

جامعة قاصدي مرباح – ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية
الشعبة: علوم التجارية
التخصص: تسويق خدمي
من إعداد الطالب: ديدي عبد الغني
بعنوان:

رضا الزبون على خدمات النقل

دراسة حالة مؤسسة " مترو الجزائر "

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2014-06-10

أمام اللجنة المكونة من السادة:

(أستاذة - جامعة قاصدي مرباح ورقلة)..... مشرفا	الأستاذة / دلهوم خليفة
(استاذ محاضر- جامعة قاصدي مرباح ورقلة)..... رئيسا	الأستاذ / بن جروة حكيم
(استاذ محاضر- جامعة قاصدي مرباح ورقلة)..... مناقشا	الاستاذة / فرحي نعيمة

السنة الجامعية 2014/2013

إهداء

إهداء

أهديها إلى الذي أحببته ولم أحب سواه
الله جل شأنه له الحمد حتى يرضى
إلى من لا نبي بعده صلح دنياي ومبلغ الرسالة
محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم
أهديها إلى من صدر بيها قول الله تعالى : وانخفض لهما جناح الذل من
الرحمة قل ربي أرحمهما كما ربياني كفيرا"
إلى والدتي العزيزة التي علمتني كيف أتعبد ربي وكيف أتعبد أظال الله في
عمرها
إلى روح والدي الطاهرة عليه رحمة من الله
إلى إخوتي الطاهراء : بومدين ، بشير ، الطاهر ، نور الدين ، نورة ونجاة
إلى عماتي الدار : سعد ، أيمن ، ليلى ، أكرام خزالة
إلى كل أختي
إلى كل أختي
إلى أصدقائي سيدي حمادة ، بركات ، عبد الله ، بشير ، عبد الرقيب الطاهر
إلى كل طلبة الدعوة في سنة 2014 م
وبالخصوص بعض تلاميذ الخديعة والأخص الشهيان علي و هاني
إلى من وصفتهم بذكرتي ولم تسع مذكرتي

عبد الغني

تشكرات

الحمد لله الذي كان لنا السند والعمود ووفّقنا لإنجاز هذا البحث
فإذنا كان الحمد فله وحده وإن كان الشكر فله قبل كل أحد
نحمدك ونشكرك على ما فعلته لنا.
كما يسعدنا في هذا المقام
إلا أن نتقدم بالشكر وأعظم الامتنان لما أخلص التقدير، والاحترام
للمشرفين والأساتذة " طههم خليفة "
على توجيهاتها القيمة ونصائحها النيرة التي أسدتها لي، ولم تبخل بما عليا،
والى كل الأساتذة الذين ساهموا في تكويني هذا طيلة فترة الدراسة
أساتذة تخصص تسويق خدمي وبالخصوص الأستاذ بن جروة حكيم
كما أتقدم بالشكر الجزيل الى عمال مؤسسة المترو
وإلى الأستاذ محمد باي ، والأستاذ بوبكر نعروورة،
كما لا أنسى أعضاء اللجنة لتفضلهم لتقييم هذه المذكرة والحكم عليها

شكرًا

الملخص:

إن ما يميز البيئة الاقتصادية هو التوجه إلى إنشاء المؤسسات؛ وهذا راجع لتحرير التجارة الخارجية ومواكبة العولمة والتطورات التكنولوجية في جميع المجالات الاقتصادية؛ بالإضافة إلى التغير المستمر في حاجات ورغبات وأذواق المستهلكين؛ لهذا أصبح لزاما على المؤسسة ان تضع الزبون في المقام الأول وتلبية حاجاته ورغباته. ومن هذا المنطلق فإن المؤسسات بشتى أنواعها أصبحت تهتم بالزبون وتمنحه معاملة خاصة لمحاولة كسبه وهذا لا يكون إلا بالمنتج الذي تقدمه الشركات بحيث يجب ان يكون على قدر كبير من التميز والجودة ، والمعاملة الجيدة لبناء جسر من التواصل بين المؤسسة وعملائها وذلك من أجل استمرارها وزيادة مبيعاتها؛ ولتحقيق أهدافها. ومن بين هذه المنتجات نجد خدمات النقل ونظرا لما لها من أهمية كبيرة في المجتمع ومن أجل التعرف على مدى رضا الزبون على خدمات النقل لمؤسسة مترو الجزائر ؛ قمنا بدراسة ميدانية عن طريق استبيان موجه لزبائن وعلى ضوءه نتمكن من تحليل هذه الإشكالية.

الكلمات المفتاحية: الرضا، الزبون ، خدمات النقل، مؤسسة مترو الجزائر.

Résumé :

Ce qui distingue l'environnement économique est la tendance à créer des institutions ; Cela est la cause de la libéralisation du commerce extérieur et de garder avec la mondialisation et l'évolution technologique dans tous les domaines économiques, aussi, les besoins en constante évolution et les désirs et les goûts des consommateurs ; C'est devenu impératif pour l'organisation à mettre le client en premier lieu et répondre aux besoins et souhaits.

En ce sens, les institutions de toutes sortes se sont intéressées au client et donne un traitement spécial pour juger ses gains et ce ne peut être que le produit fourni par les sociétés de sorte que doit être une grande partie de l'excellence et de la qualité, et le bon traitement de construire un pont de communication entre l'entreprise et ses clients afin de maintenir et d'augmenter les ventes ; pour atteindre ses objectifs.

Parmi ces produits, on trouve les services de transport et en raison de sa grande importance dans la société et dans le but de déterminer l'étendue de client au les services de transport à Metro Corporation Algérie ; nous avons étudié le terrain par le biais d'un questionnaire aux clients et sur la base de laquelle nous pouvons analyser ce problème.

Mots-clés: satisfaction, le client, les services de transport, métro Fondation Algérie.

قائمة المحتويات:

الصفحة	عنوان
	الإهداء
	الشكر
	الملخص
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال البيانية
	قائمة الملاحق
	قائمة المصطلحات
	المقدمة العامة
	الفصل الأول: مفاهيم حول رضا الزبون وخدمات النقل
02	تمهيد
03	المبحث الأول: الأدبيات النظرية
03	المطلب الأول: مفهوم حول رضا الزبون
03	الفرع الأول: مفهوم الرضا
04	الفرع الثاني: أهمية وخصائص الرضا
06	الفرع الثالث: محددات الرضا
07	المطلب الثاني: مفاهيم حول النقل الحضري
07	الفرع الأول: مفهوم النقل الحضري
08	الفرع الثاني: وسائل واهداف النقل الحضري
10	الفرع الثالث: مشكلات النقل والحلول المقترحة
12	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية
12	المطلب الأول: الدراسات السابقة
12	الفرع الأول: رضا الزبون
12	الفرع الثاني: خدمات النقل
13	المطلب الثاني: أوجه إختلاف الدراسات
13	الفرع الأول: نقاط الإختلاف لدراسة الأولى و الثانية
13	الفرع الثاني: أوجه إختلاف لدراسة الأولى و الثانية
14	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: دراسة حالة مؤسسة مترو الجزائر
16	تمهيد

17	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية
17	المطلب الأول: طريقة تحضير الاستبيان
17	الفرع الأول: مجتمع الدراسة
17	الفرع الثاني: متغيرات الدراسة
17	الفرع الثالث: أدوات الدراسة
18	المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة وثبات أداة الدراسة
18	الفرع الأول: الأساليب الإحصائية
18	الفرع الثاني: ثبات أداة الدراسة
20	المبحث الثاني: تحليل نتائج الاستبيان واختبار الفرضيات
20	المطلب الأول: تحليل الاستبيان
20	الفرع الأول: الخصائص الشخصية لأفراد العينة
23	الفرع الثاني: تحليل نتائج الاستبيان
32	المطلب الثاني: تفسير ومناقشة نتائج الاستبيان واختبار الفرضيات
33	خاتمة الفصل
35	الخاتمة العامة
38	قائمة المراجع
40	الملاحق

قائمة الجداول :

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
18	يوضح الاستبيانات الموزعة و المرجعة	(1.2)
18	ألفا كرونباخ	(2.2)
20	الجنس	(3.2)
20	السن	(4.2)
21	المهنة	(5.2)
22	المستوى الدراسي	(6.4)
23	سبب أستعمال المترو	(7.2)
24	أوقات تنقلك بالمترو	(8.2)
24	سلوك الموظفين	(9.2)
25	أستماع للشكاوي	(10.2)
25	المظهر الموظفي المترو لائق	(11.2)
26	حينما توجهك مشكل فأن عمال المترو يظهرون الأهتمام الطادق	(12.2)
27	موظفي المترو يتعاملون بشكل لطيف و مهذب معك	(13.2)
27	جودة الخدمة	(14.2)
28	الوصول و الأنتلاق في وقت محدد	(15.2)
29	ما هي رؤيتك لتسعييرة التنقل	(16.2)
29	تقييمك للحالة العامة للمترو	(17.2)
30	كيف ترى المواقف الخاصة بالنترو	(18.2)
31	على ماذا يتوفر المترو	(19.2)

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
04	خصائص الرضا	(1.1)
06	محددات الرضا	(2.1)
20	الجنس	(1.2)
20	السن	(2.2)
21	المهنة	(3.2)
22	المستوى الدراسي	(4.4)
23	سبب أستعمال المترو	(5.2)
24	أوقات تنقلك بالمترو	(6.2)
24	سلوك الموظفين	(7.2)
25	أستماع للشكاوي	(8.2)
25	المظهر الموظفي المترو لائق	(9.2)
26	حينما توجهك مشكل فأن عمال المترو يظهرن الأهتمام الطادق	(10.2)
27	موظفي المترو يتعاملون بشكل لطيف و مهذب معك	(11.2)
27	جودة الخدمة	(12.2)
28	الوصول و الأنتلاق في وقت محدد	(13.2)
29	ما هي رؤيتك لتسعيرة التنقل	(14.2)
29	تقييمك للحالة العامة للمترو	(15.2)
30	كيف ترى المواقف الخاصة بالنترو	(16.2)
31	على ماذا يتوفر المترو	(17.2)

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
40	الاستبيان	01
43	Spss20	02

قائمة المحتويات

المقدمة

**الفصل الأول: مفاهيم حول رضا الزبون
وخدمات النقل**

الفصل الثاني: دراسة حالة مؤسسة مترو الجزائر

الخاتمة

قائمة المراجع

قائمة الملاحق

التوطئة

في ظل التطورات والتغيرات التي شهدها العالم واشتداد المنافسة والاتجاه نحو اقتصاد المعرفة وفي ظل الكثير من المعطيات، يأخذ التسويق أهمية قصوى ومهمة على مستوى المنظمات، إذ بدون تسويق فعال لا يمكن للمنظمة تحقيق رسالتها وأهدافها، وقد تعرض نفسها للخسارة والخروج من السوق.

إن ما يميز الحقبة الزمنية التي تعيشها المنظمات حاليًا هو أن الاستحواذ على السوق أصبح يشوبه الكثير من الصعوبات، وبات من غير الممكن فرض المنتج على الزبون كما كان يجري سابقًا، إذ أضحت التعامل مع الزبائن ليس على أساس أنهم متشابهون في الحاجات والرغبات دائمًا مما ترتب على المنظمة جهدًا تسويقيًا لمواجهة ذلك.

وعلى أساس ذلك فإن الاتجاه الحديث لمفهوم التسويق هو التركيز أكثر على الزبون باعتباره نقطة الانطلاق الأساسية لجميع أنشطة المنظمة التسويقية، وبذلك استمر التفكير لتطوير العلاقة مع الزبون، وابتكار الأفكار الجديدة القادرة على بناء علاقة ثقة متبادلة طويلة الأمد بين المنظمة وزبائنها .

يكتسي النقل الحضري أهمية بالغة في حياة الأفراد، و إن الاهتمام به كما و كيف يعتبر عاملا أساسيا لاغني عنه لتنظيم و تطوير المدينة في وقتنا الحالي ، و بتوسع شبكات النقل داخل المدينة و تعدد الخطوط لتزايد عدد السكان و تنوع إغراض تنقلاتهم بالإضافة إلى انفجار المحيط الحضري، أصبح من الضروري مراعاة خصوصية كل خط و توفير نمط النقل الملائم لهم.

من كل هذا جاء بحثنا المتواضع هذا، كمحاولة لدراسة خط يعتبر من اهم الخطوط الحضرية في مدينة الجزائر

في ظل الصراعات التنافسية الكبيرة التي يشهدها العالم حاليا وفي إطار عولمة الاقتصادية التي أدت إلى انتقال المنافسة من الأسواق المحلية إلى الأسواق العالمية، أصبحت المؤسسات الخدمية تواجه مجموعة من التحديات تدخل ضمن المناخ الاقتصادي الجديد، ولمواجهة هذه التحديات اتجهت معظم المؤسسات الخدمية

إلى الاهتمام بالزبون والمعرفة الجيدة لرغباته وحاجاته ووضعها في أعلى هرمها. وتسعى دوما المؤسسة للاحتفاظ بزبائنها الحاليين وجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن المحتملين ولا يمكنها ذلك إلا من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية التي تتوافق مع توقعاتهم وبالتالي أصبح الرضا يحتل مركز محوريا في دراسته ومن خلال هذا المنطلق تظهر لنا الإشكالية التالية :

مامدى رضا الزبون على خدمات النقل؟

ومن خلال هذه الإشكالية يمكننا طرح بعض التساؤلات الفرعية التالية :

1- هل أن رضاء الزبون من خلال الإستراتيجية المتبعة يحقق زيادة الرضا للخدمات النقل؟

2- هل إن جودة خدمات النقل تزيد من رضا الزبائن؟

الفرضية العامة :

يظهر رضا الزبون على خدمات المؤسسة في تكرار عملية الشراء وسوف نجيب على هذا التساؤل بالتفصيل في عملنا

فرضيات البحث :

1- ان رضا الزبون من خلال الإستراتيجية المتبعة يحقق زيادة الرضا لخدمات النقل .

2- جودة خدمات النقل تزيد من رضا الزبون .

دوافع اختيار الموضوع

دوافع موضوعية

- التعرف على الرضا

- تقييم رضا الزبون على الخدمات

دوافع ذاتية

الاسباب التي ادت لاختيار هذا الموضوع هي :

- مكانة الزبون لدى المؤسسات

- اهمية رضا الزبون

اهمية الدراسة :

تتمثل أهمية الدراسة في الكشف عن مفهوم رضا الزبون وباعتبار الزبون اهم عنصر تبني عليه المؤسسة خططها فهي تعتمد في ايصال منتجاتها الى الزبون على كل الطرق والوسائل لكسب رضاه

اهداف الدراسة :

نسعى من خلال دراستنا هذه الى ابراز مجموعة من الاهداف اهمها :

1- التعرف على رضا الزبون و خدمات النقل

2- لفت انتباه المؤسسة الى مدى اهمية رضا الزبون على خدماتها

كما نأمل من خلال هذه الأهداف أن ترتقي هذه الدراسة إلى مستوى المساهمة في المعرفة العلمية وإثراء المكتبة بمرجع علمي وميداني مفيد

حدود الدراسة :

تتمثل حدود الدراسة في :

الحدود المكانية : مؤسسة مترو الجزائر

الحدود الزمانية : 20ماي تم توزيع الاستبيان على الزبائن اما في مايخص تحليل ودراسة الاستبيان كان من 22 الى 26ماي

المنهج المستخدم :

للإجابة عن إشكالية البحث المطروحة؛ ونظرا لأهمية الدراسة وطبيعة الموضوع وللإلمام بأهم جوانبه لهذا استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي؛ فهو أكثر المناهج موافقة مع موضوع الدراسة والأكثر شيوعا وانتشارا واستخداما في الدراسات الاجتماعية؛ إذ يركز علي ما هو كائن في الوصف والتفسير للظاهرة المدروسة؛ حيث يقوم علي جمع البيانات الكمية والكيفية وتبويبها وتحليلها وتفسيرها ومن ثم استخلاص النتائج بالاضافة إلي الجمع ما بين الدراسة النظرية والميدانية؛ كما انتهجنا أسلوب دراسة الحالة (الدراسة الميدانية).

ولتحقيق منهجية هذه الدراسة تم استخلاص الأدوات ومصادر البيانات الآتية :

1. الوثائق الخاصة

2. المقابلات الشخصية: تتمثل في الزيارات الميدانية إلى المؤسسة للحصول على المعلومات

3. المسح المكتبي بالإطلاع علي مختلف المراجع التي لها علاقة بجوانب الموضوع .

تقسيمات البحث :

لدراسة هذا الموضوع نقسم البحث إلي فصلين ؛فصل نظري والثاني تطبيقي .
الفصل الأول : الأدبيات والنظريات التطبيقية ؛تناولنا فيه مبحثين،الأول: (رضا الزبون وخدمات النقل)،و الثاني:(الدراسات السابقة).

الفصل الثاني : دراسة حالة مترو الجزائر.

صعوبات الدراسة .

- ندرة المراجع الخاصة بخدمات النقل في حدود ما توفر .
- صعوبة الحصول علي المراجع من طرف المكتبة .
- صعوبة الموضوع في حد ذاته.

تمهيد :

يعتبر الزبون احد أهم العناصر التي من اجلها وجدت المؤسسة بحيث تقوم هذه الأخيرة بخلق واكتشاف الزبائن والمحافظة عليهم من خلال كسب رضائهم وذلك عن طريق معرفة توقعات الزبائن والعوامل المؤثرة فيها لتقديم خدمات ذات جودة تتوافق مع توقعاتهم ، ولمعرفة توقعات الزبائن يجب أن يكون هناك اتصال دائم بهم ومعرفة رضائهم على الخدمات المقدمة .

اما خدمات النقل فهي تعد من اهم الخدمات التي يحتاجها الزبون في حياته وهذا راجع لاتساع المدن مما الزم على الزبون استخدام النقل اما في عمله او تنقله من مكان الى اخر

ولدراسة ماسبق فقدقمنا بتقسيم هذا الفصل الى مبحثين هما :

المبحث الاول : مفاهيم الأدبيات النظرية (رضا الزبون و خدمات النقل)

المبحث الثاني : الدراسات السابقة .

المبحث الأول : الأدبيات النظرية

المطلب الأول : مفاهيم حول رضا الزبون

يعتبر الرضا لدى الزبائن من أهم المعايير التي تمكن المؤسسة من التأكد من جودة سلعتها و خدماتها ، لأنه يعتبر مصدر ولاء الزبائن للمؤسسة ، لذلك تسعى إلى العمل على زيادة درجة الرضا لدى زبائنها للمحافظة على بقائها في السوق .

لذلك سنتناول في هذا المبحث مفهوم الرضا وأهميته وخصائصه وكذلك محدداته .

الفرع الأول : مفهوم رضا الزبون

توجد العديد من التعاريف الخاصة برضا الزبون ونذكر منها :

- ✓ تعريف " على أنه الانطباع بالمكافأة أو عدم المكافأة لقاء التضحيات التي يتحملها الزبون عند الشراء".¹
- ✓ يعرف الرضا أيضا : " بأنه الحالة التي يتم فيها مقابلة احتياجات ورغبات وتوقعات الزبون او التفوق عليها مما يؤدي إلى إعادة طلب الزبون لنفس الخدمة ".²
- ✓ ويعرف الرضا كذلك : " بأنه حالة نفسية بعد عملية الشراء واستهلاك خدمة معينة ، يترجم بواسطة شعور عابر (مؤقت) ناتج عن الفرق بين توقعات الزبون والأداء المدرك "³.
- ✓ هناك من عرفه على انه : " الفرق بين المزيج المثالي والفعلي لمجموعة من الصفات أو الخصائص التي يحصل عليها الفرد " ⁴.

ومن خلال هذه التعاريف نستنتج أن الرضا هو شعور نفسي ناتج عن توقعات الزبون لخصائص الخدمة بعد عملية الشراء .

¹ Daniel Ray, **Musurer et developper la satisfaction des clients**, 2eme tirage, édition d'organisation, paris, 2001 ,p22

² محمد علي بركات علي، رضا العملاء عن الجودة ، جامعة عين شمس ، مصر ، 2001، ص504 .

³ Belin .A ,**La mesure de la satisfaction client dans les marques industrielmastère marketing et communication commerciale**, école superieur decommerce de toulouse, Juillet, 2002 ,p7.

⁴ عائشة مصطفى المنياوي ، سلوك المستهلك (المفاهيم والاستراتيجيات) ، الطبعة الأولى ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، مصر ، 1998، ص122 .

الفرع الثاني : أهمية وخصائص رضا الزبون

أولا : أهميته

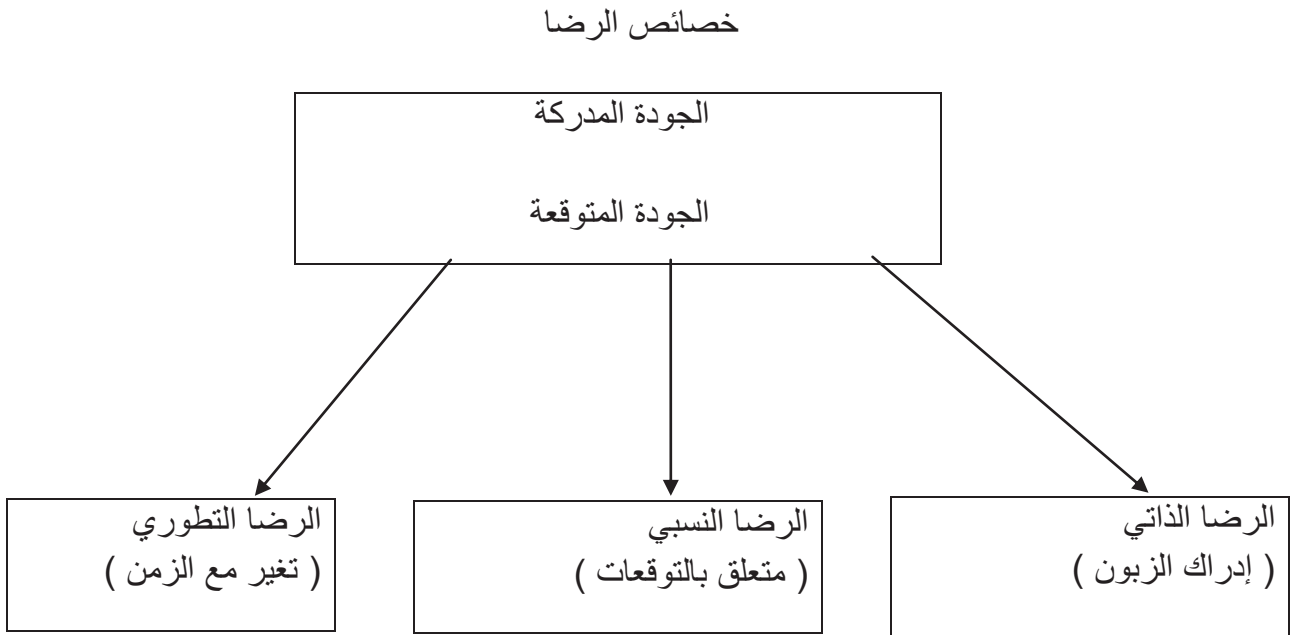
تتمثل أهمية الرضا في ¹ :

- خلق ولاء من قبل الزبون للمؤسسة
- زيادة تكرار تعاملات الزبون مع المؤسسة
- رسم برنامج وخطط عمل المؤسسة
- تطوير جودة المنتج وتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق
- نجاح المنظمة في تحقيق الأرباح من خلال حاجات ومتطلبات الزبون

ثانيا : خصائص الرضا

يمكن التعرف على طبيعة الرضا من خلال الخصائص الثلاث الموضحة في الشكل التالي :

الشكل رقم (1-1)



SOURCE : Daniel Ray , op.cit,p24.

¹ كشيده حبيبة ، استراتيجيات رضا العميل ، مذكرة ماجستير غ منشورة ، تخصص تسويق ، جامعة البليدة ، 2005 ، ص43 .

وتتمثل خصائص الرضا في¹:

1- الرضا الذاتي :

يتعلق رضا العميل هنا بعنصرين أساسيين : طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للزبون من جهة والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى ، فنظرة الزبون هي النظرة الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الاعتبار فيما يخص موضوع الرضا ، فالزبون لا يحكم على جودة الخدمة بواقعية وموضوعية ، فهو يحكم على جودة الخدمة من خلال ما يتوقعه من الخدمة ، فالزبون الذي يرى بان الخدمة المقدمة بأنها أحسن من الخدمات المنافسة ، يراها زبون آخر بأنها اقل جودة من الخدمات الموجودة في السوق ، ومن هنا تظهر أهمية الانتقال من النظرة الداخلية التي تركز على (الجودة - المطابقة) ، إلى النظرة الخارجية التي تعتمد على (الجودة - الرضا) ، فالمؤسسة يجب أن لا تقدم خدمات وفق مواصفات ومعايير محددة وإنما تنتج وفق ما يتوقعه ويحتاجه الزبون .

إن الخاصية الذاتية للرضا ينتج عنه ضرورة وجود عناصر مادية خاصة بالأنشطة الخدمية ، أي جعل العناصر المعنوية للخدمة ملموسة ، حتى نجعل جودة الخدمة مرئية ، ومن إظهار الرضا الخفي لدى الزبون .

2- الرضا النسبي :

لا يتعلق الرضا هنا بحالة مطلقة وإنما بتقدير نسبي فكل زبون يقوم بالمقارنة من خلال نظرته لمعايير السوق ، فالبرغم من أن الرضا ذاتي إلا انه يتغير حسب مستويات التوقع ، ففي حالة زبونان يستعملان نفس الخدمة في نفس الشروط يمكن أن يكون رأيهما حولها مختلف تماما لأن توقعتهما الأساسية نحو الخدمة مختلف ، وهذا ما يفسر لنا بأنه ليست الخدمات الأحسن هي التي تباع بمعدلات كبيرة ، فالمهم ليس أن تكون الأحسن ، ولكن يجب أن تكون الأكثر توافقا مع توقعات الزبائن .

من هنا يمكن نستخلص بشكل جيد الدور المهم لتجزئة السوق في مجال التسويق ، فليس بهدف تحديد القطاعات السوقية وإنما لتحديد التوقعات المتماثلة للزبائن من اجل تقديم خدمات تتوافق مع هذه التوقعات

3- الرضا التطوري :

يتغير رضا الزبون من خلال تطوير هذين المعيارين : مستوى التوقع من جهة ، ومستوى الأداء المدرك من جهة أخرى ، فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات الزبون أن تعرف تطورا نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة ، وذلك بسبب زيادة المنافسة ونفس الشيء بالنسبة للإدراك الزبون لجودة الخدمة الذي يمكن أن يعرف هو أيضا تطورا خلال عملية تقديم الخدمة .

¹ Daniel Ray , op.cit,p24.

الفرع الثالث : محددات الرضا

يمكن حصر المحددات ضمن ثلاث عناصر أساسية وهي ¹ :

1- **التوقعات** : تتمثل توقعات أو أفكار الزبون بشأن احتمالية ارتباط أداء الخدمة بخصائص ومزايا معينة متوقع الحصول عليه من طرف مقدمها .

2- **الأداء الفعلي** : وتتمثل في مستوى الأداء الذي يدركه الزبون عند الحصول على الخدمة و بالإضافة إلى الخصائص الفعلية للخدمة .

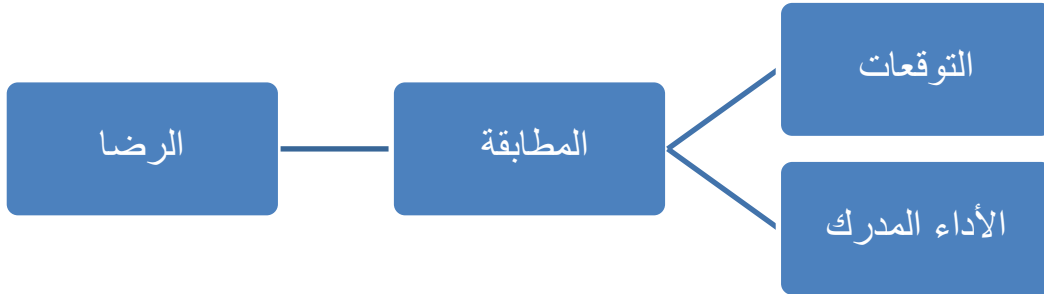
3- **المطابقة أو عدم المطابقة** : إن عملية المطابقة تتحقق بتساوي الأداء الفعلي للمنتج مع الأداء المتوقع ، أما حالة عدم المطابقة يمكن تعريفها بأنها درجة انحراف أداء الخدمة عن مستوى التوقع الذي يظهر قبل الحصول عليها ، وفي هذه الحالة يوجد حالتين هما ²:

- **انحراف موجب** : أي الأداء الفعلي أكثر من الأداء المتوقع وهي حالة مرغوب فيها .
- **انحراف سالب** : أي الأداء الفعلي أقل من الأداء المتوقع وهي حالة غير مرغوب فيها .

وان حالة عدم المطابقة الموجبة تولد الشعور بالرضا ، لكن حالة عدم المطابقة السالبة فيتولد عنها عدم الرضا .

الشكل الموالي يوضح ذلك :

الشكل رقم (1-2) : محددات الرضا



Source : Monique Zollinger et Eric Lamarque , **Marketing et strategie de la banque**, 3^{eme} edition , dunod , paris , 1999 , p74.

¹ كشيده حبيبة ، مرجع سبق ذكره ، ص 52

² شريف أحمد شريف، محددات رضا العميل، مجلة البحوث التجارية، العدد الثاني، جامعة الزقازيق، مصر، 1998 ، ص3

المطلب الثاني : مفاهيم حول النقل الحضري

الفرع الأول : مفهوم النقل الحضري

أولاً : تعريف النقل

يعتبر النقل من المتطلبات الأساسية لكل مجتمع ، وهو عبارة عن خدمة اجتماعية بالدرجة الأولى كما أنه يعد أحد مصادر الرفاهية، وأحد عوامل تحسين مستوى معيشة الأفراد من خلال إشباع حاجاتهم المختلفة بواسطة التنقل باعتباره ضرورة اجتماعية تفرضها ظروف الحياة اليومية.

لقد عرف القانون الجزائري خدمة النقل حيث نصت المادة 16 من القانون رقم : 17/88 المؤرخ في 10 ماي 1988 على ما يلي:¹ " يعد نقل كل نشاط ينقل بواسطة شخص طبيعي أو معنوي أشخاص أو بضائع من مكان إلى آخر على متن مركبة مهما كان نوعها."

وهنا نستنتج أن القانون عرف النقل على أنه نشاط واقتصر على وصفه دون التطرق إلى الجانب الاقتصادي الذي يتضمنه إذ أن النقل من الناحية الاقتصادية هو: " نشاط يخلق منفعة في الزمان والمكان بواسطة التحويل الفيزيائي للسلع والأشخاص من مكان إلى آخر."

انطلاقاً من هذين التعريفين يمكننا إعطاء تعريف شامل للنقل استناداً إلى العناصر المذكورة سابقاً. "النقل هو كل نشاط يخلق منفعة في الزمان والمكان التحويل الفيزيائي للسلع والأشخاص من مكان إلى آخر على متن مركبة معدة لهذا الغرض"

ثانياً : تعريف النقل الحضري

يخط العديد بين النقل الحضري والنقل الجماعي فالنقل الحضري هو مجموعة التقنيات المستعملة و التهيئات و البنى التحتية والوسائل التي تهدف مجتمعة أو في مجملها إلى تنظيم تنقلات الأفراد والسلع في الوسط الحضري في ظروف مثلى من وقت وتكلفة وراحة ، فالنقل الحضري يعالج التنقل الجماعي (الحافلة ، القطار الحضري... الخ)، وكذلك النقل الفردي ، فالنقل الحضري يضم جميع وسائل النقل التي تتلاءم مع خصائص الوسط الحضري كالكثافة السكانية والتي تتطلب تنظيماً جيداً لحركة الأشخاص والبضائع وتواجد الأنشطة الاقتصادية الرئيسية التي تجعل من المدينة مكاناً لثابت واستقبال الحركة وغيرها من الخصائص التي تشكل قيوداً من شأنها التأثير على سياسة النقل الحضري المتبعة النقل الحضري هو وسيلة هامة للربط بين نقاط التجمع العمراني وهو الشريان الواصل بينها، فضلاً عن كونه المحرك الأساسي للتجمع السكاني الحضري حيث يهدف إلى إعطاء ديناميكية واستمرارية للحياة في المدينة بمختلف تشكيلاتها.

ويرمي النقل الحضري لضمان القيام بجميع عمليات النقل اللازمة لكل المستعملين المرتبطة بمتطلبات حياتهم المدنية في ظل شروط اقتصادية ملائمة وبطريقة مريحة وفي ظروف أمنية جيدة هذه الشروط الثلاثة : الاقتصادية ، الراحة والأمن " الأخر منها " الأمن " يعتبر شرط إجباري ، أما الآخرين فيتعلقان بإمكانيات التنفيذ لتخطيط المسالك " شبكة النقل والتجهيزات المرتبطة بها أخذين في الحسبان المميزات الخاصة بكل منطقة عمرانية : الموقع، النسيج والبنية العمرانية النقل الحضري هو مجموعة وسائل النقل الجماعي والفردي التي تسمح بضمان التنقلات داخل التجمعات السكنية الكبيرة للأشخاص وعلى العموم تتكفل بهذا النوع من النقل مؤسسات عمومية وخاصة حضرية مختصة بنقل الأشخاص مقابل مبالغ مالية محدودة وشغل في أوقات محدودة عبر المسالك المخصصة لها نقاط توقف ومحطات معينة.

¹ قانون رقم 17/88 المؤرخ في 10 ماي 1988 المتضمن تنظيم النقل البري وتوجيهه ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، السنة 2005 ، العدد 19 ، ص 785.

ويمكن القول أن النقل الحضري نشاط للخدمات يتبع منفعة في الزمان والمكان بواسطة شخص طبيعي أو معنوي يضم التحول الفيزيائي للأشخاص في مجال المحيط الحضري على مستوى مركبة معدة لهذا الغرض ولمسافة مقبولة وهو خدمة تقوم بالربط بين مختلف نقاط التجمع الحضري، تخص تنقل الأفراد وفقا لخطة تغطي الاحتياجات وتحقق التكامل والانسجام.
نستنتج منها هذا:

- الكلام عن النقل الحضري يقتضي وجود خدمات عمومية اجتماعية.
- الكلام عن النقل الحضري يستوجب وجود خدمة مدنية لها حدودا واضحة خلافا للكلام عن النقل ما بين المدن ما بين المدينة والمدن المجاورة.
- مقابل التنقل يجب دفع حقوق التنقل.
- يقتضي وجود وسائل نقل تنقل عددا أكبر من المتنقلين.
- يقتضي محاولة تغطية كل أحياء المدينة حسب الاحتياج.
- يقتضي توفير عدد ونوع وسائل النقل عبر أحياء المدينة حسب الاحتياج بتنظيم الآلي.

الفرع الثاني : وسائل وأهداف النقل الحضري

أولا : وسائل النقل الحضري

1- الحافلات الحضرية : (Auto bus)

وهي مركبة مصممة لنقل الأشخاص داخل المناطق الحضرية، تسير بسرعة منخفضة نسبيا (لا تزيد عن 50 كلم/ سا) عبر مسالك تتخللها مواقف متقاربة، مزودة بتجهيزات داخلية خاصة تتيح للركاب التحرك داخلها بحرية وسهولة، ولا تحتوي إلا على عدد قليل من المقاعد، لتسع عددا أكبر من الركاب الواقفين، ولها أبواب عديدة لتسهيل عملية الركوب والنزول في فترة وجيزة¹، كما أنها ملوثة للبيئة لأنها تسير بزيت الديزل أو البنزين.

وفي الجزائر فإن الحافلات الحضرية هي الوسيلة الأكثر استعمالا من قبل شريحة واسعة من المجتمع على مستوى ولايات الوطن، فهي تربط بين مختلف أحياء المدينة ويجب أن تخضع لتنظيمات معينة من التوقيت، الخطوط، المواقف وفق خدمة النقل العمومي .

2- سيارة الأجرة الحضرية الرسمية والغير رسمية

سيارة الأجرة الحضرية الرسمية هي نوع من سيارات الأجرة الجماعية وهي كثيرة الاستعمال بالبلدان العربية، تنقل الركاب بين أحياء المدن لاسيما أطرافها حيث لا تصل وسائل النقل الجماعي الأخرى².

3- القطار الحضري

القطار الحضري هو أحد وسائل النقل الجماعي المتطورة، وهو عبارة عن عربات مقطورة تسير فوق سطح الأرض حيث يعمل بالطاقة الكهربائية وتقع محطاته فوق سطح الأرض، يتم استخدامه إذا كانت مسافات التنقل تزيد عن 2 كلم وتقل عن 10 كلم ، هذه الوسيلة تعتبر مكتملة للميترو وسرعته متوسطة تفوق سرعة الحافلة الحضرية وتقل عن سرعة الميترو³، ويعتبر من بين أفضل الحلول للتغلب على المشاكل والتحديات التي تواجه النقل داخل الوسط الحضري، لهذا قامت الدولة الجزائرية بالاستثمار في برامج تطوير النقل الجماعي في الوسط الحضري للمدن المتوسطة والكبيرة، فلقد تم الانتهاء من خط

¹ الهاشمي بوطالبي ، السلامة والأمان في النقل الجماعي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية" مركز الدراسات والبحوث"، ص 5.

² مرجع سابق ، ص 8

³ مرجع سبق ذكره ، ص 6

ترامواي الجزائر العاصمة في مارس 2010 و الآن هو قيد الاستغلال والذي يربط بين شارع المعدومين وبرج الكيفان ويضم 38 محطة على طول 23 كلم.

قطار الأنفاق

ظهر أول مرة واستعمل للنقل الجماعي بلندن عام 1863 ، يعد أهم وسيلة للنقل الجماعي داخل المدن الكبرى ويمتاز بدرجة عالية من السلامة والأمان وينقل عددا أكبر من الركاب ويسير بسرعة أكبر من الوسائل الأخرى الحضرية ولا يشغل حيزا كبيرا لأنه يسير عبر الأنفاق على مسافات التنقل تزيد عن 10كلم، ولكنه يبقى وسيلة باهظة الانجاز لهذا هو ليس في متناول كل البلدان¹ ، ونظرا لمشكلة النقل الحضري نتيجة الزيادة الديموغرافية الهائلة على مستوى الجزائر العاصمة وسوء التنظيم العمراني وضيق الطرق مما يؤدي إلى اختناق الطرق، تبنت الحكومة في مطلع الثمانينات إقرار مشروع نقل ذو طبيعة إستراتيجية، تتمثل في مشروع مترو العاصمة، فأنشأ لهذا الغرض مؤسسة مترو العاصمة (EMA) التي تكفلت بإعداد الدراسات بالتعاون مع مكتب دراسات فرنسي (SOFERTU / RATP) لإنجاز الخط الأول الذي يربط بين حي واد فريش وحي البدر على مسافة 12,5 كلم تحت الأرض ويضم 16 محطة ويقدر بأن يلبى حوالي 21000 راكب /الساعة /الاتجاه بين المحطات الأكثر اكتظاظا بالسكان أي % 65 من الطلب على هذا المحور، وبالرغم من العراقيل التي عانى منها هذا المشروع من نقص العتاد المتطور لحفر الأنفاق ونقص التمويل وإصابة العمارات السكنية المجاورة للنفق، إلا أنه تم التجريب التقني القبلي لمترو العاصمة، كما تم الشروع في دراسات تمديده بنحو 10 كلم نحو الغرب من البريد المركزي إلى شوفالي مرورا بساحة الشهداء وبنحو 11 كلم شرقا باتجاه براقى، الحراش وباب الزوار .

مترو العاصمة له آفاق مستقبلية في حل مشكلة التنقلات الحضرية وتقديم نوعية خدمة جيدة للمسافر، و التخفيف من استعمال السيارات الفردية للتقليل من الازدحام والتخفيف من الطلب الكثيف على حافلات النقل الجماعي ومن الناحية التهيئة العمرانية، إعطاء صورة جميلة نظيفة وعصرية لعاصمة الجزائر

ثانيا : أهداف النقل الحضري

يعتبر نظام النقل الحضري وسيلة لتحقيق هدف شامل يتمثل في تمكين كل المستعملين من التنقل إلى كل الجهات (مقر العمل ، السكن ،الخدمات ، المراكز التجارية... إلخ) وللوصول إلى هذا الهدف العام لابد من تحقيق الأهداف الفرعية التالية :

سهولة التنقل :ويكون ذلك بضمان تنقل المستعملين إلى كل نقاط وجهاتهم أماكن العمل □ والخدمات وأماكن الترفيه والدراسة، المعاملات اليومية وقضاء الحاجيات في المكان والزمان المناسبين.
الوقت المستغرق في التنقل : و يكون ذلك بتقليص الوقت الذي يستغرق المستعمل خلال تنقله □
الراحة :ضرورة وجود شروط الراحة لمستعملي النقل الجماعي النظافة ، □ التهوية.
الأمن :التقليص من حوادث المرور وكذلك أمن الممتلكات والتجهيزات المتنقلة.
التكلفة :تخفيض التكاليف التي يستعملها مستعملو النقل أثناء التنقلات □ .
التأثير على البيئة :تجنب التأثير على الظروف العادية لحياة المواطنين بالتخفيض من تلوث □ المحيط الذي تتسبب فيه وسائل النقل إلى جانب الضجيج الذي تحدثه المركبات.

¹ الهاشمي بوطالبي ، مرجع سابق الذكر ، ص7

الفرع الثالث : مشكلات النقل والحلول المقترحة

أولاً : مشكلات النقل

تختلف المشاكل المتعلقة بالعمران أو النقل الحضري من مدينة إلى أخرى حسب حجم المدينة ووظيفتها ونوعية السير المحلي... الخ، من أهم مشكلات النقل الحضري:

(1) حدوث الاختناقات المرورية التي تؤدي إلى تدهور في معايير مستوى الخدمة على الشبكة الطرق وتمثل أشكال تدهور مستوى الخدمة في¹:

- حدوث تأخيرات في أزمنة رحلات الركاب
- ارتفاع في تكاليف تشغيل كافة وسائل النقل الركاب
- شعور مستخدمي الطريق بالتعب والضيق والتوتر
- صعوبة حركة المشاة سواء باتجاه الطريق أو عند عبوره .

وبالتالي يعتبر اختناق المرور من أكثر المشاكل للنقل انتشارا في التجمعات الحضرية الكبيرة والمتوسطة والذي ينجم عن النمو المتزايد لوسائل النقل وخاصة السيارات مما يؤدي إلى زيادة الطلب على النقل العام والهيكل القاعدية اللازمة غير أنه في كثير من الأحيان فإن هاته الهياكل لا تتمكن من مواكبة النمو المتزايد للحركة والتنقلات.

كما يترتب على ذلك كله عدم مقدرة الطريق وأماكن وقوف السيارات على استيعاب سائل النقل مما يتطلب القيام بتوسيع وتعديل مستمر في الطريق والشوارع ومداخل المدن وأماكن الوقوف حتى تتناسب مع هذا العدد الكبير والمتزايد لوسائل النقل.

(2) **مشاكل الضواحي :** هي أقل حدة وتعقيدا من سابقتها وهيكل المشاكل المتعلقة بالنقل الحضري والمتواجدة في الضواحي وبالتالي مركز ككل النشاطات في وسط المدن مما يخلق حركة كثيفة موجهة نحو المركز وهذا يصعب النقل أغلب سكان المدن الموجودين في الضواحي ذات كثافة عالية ومتوسطة إلى المراكز.

(3) **مشكلة حوادث السير :** ويمكن حصر أهم الحوادث المرور في الوسط الحضري في الأسباب التالية:

- الزيادة السكانية المرتفعة والنمو لاقصادي والإيجابي
- قصور في التخطيط السليم لاستخدامات الأراضي والتطور العمراني
- انخفاض معدل استخدام وسائل النقل الجماعي ووسائل النقل غير الآلية مثل استخدام الدراجة والسير على الأقدام
- زيادة معدلات مرور مركبات النقل الثقيل

(4) **التأثير على البيئة :** تتميز المجتمعات الحضرية التي يسكنها مئات آلاف الأفراد بوجود أعداد كبيرة ومتزايدة من وسائط النقل ذات المحركات التي تنفث الدخان المليء بالمركبات الكيميائية الضارة والتي تؤدي الأجساد والأرواح وتتسبب في حوادث ووفيات كثيرة .

¹ عبد الله ابو عياش ، أزمة المدينة العربية ، وكالة المطبوعات ، الكويت ، 1980 ، ص176 .

ثانيا : الحلول الممكنة لمشكلات النقل الحضري

1-النقل الجماعي والممرات الخاصة:

يمكن للنقل الجماعي عبر الممرات الخاصة أن يساهم بقدر كبير في حل العديد من المشاكل النقل الحضري من خلال:

أ -المزايا البيئية:

يسمح النقل الجماعي لا سيما عبر الممرات الخاصة بخفض الطاقة المستهلكة وبالتالي تخفض انبعاث الغازات المسببة للاحتباس الحراري لما يسمح بتحسين نوعية الهواء في الوسط الحضري.

ب -مزايا السلامة المرورية :

يتسبب النقل الجماعي في الوسط الحضري بنسبة ضئيلة مجموع حوادث المرور لذا فإن تطوير استخدام النقل الجماعي لا سيما عبر الممرات الخاصة في الوسط الحضري سوف يكون له تأثير إيجابي كبير فيما يتعلق بالسلامة المرورية للمارة.

ج -المزايا الحضرية:

أصبح تخطيط المدن اليوم يأخذ بعين الاعتبار وسياسات النقل الجماعي ذلك لأن إنجاز محاور للنقل الجماعي (سواء عبر الممرات خاصة أو دونها) كثيرا ما يشكل فرضا لإنشاء العديد من المشاريع الاقتصادية والتجارية ومشاريع التهئية العمرانية لاسيما حول محطات النقل محددة الوسائل وبذلك يساهم النقل الجماعي في التنمية الحضرية والانتشار والمكانة.

2-حلول أخرى :

إضافة إلى النقل الجماعي عبر الممرات الخاصة كحل رئيسي هناك جملة من الإجراءات و التي من شأنها التخفيف أو الحد من مشكلات النقل في الوسط الحضري ومن أهم هذه الإجراءات:

-إجراء وتحديث دراسات تخطيط النقل المعنية بالتنبؤ بالتدفقات المرورية المستقبلية والعمل على تطوير المقترحات اللازمة لاستيفاء التدفقات.

-يعد التوسع في البنية الأساسية لشبكة الطرق أكثر الإستراتيجيات المتبعة وذلك للحد من مشاكل المرورية خاصة مشكلة الاختناقات ويتم ذلك عن طريق إضافة محاور جديدة أو توسعة المحاور الموجودة وذلك لتوفير السعة المناسبة لاستيعاب التدفقات المرورية والتي تتمثل في مجملها الطلب على النقل.

- تحول الاتجاه إلى ما يعرف بإستراتيجية تنظيم الطلب على النقل حيث تهدف هذه إستراتيجية من خلال مجموعة من البيانات والإجراءات والتدابير إلى التأثير لأجراء تغييرات في أنماط رحلات أُنقال الأفراد وبالتالي تنظيمها بكفاءة عالية والتخفيف من المشاكل المرورية وأيضا تنظيم استخدامات الأرض. -كما يجب الحرص على تطبيق أنظمة وقوانين السير من قبل شرطة المرور المسؤولة على حسن سير حركة النقل عبر مختلف الخطوط وهذا الأمر يتعلق بالسائقين الذين يجب أن يلتزموا بهذه الأنظمة ومنهم المشاة الذين يطبقون الأنظمة من حيث السير على الرصيف والعبر من المعابر المحددة من هذا لا يتم بدون التوعية وجدية وحزم في مطابقة أي من هذه الأطراف عند خرق القوانين والقوائم وبالتالي إيجاد ودعم وتطوير المراكز البحثية في مجال هندسة النقل والطريق والمرور.

المبحث الثاني : الأدبيات التطبيقية**المطلب الأول : الدراسات السابقة**

لبحثنا عن الدراسات السابقة حول الموضوع وجدنا دراسات تناولت موضوعاتها على رضا الزبون و خدمات النقل حيث وجدنا دراسة تناولت جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء وأخرى تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون وكذلك النقل الحضري الجماعي تقييم كمي ونوعي والأخيرة تناولت دراسة مؤشرات المواصلات في شبكات النقل تحليل كمي ونوعي لشبكة مدينة باتنة .

الفرع الأول : رضا الزبون

الدراسة الأولى : دراسة الطالب بوعنان نور الدين بعنوان " جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء " دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكدة وهي مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير ، قسم علوم التسيير، فرع التسويق ، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، السنة الجامعية 2006/2007 ، حيث طرح الطالب الإشكالية : مامدى تأثير جودة الخدمة المينائية في تحقيق رضا العميل ؟

والهدف من هذه الدراسة هو تحليل العلاقة الموجودة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العملاء وتطبيق نموذج لتقييم جودة الخدمة المقدمة .

الدراسة الثانية : دراسة الطالبة سميحة بلحسن بعنوان " تأثير جودة الخدمة على تحقيق رضا الزبون " دراسة حالة مؤسسة موبيليس وكالة ورقلة وهي مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر ، قسم العلوم التجارية ، تخصص تسويق خدمات ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة السنة الجامعية ، جوان 2012 ، حيث طرحت الطالبة الإشكالية التالية : إلى أي درجة تؤثر جودة الخدمة لدى مؤسسة موبيليس في تحقيق الرضا لزبائنها ؟

والغرض من هذه الدراسة هو معرفة مستوى تأثير جودة الخدمات المقدمة من طرف موبيليس لزبائنها وذلك لتطوير جودة خدماتها والعمل على إرضاء المتعاملين معها .

الفرع الثاني : خدمات النقل

الدراسة الأولى : دراسة الطالبة نقاش نجاه بعنوان " النقل الحضري : تقييم كمي ونوعي " دراسة حالة مدينة باتنة وهي مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر ، فرع اقتصاد وتسيير الخدمات ، تخصص اقتصاد النقل والإمداد ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، السنة الجامعية 2010/2011 ، حيث طرحت الطالبة الإشكالية الآتية : هل وسائل النقل الحضري الجماعي في مدينة باتنة متوفرة و بأي نوعية ؟

والهدف من هذه الدراسة هو التعرف على وضعية النقل الحضري في مدينة باتنة من الناحية الكمية ومعرفة واقع نوعية خدمات حافلات النقل في الوسط الحضري لمدينة باتنة .

الدراسة الثانية : دراسة الطالب يعقوب حريز تحت عنوان " دراسة مؤشرات المواصلات في شبكات النقل " تحليل كمي ونوعي لشبكة مدينة باتنة دراسة حالة شبكة المؤسسة العمومية للنقل الحضري ETUB ، وهي مذكرة تدخل ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر ، فرع اقتصاد وتسيير الخدمات ،

تخصص اقتصاد والإمداد ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، السنة الجامعية 2010/2011 ، حيث طرح الطالب هذه الإشكالية : ماهو واقع تطبيق مؤشرات المواصلات بنوعها الكمية والنوعية في تحسين مستوى خدمة النقل داخل المحيط الحضري لمدينة باتنة ؟

والبغية من هذه الدراسة هو تشخيص واقع وحالة شبكة النقل للمؤسسة العمومية للنقل الحضري ETUB داخل الوسط الحضري لمدينة باتنة ، وإبراز مكانة وقيمة هذه المؤشرات في إدراك جودة خدمة النقل العمومي للمسافرين

المطلب الثاني : اوجه الاختلاف للدراسات

الفرع الاول :

نقاط الاختلاف للدراسة الاولى : يمكن ان نسجل بخصوص هذه الدراسة الملاحظات التالية : تختلف هذه الدراسة عن موضوع دراستنا من ناحية العنوان والدراسة التطبيقية اعتمد الطالب على المؤسسة المينائية بسكيكدة وكذلك اختلاف مكان الدراسة جامعة محمد بوضياف مسيلة السنة الجامعية 2006/2007 .

نقاط الاختلاف للدراسة الثانية: بإمكاننا ان نسجل بعض الملاحظات عن هذه الدراسة : عدم توافق هذه الدراسة مع دراستنا من خلال العنوان والاشكالية و الدراسة التطبيقية التي اعتمدت فيها الطالبة على خدمة الاتصال " مؤسسة موبيليس " .

الفرع الثاني:

أوجه الاختلاف للدراسة الأولى: نسجل بعض الملاحظات هي : تختلف هذه الدراسة عن دراستنا من حيث الاشكالية المطروحة والدراسة الميدانية التي اعتمدت فيها الطالبة على دراسة حالة مدينة باتنة وكذلك تختلف من حيث الجامعة لانها قدمت عملها في جامعة الحاج لخضر بباتنة السنة الجامعية 2010/2011 .

أوجه الاختلاف للدراسة الثانية : استنتجنا هذه الفروقات : من حيث العنوان والمؤسسة محل الدراسة المؤسسة العمومية للنقل الحضري ETUB ومكان الدراسة جامعة الحاج لخضر باتنة

خلاصة الفصل

من خلال ما تم التطرق إليه يمكن القول أن رضا الزبون أصبح محورا أساسيا في نظام المؤسسات ولكي تحقق أهدافها وغايتها لزاما عليها أن تكسب المؤسسات الزبون و أن توفر له منتج أو خدمة ذات جودة عالية لكي تكسبه وتحافظ عليه وهذا لان السوق أصبح متسعا اتساعا هائلا وأصبحت الاختيارات والبدائل أمام الزبون ومن بين هذه المنتجات نجد ان خدمات النقل كسبت مكانة مرموقة في سوق الخدمات وهذا لأهميتها عند المجتمع إضافة الى تنوعها وتعددتها ، وبالنظر إلى الانعراج المالي الذي تعيشه الجزائر منذ السنوات الماضية القليلة من جهة و زيادة تنقلات الأفراد في الوسط الحضري لاسيما في المدن المتوسطة و الكبيرة الحجم وتأزم قطاع النقل منذ تحريره وفتح المجال أمام القطاع الخاص يمكن تبرير خطوة التطوير العملاقة التي باشرتها الجهات الرسمية و مختلف القائمين على قطاع النقل لتطوير النقل الحضري

وبالتالي وافق النمو الضخم للسكان مع الاتساع الكبير في مساحات المدن ومستويات مرتفعة من الأنشطة الاقتصادية و بالتالي ارتفاع حاد في الطلب على النقل الحضري بشكل لا يتلاءم مع العروض من التسهيلات و هذا يثير قضية شديدة الأهمية في ضوء النقص الحاد في الموارد المتاحة لمواجهة متطلبات حركة التضرر المتسارعة

تمهيد:

بعد التطرق في الجانب النظري إلى مختلف الجوانب المتعلقة برضا الزبون وأهميته خصائصه ، ومحدداته وخدمات النقل ووسائله وأهدافه ومشكلاته والحلول المقترحة ، لكن الدراسة النظرية تستلزم وجود تدعيمات واقعية ، ومن أجل ألا تبقى دراستنا هذه محصورة في الجانب النظري فقط ؛سنحاول في هذا الفصل معرفة رضا الزبون على خدمات النقل ، لذا اخترنا إسقاط دراستنا على مؤسسة مترو الجزائر؛باعتبارها مؤسسة تعتمد على الجودة لتقديم منتجاتها .

كما سنتطرق في هذا الفصل إلى مبحثين هما.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات.

المبحث الثاني: تحليل النتائج والمناقشة

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية:

في هذا المبحث سنتعرض لأهم الخطوات المتبعة في الدراسة بغية الإجابة على الأسئلة المتعلقة برضا الزبون وخدمات النقل وكذلك مدى رضا الزبون على الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة مترو الجزائر.

المطلب الأول: المجتمع وعينة الدراسة:

ارتبط مفهوم رضا الزبون بالقطاع الخدمي والمؤسسات الاقتصادية، بغية دراسة هذا الموضوع وتحقيق أهداف الدراسة؛ تم الاختيار مؤسسة مترو الجزائر لهذه الدراسة؛ سنتعرض في هذا الجزء لمجتمع وعينة الدراسة؛ متغيرات الدراسة، الأدوات المستخدمة في الدراسة على النحو التالي.

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة.

يتكون مجتمع الدراسة من الأشخاص الذين ينتقلون بواسطة مترو الجزائر وذلك لمعرفة مدى رضاهم على خدمة النقل بكل خصائصها وكعينة أخذنا مجموعة من ركاب المترو.

الفرع الثاني: متغيرات الدراسة.

1- المتغير المستقل: ويتمثل في رضا الزبون

2- المتغير التابع: ويتمثل في خدمات النقل

الفرع الثالث: أدوات الدراسة:

لمناقشة اشكالياتنا ومحاولة معرفة مدى توافق الجانب النظري مع ما هو مطبق في الواقع؛ فقد استعنا بعدة أدوات للدراسة منها .

1.الملاحظة: تعتبر الملاحظة من الأدوات التي ساعدتنا في التقصي وجمع المعلومات وهذا من

خلال تواجدها بمؤسسة المترو بالجزائر و بعض المحطات التابعة له التي مكنتنا من جمع العديد من الملاحظات التي في الغالب ما تصب في فكرة واحدة ساعدتنا كثيرا في معرفة رضا الزبون على خدمات النقل " المترو"

2.المقابلة: هي مجموعة من الأسئلة تم طرحها على الموظفين وبعض العمال والركاب**3.الاستبيان:**¹ بغية الحصول على المعلومات والتأكد من فرضيات البحث قمنا وضع الاستبيان

كأداة للوصول إلي الحقائق المتعلقة بالدراسة حيث يشمل الاستبيان والموجه إلى الزبائن (الركاب) والذي يحتوي على جزئين الجزء الأول يتضمن البيانات الشخصية لهم المتمثلة في (الجنس ،السن ،المستوى

¹ انظر الملحق 01

الدراسي ،الصفة "المهنة"). أما الجزء الثاني يشمل محورين؛ المحور الأول يتعلق برضا الزبون ويضم (07) أسئلة. أما المحور الثاني يتعلق بخدمات النقل ويضم (06) أسئلة.حيث تم :

-عرض الاستبيان للتحكيم علي مجموعة من الأساتذة .

-تعديل الاستبيان وصياغته وفقا للتحكيم في شكل نهائي .

-توزيع الاستبيان شخصا علي الزبائن (الركاب) .

والجدول الموالي يوضح الاستبيانات الموزعة والمستردة.

الجدول رقم (2-1): يوضح الاستبيانات الموزعة والمستردة.

النسبة	الزبائن	البيان
%100	100	الاستبيانات الموزعة
% 85	85	الاستبيانات المستردة
%85	85	الاستبيانات القابلة للتحليل

المصدر: من إعداد الطالب

المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة وثبات أداة الدراسة.

الفرع الأول: الأساليب الإحصائية المستخدمة.

لتحليل البيانات قمنا باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS20.0) ومن

خلاله اعتمدنا على الأساليب الإحصائية التالية:

❖ التكرارات والنسب المئوية لإظهار نسب إجابات أفراد عينة الدراسة.

❖ معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس درجة ثبات الاستبيان.

❖ المتوسطات الحسابية؛ لمعرفة درجة موافقة المستجوبين عن الأسئلة.

الفرع الثاني : أداة ثبات الدراسة .

تم استخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس درجة مصداقية الاستبيان وقد كانت النتائج المتحصل

عليها كما هو موضح في الجدول التالي :

الجدول رقم (2-2): يوضح نتائج اختبار معامل لأكرونباخ لأصحاب نقاط البيع.

عدد الأسئلة	α
13	0.98

المصدر: من إعداد الطالب استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه يبين لنا ان قيمة الفا هي 0.98 أي بنسبة 98% من العينة يعيدون نفس الإجابة في حالة استجوابهم من جديد وهي نسبة تعبر عن مدى مصداقية المستجوبين وبالتالي تعميم النتائج على مستوى الدراسة.

المبحث الثاني تحليل الاستبيان واختبار الفرضيات.

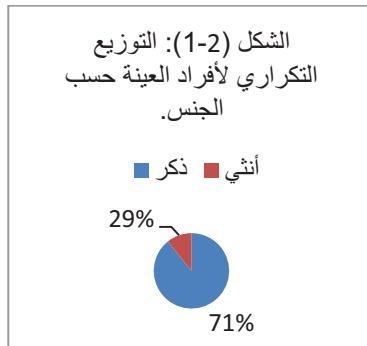
المطلب الأول: تحليل نتائج الدراسة.

الفرع الأول: الخصائص الشخصية لأفراد العينة.

عرض دراسة وصفية إحصائية لأفراد العينة لهذه الدراسة.

1-الجنس

الجدول رقم (2-3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس:



الجنس	التكرار المطلق	التكرار النسبي
ذكر	60	70.6%
أنثي	25	29.4%
المجموع	85	100%

المصدر: من إعداد الطالب استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss. المصدر: استخلص من نتائج الجدول

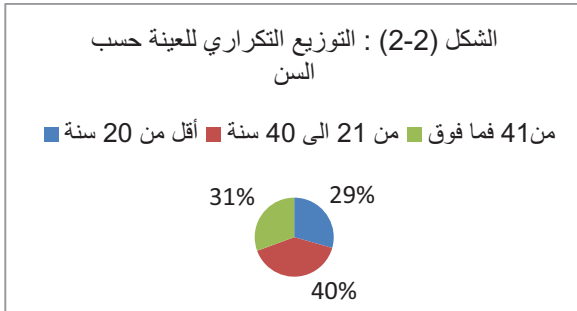
من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن غالبية أفراد العينة المدروسة تضم الذكور أكثر من الإناث؛

حيث بلغ عدد الذكور 60 فرد أي بنسبة 70.6% في حين بلغ عدد الإناث 25 فرد فقط أي بنسبة

29.4%

2-السن :

الجدول رقم (2-4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية.



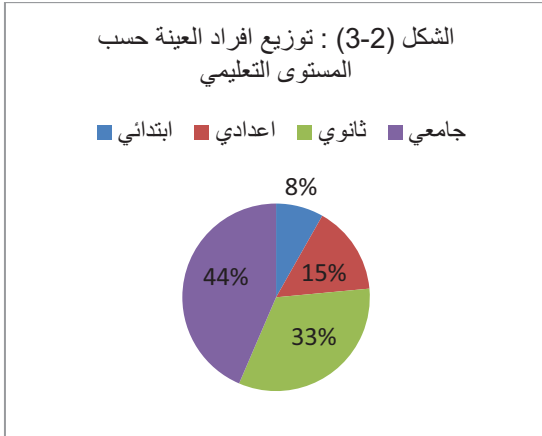
السن	التكرار المطلق	التكرار النسبي %
أقل من 20 سنة	25	29.4%
من 21 إلى 40 سنة	34	40%
من 41 فما فوق	26	30.6%
المجموع	85	100%

المصدر: استخلص من نتائج الجدول

المصدر: استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن غالبية أفراد العينة بالنسبة للفئة العمرية من 21 إلى 40 سنة هي المستحوذة في السوق بنسبة 40% ثم تليها الفئة العمرية التي حددت من 41 فما فوق بنسبة 30.6% وأخيرا الفئة التي أقل من 20 سنة بنسبة 29.4%
3-المستوي الدراسي.

الجدول رقم (2-5): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي .



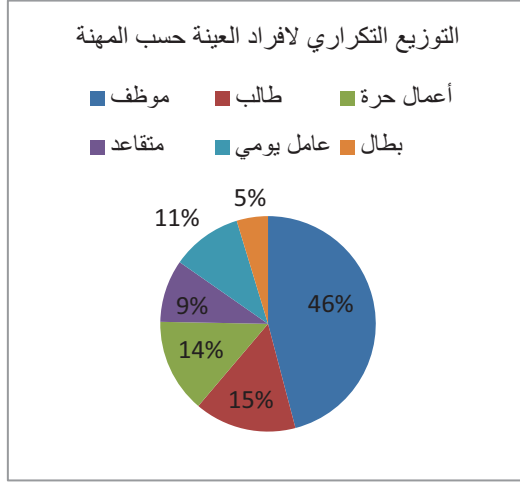
المستوى الدراسي	التكرار المطلق	التكرار النسبي
ابتدائي	7	8.2%
إعدادي	13	15.3%
ثانوي	28	32.9%
جامعي	37	43.5%
المجموع	85	100%

المصدر: استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss المصدر: استخلص من نتائج الجدول.

خلال الجدول أعلاه؛ يتضح لنا أن المستوى الجامعي لأفراد الدراسة بلغ 43.5% ثم يليها المستوى الثانوي بنسبة 32.9% في حين بلغ المستوى الإعدادي نسبة 15.3% أما المستوى الابتدائي لم يتجاوز نسبة 8.2%

4-الصفة (المهنة) :

الجدول رقم (2-6): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المهنة.



المهنة	التكرار المطلق	النسبة
موظف	39	45.9%
طالب	13	15.3%
أعمال حرة	12	14.1%
متقاعد	8	9.4%
عامل يومي	9	10.6%
بطل	4	4.7%
المجموع	85	100%

المصدر: استخلص من نتائج الجدول.

المصدر: استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss

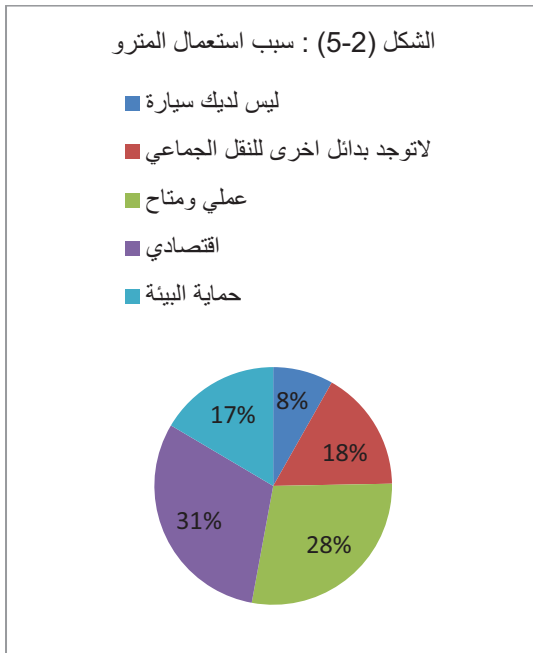
من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن غالبية أفراد العينة المدروسة موظفين بنسبة % 45.9 ثم يليه الطلاب بنسبة % 15.3 ثم تأتي بعدهم فئة أعمال حرة بنسبة % 14.1 ثم عامل يومي بنسبة % 10.6 في حين كانت نسبة المتقاعدين % 9.4 اما البطالين نسبتهم % 4.7

الفرع الثاني : تحليل نتائج الاستبيان.

أما في هذا الجزء سنحاول معرفة الاتجاه العام لأراء المستجوبين (أفراد العينة المدروسة) حول محاور الدراسة.

السؤال 1- ماهو سبب استعمال المترو ؟

الجدول رقم (2-7): يوضح سبب استعمال المترو



السبب	التكرار المطلق	التكرار النسبي
ليس لديك سيارة	7	8.2%
لا توجد بدائل اخرى للنقل الجماعي	14	16.5%
عملي ومتاح	24	28.2%
اقتصادي	26	30.6%
حماية البيئة	14	16.5%
المجموع	85	100%

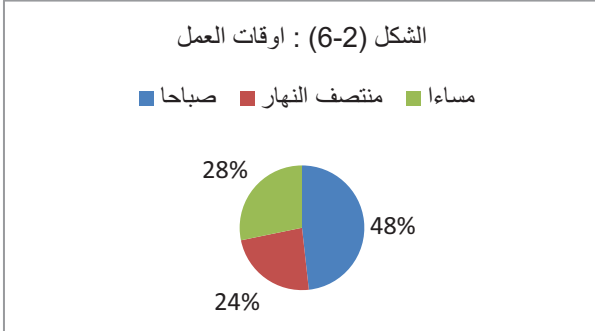
المصدر : استخلص من نتائج الجدول.

المصدر : استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا سبب اكثر من يستعمل الميترو هم من يروه اقتصادي بنسبة 30.6% ثم يليه عملي ومتاح بنسبة 28.2% وبعدهم يأتي سبب لا توجد بدائل اخرى للنقل الجماعي وحماية البيئة بنفس النسبة هي 16.5% وفي الأخير نسبة 8.2% لسبب ليس لديك سيارة .

السؤال 2-: أكثر اوقات تنقلك بواسطة المترو

الجدول (2-8): يوضح اوقات التنقل



اوقات التنقل	التكرار المطلق	التكرار النسبي
صباحا	41	48.2%
منتصف النهار	20	23.5%
مساء	24	28.2%
المجموع	85	100%

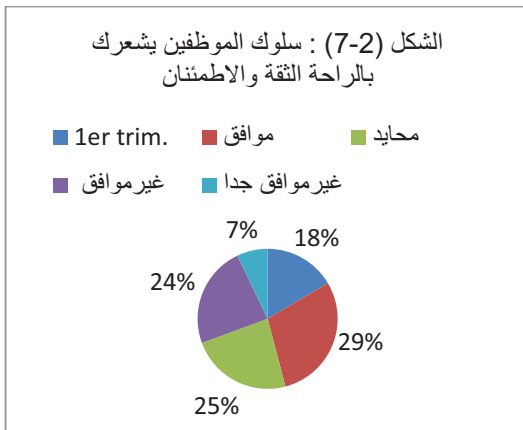
المصدر: مستخلص من نتائج الجدول.

المصدر: استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا ان اغلبية اوقات تنقل الافراد يكون صباحا بنسبة 48.2% ثم تليها التنقل مساء بنسبة 28.5% في حين نجد ان التنقل منتصف النهار بأقل نسبة قدرت ب 23.5%

السؤال 3- هل سلوك الموظفين يشعرك بالراحة و الثقة والاطمئنان

الجدول رقم (2-9):



البيان	التكرار المطلق	التكرار النسبي
موافق جدا	14	16.5%
موافق	25	29.4%
محايد	20	23.5%
غير موافق	20	23.5%
غير موافق جدا	6	7.1%
المجموع	85	100%

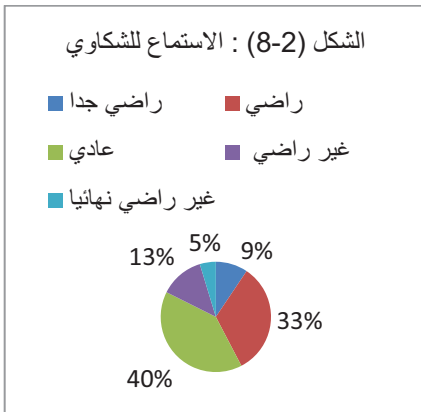
المصدر: مستخلص من نتائج الجدول.

المصدر: استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة 29.4% من العينة أجابوا بالموافقة على احساسهم بالراحة والثقة والاطمئنان في حين كانت نسبة 23.5% لكل من الاجابتين محايد وغير موافق في حين كانت نسبة 16.5% موافقين جدا وفي حين كانت البقية بنسبة 7.1% اجابوا عدم الموافقة بشدة.

السؤال 4- الاستماع للشكاوي

الجدول (2-10): يوضح درجة الرضا على الاستماع للشكاوي



البيان	التكرار المطلق	التكرار النسبي
راضي جدا	8	9.4%
راضي	28	32.9%
عادي	34	40%
غير راضي	11	12.9%
غير راضي نهائيا	4	4.7%
المجموع	85	100%

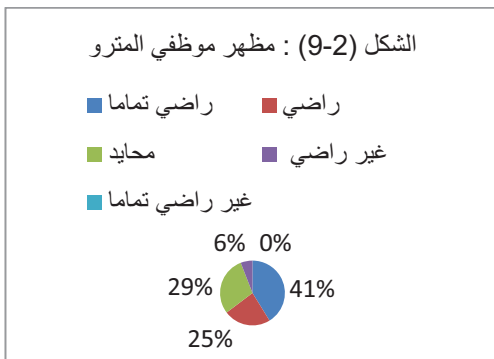
المصدر: استخلص من نتائج الجدول.

المصدر: من نتائج التحليل الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة عادي عن الاستماع لشكاويهم بنسبة 40% في حين الفئة الأخرى أجابت راضين بنسبة 32.9% اما من أجابوا غير راضين نسبتهم 12.9% وأجابوا نسبة 9.4% بالرضا التام وفي الاخيرة فئة اجابت ب غير راضين نهائيا بنسبة 4.7%

السؤال 5-: هل انت راضي عن مظهر موظفي المترو

الجدول (2-11):



البيان	التكرار المطلق	التكرار النسبي
راضي تماما	35	41.2%
راضي	20	23.5%
محايد	25	29.4%
غير راضي	5	5.9%
غير راضي تماما	0	0%
المجموع	85	100%

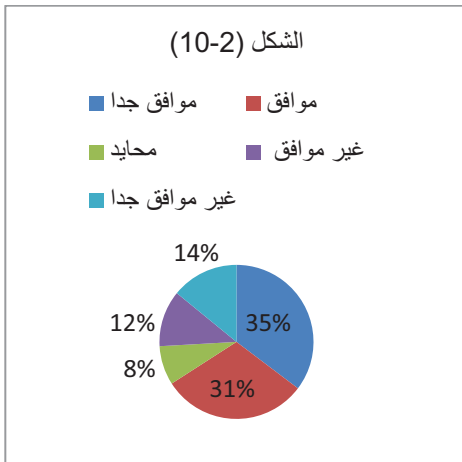
المصدر: مستخلص من نتائج الجدول.

المصدر: استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss.

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا ان أغلبية الأفراد أجابوا بالرضا التام على مظهر موظفي المترو بنسبة 41.2% في حين كانت نسبة 29.4% من العينة كانوا حياديين اما من كانوا راضين فنسبتهم بلغت 23.5% اما البقية ونسبتهم 5.9% اجابو بعدم الرضا

السؤال 06-: هل يظهرون الاهتمام الصادق لحل المشكل .

الجدول (2-12):



البيان	التكرار المطلق	التكرار النسبي
موافق جدا	30	35.3%
موافق	26	30.6%
محايد	7	8.2%
غير موافق	10	11.8%
غير موافق جدا	12	14.1%
المجموع	85	100%

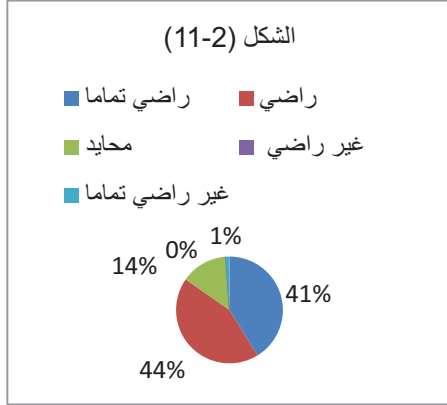
المصدر: مستخلص من نتائج الجدول.

المصدر: استخلص من نتائج التحليل الإحصائي Spss .

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية افراد العينة أجابوا بالموافقة بشدة والموافقة بنسب 35.3% و 30.6% على التوالي في حين اجابوا عدم الموافقة بشدة نسبة 14.1% اما عدم الموافقة والحياد كانت نسبهم 11.8% و 8.2% على التوالي .

السؤال 7: -موظفي المترو يتعاملون بشكل مهذب ولطيف معك؟

الجدول (2-13):



البيان	التكرار المطلق	التكرار النسبي
راضي تماما	35	41.2%
راضي	37	43.5%
محايد	12	14.1%
غير راضي	0	0%
غير راضي تماما	1	1.2%
المجموع	85	100%

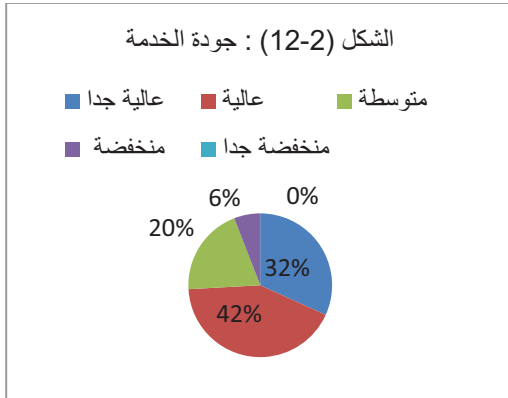
المصدر: مستخلص من نتائج الجدول.

المصدر: استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن أغلبية افراد العينة اجابو بالرضا والرضا التام على تعامل موظفي المترو بنسب 43.5% و 41% اما من كانت نسبتهم 14.7% اجابوا بالحياد في حين كان عدم الموافقة بشدة بنسبة 1.2% من العينة

السؤال 8: -ماهي درجة جودة الخدمة ؟

الجدول (2-14): يوضح درجة جودة الخدمة



البيان	التكرار المطلق	التكرار النسبي
عالية جدا	27	31.8%
عالية	36	42.4%
متوسطة	17	20%
منخفضة	5	5.9%
منخفضة جدا	0	0%
المجموع	85	100%

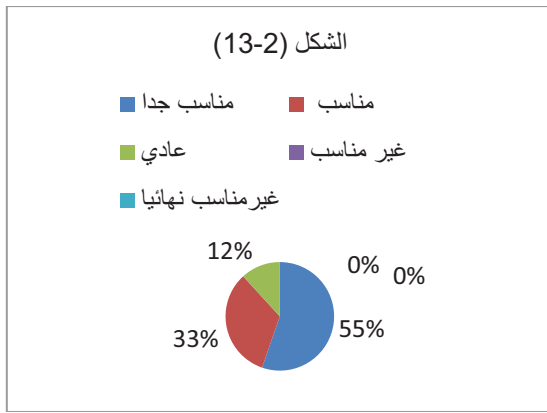
المصدر: مستخلص من نتائج الجدول.

المصدر: استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss .

من خلال الجدول يتضح لنا أن أغلبية افراد العينة يرون ان جودة الخدمة عالية وعالية جدا بنسب 42.4% و 31.8% على التوالي في حين كانت نسبة 20% اجابت بالمتوسطة اما ما نسبتهم 5.9% فاجابوا بالمنخفضة .

السؤال 9 - الوصول والانطلاق في الوقت المحدد

الجدول (2-15):



البيان	التكرار المطلق	التكرار النسبي
مناسب جدا	47	55.3%
مناسب	28	32.9%
عادي	10	11.8%
غير مناسب	0	0%
غير مناسب نهائيا	0	0%
المجموع	85	100%

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا علي نتائج التحليل الاحصائي spss . المصدر: مستخلص من نتائج الجدول.

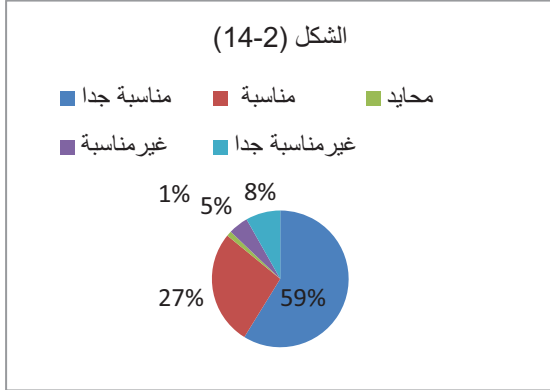
من خلال ملاحظة الجدول أعلاه يتضح لنا أن إتجاه أفراد العينة المستجوبة نحو العبارتين مناسبة

جدا ومناسبة بنسب 55.3% و 32.9% على التوالي في حين كانت نسبة 11.8% يرونه عادي

السؤال 10- ماهي رؤيتك لتسعيرة النقل ؟

الجدول (2-16):

البيان	التكرار المطلق	التكرار النسبي
مناسبة جدا	50	58.8%
مناسبة	23	27.1%
محايد	1	1.2%
غير مناسبة	4	4.7%
غير مناسبة جدا	7	8.2%
المجموع	85	100%



المصدر: مستخلص من نتائج الجدول.

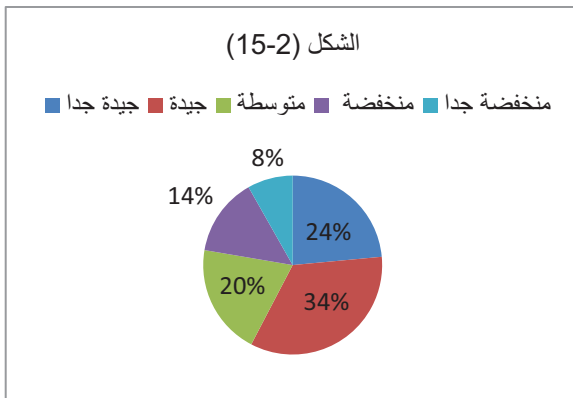
المصدر: استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss .

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا اغلبية أفراد العينة يرون ان التسعيرة مناسبة جدا بنسبة 58.8% اما من يرونها مناسبة فنسبتهم 27.1% في حين فئة تراها غير مناسبة جدا بنسبة 8.2% اما البقية فيرونها غير مناسبة ومن اتصف بصفة الحياد ونسبهم 4.7% و 1.2% .

السؤال 11- ماتقييمك للحالة العامة للمترو؟

الجدول (2-17):

البيان	التكرار المطلق	التكرار النسبي
جيدة جدا	20	23.5%
جيدة	29	34.1%
متوسطة	17	20%
منخفضة	12	14.1%
منخفضة جدا	7	8.2%
المجموع	85	100%



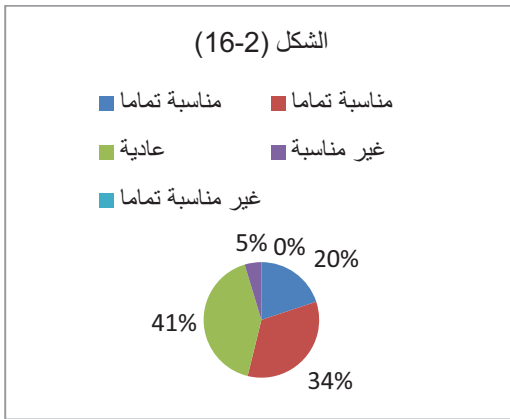
المصدر: استخلص من نتائج الجدول.

المصدر: مستخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss .

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن أغلبية أفراد العينة أجابوا أن حالة العامة للمترو جيدة وجيدة جدا بنسب 34.1% و 23.5% على التوالي في حين كانت إجابة متوسطة ومنخفضة بنسب 20% و 14.1% أما من أجابوا بمنخفضة جدا كانت نسبتهم 8.2%

السؤال 12 - كيف ترى المواقف الخاصة بالمترو ؟

الجدول (2-18)



البيان	التكرار المطلق	التكرار النسبي
مناسبة تماما	17	20%
مناسبة	29	34.1%
عادية	35	41.2%
غير مناسبة	4	4.7%
غير مناسبة تماما	0	0%
المجموع	85	100%

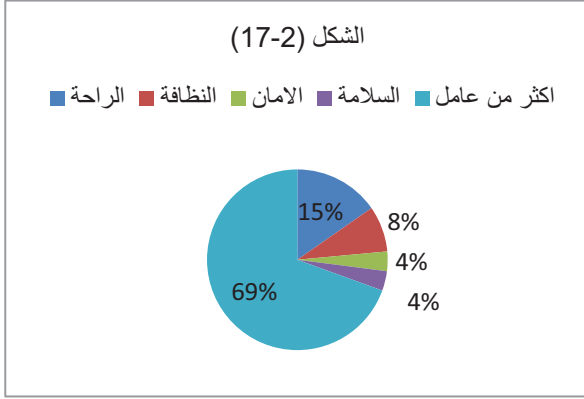
المصدر: مستخلص من نتائج الجدول

المصدر: استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss .

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن أغلبية أفراد أجابوا بأن مواقف المترو عادية ومناسبة بنسب 41.2% و 34.1% على التوالي في حين تراها فئة من العينة مناسبة تماما بنسبة 20% أما من يروها غير مناسبة فنسبتهم 4.7% .

السؤال 13- على ماذا يتوفر المترو؟

الجدول (2-19)



البيان	التكرار المطلق	التكرار النسبي
الراحة	13	15.3%
النظافة	7	8.2%
الأمان	3	3.5%
السلامة	3	3.5%
أكثر من عامل	59	69.4%
المجموع	85	100%

المصدر: مستخلص من نتائج الجدول

المصدر: استخلص من نتائج التحليل الإحصائي spss .

من خلال الجدول أعلاه يظهر لنا ان أغلبية العينة رأت ان المترو يتوفر أكثر من عامل بنسبة 69.4% فيحين ان نسبة 15.3% اختاروا الراحة.

المطلب الثاني: تفسير نتائج الاستبيان واختبار الفرضيات.

1. تبين لنا من خلال تحليل الجدول المتعلق بالسؤال الأول أن أغلبية الزبائن الذين يستعملون المترو لعدم وجود بدائل أخرى للنقل الجماعي وهذا راجع لرضاء الزبون على خدمات النقل المقدمة من طرف المؤسسة, و هذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.
 2. من خلال ملاحظة الجدول السابق والمتعلق بالسؤال الثاني يتضح لنا أن أغلبية الركاب ينتقلون في الفترة الصباحية و هي الفترة الأكثر حركة و حيوية في النشاط.
 3. من خلال تحليل الجدول المتعلق بالسؤال الثالث يتضح لنا أن أغلبية الزبائن قد أجابوا بالإجابة محايد لسلوك الموظفين و تصرفاتهم .
 4. من خلال الجدول المتعلق بالسؤال الرابع يتبين لنا أن أغلبية الركاب قد أجابوا بالإقتراح عادي و هذا راجع لعدم إهتمام الموظفين بالزبائن و سماع إليهم.
 5. من خلال الجدولين السابقين والمتعلقين بالسؤالين الخامس و السادس أن جل الركاب راضين تماما بمظهر موظفين و كذلك لحل مشاكلهم التي تواجههم أثناء الركوب هذا يدل على رضاء الزبون على خدمات المقدمة وهذا ما يحقق لنا صحة الفرضيتين الأولى والثانية معا .
 7. من خلال الجدول أعلاه المتعلق بالسؤال السابع يتضح لنا أن الزبائن راضين على المعاملة الحسنة المقدمة من طرف العمال المؤسسة و هذا راجع لسياسة التي تستخدمها المؤسسة لجذب الزبائن لها.
 8. من خلال ملاحظة الجدول المتعلق بالسؤال الثامن يوضح لنا أن الركاب قد أجابوا بجودة عالية على الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة و هذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.
 9. من خلال ملاحظة الجدول السابق والمتعلق بالسؤال التاسع يتبين لنا أن أغلبية الركاب قد أجابوا بمناسبة جدا للوقت الإنطلاق و الوصول و هذا يدل على رضاء الركاب للخدمات المقدمة .
 10. من خلال فهم وملاحظة الجدول المتعلق بالسؤال العاشر نستنتج أن سبب إجابة الركاب بمناسبة جدا لتسييرة التنقل هو رضاء عليها و على الخدمة المقدمة و هذا يثبت صحة الفرضية الأولى و الثانية.
- من ملاحظة الجداول الحادية عشرة و الثانية عشرة و الثالثة عشرة نستنتج أن سبب رضاء الركاب على خدمات المترو من خلال للحالة العامة للمترو أنها جيدة و ملائمة و كذلك المواقف و المحطات وقوفه عادية و مناسبة و كذلك يتوفر على الراحة و النظافة و الأمان... الخ، و هذا يدل على أن الخدمات المؤسسة ذات جودة و هذا يؤدي إلى الزيادة من رضاء الزبون و ولاءه, و هذا يثبت صحة الفرضية الأولى و الثانية .

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل أن نسقط جانباً من الجزء النظري علي الدراسة الميدانية ؛مستعينين بذلك علي ما تحصلنا عليه من معلومات من خلال تحليل ومناقشة الاستبيان الموجه الزبائن حيث أتضح لنا أن المؤسسة تحاول ان تجذب زبائنها وكسب رضاهم وهذا من خلال الاهتمام بهم وبمشاكلهم عند التنقل ويظهر ذلك في مدى اقبال الزبائن على المترو واهتمام المؤسسة بجودة الخدمة المقدمة من كل النواحي .

يعتبر النقل نشاطا ذو خصوصية كبيرة، ذلك لأنه يتطور ضمن بيئة تنافسية مثل أي نشاط اقتصادي آخر، إلا أنه مختلف في كونه يتطلب تدخلا وقرارات وإجراءات من السلطات العمومية، ذلك لأنه يتعلق بالحياة اليومية لجميع المواطنين على حد سواء، إذن هو عبارة عن خدمة جوهرية في حياة الأفراد، لكن في الجزائر ظل هذا القطاع بعيدا عن الاحترافية المنشودة، فأصبح لا يستجيب لتطلعات وحاجيات السكان في المدن الكبرى والمتوسطة في الجزائر، لأن نوعية النقل والخدمات المقدمة غير ايجابية، ولا تعكس القدرات المتاحة فضلا عن الفوضى التي اعترت القطاع منذ تحريره، مما جعل قطاع النقل من أضعف الحلقات في الجزائر.

ومن أجل إعادة فرض النظام وتحسين وضعية قطاع النقل والنهوض بالنقل الجماعي في الوسط الحضري، كان لابد للدولة بأن تعود، وبذلك تم الشروع في إعداد مخطط نقل متوازن مع برمجة عدد من مشاريع تجديد الحظيرة لاسيما للمدن الجزائرية الكبرى والمتوسطة، حيث تمت إعادة هيكلة المؤسسة العمومية للنقل الحضري في المجمعات الحضرية الكبرى والمتوسطة، ومن المنتظر تعميمها على كامل ولايات الوطن 48 ولاية وذلك من أجل ضمان توفير خدمة عمومية ذات جودة، وبعث المنافسة بين القطاعين الخاص والعام، كما تم إطلاق مجموعة من مشاريع تطوير وسائط نقل ذات طاقة تحميلية عالية في المجمعات الحضرية لعدد من المدن الكبرى للبلاد، حيث أنه تم تشغيل القطر الحضري وقطر الأنفاق بالجزائر العاصمة.

ولهذا الصدد عملنا على تبني بعض الفرضيات التي قمنا بإثبات صحتها من خلال دراستنا التحليلية والتفسيرية للاستبيان إذ نصت على ما يلي:

- 1.حقيقتا أن رضاء الزبون من خلال الإستراتيجية المتبعة يحقق زيادة الولاء للخدمات النقل و هذا ما أكدته أسئلة الإستبيان.
- 2.إن جودة خدمات النقل تزيد من ولاء الزبائن و عناصر وذلك ما أكدته أسئلة الإستبيان.

الختامة

ومن خلال تعرضنا لهذا البحث تم إستخلاص جملة من النتائج النظرية والمتمثلة في:

3. يلعب رضاء الزبون دورا أساسيا في إستمرار أي مؤسسة لخدماتها.

4. كما أن رضاء الزبون يساعد المؤسسة في الحفاظ علي حصتها السوقية وتطبيق

إستراتيجياتها.

5. إن جودة خدمات النقل تزيد من ولاء الزبون و هذا يحقق أهداف المؤسسة

6. يعمل ولاء الزبون علي بناء علاقة جيدة مع المؤسسة

الاقتراحات والتوصيات:

- اهتمام المؤسسة بالزبون وتحقيق احتياجاته ورغباته.
- الدراسة الجيدة لأنماط وسلوكيات الزبائن قصد معرفتهم وتحقيق رضاهم.
- الاهتمام بقطاع النقل عموما والمترو خصوصا.

آفاق البحث:

نظرا لحدائثة الموضوع وتشعبه نقترح على الباحثين اجراء مثل هذه الدراسة والبحث

في المواضيع التالية:

- واقع وافاق خدمات النقل في مدينة ورقلة.
- تسويق خدمات نقل مترو الجزائر.
- أثر تسويق خدمات النقل في تنمية وتحقيق ولاء الزبائن.

الملحق رقم : 01

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

كلية العلوم الإقتصادية و التجارة و علوم التسيير

تخصص تسويق خدمات

المستوى : ثانية ماستر

في إطار التحضير لمذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق خدمي السنة الجامعية 2014/2013 يشرفني أن أتقدم إليكم بهذا الإستبيان المتعلق بالدراسة : " رضا الزبون على خدمات النقل " دراسة حالة مترو الجزائر .

لذا يسرني أن أطلب من سيادتكم المحترمة أن تفضلوا بالمساهمة في هذه الدراسة من خلال أجوبتكم الصادقة و الصريحة عن هذا الإستبيان الذي لن يأخذ إلا القليل من وقتكم .

كما أؤكد لكم أن الإجابات التي ستدلون بها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط ، وشاكرين لكم حسن تعاونكم .

ملاحظات :

1- يرجى الإشارة x على الاختيار المناسب.

2- يرجى الإجابة على كافة الأسئلة وإن بدت متشابهة ولا تهتم بحجم الاستبيان فالإجابة عنه لا تأخذ إلا القليل من وقتك الرجاء منكم الإجابة بكل صدق وصراحة .

الجزء الأول : الجانب المتعلق بالمعلومات الشخصية .

1- الجنس : ذكر أنثى

2- السن :

أقل من 20 سنة من 21 إلى 40 سنة من 41 سنة فما فوق

3- المستوى الدراسي :

ابتدائي اعدادي ثانوي جامعي

4- المهنة :

موظف طالب أعمال حرة متقاعد عامل يومي بطال

الجزء الثاني : يتكون من .

المحور الاول : الاسئلة الخاصة برضا الزبون

1. ماهو سبب استعمال المترو :

ليس لديك سيارة لا توجد بدائل أخرى للنقل الجماعي عملية ومتاحة
اقتصادية حماية البيئة

2. أكثر أوقات تنفلك بواسطة المترو :

صباحا منتصف النهار مساء

3. سلوك الموظفين وتصرفاتهم يشعرك بالراحة والثقة والاطمئنان :

موافق جدا موافق محايد غير موافق غير موافق جدا

4. الاستماع الى الشكاوي :

راضي جدا راضي عادي غير راضي غير راضي نهائيا

5. مظهر موظفي المترو لائق :

راضي تماما راضي محايد غير راضي غير راضي تماما

6. حينما تواجهك مشكل فان عمال المترو يظهرن الاهتمام الصادق لحل المشكل :

موافق جدا موافق محايد غير موافق غير موافق جدا

7. موظفي المترو يتعاملون بشكل لطيف ومهذب معك :

راضي تماما راضي محايد غير راضي غير راضي تماما

المحور الثاني : الاسئلة الخاصة بخدمات النقل

1. هل جودة الخدمة :

عالية جدا عالية متوسطة منخفضة منخفضة جدا

الملاحق

2. الوصول والانطلاق في الوقت المحدد :

مناسب جدا مناسب عادي غير مناسب غير مناسب نهائيا

3. ماهي رؤيتك لتسعيرة التنقل :

مناسبة جدا مناسبة محايد غير مناسبة غير مناسبة جدا

4. ما تقييمك للحالة العامة للمترو:

جيدة جدا جيدة متوسطة منخفضة منخفضة جدا

5. كيف ترى المواقف الخاصة بالمترو :

مناسبة تماما مناسبة عادية غير مناسبة غير مناسبة تماما

6. هل يتوفر المترو على :

الراحة النظافة الأمان السلامة أكثر من عامل

الملحق رقم: 02

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
SEXS	85	1,00	2,00	1,2941	,45835
AGES	85	1,00	3,00	2,0118	,77910
MOUSTA	85	1,00	4,00	3,1176	,95633
TRVRE	85	1,00	6,00	2,3765	1,60339
Q1	85	1,00	5,00	3,3059	1,17538
Q2	85	1,00	3,00	1,8000	,85635
Q3	85	1,00	5,00	2,7529	1,19429
Q4	85	1,00	5,00	2,7059	,97374
Q5	85	1,00	4,00	2,0000	,97590
Q6	85	1,00	5,00	2,3882	1,43173
Q7	85	1,00	5,00	1,7647	,78144
Q8	85	1,00	4,00	2,0000	,87287
Q9	85	1,00	3,00	1,5647	,69774
Q10	85	1,00	5,00	1,7647	1,22131
Q11	85	1,00	5,00	2,4941	1,23079
Q12	85	1,00	4,00	2,3059	,84549
Q13	85	1,00	5,00	4,0353	1,56940
N valide (listwise)	85				

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
1	60	70,6	70,6	70,6
Valide 2	25	29,4	29,4	100,0
Total	85	100,0	100,0	

السن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
3	25	29,4	29,4	29,4
Valide 4	34	40,0	40,0	69,4
5	26	30,6	30,6	100,0
Total	85	100,0	100,0	

الملاحق

المستوى الدراسي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
6	7	8,2	8,2	8,2
7	13	15,3	15,3	23,5
Valide 8	28	32,9	32,9	56,5
9	37	43,5	43,5	100,0
Total	85	100,0	100,0	

المهنة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
10	39	45,9	45,9	45,9
11	13	15,3	15,3	61,2
12	12	14,1	14,1	75,3
Valide 13	8	9,4	9,4	84,7
14	9	10,6	10,6	95,3
15	4	4,7	4,7	100,0
Total	85	100,0	100,0	

سبب استعمال المترو

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
16	7	8,2	8,2	8,2
17	14	16,5	16,5	24,7
18	24	28,2	28,2	52,9
Valide 19	26	30,6	30,6	83,5
20	14	16,5	16,5	100,0
Total	85	100,0	100,0	

الملاحق

اوقات التنقل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
21	41	48,2	48,2	48,2
22	20	23,5	23,5	71,8
23	24	28,2	28,2	100,0
Total	85	100,0	100,0	

سلوك الموظفين وتصرفاتهم بشعرك بالراحة والثقة والإطمئنان

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
24	14	16,5	16,5	16,5
25	25	29,4	29,4	45,9
26	20	23,5	23,5	69,4
27	20	23,5	23,5	92,9
28	6	7,1	7,1	100,0
Total	85	100,0	100,0	

الاستماع الى الشكاوي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
29	8	9,4	9,4	9,4
30	28	32,9	32,9	42,4
31	34	40,0	40,0	82,4
32	11	12,9	12,9	95,3
33	4	4,7	4,7	100,0
Total	85	100,0	100,0	

الملاحق

مظهر موظفي المترو لائق

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
34	35	41,2	41,2	41,2
35	20	23,5	23,5	64,7
Valide 36	25	29,4	29,4	94,1
37	5	5,9	5,9	100,0
Total	85	100,0	100,0	

حينما تواجهك مشكلة فان عمال المترو يظهرن الاهتمام الصادق لحل المشكل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
39	30	35,3	35,3	35,3
40	26	30,6	30,6	65,9
Valide 41	7	8,2	8,2	74,1
42	10	11,8	11,8	85,9
43	12	14,1	14,1	100,0
Total	85	100,0	100,0	

موظفي المترو يتعاملون بشكل لطيف ومهذب معك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
44	35	41,2	41,2	41,2
45	37	43,5	43,5	84,7
Valide 46	12	14,1	14,1	98,8
48	1	1,2	1,2	100,0
Total	85	100,0	100,0	

الملاحق

جودة الخدمة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
49	27	31,8	31,8	31,8
50	36	42,4	42,4	74,1
Valide 51	17	20,0	20,0	94,1
52	5	5,9	5,9	100,0
Total	85	100,0	100,0	

الوصول والانتقال في الوقت المحدد

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
54	47	55,3	55,3	55,3
Valide 55	28	32,9	32,9	88,2
56	10	11,8	11,8	100,0
Total	85	100,0	100,0	

تسعيرة التنقل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
59	50	58,8	58,8	58,8
60	23	27,1	27,1	85,9
Valide 61	1	1,2	1,2	87,1
62	4	4,7	4,7	91,8
63	7	8,2	8,2	100,0
Total	85	100,0	100,0	

الملاحق

الحالة العامة للمetro

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
64	20	23,5	23,5	23,5
65	29	34,1	34,1	57,6
66	17	20,0	20,0	77,6
67	12	14,1	14,1	91,8
68	7	8,2	8,2	100,0
Total	85	100,0	100,0	

المواقف الخاصة بالمetro

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
69	17	20,0	20,0	20,0
70	29	34,1	34,1	54,1
71	35	41,2	41,2	95,3
72	4	4,7	4,7	100,0
Total	85	100,0	100,0	

على ماذا يتوفر metro

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
74	13	15,3	15,3	15,3
75	7	8,2	8,2	23,5
76	3	3,5	3,5	27,1
77	3	3,5	3,5	30,6
78	59	69,4	69,4	100,0
Total	85	100,0	100,0	

اولا : الكتب باللغة العربية

- 1- الهاشمي بوطالبي ، السلامة والأمان في النقل الجماعي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية "مركز الدراسات والبحوث"، ص 5.
- 2- عائشة مصطفى المنياوي ، سلوك المستهلك (المفاهيم والاستراتيجيات) ، الطبعة الأولى ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، مصر ، 1998 ، ص122.
- 3- عبد الله ابو عياش ، أزمة المدينة العربية ، وكالة المطبوعات ، الكويت ، 1980 ، ص176.
- 4- محمد علي بركات علي ، رضا العملاء عن الجودة ، جامعة عين شمس ، مصر ، 2001 ، ص504 .

ثانيا : كتب باللغة الفرنسية

- 1- Belin .A ,La mesure de la satisfaction client dans les marckes industrielmastère marketing et communication commerciale, école superieur decommerce de toulouse, Juillet, 2002 ,p7.
- 2- Daniel Ray, Musurer et developper la satisfaction des clients, 2eme tirage, édition d'organisation, paris, 2001 ,p22
- 3- Monique Zollinger et Eric Lamarque , Marketing et strategie de la banque, 3^{eme} edition , dunod , baris , 1999 , p74.

ثالثا : المذكرات الجامعية

- 1- شريف أحمد شريف، محددات رضا العميل، مجلة البحوث التجارية، العدد الثاني، جامعة الزقازيق، مصر، 1998 ، ص3
- 2- كشيدة حبيبة ، استراتيجيات رضا العميل ، مذكرة ماجستير غ منشورة ، تخصص تسويق ، جامعة البلدية ، 2005 ، ص43

رابع : القوانين

- قانون رقم 17/88 المؤرخ في 10 ماي 1988 المتضمن تنظيم النقل البري وتوجيهه ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، السنة 2005 ، العدد 19 ، ص 785.