبائن بشأنها، وبالتالي فإن جودة الخدمة تعني الدراسة والتحليل والتنبؤ بتوقعات الزبائن ومحاولة الإرتقاء إليها بشكل مستمر. ويمكن التعبير عن هذا المقياس بالمعادلة التالية:

$$\text{جودة الخدمة} = \text{التوقعات} - \text{الإدراكات}$$

### 4. مقياس الأداء الفعلي :

استمرار للجهود المبذولة عالميا للتوصل إلى نموذج علمي وعملي لقياس جودة الخدمة ويتمتع بدرجة عالية من الثقة والمصداقية وإمكانية التطبيق، فقد توصل كل من ( Gronin and taylor ) إلى هذا المقياس الذي يركز على الأداء الفعلي للخدمة المقدمة باعتبار أن جودة هذه الخدمة يمكن الحكم عليها مباشرة من خلال اتجاهات الزبائن ، وأنه يمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية:

$$\text{جودة الخدمة} = \text{الأداء الفعلي}$$

<sup>1</sup> والة عائشة، أهمية جودة الخدمة الصحية في تحقيق رضا الزبون، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة الجزائر 3 ، 2010-2011، ص 74.

<sup>2</sup> قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2006، ص 96.

## 5. مقياس القيمة:

تقوم الفكرة الأساسية لهذا المقياس على أن القيمة التي تقدمها منظمة الخدمة للزبائن تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة من جانبي الزبون والتكلفة للحصول على هذه الخدمات، فالعلاقة بين المنفعة والسعر هي التي تحدد القيمة، فكلما زادت مستويات المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة كلما زادت القيمة المقدمة للزبائن، وكلما زاد اقبالهم على طلب هذه الخدمات، والعكس صحيح وبالتالي فإنه من واجب منظمة الخدمة اتخاذ الخطوات الكفيلة من أجل زيادة المنفعة المدركة لخدماتها بالشكل الذي يؤدي إلى تخفيض سعر الحصول على الخدمة، ولا شك أن وجود مثل هذا المقياس سوف يدفع منظمات الخدمة إلى تركيز جهودها نحو تقديم خدمة متميزة للزبائن بأقل تكلفة ممكنة.

## المطلب الثاني: رضا الزبائن

## أولاً : مفهوم رضا الزبون

يعد مفهوم رضا الزبون من المفاهيم التي أثارت إهتمام الكثير من الباحثين والمهتمين بشؤون الإدارة والتسويق، وذلك لإدراك العديد من المنظمات في العالم أن سبب تميزها قائم على أساس إحترام الزبون والعمل على إرضائه. إذ تسعى أي منظمة سلعية كانت أو خدمية إلى تحقيق رضا الزبون ذلك لأنها وجدت أصلاً من أجل تلبية حاجاته ورغباته من خلال تقديمها للمنتجات أو الخدمات، أي إن جوهر عمل المنظمة هو الزبون فمن دونه لن تكون هناك منظمة أصلاً، وهذا ما يدفعها إلى أن تجعل معظم عملياتها التشغيلية وبرامجها بإتجاه تحقيق رضا الزبون.

لذا تطرق الكثير من الباحثين إلى هذا المفهوم إذ عرفه كل من Hoffman & Bastson على أنه مقارنة توقعات الزبون بالتصورات المتعلقة بالخدمة التي قدمت إليه. وعرفه Randy على أنه عبارة عن تقويم الزبون للخدمة بعد طلبها ورضاه عندما يحقق نتيجة أفضل مما هو متوقع<sup>1</sup>. كما عرفه Kotler على أنه هو ذلك الشعور الذي يوحي للزبون السرور أو عدم السرور الذي ينتج عند مقارنة أداء المنتج الملاحظ مع توقعات الزبون. ويرى Hoyer And Macinnis أن رضا الزبون يمكن أن يكون له ارتباط مع مشاعر القبول، الارتياح والسعادة، والفرح و الإثارة، كما أن هناك العديد من العوامل التي تؤثر على رضا الزبون منها ودية الموظفين، اللباقة، المساعدة، دقة الفواتير، الأسعار التنافسية، جودة الخدمة، القيمة الجيدة، والخدمة السريعة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> يوسف حجيم سلطان الطائي وهاشم فوزي دباس العبادي، إدارة علاقات الزبون، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009، ص 220.

<sup>2</sup> بن عائشة نسيبة، مساهمة المزيج التسويقي في تحقيق رضا الزبون السياحي، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم

الإقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، ص73



ويعرفه Faraz على أنه يمثل الحالة التي يشعر بها الأفراد عندما يحصلون على ما يتوقعون من المؤسسة، وأن تقي المؤسسة بعودها عند تقديم المنتج أو الخدمة، وهذا سوف يولد الولاء للمؤسسة ومنتجاتها التي تقدمها ويشير Kotler & Armstrong إلى أن الرضا هو تقييم المنتجات والخدمات أخذين بعين الاعتبار توقعات الزبائن<sup>1</sup>. ويعرف البدري الرضا بأنه شعور الشخص بالسعادة أو خيبة الأمل الناتجة عن مقارنة أداء المنتج مع توقعات الزبون، فإذا كان الأداء يطابق التوقعات يكون الزبون عندها راضيا بشكل عالي أو سعيد، أما إذا كان الأداء دون التوقعات يكون المستهلك عندها غير راضي وأن قدرة المنظمة على جذب والاحتفاظ بالزبائن لتعزيز العلاقة معهم بشكل دائم<sup>2</sup>.

وعليه يمكننا القول أن رضا الزبون هو المحور الأساس لتوثيق العلاقة الترابطية الدائمة بين الزبون والمؤسسة وذلك لتحقيق القناعة لديه بأن المنتج أو الخدمة المقدمة إليه مطابقة لتوقعاته وحاجاته وتهدف منه المؤسسة إلى بناء علاقات مستقبلية طويلة الأمد مبنية على أساس تبادل المنفعة بين الطرفين الأول الزبون يتحقق لديه الرضا التام والمؤسسة تحقق من ذلك أرباحا معقولة .

ويتضح كذلك بأن رضا الزبون دالة لمستويات نسبية من التوقعات والأداء المدرك، أي أن الفرد لديه ثلاث حالات من الإشباع<sup>3</sup>:

- إذا تجاوزت النتائج توقعاته فإنه سوف يشعر برضا عالي؛
- إذا تساوت النتائج مع توقعاته فسوف يشعر بالرضا؛
- إذ لم تصل النتائج إلى مستوى توقعاته فسوف يشعر بعدم الرضا .

### ثانيا: محددات رضا الزبون :

اتفق الباحثون على أن محددات الرضا لدى الزبون تتمثل في ثلاثة أبعاد أساسية وهي التي من خلالها نعرف مستوى رضاه وهي<sup>4</sup>:

1. **التوقعات** : يمكن الاتفاق بصفة عامة على أن التوقعات ما هي إلا احتمالات يشكلها الزبون، يمكن أن تكون سلبية أو ايجابية، قد يلجأ الزبون إلى استخدام أنواع مختلفة من التوقعات عند قيامه بتكوين رأي معين عن مستوى أداء خدمة ما، ويمكن تحديد الجوانب الأساسية لتوقعات الزبون :

<sup>1</sup> حمود محمد سند، أثر جودة خدمات البنك العربي الإسلامي الدولي على رضا الزبائن، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، العدد 32 ، الزرقاء، الأردن، 2015، ص178.

<sup>2</sup> سامي زياب محل، أثر إستراتيجية الاستقرار في رضا الزبون: دراسة تحليلية في شركة ألبان تكريت المحدودة ، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، العدد 07، تكريت العراق، 2007، ص 8.

<sup>3</sup> يوسف حجيم سلطان الطائي وهاشم فوزي دباس العبادي ، مرجع سابق، ص222.

<sup>4</sup> عائشة واله، مرجع سبق ذكره، ص 111.

- أ. **توقعات عن خصائص الخدمة (الخدمة المتوقعة):** وهي الخصائص الموجودة في الخدمة في حد ذاتها والتي يرى الزبون أنها تحقق له المنافع.
- ب. **توقعات عن المنافع أو التكاليف الاجتماعية :** وتتعلق بردة فعل الآخرين اتجاه الزبون نتيجة اقتناؤه للخدمة .
- ج. **توقعات عن تكاليف الخدمة :** هي توقعات عن التكاليف والسعر الذي يجد الزبون نفسه ملزما على دفعه للحصول على المنتج أو الخدمة ، والتكاليف هنا لا تتضمن مبلغ مادي فقط بل كل جهد مادي أو معنوي يبذله في سبيل الحصول على الخدمة بما في ذلك المعلومات التي جمعها وحتى الأثر النفسي والمعنوي.

2. **الأداء الفعلي :** تظهر أهمية الأداء في الدراسات الخاصة بالرضا عن كونه مقياس مبسط يمكن الاعتماد عليه للتعبير عن الرضا وذلك من خلال سؤال الزبائن عن وجهة نظرهم في الجوانب المختلفة لأداء الخدمة، ومن ناحية أخرى تكمن أهميته في كونه معيارا للمقارنة بينه وبين التوقعات.

3. **المطابقة / عدم المطابقة:** تنتج المطابقة عندما يتساوى الأداء الفعلي (الإشباع الذي حصل عليه الزبون) مع التوقعات (الأداء المتوقع) والتي تولد الشعور الرضا عن الخدمة، أما حالة عدم المطابقة يمكن تعريفها بأنها درجة انحراف أداء الخدمة عن مستوى التوقع الذي يظهر قبل عملية الشراء فيتولد عنها عدم الرضا.

### ثالثا: علاقة جودة خدمة النقل برضا الزبون

باعتبار الجودة المدركة أحد العناصر الأساسية المكونة للقيمة التي تقدمها المؤسسة للزبون، وبالتالي فأثر الجودة المدركة على رضا الزبون يمثل جزء من اثر القيمة الكلية، وما تجدر الإشارة إليه أن العلاقة "الجودة تساوي الرضا" هي علاقة خاطئة والمعادلة الصحيحة هي أن الجودة تؤدي إلى الرضا، هذا يعني أن الرضا دالة في مجموعة من المتغيرات من بينها الجودة والتوقعات، فليس دائما الجودة المدركة تعتبر مبررا لحالة الرضا فهناك الكثير من حالات الرضا رغم انخفاض مستوى الجودة، و في الجهة المقابلة و بالرغم من مستوى الجودة العالية يكون الزبون غير راضي، ومثال ذلك وجود مسافرين في محطة تقدم خدمة في المستوى لكن في نفس الوقت يوجد أشخاص يسببون إزعاج لهذا المسافر، و هذا ما يولد لديه حالة من الاستياء تقود ربما إلى مقاطعة هذه المحطة. وتم تأكيد هذه العلاقة بين مؤيد و معارض، لكن ما يتفق عليه أن الجودة العالية تعتبر من مقدمات الرضا في أغلب الوضعيات، تقود بالضرورة إلى الرضا إلا في حالة

وجود عناصر تشويش مثل المثال السابق، هذه الأهمية تدفع المؤسسة للتركيز على جودة خدماتها من أجل تحسين الرضا<sup>1</sup>.

وقد أصبح الزبائن هدفا رئيسيا من أهداف الجودة على اعتبار أن الجودة تهدف إلى الارتقاء بمستوى الخدمة تحقيقا لرضا الزبائن، لذا أصبحت المنظمات الناجحة هي التي تأخذ بأراء الزبائن في عملياتها وخدماتها المقدمة لهم حتى أن العديد من المنظمات شاركت زبائنها في تصميم خدماتها وفي عمليات التقييم والتطوير المستمرة لها، وذلك من خلال تحديد إجراءات واضحة لشكاوي الزبائن واقتراحاتهم والتعامل معهم وبذل الجهود لتوفير الخدمات لهم. وفي الإطار العام فإن مؤشرات الجودة والثقة المتبادلة بين المؤسسة من خلال خدماتها وبين الزبائن هي من يقرر هذا الرضا ومستواه .

إن تحقيق الرضا كمحصلة نهائية للزبائن الحاليين أو الجدد هو في حقيقة الأمر تعبير عن نجاح المؤسسة على تلبية حاجات هؤلاء الزبائن بطريقة مقنعة وتستجيب لمؤشراتهم التي إعتدوها في الحكم على العلاقة التبادلية بينهم وبين المؤسسة من خلال منتجاتها وخدماتها. هذا ويعتبر الرضا والسرور الكبير عن الخدمة المقدمة ما هو إلا إنعكاس طبيعي لجودة هذه الخدمة ولمكان تقديم الخدمة وبالتالي تحقيق أهداف المؤسسة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عتيق عائشة، جودة الخدمات الصحية في المؤسسات العمومية الجزائرية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة أبو بكر بالقفايد، بتلمسان، 2012، ص109.

<sup>2</sup> خالد بوعجلة، دور الخدمات الصحية في تحقيق رضا الزبون، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2017، ص20.

## المبحث الثاني: الدراسات السابقة

## المطلب الأول: الدراسات السابقة لجودة خدمات النقل ورضا الزبائن

## الدراسات باللغة العربية:

1. دراسة كل من (سامية لحول ويزيد شهلي، 2015)<sup>1</sup>، بعنوان:

أثر جودة خدمة النقل على رضا الزبون دراسة حالة: مؤسسة النقل الحضري الجماعي ETUB (من وجهة نظر مستعملي الحافلات) بباتنة.

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة تطوير خدمة مؤسسات النقل الحضري الجماعي باستخدام نموذج لتقييم الجودة، ومحاولة معرفة مختلف الانحرافات المؤثرة على تحقيق رضا الزبون. واعتماداً على نتائج التقييم يمكن للمؤسسة اتخاذ كل القرارات اللازمة لتحسين خدماتها حسب منظور الزبون. ويتم كل ذلك من خلال إبراز أثر أبعاد الجودة المستخدمة في مؤسسة النقل الحضري الجماعي على تحقيق رضا مستعملي حافلاتها.

ومن أجل ذلك تم إجراء دراسة ميدانية لمعرفة وجهة نظر مستعملي الحافلات بباتنة باعتبارهم مجتمع الدراسة واستخدام عينة عشوائية موزعة حسب أحياء مدينة باتنة وعدد الحافلات فيها. كما تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتفريغ وتحليل الاستبيان. وخلصت الدراسة إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية ما بين الجودة المستخدمة في مؤسسة النقل الحضري بباتنة - على درجة الرضا لدى مستعملي حافلاتها. وأن 30.5% فقط من عينة الدراسة لهم رضا عن الخدمات التي تقدمها هذه المؤسسة وهي نسبة متوسطة.

2. دراسة (كاملة صدادقي، 2013)<sup>2</sup>، بعنوان: دور جودة خدمة النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور جودة خدمة النقل الجامعي من حيث تأثيرها على رضا الزبون وقامت الباحثة بدراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة قاصدي مرياح بورقلة واعتمدت في دراستها على المحددات التالية: الملموسية، الإستجابة، الإعتمادية، التعاطف، الأمان. وتم توزيع الاستبيان على 100 طالب وطالبة. وقد استخدمت الباحثة المنهج التحليل لعرض وتحليل نتائج الدراسة.

<sup>1</sup> سامية لحول ويزيد شهلي، أثر جودة خدمة النقل على رضا الزبون دراسة حالة: مؤسسة النقل الحضري الجماعي ETUB (من وجهة نظر مستعملي الحافلات) بباتنة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العراق، عدد 45، 2015.

<sup>2</sup> كاملة صدادقي، دور جودة خدمة النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق خدمي، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، 2013.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الطلبة يقومون بتقييم جودة الخدمات من خلال محددات جودة الخدمة التي تختلف من فرد لآخر، كما أن جودة خدمات النقل الجامعي لها تأثير كبير في تحقيق رضا الطلبة. وقد تبين من خلال النتائج المتحصل عليها أن بعد الملموسية يعتبر الأكثر تأثيراً على من بقية الأبعاد الأخرى على عكس بعد الإستجابة الذي يأتي في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية النسبية للأبعاد الخاصة بالجودة .

### 3.دراسة (سميحة بلحسن، 2012)<sup>1</sup>، بعنوان: تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون.

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم إطار نظري يحدد ويعرف مختلف المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمات بالإضافة إلى قياس رضا الزبون لمعرفة درجة رضاه عن الخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس، كما تم تناولت الباحثة أساسيات جودة الخدمات ورضا الزبون وطرق قياسه. وقد تبين من خلال هذه الدراسة أن تقييم الزبائن لجودة الخدمات من خلال المؤشرات الخاصة بالتقييم تختلف من زبون إلى آخر، كما أن جودة الخدمة تعمل على تحقيق رضا الزبون .

### 4. دراسة كل من (عبد الباسط إبراهيم حسونة وحسام أحمد كوكش ومحمد سليم الشورة، 2008)<sup>2</sup>،

#### بعنوان: أثر جودة خدمات الطيران على رضا المسافرين.

تم التركيز في هذه الدراسة على تحديد مستوى رضا المسافرين عن جودة الخدمات المقدمة لهم من قبل شركة الخطوط الجوية اليمنية في المراحل المختلفة لتقديم الخدمات، كان مجتمع الدراسة متمثلاً بالمسافرين مع الخطوط اليمنية في نقاط الشركة في الأردن، حيث تم اختيار عينة عشوائية بلغت 250 مسافراً، وتم جمع البيانات بواسطة استبيان تم تصميمه لغرض الدراسة تكون من 29 سؤال حول المتغيرات الديموغرافية وأبعاد قياس جودة الخدمات، تم تحليل البيانات بواسطة البرنامج الإحصائي SPSS حيث استخدم الإحصاء الوصفي والمتوسطات والانحراف المعياري واختبار الفرضيات، وكان من أهم النتائج المتوصل إليها أن مستوى الرضا عن الخدمات المقدمة من قبل الخطوط اليمنية ذات جودة عالية على الرغم من وجود سلبيات في بعض جوانب الخدمات الأخرى، وكان من أهم التوصيات هي

<sup>1</sup> سميحة بلحسن، تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون: دراسة حالة مؤسسة موبيليس - وكالة ورقلة، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق خدمي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2012.

<sup>2</sup> عبد الباسط إبراهيم حسونة وحسام أحمد كوكش ومحمد سليم الشورة، أثر جودة خدمات الطيران على رضا المسافرين: دراسة تطبيقية للخطوط الجوية اليمنية وفق منظور المسافرين عبر الأردن، مجلة آفاق اقتصادية، الاردن، مجلد 31، عدد 117، 2010.

الاهتمام بتقديم وسائل ترفيهه في الرحلات الطويلة، وتنويع المادة الإعلامية المعروضة أثناء الرحلة وكذلك توسيع نطاق العمل الجغرافي للخطوط اليمينية، وتكثيف الرحلات لبعض الاتجاهات الحالية مع تنويع الخدمات المقدمة بحيث تعمل على خدمة أجزاء جديدة و توسيع مجال الاختيار للمسافرين.

### الدراسات باللغة الأجنبية:

5. دراسة (Ali Alphonsus Nwachukwu, 2014)<sup>1</sup>، بعنوان:

Assessment Of Passenger Satisfaction With Intra City Public Bus Transport Servicer  
in Aboja; Nigeria

كان الهدف من هذه الدراسة هو قياس رضا الركاب لخصائص جودة خدمات النقل في الحافلات في نجيريا ومن أجل الحصول على ذلك تم توزيع أسئلة الإستبيان بطريقة عشوائية على 300 من مستخدمي وسائل النقل العام، وقد تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام الإحصاء الوصفي والإرتباط والتحليلات الانحدارية . وقد أظهرت نتائج هذه التحليلات أن الركاب لم يكونوا راضين عن خدمات النقل بالحافلات العامة في منطقة أبوجا، وأوضحت النتائج المتوصل إليها أن للراحة أكبر تأثير على الرضا العام ثم تليها إمكانية الوصول وكانت وكفاية وملائمة مواقف الحافلات هي العامل الثالث في ترتيب الأهمية النسبية في التأثير على رضا الركاب عن خدمات النقل بالحافلات .

6. دراسة كل من (Laura Eboli & Gabriella.Mazzulla, 2007)<sup>2</sup>، بعنوان:

Service Quality Attributes Affecting Customer Satisfaction For Bus Transit

هدفت هذه الدراسة إلى إقتراح نموذج يفيد وكالات النقل والمخططين لتحليل العلاقة بين نوعية الخدمة والإتساع ومحاولة إيجاد سمات ملائمة أكثر لتحسين الخدمة التي توفرها عن طريق دراسة استقصائية على عينة من الطلبة الذين يستخدمون خدمة الأوتوبيس للوصول إلى الحرم الجامعي وقد تم توزيع الإستبيان على 763 طالب وقد تضمنت الأسئلة الخصائص الاجتماعية والاقتصادية ونوعية خدمة الحافلات . وقد توصلت الدراسة إلى أن بعد الموثوقية يعتبر الأهم والأكثر تأثيرا على رضا العملاء.

### المطلب الثاني: العلاقة بين موضوع الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

تعد هذه الدراسة امتداد للدراسات السابقة و لكن ما يُميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

<sup>1</sup> Assessment Of Passenger Satisfaction With Intra City Public Bus Transport Servicer Ali Alphonsus Nwachukwu, 17, No 1, 2014. Vol. Journal Of Public Transpotation, Aboja; Nigeria  
<sup>2</sup> Laura Eboli & Gabriella.Mazzulla, Service Quality Attributes Affecting Customer Satisfaction Journal Of Public Transpotation ,Vol.10.,No.3, 2007. For Bus Transit,

- أنها في ترامواي ورقلة وهو الأول من نوعه في الجنوب الجزائري .
- تتشابه دراستنا مع الدراسات السابقة من حيث المضمون، من خلال الدور الذي تلعبه جودة الخدمة وتأثيرها على رضا الزبائن وتختلف دراستنا عن الدراسات السابقة من حيث المكان، حجم العينة المستخدمة الاختبارات والأساليب الإحصائية المستخدمة وبعض النتائج التي تم التوصل لها.
- والجدول الموالي يوضح خلاصة لما سبق ذكره من مقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.



جدول رقم (1.1) : المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

الدراسات	الباحث	مكان إجراء الدراسة	متغيرات الدراسة	من حيث العينة	من حيث الأداة	من حيث الزمان
دراستنا الحالية	بويكر مسعود	الجزائر	جودة خدمات النقل الحضري ورضا الزبون	145 مستخدم للترامواي	مقياس ANFOR	2018
الدراسة الأولى	سامية لحوّل ويزيد شهلي	الجزائر	جودة خدمة النقل و رضا الزبون	325 منتقل عبر الحافلات	نموذج SERVPERF	2015
الدراسة الثانية	كاملة صدادقي	الجزائر	جودة خدمة النقل الجامعي ورضا الطلبة	100 طالب	نموذج SERVPERF	2013
الدراسة الثالثة	سميحة بلحسن	الجزائر	جودة الخدمات ورضا الزبون	101 مستخدم لشريحة موبيليس	نموذج SERVPERF	2012
الدراسة الرابعة	محمد سليم الشورة	الأردن	جودة خدمات الطيران على رضا المسافرين	250 مسافر		2010
الدراسة الأجنبية الأولى	LAURA EBOLI	إيطاليا	Service Quality Attributes Affecting Customer Satisfaction For Bus Transit	763 طالب	تهدف إلى إقتراح نموذج	2007
الدراسة الأجنبية الثانية	ALI ALPHON SUS	نيجيريا	Assessment Of Passenger Satisfaction With Intra City Public Bus Transport Service	300 مستخدم للنقل العام		2014

. على دراسات سابقة المصدر: من إعداد الطالب

**خلاصة:**

من خلال هذا الفصل تم التطرق إلى بعض المفاهيم النظرية المتعلقة بجودة خدمات النقل الحضري وأبعادها الثمانية. كما تم التطرق إلى المفاهيم الخاصة برضا الزبون ومحدداتها وكما تم التعرف على العلاقة بين جودة الخدمات ورضا الزبون .

وكذا تم التطرق إلى أهم الدراسات السابقة التي تناولت متغيري الدراسة من دراسات باللغة العربية والأجنبية وكذا ذكر أهم مميزات الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

# الفصل الثاني

أثر جودة خدمة النقل الحضري

على رضا متعاملي ترامواي

ورقلة

**تمهيد:**

بعد تعرضنا في الجانب النظري إلى أهم المفاهيم والجوانب المتعلقة بجودة خدمة النقل الحضري ورضا الزبائن، سوف نحاول في هذا الفصل البحث في إطار العلاقة بين أبعاد جودة خدمات النقل الحضري ورضا الزبائن، وذلك من خلال الطريقة والإجراءات التي اتبعتها في دراستي من تحديد مجتمع الدراسة وعينتها واستخدام أداة الدراسة، وخطوات التحقق من صدق ثبات الأداة، بالإضافة إلى جملة من الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات واختبار الفرضيات. وسنتناول هذا الفصل من خلال المبحثين التاليين:

**المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة.**

**المبحث الثاني: نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.**

## المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

سننطلق في هذا المبحث إلى توضيح كيفية انجاز هذه الدراسة، أي تقديم كيفية اختيار مجتمع الدراسة والعينة، تحديد المتغيرات وكيفية قياسها، طريقة جمع ووصف كيفية تلخيص المعطيات المجمعة والأدوات الإحصائية المستخدمة لتحليل المعطيات واختبار الفرضيات.

### المطلب الأول : طريقة الدراسة الميدانية

#### الفرع الأول مجتمع الدراسة واختيار العينة

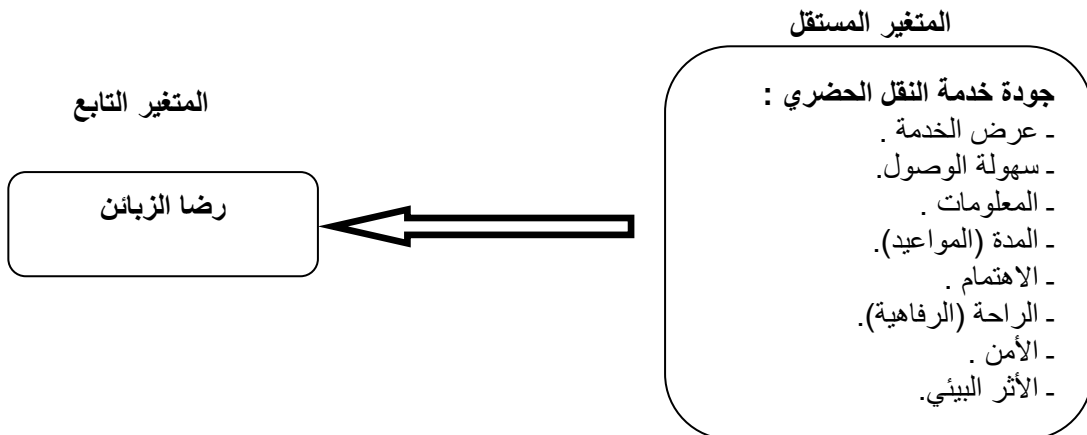
يشمل مجتمع الدراسة جميع مستخدمي خدمة ترامواي ورقلة، وقد تم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية بحيث تم توزيع 150 استمارة استبيان، في حين تم استرجاع 147 استمارة؛ أما الاستمارات الصالحة للتحليل والمعالجة فهي 145 استمارة، أي بنسبة تعادل 97%.

#### الفرع الثاني: متغيرات الدراسة تتمثل متغيرات الدراسة في ما يلي:

1. المتغير المستقل: ويتمثل في جودة خدمة النقل بأبعادها الثمانية، حيث تتكون الجودة الكلية للنقل الحضري من مجموعة مؤشرات يعتمد عليها الزبون للحكم على خدمة النقل المقدمة (الجودة المدركة)، وهي مستوحاة من الجمعية الفرنسية للمعيارية<sup>24</sup> (AFNOR) وأعمال المعهد الوطني للبحث حول النقل وأمنه بفرنسا. وتحدد (AFNOR) ثمانية أبعاد تضم كل مؤشرات جودة خدمة النقل العمومي الجماعي وهي تقديم الخدمة، سهولة الوصول، المعلومة، المدة، الاهتمام بالزبون، الأمن، الأثر البيئي.
2. المتغير التابع: ويتمثل في رضا الزبائن عن خدمات النقل الحضري.

ويمكن تمثيل متغيرات الدراسة في النموذج التالي:

الشكل رقم (1-2): النموذج النظري للدراسة



المصدر : من إعداد الطالب.

<sup>24</sup>كلمة (AFNOR) هي اختصار للعبارة (Association Française de Normalisation).

## الفرع الثالث: تلخيص معطيات الدراسة

لتلخيص البيانات والمعطيات المجمعة باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي تم الاعتماد على حساب التكرارات النسبية والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية المرجحة والانحرافات المعيارية.

## المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية

تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية، باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي، وتم تحكيم الاستبيان من طرف مجموعة من الأساتذة في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير وذلك قصد الحصول على تقييم الاستبيان من قبلهم وبغية الاستفادة من آرائهم. **والملحق رقم (2)** يمثل قائمة الأساتذة المحكمين وبعد أن تم استرجاع الاستبيان من الأساتذة المحكمين والأخذ بآرائهم وملاحظتهم، وإجراء التعديلات اللازمة على فقرات الاستبيان ظهر في شكله النهائي أنظر **الملحق رقم (1)**. وقد اعتمدنا في بناء هذا المقياس على عدد من الدراسات السابقة. وقد تم تكييفه حسب متطلبات الدراسة. ويحوي هذا الاستبيان 42 فقرة، وقد تم تقسيمها إلى ثلاثة أجزاء كما يلي:

**الجزء الأول:** يتعلق بجودة خدمات النقل الحضري ويضم ثمانية أبعاد كالتالي:

1. **بعد تقديم الخدمة:** الذي يتضمن (04) فقرات، من الفقرة رقم (1) إلى غاية الفقرة رقم (4)؛
  2. **بعد سهولة الوصول للخدمة:** الذي يتضمن (04) فقرات، من الفقرة رقم (5) إلى الفقرة رقم (8)؛
  3. **بعد المعلومة المقدمة:** والذي يتضمن (03) فقرات، من الفقرة رقم (09) إلى الفقرة رقم (11)؛
  4. **بعد إحترام الوقت:** والذي يتضمن (3) فقرات، من الفقرة رقم (12) إلى غاية الفقرة رقم (14)؛
  5. **بعد الإهتمام بالزبون:** والذي يتضمن (04) فقرات، من الفقرة رقم (15) إلى غاية الفقرة رقم (18)؛
  6. **بعد الراحة:** ويتضمن (06) فقرات، من الفقرة رقم (19) إلى غاية الفقرة رقم (24)؛
  7. **بعد الأمان:** ويتضمن (04) فقرات، من الفقرة رقم (25) إلى غاية الفقرة رقم (28)؛
  8. **بعد الأثر البيئي:** الذي يتضمن (04) فقرات، من الفقرة رقم (29) إلى غاية الفقرة رقم (32).
- الجزء الثاني:** يقيس بعد الرضا ويتضمن (10) فقرات، من الفقرة (33) إلى غاية الفقرة (42).

**الجزء الثالث:** وتعلق بالخصائص الديموغرافية للعينية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، عدد مرات التنقل في اليوم).

الفرع الثاني : الأدوات والبرامج الإحصائية المستخدمة في الدراسة :

من أجل معالجة وتحليل معطيات الاستبيان تم الاعتماد على بعض الأدوات الإحصائية تمثلت في microsoft excel<sup>10</sup> والبرنامج الإحصائي Spss<sup>25</sup> واعتماد الأساليب الإحصائية التي تتناسب مع أسلوب فرضيات الدراسة ومتغيراتها كالتالي :

1. معامل الثبات والصدق الفا كرونباخ لقياس ثبات وصدق الأداة؛
2. التكرارات النسبية والنسب المئوية لمعرفة توزيع أفراد العينة حسب متغير الخصائص الديموغرافية؛
3. المتوسطات الحسابية المرجحة والانحراف المعياري لكل محور (بعد) وقراته بهدف الكشف عن اتجاه آراء العينة حور متغيرات الدراسة؛
4. معامل الارتباط بيرسون لقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع؛
5. الانحدار الخطي البسيط لدراسة أثر كل متغير مستقل على متغير تابع؛
6. اختبار فرق المتوسطين (ت) Independent sample-test لمعرفة الفروقات في إجابات العينة التي تعزى للمتغيرات الديموغرافية ذات الاختيارات الثنائية (الجنس مثلا)؛
7. اختبار تحليل التباين one way anova لمعرفة الفروقات في إجابات العينة والتي تعزى للمتغيرات الديموغرافية (السن، المهنة، المستوى التعليمي، الغرض من التنقل، عدد مرات التنقل، نوع التذكرة المستخدمة).

الفرع الثالث: ثبات أداة الدراسة

الثبات يعني استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه أي أن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المعامل إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة، أما الصدق فنقصد به أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه. وقد تم اختبار درجة الثبات وصدق المقياس من خلال معامل الاختبار الفاكرونباخ وقد كانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (2-1): معامل الصدق والثبات لمحاو الاستبيان

الأبعاد	عدد الفقرات	ألفا كرونباخ	معامل الصدق
جودة خدمة النقل الحضري	32	0.72	0.85
الرضا	10	0.72	0.85
الإجمالي	42	0.81	0.90

المصدر: من إعداد الباحث بناءً على نتائج تحليل الاستبيان

من خلال الجدول (2-1) تبين لنا أن قيمة معامل الفا كرونباخ لإجمالي بعد الجودة (0.72) ولبعد الرضا (0.72) ايضا، أما قيمة معامل الفا كرونباخ الإجمالية هي (0.81) وهي كلها قيم مرتفعة جدا، وهذا يعني أن هناك مصداقية في الإجابات مما يشير إلى أن فقرات الاستبيان تتمتع بالاتساق الداخلي، ومن الممكن إجراء الدراسة وتعميم نتائجها على جميع مجتمع الدراسة.



## المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج واختبار الفرضيات

يتضمن هذا المبحث عرض ومناقشة مختلف النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية.

المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة

الفرع الأول: عرض النتائج المتعلقة بالخصائص الديموغرافية للعينة:

يوضح الجدول الموالي توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية للعينة المدروسة (الجنس، السن، المستوى التعليمي وعدد مرات التنقل).

جدول رقم (2-2): توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية

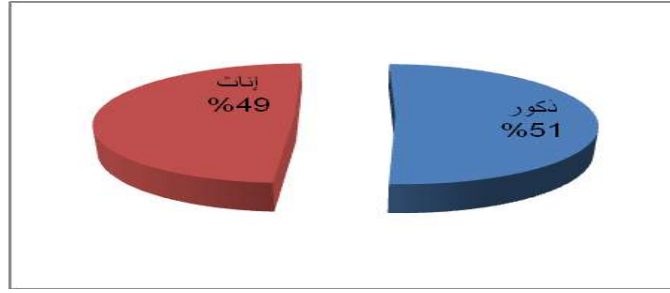
المتغير الديموغرافي	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكور	74
	إناث	71
	المجموع	145
السن	أقل من 20 سنة	33
	من 21 إلى 30 سنة	77
	أكثر من 30 سنة	35
	المجموع	145
المستوى التعليمي	ثانوي أو أقل	53
	جامعي	59
	دراسات عليا	33
	المجموع	145
عدد مرات التنقل في اليوم	مرة واحدة	27
	مرتين فأكثر	65
	كلما تطلب الأمر	53
	المجموع	145

المصدر : من إعداد الباحث استنادا على نتائج الاستبيان.

### 1. دراسة توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

يوضح الشكل الموالي توزيع عينة الدراسة حسب المتغير الديموغرافي الجنس

الشكل رقم (2-2): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



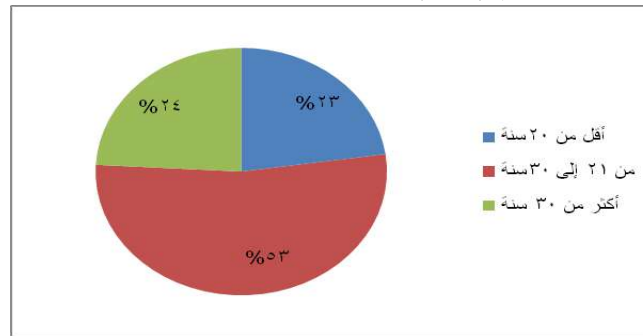
المصدر : من إعداد الباحث استنادا على نتائج الاستبيان

حيث نلاحظ من خلال الجدول رقم (2-2) والشكل رقم (2-2) أن هناك تقارب في النسبة بين الجنسين حيث بلغت نسبة الذكور 51% و نسبة الإناث 49% وهذا راجع للتوزيع العشوائي.

### 2. دراسة توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2-2) والشكل رقم (3-2) المواليين أن الفئة العمرية التي أخذت أعلى نسبة في العينة المدروسة هي الفئة من 21 إلى 30 سنة بنسبة 53% ، ثم تليها الفئة العمرية أكثر من 30 سنة بنسبة 24%، في حين أن فئة الأقل من 20 سنة كانت بنسبة 23%، ونفسر هذه النتيجة بأن فئة الشباب هي الأكثر استخداما لخدمات الترامواي وذلك لوجود الجامعة والكليات ومراكز التكوين بالإضافة إلى مقرات العمل بالنسبة للموظفين على طول خط الترامواي.

الشكل رقم (3-2): توزيع عينة الدراسة حسب السن



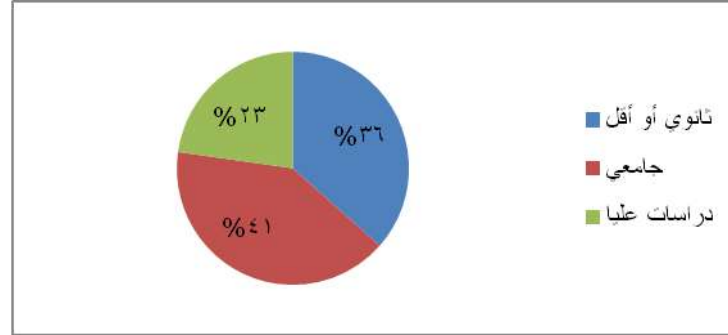
المصدر : من إعداد الباحث استنادا على نتائج الاستبيان

### 3. دراسة توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2-2) والشكل رقم (4-2) أن فئة المستوى التعليمي الجامعي هي الفئة الأكثر استخداما للترامواي بنسبة 41%، تليها فئة ثانوي أو أقل بنسبة 37%، في حين أن أصحاب الدراسات العليا هي الفئة الأقل استخداما للترامواي بنسبة 23%، ونفسر هذه النتيجة بأن الأشخاص ذوي المستوى التعليمي الجامعي يستخدمون الترامواي نظرا لقرب المحطات من الكليات التي

يدرسون بها أو لقربها من مقرات عملهم من جهة ونظرا لسعر التذكرة الذي يعدا مناسباً نسبياً لهم. أم فئة ذوي الدراسات العليا نظراً لقلّة عددهم مقارنة بذوي المستوى الجامعي من جهة ومن جهة أخرى فإن غالبية هذه الفئة تستقل وسائل تنقل خاصة (السيارة مثلاً).

الشكل رقم (2-4): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

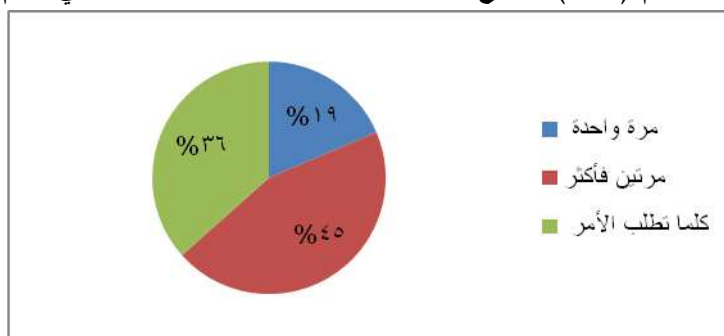


المصدر : من إعداد الباحث استناداً على نتائج الاستبيان

#### 4. دراسة توزيع عينة الدراسة حسب متغير عدد مرات التنقل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2-2) أن 44% من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الترامواي لمرتين فأكثر في اليوم. تليها الفئة التي تستخدمه كلما تطلب الأمر بنسبة 37%، وفي المرتبة الثالثة تأتي الفئة التي تستقل الترامواي لمرة واحدة في اليوم بنسبة تقدر بـ 19%، ونفس هذه النتائج أن الفئة الكبيرة من عينة الدراسة تعتمد عليه في التنقل لقضاء حاجاتهم، وتستخدمه لمرتين فأكثر.

الشكل رقم (2-5): توزيع عينة الدراسة حسب عدد مرات التنقل في اليوم



المصدر : من إعداد الباحث استنادا على نتائج الاستبيان

### الفرع الثاني: عرض نتائج اختبار الفرضيات

أولاً: تحديد اتجاه آراء العينة حول متغيرات الدراسة

بغرض تحديد اتجاه آراء العينة على مقياس ليكرت الثلاثي (موافق، محايد، غير موافق) فإننا نعطيها قيمة كما يلي :

جدول رقم (2-3): يوضح ترميز مقياس ليكرت الثلاثي

البيانات	غير موافق	محايد	موافق
الترميز	1	2	3

المصدر : من إعداد الباحث

ويتم بعد ذلك حساب المتوسط الحسابي المرجح ثم تحديد، الاتجاه حسب قيم المتوسط المرجح كما يلي:

جدول رقم (2-4): يوضح مقياس ليكرت الثلاثي

المتوسط المرجح	من 1 إلى 1.66	من 1.67 إلى 2.34	من 2.35 إلى 3
الاتجاه	غير موافق	محايد	موافق
درجة التقييم	ضعيفة	متوسطة	مرتفعة

المصدر : من إعداد الباحث بناء على مقياس ليكرت الثلاثي

ويلاحظ أن طول الفترة المستخدمة هنا هي  $3/2$  أي حوالي 0.66، وقد حسب طول الفترة على أساس أن الأرقام الثلاث (1، 2، 3) قد فيما بين مسافتين.

1- اتجاه آراء أفراد العينة حول بعد تقديم الخدمة

جدول رقم (2-5): اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص تقديم الخدمة

الرتبة	درجة التقييم	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	غير موافق	محايد	موافق	العبارات	رتبة العبارة
					العدد	العدد	العدد		
					النسبة	النسبة	النسبة		
1	عالي	موافق	0.527	2.77	7	20	118	تحتوي مؤسسة الترامواي على أحدث الأجهزة لتقديم الخدمات.	1
					5%	14%	81%		
2	عالي	موافق	0.665	2.57	14	35	96	توفر مؤسسة الترامواي العدد الكافي من القاطرات .	2
					10%	24%	66%		
4	متوسط	محايد	0.842	2.26	37	33	75	لمؤسسة ترامواي العدد الكافي من المحطات الخاصة بانتظار الركاب.	3
					25%	23%	52%		
3	عالي	موافق	0.636	2.52	11	48	86	يقدم الترامواي أسعار اشتراكات معقولة للتذاكر	4
					08%	33%	59%		
	عالي	موافق	0.444	2.52	إجمالي تقديم الخدمة				

المصدر: من إعداد الباحث استناد إلى نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-5) نلاحظ أن الاتجاه العام لإجمالي بعد تقديم الخدمة كان نحو الاتجاه موافق بمتوسط حسابي (2.52) وانحراف معياري (0.44). حيث أن الفقرة رقم (01) إحتلت المرتبة الأولى باتجاه موافق حيث كان لها أكبر متوسط حسابي يقدر ب (2.77) وانحراف معياري قدر ب (0.53)، و احتلت الفقرة رقم (02) المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر ب (2.57) وانحراف معياري يقدر ب (0.67)، في حين أن الفقرة رقم (04) فاحتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدر ب (2.52) وانحراف معياري قدر ب (0.64)، أما الفقرة (3) فكانت في المرتبة الأخيرة باتجاه محايد بمتوسط حسابي يقدر ب (2.26) وانحراف معياري (0.84). ونفسر هذه النتائج بسعي مؤسسة الترامواي لتقديم أفضل الخدمات للزبون.

## 2- اتجاه آراء أفراد العينة فيما يخص سهولة الوصول للخدمة

جدول رقم (2-6): اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص سهولة الوصول للخدمة

رقم العبارة	العبارات	موافق	محايد	غير موافق	الانحراف المعياري	الاتجاه	درجة التقييم	الرتبة
		العدد	العدد	العدد				
		النسبة	النسبة	النسبة				
01	موقع محطات الترامواي ملائم.	63	40	42	0.841	محايد	متوسط	4
		43%	28%	29%				
02	أجد سهولة في استعمال أجهزة المصادقة على التذاكر.	66	43	36	0.816	محايد	متوسط	2
		45%	30%	25%				
03	أكشاك وأماكن بيع تذاكر الترامواي قريبة وسهل الوصول إليها	87	34	24	0.762	موافق	عالي	1
		60%	23%	17%				
04	هناك أماكن ووسائل تسهل وصول واستعمال فئة ذوي الاحتياجات الخاصة لخدمات الترامواي	67	37	41	0.847	محايد	متوسط	3
		46%	26%	28%				
	إجمالي بعد سهولة الوصول				0.467	محايد	متوسط	

المصدر: من إعداد الباحث استناد نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-6) نلاحظ أن الاتجاه العام لإجمالي بعد سهولة الوصول للخدمة كان نحو الاتجاه محايد بمتوسط حسابي (2.24) وانحراف معياري (0.47). حيث أن الفقرة رقم (03) احتلت المرتبة الأولى باتجاه موافق حيث كان لها أكبر متوسط حسابي يقدر ب (2.43) وانحراف معياري قدر ب (0.762)، و احتلت الفقرة رقم (02) المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر ب (2.21) وانحراف معياري يقدر ب (0.82)، في حين أن الفقرة رقم (04) فاحتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدر ب (2.18) وانحراف معياري قدر ب (0.85)، أما الفقرة (1) فكانت في المرتبة الأخيرة باتجاه محايد بمتوسط حسابي يقدر ب (2.14) وانحراف معياري (0.84). ونفس هذه النتائج بأن غالبية أفراد عينة الدراسة لم تحدد فيما إذا كانت تجد نوع من الصعوبة في الوصول إلى الترامواي أم لا.

3- اتجاه آراء أفراد العينة فيما يخص بعد المعلومة المقدمة

جدول رقم (2-7): اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص بعد المعلومة المقدمة

رقم العبارة	العبارات	موافق	محايد	غير موافق	الانحراف المعياري	الاتجاه	درجة التقييم	الرتبة
		العدد	العدد	العدد				
		النسبة	النسبة	النسبة				
01	يتوفر الترامواي على أجهزة إعلام الزبائن عن المحطات الموالية	105	32	08	2.67	موافق	عالي	1
		72%	22%	06%				
02	لا يبدي الموظفون تدمرا للأسئلة المتكررة من الزبائن	89	43	13	2.52	موافق	عالي	2
		61%	30%	09%				
03	يقدم لي موظفو الترامواي المعلومات عند وقوع أي طارئ .	85	50	10	2.52	موافق	عالي	2
		59%	34%	07%				
إجمالي بعد المعلومة المقدمة					2.57	موافق	عالي	

المصدر: من إعداد الباحث استناد نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-7) نلاحظ أن الاتجاه العام لإجمالي بعد المعلومة المقدمة كان نحو الاتجاه موافق بمتوسط حسابي (2.57) وانحراف معياري (0.40). حيث أن الفقرة رقم (01) كانت نحو الاتجاه موافق واحتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر ب (2.67) وانحراف معياري قدر ب (0.58)، في حين أن كلا الفقرتين (02) و(03) كانا باتجاه موافق و احتلا المرتبة الثانية بنفس المتوسط الحسابي الذي قدر ب (2.52) ، وانحراف معياري قدر ب (0.66) و (0.63) على التوالي ، ونفس هذه النتائج بسهولة التواصل بين مقدمي الخدمة ومستخدمي الترامواي، وإمكانية الحصول على المعلومات.



4- اتجاه آراء أفراد العينة فيما يخص بعد احترام الوقت

جدول رقم (2-8): اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص بعد احترام الوقت

رقم العبارة	العبارات	موافق	محايد	غير موافق	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه	درجة التقييم	الترتبة
		العدد	العدد	العدد					
		النسبة	النسبة	النسبة					
01	مدة الانتظار في المحطات قصيرة .	68	29	48	2.14	0.887	محايد	متوسط	2
		47%	20%	33%					
02	الحجم الساعي لعمل الترامواي جيد .	93	35	17	2.52	0.698	موافق	عالي	1
		64%	24%	12%					
03	سرعة قاطرات الترامواي مناسبة .	65	25	55	2.07	0.910	محايد	متوسط	3
		45%	17%	38%					
إجمالي بعد احترام الوقت					2.24	0.55	محايد	متوسط	

المصدر: من إعداد الباحث استناد نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-8) نلاحظ أن الاتجاه العام لإجمالي بعد احترام الوقت كان نحو الاتجاه محايد بمتوسط حسابي (2.24) وانحراف معياري يقدر بـ (0.55). حيث احتلت الفقرة رقم (02) المرتبة الأولى باتجاه موافق و بمتوسط حسابي يقدر (2.52) وانحراف معياري (0.80), فيما كانت الفقرة رقم (01) باتجاه محايد واحتلت المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدر بـ (2.14) وانحراف معياري يقدر بـ(0.89) , أما الفقرة رقم (03) فكانت نحو الاتجاه محايد واحتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.07) وانحراف معياري قدر بـ(0.91) ,ونفسر هذه النتائج بأن الزبون لا يحصل على الخدمة في الوقت المناسب.

5- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الاهتمام بالزبون:

جدول رقم (2-9): اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الاهتمام بالزبون

الرتبة	درجة التقييم	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	غير موافق	محايد	موافق	العبارات	رقم العبارة
					العدد	العدد	العدد		
					النسبة	النسبة	النسبة		
3	عالي	موافق	0,699	2.34	19	58	68	يبيدي عمال الترامواي إستجابة سريعة لحل المشاكل .	1
					13%	40%	47%		
2	عالي	موافق	0.708	2.51	18	35	92	يتسم موظفو الترامواي بحسن السلوك والمعاملة .	2
					12%	24%	64%		
4	متوسط	محايد	0.849	2.09	46	40	59	يحظى الزبائن بالترحيب عند الصعود .	3
					32%	27%	41%		
1	عالي	موافق	0.590	2.67	09	30	106	هندام موظفو الترامواي أنيق ولائق .	4
					06%	21%	73%		
					إجمالي بعد الاهتمام بالزبون				
	عالي	موافق	0.45	2.40					

المصدر: من إعداد الباحث استناد نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-9) نلاحظ أن الاتجاه العام لإجمالي لبعده الاهتمام بالزبون كان نحو الاتجاه موافق بمتوسط حسابي (2.40) وانحراف معياري يقدر ب (0.45). حيث أن الفقرة رقم (04) كانت في الإتجاه موافق واحتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر ب (2.67) وانحراف معياري قدر ب (0.59), وكانت الفقرة رقم (02) أيضا باتجاه موافق واحتلت المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدر ب (2.51) وانحراف معياري قدر ب (0.70) , وكانت الفقرة رقم (01) باتجاه موافق وبمتوسط حسابي قدر ب (2.34) وانحراف معياري قدر ب (0.70), أما الفقرة (3) فكانت باتجاه محايد بمتوسط حسابي يقدر (2.09) وانحراف معياري (0.85). ونفس هذه النتائج إلى وجود إهتمام خاص توليه مؤسسة الترامواي نحو زبائننا.

## 6- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الراحة:

جدول رقم (2-10): اتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الراحة

رقم العنصر	العبارات	موافق	محايد	غير موافق	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه	درجة التقييم	الرتبة
		العدد	العدد	العدد					
		النسبة	النسبة	النسبة					
01	محطات الترامواي مريحة ونظيفة .	97	30	18	2.54	0.707	موافق	عالي	2
		67%	21%	12%					
02	مقاعد الترامواي مريحة ونظيفة.	106	26	13	2.64	0.642	موافق	عالي	1
		73%	18%	09%					
03	وجود التهوية داخل الترامواي ( دخول وخروج الهواء).	83	40	22	2.42	0.742	موافق	عالي	3
		57%	28%	15%					
04	يوجد بالترامواي وسائل للترفيه.	38	33	74	1.75	0.846	محايد	متوسط	6
		26%	23%	51%					
05	الأصوات الصادرة عند المنعطفات مزعجة	58	51	36	2.15	0.793	محايد	متوسط	5
		40%	35%	25%					
06	أصوات الإعلام عن المحطات مقلقة جدا .	60	49	36	2.17	0.799	محايد	متوسط	4
		41%	34%	25%					
إجمالي بعد الراحة					2.27	0.372	محايد	متوسط	

المصدر: من إعداد الباحث استناد نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-10) نلاحظ أن الاتجاه العام لإجمالي بعد الراحة كان نحو الاتجاه محايد بمتوسط حسابي (2.27) وانحراف معياري (0.37). حيث احتلت الفقرة رقم (02) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر بـ (2.64) وانحراف معياري يقدر بـ (0.64) ، فيما جاءت الفقرة رقم (01) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدر بـ (2.54) وانحراف معياري يقدر بـ (0.71) ، أما الفقرة رقم (03) فقد احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر بـ (2.42) وانحراف معياري يقدر بـ (0.74)، في حين أن الفقرات رقم (4، 5، 6) كانت نحو الاتجاه محايد بمتوسط حسابي قدر بـ (1.75 ؛ 2.15 ؛ 2.17) وانحراف معياري (0.85 ؛ 0.79 ؛ 0.80). ونفسر هذه النتائج بوجود جوانب مريحة عند استخدام خدمة النقل بواسطة الترامواي وجوانب أخرى غير مريحة عند استخدامه حسب آراء أفراد عينة الدراسة.

7- اتجاه آراء أفراد العينة فيما يخص بعد الأمان :

جدول رقم (2-11): اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص بعد الأمان

رقم العبارة	العبارات	موافق	محايد	غير موافق	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه	درجة التقييم	الرتبة
		العدد	العدد	العدد					
		النسبة	النسبة	النسبة					
01	يتوفر الترامواي على معدات الحماية .	78	52	15	2.43	0.675	موافق	عالي	4
		54%	36%	10%					
02	أشعر بالأمن عند مواقف الصعود والنزول	103	28	14	2.61	0.658	موافق	عالي	2
		71%	19%	10%					
03	وجود العدد الكافي لأفراد الأمن داخل الترامواي	94	33	18	2.52	0.708	موافق	عالي	3
		65%	23%	12%					
04	وجود كاميرات مراقبة يشعرني بالأمن	106	27	12	2.65	0.629	موافق	عالي	1
		73%	19%	08%					
	إجمالي بعد الأمان				2.55	0.44	موافق	عالي	

المصدر: من إعداد الباحث استناد نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-11) نلاحظ أن الاتجاه العام لإجمالي بعد الأمان كان نحو الاتجاه موافق بمتوسط حسابي يقدر (2.55) وانحراف معياري (0.44). حيث احتلت الفقرة رقم (04) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر ب(2.65) وانحراف معياري يقدر ب (0.63)، واحتلت الفقرة رقم (02) المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر ب (2.61) وانحراف معياري يقدر ب (0.66)، في حين احتلت الفقرة رقم (03) المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر ب (2.52) وانحراف معياري يقدر ب (0.70)، ويشار إلى أن كل فقرات البعد (1، 2، 3، 4) كانت نحو الاتجاه موافق ، وهذا ما يدل على حرص مؤسسة الترامواي على توفير الأمن لزيائنها.

8- اتجاه آراء أفراد العينة فيما يخص بعد الأثر البيئي:

جدول رقم (2-12): اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص بعد الأثر البيئي

الترتبة	درجة التقييم	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	غير موافق	محايد	موافق	العبارات	الترتبة
					العدد	العدد	العدد		
					النسبة	النسبة	النسبة		
2	عالي	موافق	0.698	2.52	17	35	93	يحد الترامواي من الإنبعاثات الغازية الملوثة للهواء.	01
					12%	24%	64%		
4	عالي	موافق	0.738	2.34	23	50	72	الترامواي زاد من حدة ازدحام السيارات.	02
					16%	34%	50%		
3	عالي	موافق	0.772	2.45	25	30	90	خطوط سكك الترامواي ضيقت من حجم الطرقات.	03
					17%	21%	62%		
1	عالي	موافق	0.611	2.71	12	18	115	أعطى الترامواي حلة جمالية للمدينة.	04
					08%	13%	79%		
	عالي	موافق	0.43	2.50	إجمالي بعد الأثر البيئي				

المصدر: من إعداد الباحث استناد نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-12) نلاحظ أن الاتجاه العام لإجمالي بعد الأثر البيئي كان نحو الاتجاه موافق بمتوسط حسابي (2.50) وانحراف معياري (0.43). حيث احتلت الفقرة رقم (04) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر ب(2.71) وانحراف معياري يقدر ب (0.61)، واحتلت الفقرة رقم (01) المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر ب (2.52) وانحراف معياري يقدر ب (0.70)، في حين احتلت الفقرة رقم (03) المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر ب (2.45) وانحراف معياري يقدر ب (0.77)، ويشار إلى أن كل فقرات البعد (1، 2، 3، 4) كانت نحو الاتجاه موافق ، ونفسر هذه النتائج بأن أفراد عينة الدراسة لديهم نوع من الإدراك المتعلق بالبيئة سواء منها الطبيعية مثل حد الترامواي من الإنبعاثات الغازية الملوثة للهواء؛ وإعطاء حلة جمالية للمدينة. أو البيئة المادية كزيادته في حدة ازدحام السيارات وضييق مساحة الطرقات.

9- اتجاه آراء أفراد العينة فيما يخص بعد الرضا

جدول رقم (2-13): اتجاهات آراء أفراد العينة فيما يخص بعد الرضا

رقم العبارة	العبارات	موافق			محايد			غير موافق				
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة			
		موافق			محايد			غير موافق				
الترتبة	درجة التقييم	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح								
01	أشعر بالرضا عن الخدمات التي يقدمها الترامواي .	88	61%	39	27%	18	12%	2.48	0.708	موافق	عالي	2
		42	29%	23	16%	80	55%					
02	أشعر بالرضا عن مسافة طول خط الترامواي .	64	44%	55	38%	26	18%	2.26	0.746	محايد	متوسط	6
		71	49%	46	32%	28	19%					
03	أشعر بالرضا عن كفاءة أداء عمال الترامواي .	54	37%	64	44%	27	19%	2.19	0.726	محايد	متوسط	7
		45	31%	60	41%	40	28%					
04	تقدم مؤسسة الترامواي خدمات ذات جودة عالية .	79	54%	52	36%	14	10%	2.45	0.666	موافق	عالي	3
		87	60%	47	32%	11	08%					
05	تقدم مؤسسة الترامواي خدماتها بأسعار مناسبة .	76	52%	48	33%	21	15%	2.38	0.727	موافق	عالي	4
		55	38%	54	37%	36	25%					
06	تقدم هذه المؤسسة ما أحتمه بالضبط من خدمات .	55	38%	54	37%	36	25%	2.13	0.784	محايد	متوسط	8
		87	60%	47	32%	11	08%					
07	التعامل مع مؤسسة الترامواي يشعري بالفخر .	87	60%	47	32%	11	08%	2.52	0.636	موافق	عالي	1
		76	52%	48	33%	21	15%					
08	أقوم بنصح معارفي باستخدام الترامواي في تنقلاتهم .	55	38%	54	37%	36	25%	2.13	0.784	محايد	متوسط	8
		87	60%	47	32%	11	08%					
09	الخدمات المقدمة من الترامواي أكبر من توقعاتي .	55	38%	54	37%	36	25%	2.13	0.784	محايد	متوسط	8
		87	60%	47	32%	11	08%					
<b>إجمالي بعد الرضا</b>								2.24	0.40	محايد	متوسط	

المصدر: من إعداد الباحث استناد نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-13) نلاحظ أن الاتجاه العام لإجمالي بعد الرضا كان نحو الاتجاه محايد بمتوسط حسابي (2.24) وانحراف معياري (0.40). حيث جاءت الفقرة رقم (08) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر بـ (2.52) و بانحراف معياري يقدر بـ (0.64)، فيما احتلت الفقرة رقم (01) المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر بـ (2.48) و انحراف معياري يقدر بـ (0.70)، في حين أن الفقرة

رقم (07) فجاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر بـ(2.45) وانحراف معياري يقدر بـ(0.78) في حين أن الفقرات رقم (02، 03، 04، 05، 06، 09، 10) كانت كذلك بمتوسط حسابي قدر بـ (1.74) ؛ 2.26 ؛ 2.30 ؛ 2.19 ؛ 2.03 ؛ 2.38 ؛ 2.13) على التوالي وانحراف معياري يقدر بـ ( 0.80 ؛ 0.74 ؛ 0.77 ؛ 0.72 ؛ 0.72 ؛ 0.72 ؛ 0.78) على التوالي، ونفسر هذه النتائج على أن الزبائن ليسوا براضين تمام الرضا عن الخدمات المقدمة من طرف هذه المؤسسة. وقد يعود ذلك لحداثة هذه الخدمة في المنطقة.

### المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة

#### 1. بشكل عام أن المؤسسة محل الدراسة تتبنى جميع أبعاد جودة خدمة النقل الحضري.

من أجل اختبار صحة هذه الفرضية قمنا بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجمالي أبعاد جودة خدمة النقل الحضري والجداول من (2-5) إلى غاية (2-12) توضح ذلك. حيث نجد أن المؤسسة محل الدراسة تتبنى أغلب أبعاد جودة الخدمة بدرجة موافق ، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية القائلة ببيان الواقع بشكل عام أن المؤسسة محل الدراسة تبني جميع أبعاد جودة خدمة النقل الحضري. حيث نجد أن:

أ. بعد المعلومة المقدمة، جاء في المرتبة الأولى، بدرجة موافقة عالية، وبمتوسط حسابي (2.57) وانحراف معياري (0.39)؛

ب. بعد الامان، جاء في المرتبة الثانية بدرجة موافقة عالية، وبمتوسط حسابي (2.55) وانحراف معياري (0.44)؛

ج. بعد تقديم الخدمة، جاء في المرتبة الثالثة بدرجة موافقة عالية، وبمتوسط حسابي (2.52) وانحراف معياري (0.44)؛

د. بعد الأثر البيئي، جاء في المرتبة الرابعة بدرجة موافقة عالية، وبمتوسط حسابي (2.50) وانحراف معياري (0.43)؛

هـ. بعد الاهتمام بالزبون، جاء في المرتبة الخامسة بدرجة موافقة عالية، وبمتوسط حسابي (2.40) وانحراف معياري (0.45)؛

و. بعد الراحة، جاء في المرتبة السادسة بدرجة موافقة متوسطة، وبمتوسط حسابي (2.27) وانحراف معياري (0.37)؛

ز. بعد احترام الوقت، جاء في المرتبة السابعة بدرجة موافقة متوسطة، وبمتوسط حسابي (2.24) وانحراف معياري (0.55)؛

ح. بعد سهولة الوصول، جاء في المرتبة الثامنة والأخيرة بدرجة موافقة متوسطة، وبمتوسط حسابي (2.24) وانحراف معياري (0.46).



2. يبين الواقع بشكل عام أن هناك مستوى متوسط لرضا الزبائن عينة الدراسة عن جودة الخدمة المقدمة لهم.

بالرجوع إلى الجدول رقم (2-13)، نجد أن 60% من أفراد عينة الدراسة " يحبون التعامل مع مؤسسة الترامواي" حيث إحتلت هذه الفقرة المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.52) وانحراف معياري (0.63). وما نسبته 61% من عينة الدراسة "يشعرون بالرضا عن الخدمات التي يقدمها الترامواي" حيث إحتلت هذه الفقرة المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.48) وانحراف معياري (0.71). في حين أن ما نسبته 54% من عينة الدراسة يرون أن " التعامل مع مؤسسة الترامواي يشعروهم بالفخر." حيث إحتلت هذه الفقرة المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.45) وانحراف معياري (0.66). في حين أن حوالي 55% من عينة الدراسة "لا يشعرون بالرضا عن طول المسافة التي يقطعها الترامواي". بمتوسط حسابي (1.74) وانحراف معياري (0.88). ومن خلال المؤشرات السابقة ومؤشرات الجدول رقم (2-13) يتضح لنا صحة الفرضية الثانية القائلة أنه يبين الواقع بشكل عام أن هناك مستوى متوسط لرضا الزبائن عينة الدراسة عن جودة الخدمة المقدمة لهم.

3. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة خدمات النقل الحضري على رضا الزبائن.

لاختبار صحة هذه الفرضية اعتمدنا على معامل الارتباط بيرسون (R) لقياس العلاقة بين أبعاد

جودة خدمات النقل الحضري ورضا الزبائن؛ والجدول رقم (2-14) الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (2-14) نتائج اختبار معامل بيرسون لأبعاد جودة خدمة النقل الحضري والرضا

الرضا		المتغيرات المستقلة
مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
0.000	**0.44	تقديم الخدمة
0.05	0.16	سهولة الوصول
0.000	**0.35	المعلومة المقدمة
0.000	**0.31	احترام الوقت
0.000	**0.35	الاهتمام بالزبون
0.000	**0.22	الراحة
0.000	**0.40	الأمان
0.016	*0.20	الأثر البيئي
145		العدد N

\*\*الإرتباط دال عند مستوى معنوية 0.01 \*الإرتباط دال عند مستوى معنوية 0.05

المصدر: من إعداد الباحث استنادا على نتائج الاستبيان.

بالإضافة إلى الانحدار البسيط لدراسة أثر كل بعد من أبعاد جودة خدمات النقل الحضري على رضا الزبائن. والجدول رقم (2-15) الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (2-15): أثر أبعاد جودة خدمة النقل الحضري على رضا الزبائن

مستوى المعنوية	T	B1	B <sub>0</sub>	<sup>2</sup> R	R	
0.000	7.27	0.39	1.26	0.19	0.44	تقديم الخدمة
0.000	12.01	0.14	1.94	0.03	0.16	سهولة الوصول
0.000	6.59	0.35	1.35	0.12	0.35	المعلومات المقدمة
0.000	13.02	0.23	1.74	0.10	0.31	احترام الوقت
0.000	8.91	0.31	1.51	0.12	0.35	الاهتمام بالزبون
0.000	8.47	0.24	1.71	0.05	0.22	الراحة
0.000	7.37	0.36	1.33	0.15	0.40	الأمان
0.000	9.14	1.19	1.78	0.04	0.20	الأثر البيئي

المصدر : من إعداد الباحث استنادا على نتائج الإستبيان

ومن أجل اختبار هاته الفرضية قمنا بتقسيمها إلى جملة من الفرضيات الفرعية. وذلك كما

يلي:

أ. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد تقديم الخدمة على رضا الزبون.

من أجل اختبار صحة هذه الفرضية تم حساب معامل ارتباط بيرسون، والانحدار البسيط بغرض دراسة دلالة بعد تقديم الخدمة في رضا الزبائن، حيث يتضح من الجدول رقم (2-14) هناك علاقة خطية طردية متوسطة بين تقديم الخدمة ورضا الزبائن حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0.44^{**}$  وهو دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.01 ، وهذا ما يؤكد ثبوت الفرضية أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد تقديم الخدمة ورضا الزبائن. ومن خلال الجدول رقم (2-15) نجد أن:

1. قيمة  $T = 7.27$  وهي معنوية عند مستوى الدلالة أقل من 0.01؛
2. الثابت ( $B_0 = 1.26$ ) تشير إشارته الموجبة إلى أن العلاقة بين بعد تقديم الخدمة ورضا الزبائن هي علاقة طردية؛
3. وتعني قيمة الميل ( $B_1 = 0.39$ )، انه كلما زادت مستوى تقديم الخدمة بوحدة واحدة كلما أدى ذلك إلى تغيير طردي في رضا الزبائن بقيمة (0.39) وحدة ؛
4. معامل الارتباط: ( $R = 0.44$ ) ويعني ذلك أيضا أن العلاقة بين بعد تقديم الخدمة ورضا الزبائن علاقة طردية وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من (0.01) ؛

5. معامل التحديد ( $R^2=0.19$ ) بمعنى أن بعد تقديم الخدمة يفسر ما نسبته 19% من المتغير التابع وهو رضا الزبائن. وهذا ما يؤكد ثبوت الفرضية أي انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعده تقديم الخدمة على رضا الزبائن.

6. استخراج المعادلة تقديم الخدمة  $= 1.26 + 0.39$  رضا الزبون

ب. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده سهولة الوصول للخدمة على رضا الزبون.

من أجل اختبار صحة هذه الفرضية تم حساب معامل ارتباط بيرسون، والانحدار البسيط بغرض دراسة دلالة بعد سهولة الوصول للخدمة في رضا الزبائن، حيث يتضح من الجدول رقم (2-14) وجود ارتباط غير دال احصائيا بين بعد سهولة الوصول للخدمة ورضا الزبائن حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.16 وهذا ما يؤكد عدم صحة الفرضية القائلة توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين بعد سهولة الوصول للخدمة ورضا الزبائن. ومن خلال الجدول رقم (2-15) نجد أن:

1. قيمة  $T(12.01)$  وهي معنوية عند مستوى الدلالة أقل من 0.01.
  2. الثابت ( $B_0 = 1.94$ ) تشير إشارته الموجبة إلى أن العلاقة بين بعد سهولة الوصول ورضا الزبائن هي علاقة طردية؛
  3. وتعني قيمة الميل ( $B_1 = 0.14$ )، انه كلما زادت سهولة الوصول للخدمة بوحدة واحدة كلما أدى ذلك إلى تغيير طردي في رضا الزبائن بقيمة (0.14) وحدة؛
  4. معامل الارتباط: ( $R = 0.16$ ) ويعني ذلك أيضا أن العلاقة بين بعد تقديم الخدمة ورضا الزبائن علاقة طردية، إلا أنها ليست معنوية عند مستوى دلالة أقل من (0.01).
  5. معامل التحديد ( $R^2 = 0.03$ ) بمعنى أن بعد سهولة الوصول للخدمة يفسر ما نسبته 3% فقط من المتغير التابع وهو رضا الزبائن.
- وهذا ما يؤكد ثبوت الفرضية أي انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعده سهولة الوصول للخدمة على رضا الزبائن.

استخراج المعادلة: سهولة الوصول للخدمة  $= 1.94 + 0.14$  رضا الزبون

ج. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده المعلومة المقدمة على رضا الزبون.

من أجل اختبار صحة هذه الفرضية تم حساب معامل ارتباط بيرسون، والانحدار البسيط بغرض دراسة دلالة بعد المعلومة المقدمة في رضا الزبائن، حيث يتضح من الجدول رقم (2-14) وجود ارتباط مقبول بين بعد المعلومة المقدمة ورضا الزبائن حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0.35^{**}$  وهو دال

إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.01 وهذا ما يؤكد ثبوت الفرضية القائلة بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد المعلومة المقدمة ورضا الزبائن ومن خلال الجدول رقم (2-15) نجد أن:

1. قيمة  $T(6.59)$  وهي معنوية عند مستوى الدلالة أقل من 0.01.
2. الثابت ( $B_0 = 1.35$ ) تشير إشارته الموجبة إلى أن العلاقة بين بعد تقديم الخدمة ورضا الزبائن هي علاقة طردية؛
3. وتعني قيمة الميل ( $B_1 = 0.35$ )، انه كلما زادت فعالية المعلومة المقدمة بوحدة واحدة كلما أدى ذلك إلى تغيير طردي في رضا الزبائن بقيمة (0.35) وحدة ؛
4. معامل الارتباط : ( $R = 0.35$ ) ويعني ذلك أيضاً أن العلاقة بين بعد المعلومة المقدمة ورضا الزبائن علاقة طردية وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من (0.01)؛
5. معامل التحديد ( $R^2 = 0.12$ ) بمعنى أن بعد المعلومة المقدمة يفسر ما نسبته 12% من المتغير التابع وهو رضا الزبائن.

إستخراج المعادلة: المعلومة المقدمة  $1.35 + 0.35$  = رضا الزبون

وهذا ما يؤكد ثبوت الفرضية أي انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعد المعلومة المقدمة على رضا الزبائن

د. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد احترام الوقت على رضا الزبون.

من أجل اختبار صحة هذه الفرضية تم حساب معامل ارتباط بيرسون، والانحدار البسيط بغرض دراسة دلالة بعد احترام الوقت في رضا الزبائن، حيث يتضح من الجدول رقم (2-14) وجود ارتباط مقبول بين احترام الوقت ورضا الزبائن، حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0.31^{**}$  وهو دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.01 ، وهذا ما يؤكد ثبوت الفرضية القائلة بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد احترام الوقت ورضا الزبائن. ومن خلال الجدول رقم (2-15) نجد أن:

1. قيمة  $T(13.02)$  وهي معنوية عند مستوى الدلالة أقل من 0.01؛
2. الثابت ( $B_0 = 1.74$ ) تشير إشارته الموجبة إلى أن العلاقة بين بعد تقديم الخدمة ورضا الزبائن هي علاقة طردية؛
3. وتعني قيمة الميل ( $B_1 = 0.23$ )، انه كلما كان هناك احترام أكثر للوقت بوحدة واحدة كلما أدى ذلك إلى تغيير طردي في رضا الزبائن بقيمة (0.23) وحدة ؛

4. معامل الارتباط : (R=0.31) ويعني ذلك أيضا أن العلاقة بين بعد احترام الوقت ورضا الزبائن علاقة طردية وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من (0.01) .
5. معامل التحديد ( $R^2=0.10$ ) بمعنى أن بعد احترام الوقت يفسر ما نسبته 10% من المتغير التابع وهو رضا الزبائن
6. إستخراج المعادلة: احترام الوقت =  $1.74 + 0.23$  رضا الزبون  
وهذا ما يؤكد ثبوت الفرضية أي انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعد احترام الوقت على رضا الزبائن.

هـ. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الاهتمام بالزبون على رضا الزبائن.

من أجل اختبار صحة هذه الفرضية تم حساب معامل ارتباط بيرسون، والانحدار البسيط بغرض دراسة دلالة بعد الاهتمام بالزبون في رضا الزبائن ، حيث يتضح من الجدول رقم (2-14) وجود ارتباط مقبول بين الاهتمام بالزبون ورضا الزبائن، حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0.35^{**}$  وهو دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.01 ، وهذا ما يؤكد ثبوت صحة الفرضية القائلة بأنه توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين بعد الاهتمام بالزبون ورضا الزبائن. ومن خلال الجدول رقم (2-15) نجد أن:

1. قيمة T(8.91) وهي معنوية عند مستوى الدلالة أقل من 0.01؛
2. الثابت ( $B_0= 1.51$ ) تشير إشارته الموجبة إلى أن العلاقة بين بعد الاهتمام بالزبون ورضا الزبائن هي علاقة طردية؛
3. وتعني قيمة الميل ( $B_1=0.31$ )، انه كلما زادت فعالية الاهتمام بالزبون بوحدة واحدة كلما أدى ذلك إلى تغيير طردي في رضا الزبائن بقيمة (0.31) وحدة ؛
4. معامل الارتباط : (R=0.35) ويعني ذلك أيضا أن العلاقة بين بعد الاهتمام بالزبون ورضا الزبائن علاقة طردية وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من (0.01) .
5. معامل التحديد ( $R^2=0.12$ ) بمعنى أن بعد الاهتمام بالزبون يفسر ما نسبته 12% من المتغير التابع وهو رضا الزبائن.
6. إستخراج المعادلة: الاهتمام بالزبون =  $1.51 + 0.31$  رضا الزبون  
وهذا ما يؤكد ثبوت الفرضية أي انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعد الاهتمام بالزبون على رضا الزبائن.

و. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الراحة على رضا الزبائن.

من أجل اختبار صحة هذه الفرضية تم حساب معامل ارتباط بيرسون، والانحدار البسيط بغرض دراسة دلالة بعد الراحة في رضا الزبائن ، حيث يتضح من الجدول رقم (2-14) وجود ارتباط مقبول بين الراحة ورضا الزبائن، حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0.22^{**}$  وهو دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.01 ، وهذا ما يؤكد ثبوت صحة الفرضية القائلة بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الراحة ورضا الزبائن. ومن خلال الجدول رقم (2-15) نجد أن:

1. قيمة  $T(8.47)$  وهي معنوية عند مستوى الدلالة أقل من 0.01؛
2. الثابت ( $B_0 = 1.71$ ) تشير إشارته الموجبة إلى أن العلاقة بين بعد الراحة ورضا الزبائن هي علاقة طردية؛
3. وتعني قيمة الميل ( $B_1 = 0.24$ )، انه كلما زاد مسوى راحة الزبون بوحدة واحدة كلما أدى ذلك إلى تغيير طردي في رضا الزبائن بقيمة (0.24) وحدة ؛
4. معامل الارتباط : ( $R = 0.22$ ) ويعني ذلك أيضا أن العلاقة بين بعد الراحة ورضا الزبائن هي علاقة طردية وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من (0.01) .
5. معامل التحديد ( $R^2 = 0.05$ ) بمعنى أن بعد الراحة لا يفسر إلا ما نسبته 05% من المتغير التابع وهو رضا الزبائن.
6. استخراج المعادلة: الراحة  $= 1.71 + 0.24$  رضا الزبون  
وهذا ما يؤكد ثبوت الفرضية أي انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعد الراحة على رضا الزبائن.

ز. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الأمان على رضا الزبائن.

من أجل اختبار صحة هذه الفرضية تم حساب معامل ارتباط بيرسون، والانحدار البسيط بغرض دراسة دلالة بعد الأمان في رضا الزبائن ، حيث يتضح من الجدول رقم (2-14) وجود ارتباط مقبول بين الأمان ورضا الزبائن، حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0.40^{**}$  وهو دال إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.01، وهذا ما يؤكد ثبوت صحة الفرضية القائلة بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الأمان ورضا الزبائن. ومن خلال الجدول رقم (2-15) نجد أن:

1. قيمة  $T(7.36)$  وهي معنوية عند مستوى الدلالة أقل من 0.01؛
2. الثابت ( $B_0 = 1.33$ ) تشير إشارته الموجبة إلى أن العلاقة بين بعد الأمان ورضا الزبائن هي علاقة طردية؛
3. وتعني قيمة الميل ( $B_1 = 0.36$ )، انه كلما زادت فعالية إجراءات الأمان بوحدة واحدة كلما أدى ذلك إلى تغيير طردي في رضا الزبائن بقيمة (0.36) وحدة ؛

4. معامل الارتباط : ( $R=0.40$ ) ويعني ذلك أيضا أن العلاقة بين بعد الأمان ورضا الزبائن هي علاقة طردية وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من (0.01) .

5. معامل التحديد ( $R^2=0.15$ ) بمعنى أن بعد الأمان يفسر ما نسبته 15% من المتغير التابع وهو رضا الزبائن.

6. إستخراج المعادلة: الامان  $= 1.33 + 0.36$  رضا الزبون

وهذا ما يؤكد ثبوت الفرضية أي انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعد الأمان على رضا الزبائن.

ح. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الأثر البيئي على رضا الزبائن

من أجل اختبار صحة هذه الفرضية تم حساب معامل ارتباط بيرسون، والانحدار البسيط بغرض دراسة دلالة بعد الأثر البيئي في رضا الزبائن ، حيث يتضح من الجدول رقم (2-14) وجود ارتباط مقبول بين الأثر البيئي ورضا الزبائن، حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0.20^*$  وهو دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 ، وهذا ما يؤكد ثبوت صحة الفرضية القائلة بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الأثر البيئي ورضا الزبائن. ومن خلال الجدول رقم (2-15) نجد أن:

1. قيمة  $T(9.14)$  وهي معنوية عند مستوى الدلالة أقل من 0.01.

2. الثابت ( $B_0 = 1.78$ ) تشير إشارته الموجبة إلى أن العلاقة بين بعد الأثر البيئي ورضا الزبائن هي علاقة طردية؛

3. وتعني قيمة الميل ( $B_1=1.19$ )، انه كلما زادت فعالية الأثر البيئي بوحدة واحدة كلما أدى ذلك إلى تغيير طردي في رضا الزبائن بقيمة (1.19) وحدة ؛

4. معامل الارتباط : ( $R=0.20$ ) ويعني ذلك أيضا أن العلاقة بين بعد الأثر البيئي ورضا الزبائن هي علاقة طردية وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من (0.05) .

5. معامل التحديد ( $R^2=0.04$ ) بمعنى أن بعد الأثر البيئي لا يفسر إلا ما نسبته 04% من المتغير التابع وهو رضا الزبائن.

6. إستخراج المعادلة: الاثر البيئي  $= 1.78 + 1.19$  رضا الزبون

وهذا ما يؤكد ثبوت الفرضية أي انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعد الأثر البيئي على رضا الزبائن.

4. لا توجد فروقات في إجابات عينة الدراسة حول رضاهم عن جودة خدمة النقل الحضري تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، عدد مرات التنقل في اليوم).  
لاختبار الفروقات في اجابات العينة والتي تعزى للمتغيرات الديموغرافية تم استخدام اختبار فرق المتوسطين (ت) Independent Simples T - test ؛ بالإضافة إلى اختبار تحليل التباين الأحادي One Way Anova. وذلك كما يلي:

أ. لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول رضاهم عن جودة خدمة النقل الحضري تعزى للمتغير الديموغرافي الجنس؛ ومن من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار فرق المتوسطين (ت) Independent Simples T - test لمعرفة فيما إذا كانت توجد فروقات في إجابات العينة تعزى للمتغيرات الديموغرافي الجنس، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (2-16): اختبار فرق المتوسطين (ت) Independent Simples T - test

مستوى الدلالة sig	قيمة T	المتوسط		المجال
		أنثى	ذكر	
0.007	-1.42	2.58	2.48	تقديم الخدمة
0.888	1.75	2.17	2.31	سهولة الوصول
0.866	0.20	2.56	2.58	المعلومة المقدمة
0.640	1.30	2.18	2.30	احترام الوقت
0.710	0.28	2.39	2.41	الاهتمام بالزبون
0.896	1.72	2.22	2.33	الراحة
0.477	0.44	2.53	2.57	الأمان
0.452	-0.52	2.50	2.50	الأثر البيئي
0.583	-0.28	2.26	2.24	الرضا
0.359	0.68	2.35	2.38	الإجمالي

المصدر : من إعداد الباحث استنادا على نتائج الاستبيان

من خلال ما يوضحه الجدول رقم (2-16)، نلاحظ أن قيم المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0.359) وهي قيمة أكبر من (0.01) مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة، وهذا يدل على وجود تجانس في إجابات العينة تعزى لمتغير الجنس، ونلاحظ أن بعد تقديم الخدمة مستوى المعنوية يساوي (0.007)، وبعد سهولة الوصول للخدمة يساوي (0.888) بعد المعلومة المقدمة يساوي (0.866)، وبعد احترام الوقت يساوي (0.640)، وبعد الاهتمام بالزبون يساوي (0.710)، وبعد الراحة يساوي



(0.896) ، وبعد الأمان يساوي (0.477)، وبعد الأثر البيئي يساوي (0.452)، أما بعد الرضا فقدّر بـ(0.583)، وهي جميعها أكبر من (0.05) وهذا يدل على وجود تجانس بين إجابات الذكور والإناث حول الأبعاد المذكورة. وعليه نقبل الفرضية القائلة انه لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس.

ب. لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول رضاهم عن جودة خدمة النقل الحضري تعزى لمتغير السن، ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الاحادي One Way Anova. وذلك كما يلي:

جدول رقم (2-17): إختبار تحليل التباين الاحادي (One - Way Anova) لمتغير السن

مستوى الدلالة sig	F Anova	المتوسط			المجال
		أكثر من30سنة	من 21 إلى 30سنة	أقل من 20 سنة	
0.94	0.057	2.53	2.52	2.54	تقديم الخدمة
0.50	0.69	2.25	2.27	2.16	سهولة الوصول
0.28	1.27	2.64	2.57	2.49	المعلومة المقدمة
0.005	5.47	2.40	2.28	1.99	احترام الوقت
0.98	0.019	2.41	2.39	2.39	الاهتمام بالزبون
0.62	0.48	2.33	2.26	2.26	الراحة
0.58	2.91	2.42	2.57	2.67	الأمان
0.53	0.63	2.43	2.53	2.51	الأثر البيئي
0.41	0.89	2.32	2.23	2.20	الرضا
0.62	0.47	2.39	2.37	2.33	الإجمالي

المصدر : من اعداد الباحث استنادا على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-17) نجد أن قيمة مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0.62) وهي أكبر من (0.01) مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة مما يدل على وجود تجانس في إجابات العينة حول جودة خدمات النقل الحضري وأثرها على رضا الزبائن، في حين نلاحظ أن كل الأبعاد أكبر من مستوى الدلالة المعتمد؛ غير بعد احترام الوقت فهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد مما يدل على عدم وجود تجانس في إجابات الفئات العمرية، وعليه نقبل الفرضية القائلة أنه لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير السن.

ج. لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول رضاهم عن جودة خدمة النقل الحضري تعزى لمتغير المستوى التعليمي، ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الاحادي One Way Anova. وذلك كما يلي:

جدول رقم (2-18): اختبار تحليل التباين الاحادي (One - Way Anova) لمتغير المستوى التعليمي

مستوى الدلالة sig	F Anova	المتوسط			المجال
		دراسات عليا	جامعي	ثانوي أو أقل	
0.154	1.90	2.42	2.60	2.50	تقديم الخدمة
0.500	0.70	2.20	2.30	2.20	سهولة الوصول
0.405	0.91	2.64	2.56	2.53	المعلومة المقدمة
0.170	1.79	2.25	2.33	2.14	احترام الوقت
0.743	0.30	2.35	2.41	2.42	الاهتمام بالزبون
0.574	0.56	2.22	2.28	2.31	الراحة
0.338	1.09	2.47	2.61	2.55	الأمان
0.943	0.06	2.48	2.51	2.50	الأثر البيئي
0.239	1.44	2.17	2.31	2.22	الرضا
0.204	1.61	2.32	2.41	2.35	الإجمالي

المصدر : من اعداد الباحث استنادا على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-18) نجد أن قيمة مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0.204) وهي أكبر من (0.01) مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة مما يدل على وجود تجانس في إجابات العينة حول جودة خدمات النقل الحضري وأثرها على رضا الزبائن، وعليه نقبل الفرضية القائلة أنه لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

د. توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول رضاهم عن جودة خدمة النقل الحضري تعزى لمتغير المستوى التعليمي، ومن أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الاحادي One Way Anova. وذلك كما يلي:

جدول رقم (2-19): اختبار تحليل التباين الاحادي (One - Way Anova) لمتغير عدد مرات التنقل في اليوم

مستوى الدلالة sig	F Anova	المتوسط			المجال
		كلما تطلب الأمر	مرتين فأكثر	مرة	
0.047	2.71	2.44	2.62	2.42	تقديم الخدمة
0.225	1.47	2.21	2.25	2.28	سهولة الوصول
0.105	2.08	2.50	2.64	2.53	المعلومة المقدمة
0.770	0.37	2.98	2.22	2.22	احترام الوقت
0.26	1.33	2.40	2.41	2.32	الاهتمام بالزبون
0.991	0.035	2.28	2.28	2.25	الراحة
0.874	0.23	2.51	2.56	2.60	الأمان
0.301	1.23	2.44	2.57	2.47	الأثر البيئي
0.139	1.86	2.20	2.32	2.13	الرضا
0.269	1.32	2.34	2.41	2.32	الاجمالي

المصدر : من اعداد الباحث استنادا على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول رقم (2-19) نجد أن قيمة مستوى المعنوية لجميع الأبعاد تساوي (0.269) وهي أكبر من (0.01) مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة مما يدل على وجود تجانس في إجابات العينة حول جودة خدمات النقل الحضري وأثرها على رضا الزبائن، كما نلاحظ أن كل الأبعاد أكبر من مستوى الدلالة المعتمد؛ غير بعد تقديم الخدمة فهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد. وعليه بناءا على البعد الإجمالي نجد وجود تجانس في إجابات عينة الدراسة تعزى للمتغير الديموغرافي عدد مرات التنقل، وعليه نقبل الفرضية القائلة أنه لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير عدد مرات التنقل.

**خلاصة الفصل :**

من خلال هذا الفصل قمنا بعرض نتائج الدراسة التي تمثلت في تحليل الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة، وكذا حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات العينة حول جودة خدمات النقل الحضري ورضا الزبون ، كما تم حساب معاملات الارتباط بيرسون بين كل بعد مستقل و رضا الزبون ، حيث وجدنا أن جميع أبعاد جودة خدمات النقل الحضري لديهم علاقة إرتباط مع رضا الزبون. ووجدنا أن أكبر مؤثر على رضا الزبائن هو بعد تقديم الخدمة .

الضمان

يعد الاهتمام بجودة خدمات النقل الحضري واحد من أهم الاتجاهات الحديثة التي شهدت توسعا كبيرا في السنوات الأخيرة في مختلف المجتمعات، إذ تعتبر جودة خدمات النقل الحضري محدد أساسي من محددات رضا الزبائن، حيث يعتبر الزبون جزءا هاما منها والذي لم يعد يرضى بما يقدم إليه، بل أصبح يفرض شروطه ورغباته، ويرجع ذلك إلى زيادة الخيارات أمامه بسبب المنافسة التي أضحت يشهدها سوق النقل. الأمر الذي يوجب على مؤسسات النقل الحضري الاهتمام بتعزيز إدراك الزبائن لجودة الخدمات المقدمة لهم بهدف زيادة رضاهم عنها، وبالتالي كسبهم لمدة أطول، الأمر الذي يعزز تنافسية هذه المؤسسات ويزيد من الطلب على خدماتها.

**نتائج الدراسة:** بناء على الدراسة التي قمنا بها، تم التوصل إلى النتائج التالية:

1. أن المؤسسة محل الدراسة تتبنى أغلب أبعاد جودة خدمة النقل الحضري؛
2. أن رضا الزبائن عن جودة خدمات ترامواي ورقلة متوسط؛
3. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدهم تقديم الخدمة على رضا الزبون؛
4. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدهم سهولة الوصول للخدمة على رضا الزبون؛
5. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدهم المعلومة المقدمة على رضا الزبون؛
6. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدهم احترام الوقت على رضا الزبون؛
7. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدهم الاهتمام بالزبون على رضا الزبون؛
8. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدهم الراحة على رضا الزبون؛
9. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدهم الأمن على رضا الزبون؛
10. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدهم الأثر البيئي على رضا الزبون؛
11. لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في إجابات العينة تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، عدد مرات التنقل في اليوم).

**التوصيات:** نوصي المؤسسة محل الدراسة بما يلي:

- الحرص على قياس رضا الزبائن بصفة دورية؛
- الحرص على الاهتمام بالزبائن وحسن معاملتهم والاستماع لشكاويهم والعمل على حلها؛
- الحرص على تقديم خدمات خاصة لذوي الإحتياجات الخاصة؛
- الحرص على الإهتمام ببعدهم إحترام الوقت لتدعيم مستوى جودة خدمات المقدمة من الترامواي؛
- الحرص على تدعيم كافة أبعاد جودة خدمات النقل الحضري على مستوى الترامواي؛
- الرفع من مستوى السرعة مع مراعات السلامة والأمن في آن واحد؛
- صيانة قاطرات الترامواي والحرص على نظافتها من وقت لآخر؛

- العمل على تزويد قاطرات الترامواي بالخدمات الترفيهية على سبيل المثال الواي فاي؛
- وضع صور لأهم المعالم السياحية والأثرية على وجه التذاكر للتعريف بالمنطقة من جهة وللاستثمار من جهة أخرى.
- العمل على زيادة طول مسافة خط الترامواي وتوسيع شبكاته على مستوى الولاية.
- ضرورة تبني مبادئ الإدارة الحديثة من قبل مؤسسات النقل الحضري للمسافرين، والتي تركز على الزبون كمحور أساسي في تعاملاتها التسويقية والإدارية، الأمر الذي يوجب البحث المستمر عن رضا العملاء حول جودة خدمات النقل الحضري والوقوف على مستواه، واتخاذ الإجراءات الكفيلة بالرفع منه وتعزيزه.

**آفاق الدراسة :** بما أن دراسة الجودة تعتبر من المواضيع الهامة والتي هي في تطور مستمر، وبالتالي لا يمكن تغطية جميع جوانبها في دراسة واحدة لذلك يمكن تناول الجوانب التالية:

- نوعية خدمات النقل الحضري وأثرها على ولاء الزبائن.
- خدمات النقل و أثرها على كسب ثقة والتزام العملاء
- تقييم التوقعات كمعيار مقارنة في قياس جودة خدمات النقل.
- صورة المؤسسة ودورها في التأثير على النوايا السلوكية للزبائن.
- الرضا الوظيفي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسات النقل.

قائمة المراجع



أولاً: المراجع باللغة العربية .

1. بن عائشة نسيبة، مساهمة المزيج التسويقي في تحقيق رضا الزبون السياحي، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015.
2. بوقنة سليم، دراسة نوعية الخدمة لدى مستعملي النقل الحضري الجماعي، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005.
3. حمود محمد سند، أثر جودة الخدمات البنك العربي الإسلامي الدولي على رضا الزبائن، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، العدد الثاني والثلاثون، الزرقاء الأردن، 2015.
4. خالد بوعجلة، دور الخدمات الصحية في تحقيق رضا الزبون، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة، 2017.
5. دلال بالاطرش، دور جودة خدمة النقل الجوي في كسب رضا الزبون، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، 2015.
6. سامية لحول ويزيد شهلي، أثر جودة خدمة النقل على رضا الزبون دراسة حالة: مؤسسة النقل الحضري الجماعي ETUB (من وجهة نظر مستعملي الحافلات) بباتنة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العراق، عدد 45، 2015.
7. سامية لحول، أثر جودة خدمة النقل على رضا الزبون، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخامس والأربعون، العراق، 2015 .
8. سميحة بلحسن، تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون: دراسة حالة مؤسسة موبيليس- وكالة ورقلة، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق خدمي، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، 2012.
9. عبد الباسط إبراهيم حسونة وحسام أحمد كوكش ومحمد سليم الشورة، أثر جودة خدمات الطيران على رضا المسافرين: دراسة تطبيقية للخطوط الجوية اليمنية وفق منظور المسافرين عبر الأردن، مجلة آفاق اقتصادية، الاردن، مجلد 31، عدد 117، 2010.
10. عتيق عائشة، جودة الخدمات الصحية في المؤسسات العمومية الجزائرية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة أبو بكر بالقائد بتلمسان، 2012.
11. عقون شراف، أثر جودة الخدمة على رضا العملاء، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد الثالث، ميله، الجزائر، جوان 2016.

12. قاسم نايف علوان المحيوي، إدارة الجودة في الخدمات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006.
13. كاملة صدادقي، دور جودة خدمة النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق خدمي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013.
14. والة عائشة، أهمية جودة الخدمة الصحية في تحقيق رضا الزبون، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة الجزائر 3، 2010-2011.
15. يعقوب حريز، دراسة مؤشرات المواصلات في شبكات النقل، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011.
16. يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي، إدارة علاقات الزبون، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان ، 2009.

#### ثانيا : المراجع باللغة الأجنبية

1. Ali Alphonsus Nwachukwu, Assessment Of Passenger Satisfaction With Intra City Public Bus Transport Servicer , Journal Of Public Transpotation, Aboja; Nigeria ,Vol 17, No 1, 2014
2. Laura Eboli & Gabriella.Mazzulla, Service Quality Attributes Affecting Customer Satisfaction For Bus Transit, Journal Of Public Transpotation ,Vol.10,.No.3, 2007.

العلاج

## الملحق رقم (01): قائمة الأساتذة المحكمين

الرقم	اسم المحكم	الدرجة	التخصص
01	دلهوم خليفة	أستاذ محاضر (ب)	تسويق
02	قريشي حليلة السعدية	أستاذ محاضر (أ)	تسويق
03	بن جروة حكيم	أستاذ محاضر (أ)	تسويق
04	خويلد عفاف	أستاذ محاضر (ب)	تسويق

## الملحق رقم (02)

جامعة قاصدي مرياح ورقلة

الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير العلوم كلية

قسم العلوم التجارية

المستوى: ثانية ماستر

تسويق الخدمات:التخصص

استمارة استبيان

: وبعد طيبة الأخت مستخدم الترامواي تحية/ الأخ

جودة " قياس إلى في إطار إنجاز مذكرة تخرج ماستر تسويق الخدمات نهدف من خلالها

ولأننا نشعر أنك أنت الذي تستطيع إعطائنا صورة " خدمات النقل الحضري و رضا الزبائن

بكل صدق رأيك عن التعبير بدقة ثم العبارة قراءة منك نرجو حقيقية عن الموضوع فإننا

وموضوعية كما نحيطكم علما أن إجاباتكم تستخدم لغرض البحث العلمي فقط .

والاحترام الشكر وافر بقبول سعادتكم وتفضلوا

## الأسئلة :

يرجى منكم وضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

الأبعاد	العبارات	موافق	محايد	غ موافق
تقديم الخدمة	تحتوي مؤسسة الترامواي على أحدث الأجهزة لتقديم الخدمات.			
	توفر مؤسسة الترامواي العدد الكافي من القاطرات .			
	لمؤسسة ترامواي العدد الكافي من المحطات الخاصة بانتظار الركاب.			
	يقدم الترامواي اشتراكات معقولة للتذاكر .			
سهولة الوصول للخدمة	موقع محطات الترامواي ملائم .			
	أجد سهولة في استعمال أجهزة المصادقة على التذاكر .			
	أكشاك وأماكن بيع تذاكر الترامواي قريبة وسهل الوصول إليها .			
	هناك أماكن ووسائل تسهل وصول واستعمال فئة ذوي الاحتياجات الخاصة لخدمات الترامواي.			
المعلومة المقدمة	يتوفر الترامواي على أجهزة إعلام الزبائن عن المحطات الموالية.			
	لا يبدي الموظفون تذمرا للأسئلة المتكررة من الزبائن.			
	يقدم لي موظفو الترامواي المعلومات عند وقوع أي طارئ .			
احترام الوقت	مدة الانتظار في المحطات قصيرة .			
	الحجم الساعي لعمل الترامواي جيد .			
الاهتمام بالزبون	سرعة قاطرات الترامواي مناسبة .			
	يبدي عمال الترامواي إستجابة سريعة لحل المشاكل .			
	يتسم موظفو الترامواي بحسن السلوك والمعاملة .			
	يحظى الزبائن بالترحيب عند الصعود .			
الراحة	هندام موظفو الترامواي أنيق ولائق .			
	محطات الترامواي مريحة ونظيفة .			
	مقاعد الترامواي مريحة ونظيفة.			
	وجود التهوية داخل الترامواي ( دخول وخروج الهواء).			
	يوجد بالترامواي وسائل للترفيه.			
الأمان	الأصوات الصادرة عند المنعطفات مزعجة .			
	أصوات الإعلام عن المحطات مقلقة جدا .			
	يتوفر الترامواي على معدات الحماية .			
	أشعر بالأمن عند مواقف الصعود والنزول .			
	وجود العدد الكافي لأفراد الأمن داخل الترامواي .			
	وجود كاميرات مراقبة يشعرني بالأمن .			
	يحد الترامواي من الإنبعاثات الغازية الملوثة للهواء.			

			الترامواي زاد من حدة ازدحام السيارات	الأثر
			خطوط سكك الترامواي ضيقت من حجم الطرقات.	البيئي
			أعطى الترامواي حلة جمالية للمدينة.	
			أشعر بالرضا عن الخدمات التي يقدمها الترامواي .	الرضا
			أشعر بالرضا عن مسافة طول خط الترامواي .	
			أشعر بالرضا عن كفاءة أداء عمال الترامواي .	
			تقدم مؤسسة الترامواي خدمات ذات جودة عالية .	
			تقدم مؤسسة الترامواي خدماتها بأسعار مناسبة .	
			تقدم هذه المؤسسة ما أحجاجة بالطب من خدمات .	
			التعامل مع مؤسسة الترامواي يشعرنني بالفخر.	
			أحب التعامل مع مؤسسة الترامواي.	
			أقوم بنصح معارفي باستخدام الترامواي في تنقلاتهم .	
			الخدمات المقدمة من الترامواي أكبر من توقعاتي .	

البيانات الشخصية :

الجنس: ذكر ( ) ، أنثى ( ) .

السن: أقل من 20 سنة ( ) ، من 21 إلى 30 سنة ( ) ، أكثر من 30 سنة ( ) .

المستوى التعليمي : ثانوي أو أقل ( ) ، جامعي ( ) ، دراسات عليا ( ) .

عدد مرات التنقل في اليوم الواحد :

مرة ( ) ، مرتين أو أكثر ( ) ، كل ما تطلب الأمر للتنقل ( ) .

إسم الباحث: بوبكر مسعود

الملحق رقم (3) : نتائج ألفا كرونباخ الإجمالي

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	42

الملحق رقم (4) : مصفوفة معامل الارتباط بيرسون

	N	145	145	145	145	145	145	145
1	Pearson Correlation	.189*	1	.117	.259**	.165*	.089	.325*
	Sig. (2-tailed)	.023		.160	.002	.047	.288	.000
2	Pearson Correlation	.173*	.117	1	.074	.336**	.121	.249*
	Sig. (2-tailed)	.038	.160		.379	.000	.146	.002
3	Pearson Correlation	.229**	.259**	.074	1	.030	.131	.172*
	Sig. (2-tailed)	.006	.002	.379		.722	.115	.039
4	Pearson Correlation	.341**	.165*	.336**	.030	1	.231**	.402*
	Sig. (2-tailed)	.000	.047	.000	.722		.005	.000
5	Pearson Correlation	.144	.089	.121	.131	.231**	1	.092
	Sig. (2-tailed)	.085	.288	.146	.115	.005		.269
6	Pearson Correlation	.342**	.325**	.249**	.172*	.402**	.092	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.039	.000	.269	
7	Pearson Correlation	.262**	.094	.232**	-.060	.270**	.033	.165*
	Sig. (2-tailed)	.001	.261	.005	.474	.001	.696	.048
8	Pearson Correlation	.437**	.163	.347**	.310**	.345**	.220**	.398*
	Sig. (2-tailed)	.000	.051	.000	.000	.000	.008	.000
	N	145	145	145	145	145	145	145

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

الملحق رقم (5) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 74	51.0	51.0	51.0
	2 71	49.0	49.0	100.0
Total	145	100.0	100.0	

الملحق رقم (6) اختبار فرق المتوسطين

		Independent Samples Test		Levene's Test for Equality of Variances			t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)			
تقديم	Equal variances assumed	7.476	.007	-1.420	143	.158			
	Equal variances not assumed			-1.432	126.657	.155			
سهولة	Equal variances assumed	.020	.888	1.751	143	.082			
	Equal variances not assumed			1.748	141.370	.083			
المعلومات	Equal variances assumed	.029	.866	.200	143	.842			
	Equal variances not assumed			.200	142.739	.842			
احترام	Equal variances assumed	.219	.640	1.308	143	.193			
	Equal variances not assumed			1.308	142.640	.193			
الاهتمام	Equal variances assumed	.139	.710	.284	143	.777			
	Equal variances not assumed			.285	142.997	.776			
الراحة	Equal variances assumed	.017	.896	1.722	143	.087			
	Equal variances not assumed			1.721	142.302	.087			
الامان	Equal variances assumed	.509	.477	.439	143	.661			
	Equal variances not assumed			.438	137.204	.662			
الانثر	Equal variances assumed	.569	.452	-.052	143	.959			
	Equal variances not assumed			-.051	139.015	.959			
الرضا	Equal variances assumed	.303	.583	-.279	143	.780			
	Equal variances not assumed			-.280	142.828	.780			
الاجمالي	Equal variances assumed	.847	.359	.682	143	.496			
	Equal variances not assumed			.684	141.871	.495			



الأفكار من

الفهرس

الصفحة	الفهرس
I	الإهداء
II	الشكر
III	الملخص
IV	قائمة المحتويات
V	قائمة الجداول
VI	قائمة الأشكال
VI	قائمة الملاحق
أ - هـ	المقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لجودة خدمة النقل الحضري ورضا الزبائن</b>	
02	تمهيد
03	<b>المبحث الأول: مفهوم جودة خدمة النقل الحضري ورضا الزبائن</b>
03	المطلب الأول: جودة خدمة النقل الحضري
08	المطلب الثاني: رضا الزبائن
12	<b>المبحث الثاني: الدراسات السابقة</b>
12	المطلب الأول: الدراسات السابقة لجودة خدمات النقل ورضا الزبائن
15	المطلب الثاني: العلاقة بين موضوع الدراسة الحالية والدراسات السابقة.
17	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لأثر جودة خدمة النقل الحضري على رضا متعاملي ترامواي ورقلة</b>	
19	تمهيد
20	<b>المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة</b>
20	المطلب الأول: طريقة الدراسة الميدانية
21	المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية
23	<b>المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج واختبار الفرضيات</b>
23	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة

36	المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة
48	خلاصة الفصل
49	الخاتمة
52	قائمة المراجع
54	قائمة الملاحق
61	الفهرس