

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

العنوان

أثر جودة خدمة النقل الجماعي على ولاء الزبائن  
دراسة حالة ولاية جيجل

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص: تسويق خدمات

تحت إشراف:

\* د/ بولحية الطيب

إعداد الطلبة:

\* بودشيش بدر

\* حميود هشام

لجنة المناقشة:

|              |                                    |                        |
|--------------|------------------------------------|------------------------|
| رئيسا        | جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل - | الأستاذة: بوشويط فيروز |
| مشرفا ومقررا | جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل - | الأستاذ: بولحية الطيب  |
| مناقشا       | جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل - | الأستاذة: هرموش إيمان  |



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Handwritten Arabic calligraphy in a stylized, bold script. The text is arranged in a circular or semi-circular pattern. The words are: بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ. The calligraphy features thick black lines and includes several small numbers (1, 2, 3) and arrows indicating stroke direction and order. The word 'بِسْمِ' is on the left, 'اللَّهُ' is in the center, and 'الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ' is on the right. The word 'اللَّهُ' is written with a large 'L' and 'H' that overlap. The word 'الرَّحْمَنِ' is written with a large 'R' and 'H' that overlap. The word 'الرَّحِيمِ' is written with a large 'R' and 'H' that overlap. The calligraphy is highly decorative and artistic.

# شكر وتقدير

قال الرسول صلى الله عليه وسلم "من لا يشكر الناس لا يشكر الله"

الحمد لله الكثير والشكر الجزيل لرب الناس أجمعين الذي وفقنا وأعاننا على إتمام هذا العمل المتواضع

نتقدم بشكر خاص إلى أوليائنا المحترمين حفظهم الله

ونرجو أن نكون مصدر فخر واعتزاز لهم

نتقدم بالعرفان والشكر الجزيل لمن كان له الفضل الكبير في إنجاز هذا العمل الأستاذ المشرف

"د. بولحية الطيب" الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة.

كما نوجه الشكر لكل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية، التسيير والعلوم التجارية

ولا يفوتنا أن نشكر كل الموظفين والموظفات الذين ساعدونا على إتمام الجانب التطبيقي ونخص بالذكر

كل من السادة:

كما لا ننسى زملائنا خاصة طلبة السنة الثانية ماستر

وكل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إتمام هذا العمل



# إهداء

إلى الوالدين الكريمين

بارك الله في عمريهما وأمدهما بالصحة والعافية.

إلى إخوتي وأخواتي متمني لهم التوفيق

إلى الزملاء دفعة 2022م

إلى كل من يؤمن بأن العلم سبيل الرقي والازدهار

إلى كل الأساتذة المحترمين بالجامعة الذين ساهموا في

مساعدتي

إلى كل عزيز وغالٍ في ذاكرتي ولم أذكره في مذكرتي

بدر

# إهداء

الحمد لله الذي وفقنا لهذا وما كنا لنصل إليه لولا فضل الله  
علينا أما بعد:

أهدي هذا العمل إلي والدي الكريمين حفظهم الله وإلى  
أصدقائي الأعزاء الذين رافقوني طوال مسيرتي الدراسية  
وإلى كل عائلة "حميود" وإلى زملاء الدراسة قسم العلوم  
التجارية تخصص تسويق خدمات دفعة 2022.  
وإلى كل الذين وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي.

هشام



# قائمة المحتويات

## قائمة المحتويات

| رقم الصفحة  | قائمة الموضوعات                                       |
|---|---|
|   | شكر وتقدير  |
|   | إهداء   |
|   | قائمة المحتويات                                       |
|   | قائمة الأشكال   |
|   | قائمة الجداول   |
|   | قائمة الملاحق   |
|   | ملخص  |
| أ - ج   | مقدمة عامة  |
| الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة. |   |
| 07  | تمهيد.  |
| 08  | المبحث الأول: الأدبيات النظرية للدراسة.               |
| 08  | المطلب الأول: مدخل لخدمة النقل الجماعي.               |
| 08  | الفرع الأول: مفهوم خدمة النقل الجماعي.                |
| 10  | الفرع الثاني: أنواع خدمة النقل الجماعي.               |
| 11  | الفرع الثالث: العوامل المؤثرة على خدمة النقل الجماعي. |
| 13  | المطلب الثاني: جودة خدمة النقل الجماعي.               |
| 13  | الفرع الأول: مفهوم جودة خدمة النقل الجماعي.           |
| 15  | الفرع الثاني: طرق قياس جودة خدمة النقل الجماعي.       |
| 18  | الفرع الثالث: أبعاد جودة خدمة النقل الجماعي.          |
| 21  | المطلب الثالث: ماهية ولاء الزبائن.                    |
| 21  | الفرع الأول: مفهوم ولاء الزبون.                       |
| 22  | الفرع الثاني: أنواع ولاء الزبون.                      |



## قائمة المحتويات

|   |   |
|---|---|
| 24                                      | الفرع الثالث: أبعاد ولاء الزبون.                        |
| 25                                      | المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة.              |
| 25                                      | المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية.          |
| 29                                      | المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية.        |
| 30                                      | المطلب الثالث: محل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة. |
| 31                                      | خلاصة.  |
| <b>الفصل الثاني: الأدبيات التطبيقية</b> |   |
| 33                                      | تمهيد   |
| 34                                      | المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة.               |
| 34                                      | المطلب الأول: تخطيط الدراسة الميدانية.                  |
| 34                                      | الفرع الأول: منهج الدراسة.                              |
| 34                                      | الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.                      |
| 34                                      | الفرع الثالث: أداة الدراسة.                             |
| 35                                      | الفرع الرابع: أساليب المعالجة الإحصائية.                |
| 37                                      | المطلب الثاني: اختبار أداة الدراسة.                     |
| 37                                      | الفرع الأول: صدق الاستبانة.                             |
| 43                                      | الفرع الثاني: ثبات الاستبانة.                           |
| 44                                      | المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة                 |
| 44                                      | المطلب الأول: تحليل خصائص عينة الدراسة                  |
| 44                                      | الفرع الأول: متغير الجنس.                               |
| 45                                      | الفرع الثاني: متغير السن                                |
| 46                                      | الفرع الثالث: متغير المستوى التعليمي.                   |
| 47                                      | الفرع الرابع: متغير الدخل                               |
| 48                                      | المطلب الثاني: تحليل عبارات محاور الاستبيان.            |

## قائمة المحتويات

|    |   |
|----|---|
| 48 | الفرع الأول: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول عبارات محور أبعاد الجودة. |
| 53 | الفرع الثاني: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول عبارات محور ولاء الزبون. |
| 54 | المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.                                     |
| 55 | الفرع الأول: اختبار التوزيع الطبيعي.                                      |
| 56 | الفرع الثاني: اختبار الفرضيات الرئيسية.                                   |
| 58 | الفرع الثالث: اختبار الفرضيات الفرعية.                                    |
| 61 | خلاصة الفصل   |
| 63 | خاتمة   |
| 67 | المراجع   |
| /  | الملاحق   |

## قائمة الأشكال

## قائمة الأشكال

| الصفحة | عنوان الشكل                                      | الرقم |
|--------|--|-------|
| 15     | سلسلة العلاقة بين المنظمة والعملاء والموظفين     | 01    |
| 18     | نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة (نموذج تحليل الفجوات) | 02    |
| 23     | أنواع الولاء                                     | 03    |
| 44     | توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس               | 04    |
| 45     | توزيع أفراد العينة حسب متغير السن                | 05    |
| 46     | توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي    | 06    |
| 47     | توزيع أفراد العينة حسب متغير الدخل               | 07    |

# قائمة الجداول

## قائمة الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول  | الرقم |
|--------|---|-------|
| 34     | عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة في عينة الدراسة      | 01    |
| 36     | فئات مقياس ليكرث الخماسي                                | 02    |
| 38     | الصدق الداخلي لبعء "الاعتمادية"                         | 03    |
| 38     | الصدق الداخلي لبعء الاستجابة                            | 04    |
| 39     | الصدق الداخلي لبعء الملموسية                            | 05    |
| 40     | الصدق الداخلي لبعء الأمان                               | 06    |
| 40     | الصدق الداخلي لبعء التعاطف                              | 07    |
| 41     | الصدق الداخلي لعبارات ولاء الزبون                       | 08    |
| 42     | الصدق البنائي لأبعاد محور جودة خدمة النقل الجماعي       | 09    |
| 42     | الصدق البنائي لمحوري الاستبيان                          | 10    |
| 43     | اختبار الثبات بحساب ألفا كرو نباخ                       | 11    |
| 44     | توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس                | 12    |
| 45     | توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن                 | 13    |
| 46     | توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي     | 14    |
| 47     | توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل                | 15    |
| 48     | الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد الاعتمادية | 16    |
| 49     | الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد الاستجابة  | 17    |
| 50     | الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد الملموسية  | 18    |
| 51     | الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد الأمان     | 19    |
| 52     | الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد التعاطف    | 20    |
| 53     | الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات ولاء الزبون    | 21    |
| 55     | النتائج المتعلقة باختبار التوزيع الطبيعي.               | 22    |
| 56     | اختبار (T) للفرضية الرئيسية الأولى.                     | 23    |

## قائمة الجداول

|    |   |    |
|----|---|----|
| 56 | اختبار (T) للفرضية الرئيسية الثانية.  | 24 |
| 57 | نتائج تحليل الانحدار المتعدد للفرضية الثالثة دون استبعاد أي بعد من أبعاد الجودة                     | 25 |
| 58 | نتائج تحليل الانحدار المتعدد للفرضية الثالثة بعد استبعاد أبعاد الجودة غير المؤثرة على ولاء الزبائن. | 26 |
| 59 | نتائج الإندار الخطي المتعدد لكل أبعاد الجودة  | 27 |
| 60 | نتائج الإندار الخطي المتعدد لأبعاد الجودة ذات الأثر على ولاء الزبائن                                | 28 |

## قائمة الملاحق



## قائمة الملاحق

| الرقم | عنوان الملحق                                |
|-------|---|
| 01    | الاستبيان                                   |
| 02    | صدق أداة الدراسة                            |
| 03    | ثبات أداة الدراسة                           |
| 04    | الإحصاء الوصفي                              |
| 05    | اختبار التوزيع الطبيعي كولموغوروف، سميرونوف |
| 06    | نتائج اختبار (T)                            |
| 07    | نتائج الانحدار الخطي المتعدد                |

### الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل وقياس جودة خدمات النقل الجماعي وأثرها على ولاء الزبائن في ولاية جيجل، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وأيضا على الاستبيان كأداة لجمع البيانات. يتمثل مجتمع الدراسة في مختلف الزبائن المتعاملين مع مؤسسات النقل بولاية جيجل، تم اختيار عينة مكونة من 110 زبون بطريقة عشوائية، وتم معالجة البيانات بواسطة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SSPS).

أشارت نتائج الدراسة إلى مستوى جودة خدمات النقل الجماعي محققة بدرجة متوسطة، وهذا ما يؤثر على ولاء الزبائن.

وبناء على النتائج المتحصل عليها من خلال دراستنا نوصي بإيلاء اهتمام أكثر بقطاع خدمات النقل الجماعي من خلال تطوير وتحسين نوعية وجودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات العميلة في القطاع.

### الكلمات المفتاحية:

خدمات النقل الجماعي، ولاء الزبون، جودة خدمات.

### Abstract:

This study aims to analyze and measure the quality of mass transport services and its impact on customer loyalty in Jijel state. where it was relied on the analytical descriptive method as well as on the questionnaire as a tool for data collection. As for study population it is represented in the customers who deal with various transportation institutions in the state of Jijel and then randomly selected a sample of 110 customers and the data was processed and analyzed by the SPSS program.

The results of the study also concluded that the level of quality of mass transportation services was through the development and improvement of quality and quality achieved to a medium degree, and this affects the loyalty of customers and based on the results obtained through our study, we recommend paying more attention to mass transportation services by institutions operating in the transportation sector.

### Key words:

Mass transport services, customer's loyalty, quality of transport services.

# مقدمة

### مقدمة:

يعتبر قطاع الخدمات من بين النشاطات التي تساهم في تحقيق تنمية شاملة ودفع الحركة الاقتصادية، وتواجه مختلف المنظمات الخدمية تحديات عديدة على رأسها زيادة حدة المنافسة مما دفع مختلف المنظمات الخدمية إلى الاهتمام بجودة خدماتها والتّميّز في تقديم الخدمة لعملائها مما يمكنها من كسب رضا وولاء زبائنها.

وبشكل النقل جزءا مهما من الحياة المعاصرة وهذا نظرا للأهمية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية، وهذه الأهمية تتجلى في كونه أهمّ للمعايير التي يقاس من خلالها المستوى الحضاري للدول، وتعد الجزائر من بين الدول السائرة في طريق النّمو حيث تمتلك شبكة نقل تحتوي على ثلاثة أنواع منها البري والجوي والبحري.

كما يعدّ النّقل أحد أهمّ العناصر البنوية للتجمّعات الحضرية حيث يساهم في تطوير المجتمعات ودفع عجلة التّنمية ويقوم النّقل الجماعي بدور أساسي في الحركة والتّنقلات اليومية لسكان المدن والضواحي، وهو بذلك يشكّل العمود الفقري للحياة. ولقد أصبح موضوع جودة خدمة النّقل محل اهتمام مؤسسات النّقل بالجزائر سعيا منها بتقديم خدماتها بجودة عالية لترتقي لأفضل مستوى وتحقيق رضا وولاء الزبائن، حيث يعدّ هذا الأخير الطّرف الذي يعتمد عليه في تقييم جودة خدمة النّقل، كونه يحدّد المعايير التي يعتمد عليها في عملية التّقييم وذلك وفقا لحاجاته ورغباته، ونتيجة لهذا يسعى متعاملو النّقل الجماعي في الجزائر عامة وبجيجل خاصّة لتحسين جودة خدماتهم حتى تتلاءم مع توقعات العملاء وتلبي حاجاتهم.

بناء على ما سبق يمكن طرح التّساؤل الرئيسيّ التّالي:

ما مدى تأثير جودة خدمات النّقل الجماعي على ولاء الزبائن في ولاية جيجل؟

### الأسئلة الفرعية:

من خلال التّساؤل الرئيسيّ قمنا بطرح الأسئلة الفرعية التّالية:

- ما المقصود بخدمات النّقل الجماعي، وما هي أبعاد جودة خدمة النّقل الجماعي؟

- ما هو التأثير الناتج لجودة خدمة النّقل الجماعي على ولاء الزبائن؟



### فرضيات الدراسة:

✓ الفرضيات الرئيسية:

- توجد جودة بخدمات النقل الجماعي بولاية جيجل.
  - يوجد ولاء لدى الزبائن لخدمات النقل الجماعي بولاية جيجل.
  - يوجد أثر كبير لأبعاد جودة خدمة النقل الجماعي على ولاء الزبائن بولاية جيجل.
- وتنقسم الفرضية الرئيسية الثالثة إلى الفرضيات الفرعية التالية:

✓ الفرضيات الفرعية:

- يوجد أثر كبير لبعء الاعتمادية على ولاء الزبون.
- يوجد أثر كبير لبعء الاستجابة على ولاء الزبائن.
- يوجد أثر كبير لبعء الملموسية على ولاء الزبون.
- يوجد أثر كبير لبعء الأمان على ولاء الزبون.
- يوجد أثر كبير لبعء التعاطف على ولاء الزبون.

### أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- دراسة واقع قطاع النقل الجماعي بولاية جيجل.
- تحديد أهم أبعاد جودة النقل الجماعي المؤثرة على ولاء الزبائن.
- كما نأمل من خلال هذه الأهداف أن ترتقي هذه الدراسة إلى مستوى المساهمة في المعرفة العلمية وإثراء المكتبة بمرجع علمي وميداني مفيد.

### أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة في تعبيرها عن مستوى جودة خدمات النقل الجماعي ومن توافقها مع حاجاتهم ورغباتهم وذلك باعتبار الزبون أهم عنصر تبيين عليه المؤسسة نخطتها فهي تعتمد في إيصال خدماتها على بكل الطرق والوسائل لكسب رضائه وولائه.

### أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا لاختيار الموضوع من بينها:

- \* الموضوع ضمن مجال تخصصنا.
- \* الميل الشخصي للموضوع والاهتمام به.
- \* الارتفاع الكبير لمستخدمي النقل الجماعي.
- \* رغبتنا في الكشف عن بعض المفاهيم المختلفة بجودة النقل.

### حدود الدراسة:

الحدود الزمانية: تتعلق بفترة الدراسة الممتدة من شهر فيفري إلى شهر جوان 2022.

الحدود المكانية: تتعلق بمكان إجراء الدراسة وهي المحطة البرية جيجل.

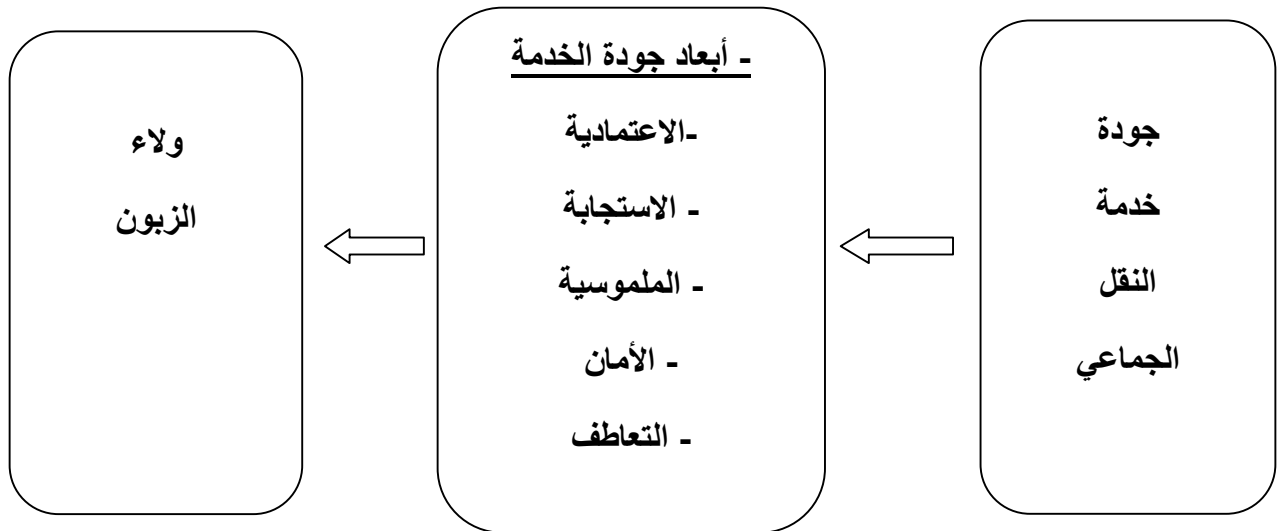
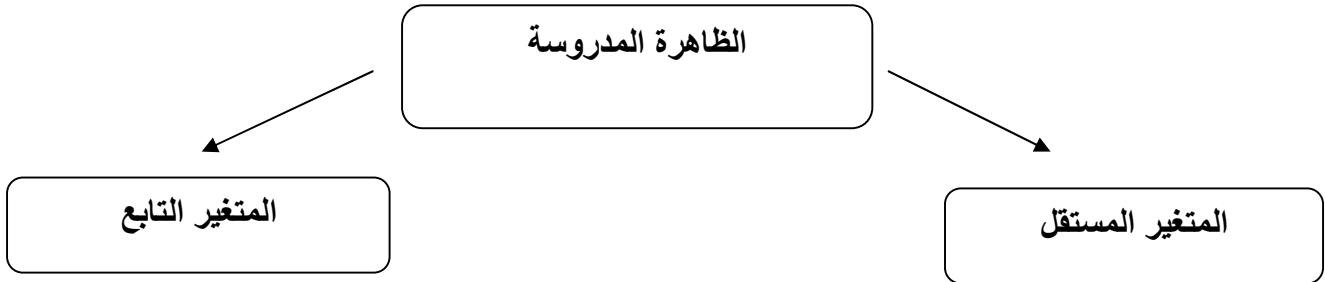
### منهج الدراسة:

في هذا البحث تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال الوصف النظري للموضوع والشرح والتحليل لمختلف المفاهيم المتعلقة بخدمة النقل، الجودة، الولاء، ثم التوجه إلى ميدان الدراسة وجمع البيانات بهدف اختيار الفرضيات واستخلاص النتائج، مع الاستعانة بمجموعة من الأدوات الإحصائية المتوفرة مثل برنامج (SPSS).

## نموذج الدراسة المفترض:

يمكن توضيح نموذج دراستنا الذي تم إعداده بناء على الدراسات السابقة على النحو التالي:

الشكل (01): نموذج الدراسة الافتراضي



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الدراسات السابقة

## هيكل الدراسة:

من أجل الإجابة على التساؤلات التي طرحناها في الإشكالية ومن أجل تأكيد أو رفض الفرضيات التي بنيت عليها الدراسة، وقد اعتمدنا طريقة « IMRAD » حيث تم تجزئة الدراسة إلى فصلين فصل نظري خصناه للأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة يتضمن بحثين، حيث تم معالجة في المبحث الأول مجموعة المفاهيم المتعلقة بجودة خدمات النقل الجماعي وولاء الزبون، أما في المبحث الثاني تناولنا الأدبيات التطبيقية للدراسة من خلال عرض بعض الدراسات السابقة باللغتين العربية والأجنبية والتي لها علاقة بموضوع الدراسة وإبراز مميزات الدراسة الحالية من الدراسات السابقة.

أما الفصل الثاني فقد تم تخصيصه للدراسة التطبيقية، تم تناول في مبحثه الأول الإجراءات المنهجية للدراسة وفي المبحث الثاني عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار فرضيات الدراسة.

### صعوبات الدراسة:

من بين الصعوبات التي واجهتنا من خلال هذه الدراسة نذكر ما يلي:

- نقص البيانات والمعلومات والمراجع حول موضوع الدراسة.
- الصعوبة في الحصول على الإجابة على الاستبيان من قبل بعض الزبائن لأسباب مختلفة.
- عدم الجدية في تقديم الإجابات من قبل الزبائن.



## الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية

## تمهيد:

يعتبر قطاع النقل من بين القطاعات التي تساهم في تطوير وترقية نمط حياة الأفراد، كما أنه يعتبر من المتطلبات الأساسية لكل مجتمع في تنقلاته اليومية لدى وجب على مؤسسات النقل تحسين نوعية خدمة النقل الجماعي والاهتمام بالزبائن وإشراكهم في الخدمة والعمل على معرفة اهتماماتهم وتوقعاتهم والسعي لكسب رضاهم وتحقيق ولائهم لضمان استمرارية المؤسسات في النشاط الخدمي.

سيتم التطرق في هذا الفصل إلى الأدبيات النظرية والتطبيقية المتعلقة بالدراسة حيث سنتناول في المبحث الأول مدخل لخدمة النقل الجماعي، ثم من المطلب الثاني جودة خدمة النقل الجماعي، ثم يتم التطرق إلى جودة خدمة النقل الجماعي وولاء الزبون، أما في المبحث الثاني سنتطرق إلى مختلف الدراسات السابقة المتعلقة بهذه الدراسة.

## المبحث الأول: الأدبيات النظرية للدراسة.

من خلال هذا المبحث سوف نقوم باستعراض الأدبيات النظرية الخاصة بدراستنا، والمتعلقة بمتغيري الدراسة جودة خدمة النقل الجماعي وولاء الزبائن.

### المطلب الأول: مدخل لخدمة النقل الجماعي.

نتناول في هذا المطلب بعض المفاهيم المتعلقة بخدمة النقل الجماعي.

### الفرع الأول: مفهوم خدمة النقل الجماعي:

#### -أولاً-تعريف خدمة النقل الجماعي:

أظهرت الدراسات تعاريف عدّة للنقل، وذلك بتعدّد جهات نظر الباحثين والمتخصّصين في هذا المجال وهي تتشابه في كونه يختصّ بحركة الأفراد والبضائع وفيما يلي سيتمّ عرض أهمّ التعاريف مع التركيز على المزايا المشتركة فيها لوضع تعريف محدّد يشمل كافة المزايا:

عرف المشرع الجزائري النقل في المادة 16 من القانون رقم 88/17 المؤرخ في 10 ماي 1988 على أنه "يعدّ نقل كل نشاط ينقل بواسطة شخص طبيعي أو معنوي أشخاص أو بضائع من مكان لآخر على متن مركبة مهما كان نوعها"<sup>(1)</sup>.

وعرّف أيضا بأنّه: نشاط اقتصادي يتم من خلاله انتقال السلع والأفراد من مكان لآخر بغرض تحقيق منفعة ما، وبالتالي فهو يزيل عدم المنفعة التي يفرضها بعد المكان ونظرا لكثرة سفر الإنسان وانتشار التجارة وزيادة حجم السفر فقد ساعده ذلك على ظهور وسائل انتقال جديد أكثر كفاءة وأكثر راحة فهذا يدلّ على أنّ التقدّم العلمي والاقتصادي هو السبب في خلق الحاجة إلى نظام نقل متكامل<sup>(2)</sup>.

كما يعرف النقل الجماعي بأنّه: "مجموعة التقنيات المستعملة والهيئات والبنى التحتية والوسائل التي تهدف مجتمعة أو في مجملها إلى التّنظيم الإداري والضّمني لتنقلات الأفراد والسلع والمعلومات في ظرف مثالي من وقت، تكلفة وراحة"<sup>(3)</sup>.

(1) \_الجريدة الرّسمية الجزائرية، القانون رقم 17/88 المتضمّن تنظيم النقل البري وتوجيهه، العدد 19، المؤرخ في 1988/05/10.

(2) \_طارق عبد الفتّاح الشريعي، اقتصاديات النقل السياحي، ط1، 2011، مؤسسة حورس الدولية، مصر، 2011، ص18.

(3) \_بوشكريط العيد، بوغلاف سيد علي، تقييم رضا مستعملي خدمات النقل الحضري الجماعي للمسافر بجيجل، دراسة حالة المؤسسة الوطنية للنقل الحضري العمومي الجماعي للمسافرين بجيجل (ETUJ)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة جيجل، 2020/2019، ص 9.

ثانياً: خصائص خدمات النقل الجماعي:

يتميز النقل بعدة خصائص نذكرها فيما يلي:

أ- خصائص مشتركة:

- اللاملموسية: تقدم مؤسسات النقل منتج غير ملموس (خدمة النقل).
- التلازمية: فالمستعمل يكون حاضراً ومتفاعلاً مع نظام الخدمة عند بداية تقديمها وأثناءها بل وبعد أحد مدخلات العملية الخدمية.
- غير قابلة للتخزين: تُستهلك فور إنتاجها سواء استُغلت أو لم تستغل، كما أنه لا يمكن تخزينها أو تأجيل استخدامها.
- عدم التجانس: لا تتسم خدمات النقل بنمطية وتمائل الداء، إذ يمكن أن يختلف مستوى الخدمة بنفس مؤسسة النقل من خط لآخر.
- صعوبة التّحديد الدقيق لتكاليف العمل: يصعب تحديد سعر الخدمة بدقة في مؤسسات النقل، ويعود السبب في ذلك للعوامل المؤثرة على الأهمية النسبية لعناصر تكاليف النقل.
- تقلّب حجم الطلب: يتّصف الطلب على خدمة النقل بعدم الاستقرار فينخفض في أيام العطل ويرتفع في أيام العمل، كما يمكن أن تحدث تقلبات الطلب على مدى أيام الشهر والسبوع و/أو ساعات اليوم الواحد.

ب- خصائص الخدمة العمومية للنقل:

المواساة والعدل، الصالح العام، الملائمة والاستمرارية، التكاليف.

ج- خصائص مميزة:

- طلب مشتق: ليس له غاية في حد ذاته لكنه لإشباع حاجات أخرى.
- تباين معدلات الطلب حسب اختلاف مستوى النشاط الاقتصادي.
- تقلبات معدلات الطلب، يومية أسبوعياً، موسمياً.<sup>(1)</sup>

ثالثاً: أهمية خدمة النقل الجماعي:

للنقل أهمية كبيرة في حياة الإنسان المعاصر وذلك لارتباط النقل بمختلف وسائله ووسائله بعموم الأنشطة الاقتصادية والعمرانية والاجتماعية والترفيهية من داخل المستوطنات البشرية الحضرية منها والريفية.

(1) بونار رؤوف، مريش حسين، محددات الطلب على خدمات النقل الحضري الجماعي للأشخاص -دراسة حالة الوسط

الحضري لمدينة جيجل - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة جيجل، 2020/2019، ص 11.

وتتمثل أهمية النقل لحركة الإنسان وحياته الاقتصادية والاجتماعية بما يلي:

للنقل علاقة مكانية متطورة بكل من حياة السكان الاقتصادية والاجتماعية ومواقع استقراره وتنقلاته، زيادة على نقل التطورات الاقتصادية والاجتماعية والتطورات الحضارية بين الشعوب المختلفة، كما أنّ نشاط النقل ذاته قد ارتبط بأعداد كبيرة من السكان في جميع أنحاء العالم، وشكل قطاع اقتصاديا معاشيا مهما، حيث شكّلت نسبة العاملين في قطاع النقل، وهكذا فإنّ للنقل دور كبير في توسّع المستوطنات الريفية والحضرية التي امتدت مواضعها على طول مسارات النقل البرية، النهرية، البحرية<sup>(1)</sup>.

الفرع الثاني: أنواع خدمات النقل الجماعي.

أولاً: النقل البري:

بحيث يضمّ هذا النوع من النقل كل من الطرق البرية والسكك الحديدية، وهما يكملان بعضهما البعض لحد كبير وإنّ كل منهما يتنافس مع الآخر في العديد من الدول المتقدمة وللنقل بالطرق البرية مزايا عدّة منها، أنّه يمكن مدها في كل مكان تقريبا لأنّ العوائق الطبيعية لم تعد عقبة كأداء أمام إنشاء الطرق البرية. وحتىّ نبين ذلك لابد من إعطاء موجز عن النقل بالسيارات والنقل بالسكك الحديدية<sup>(2)</sup>.

1- النقل بالسيارات: تعتبر السيارات من أكثر وسائل النقل استعمالا، بحيث أصبحت تحلّ مكانة هامة في حياة الأفراد لأنّها تتمتع بخصائص كثيرة منها السرعة والمرونة وحرية التنقل في جميع الاتجاهات دون الخضوع لقيود معينة<sup>(3)</sup>.

2- السكك الحديدية: تلعب خطوط السكك الحديدية دورا هاما في مجال النقل في العديد من دول العالم إذ يقبل عليها الراغبين في استخدام وسيلة نقل مريحة تتوفر فيها الخدمات الأساسية. بحيث أصبحت القطارات وسيلة النقل أكثر منافسة للطائرة ونظرا إلى لما يعرفه هذا النوع من النقل من تطوّر كبير خاصّة عندما تمّ إدخال التكنولوجيات الحديثة أصبح النقل بالسكك الحديدية أكثر راحة وأمان وسرعة خاصة بعد ظهور القطارات السريعة (TGV) والترامواي والقطار الكهربائي وغيرها، كما أنّها تتميز بأسعارها المنخفضة ممّا زاد الإقبال عليها<sup>(4)</sup>.

(1) \_ مجيد ملوك السامرائي، تكنولوجيا النقل العالمي، الطبعة العربية، دار اليازوني، الأردن، 2016، ص 31، 32.

(2) \_ غريب فتحية، دور المتعاملين السياحيين في تنمية الأقاليم السياحية في الجزائر - دراسة حالة إقليم جيجل - أطروحة

مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث LMD، جامعة جيجل، 2017/2018، ص 79، 80.

(3) \_ طارق عبد الفتاح الشريعي، اقتصاديات النقل السياحي، مؤسسة حورس الدولية، مصر، 2011، ص 128.

(4) \_ علي سالم أمحيدان، جغرافية النقل وتطورها، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 356

ثانيا: النقل المائي وينقسم إلى:

**1-النقل البحري:** يعتبر النقل البحري من أقدم وسائل النقل حيث لعب دورا هاما في تطوّر قطاع النقل ويعدّ من الوسائل التي تعرف اليوم استعمالا واسعا في هذا القطاع من خلال تقديم خدمات متميّزة ذات طابع خاص، كما ساهم في نمو وازدهار الحركة التجاريّة ومن مزاياه وجود تكلفة لبناء وصيانة الطّرق كما هو الحال في الطّرق البريّة والسكك الحديدية.

**2-النقل النهري:** ويشمل النقل عبر الأنهار والبحيرات والقنوات الملاحية التي تربط بين الأنهار الجارية بعضها مع بعض، أو بين البحر والنهر فالأنهار بوجه عام تقوم بدور هام كواسطة للنقل وربط الأقاليم ببعضها مع البعض الآخر<sup>(1)</sup>.

**3- النقل الجوي:** يتميّز النقل الجوي عن النقل البري والبحري والحديدي بالسرعة واختصار الوقت والمسافات عند الأشخاص والبضائع من مكان لآخر كما أنّ طرق النقل الجوي عادة هي طرق مباشرة ولا يتأثر بعوائق السطح كما هو الحال في الطّرق البرية وفي مثل هذا الوضع يستطيع الطّيار أن يخلّق بطائرته بين مكان وآخر من أقصر طريق ممكن، فالنقل الجوي يساعد في نقل المسافرين بالدرجة الأولى أكثر من نقل البضائع، بالرغم من شحن البضائع جوا أخذ في الازدياد بشكل ملحوظ وخاصة السلع الغالية الثمن والتي تتحمّل تكلفة النقل الجوي<sup>(2)</sup>.

الفرع الثالث: العوامل المؤثرة على خدمة النقل الجماعي:

يتأثر النقل بعدة عوامل نذكر أهمها فيما يلي:

أولا:العوامل الطبيعية

**1-الموقع الجغرافي:** إنّ للموقع الجغرافي أثره الهام لأي نشاط بشري، فالموقع الجغرافي المتميّز لأي دولة والذي يتمثل في كونها تتمتع بشواطئ تطل على بحار، أو أنّها ملاحية، أو في موقع متوسط بين دول العالم أو في مناطق تعترضها العقبات الطبيعية التي تحول دون مد شبكة الطرق، وكل هذه الجوانب تلعب دورا هاما في نجاح حركة النقل وقياسها بدورها الفعال كأحد العوامل المؤثرة في الإنتاج بشكل عام.

**2-أشكال سطح الأرض:** إنّ أشكال سطح الأرض تحدد طرق النقل بصورها المختلفة، فهي تحدد مسار خطوط السكك الحديدية وطرق السيارات كما تحدد مسار خطوط السكك الحديدية وطرق الطائرات حيث ما وجدت الجبال العالية.

(1) علي سالم أحميدان، مرجع سبق ذكره، ص352.

(2) نفس المرجع، ص ص362-363.

3- التركيب الجيولوجي لسطح الأرض: يلعب التركيب الجيولوجي لسطح الأرض دورا هاما في إنشاء شبكة الطرق فإن ذلك يحدد مدى إمكان إنشاء خطوط السكة الحديدية والمطارات التي تحتاج إلى أرض صلبة يمكنها التحمل لحركة النقل للقطارات وحركة هبوط الطائرات كما أنّ التركيب الجيولوجي له دوره بطبيعة طرق النقل بالسيارات وطريقة رصف هذه الطرق.

فعندما تكون الأرض صلبة فإن ذلك يكون الأفضل لرصف الطرق حيث يمكنه من تحمل نقل حركة النقل وبطيل من عمر الرصف وقوة احتمالته.

4- المناخ: إنّ للمناخ بعناصره المختلفة تأثيرا كبيرا على طرق النقل وعلى وسائل النقل المختلفة ويمكن إدراك ذلك من أثر درجة الحرارة المنخفضة في تجمد الأنهار والبحيرات وبالتالي يتعذر الاستفادة من هذه النهار كوسائل نقل مائي، كما تؤثر الرياح والعواصف على حركة الطيران وعلى الطرق والسيارات وقضبان السكك الحديدية عندما تكون في مناطق صحراوية، حيث تغطي هذه الطرق بالرمال جراء العواصف الرملية مما يعيق حركة النقل. كما يؤثر المطر على حركة النقل فقد يغطي المطارات والطرق، وبالتالي تتعطل حركة النقل الجوي ومثلها النقل البري سواء بالسيارات أو بالسكك الحديدية.

ثانيا: العوامل البشرية: (1)

1- التجمعات السكانية واكتظاظ المدن: الارتباط وثيق وطردي مباشر بين حجم السكان وفعاليات النقل والمواصلات، فكلما زاد الزحام والتركز في المدن المكتظة بالسكان زاد الطلب على خدمات النقل وفق تنوعه في المدن المكتظة بالسكان زاد الطلب على خدمات النقل وفق تنوعه وتعدده وتواصله وتكرارته وانتشرت شبكات الطرق المتباينة، وتاريخيا ارتكزت المناطق الحضرية المدنية على وسائل النقل، فالمدن الكبرى كانت ولا زالت على طرق التجارة وملتقى شبكات النقل بمختلف أنواعه وارتبط التركيز السكاني بالأسواق وتصريف الإنتاج ومراكز الإنتاج والنوطين الصناعي وأمثلة استغلال الموارد وإقامة المشروعات الخدمية ووجود فرص عمل مريحة بجانب مركزية القرارات من السلطة، وهذا كله يصب في تفعيل النقل والمواصلات، وإن كان الاكتظاظ السكاني له سلبياته من حيث الإعاقة بالتلوث.

2- الاستقرار السياسي والأمني:

يدعم الاستقرار حرية السفر والتنقل بمختلف أغراضه خاصة وأنّ متطلبات الاستقرار تفرض شبكة طرق ومواصلات متكاملة تغطي كل أجزاء البلاد، وممتدة لمختلف المجالات والأبعاد الزمانية والمكانية، لتفرض السلطة هيبتها ووجودها وتحمي حدودها وأجوائها ومياها الإقليمية والدولية وهنا تبرز أهمية

(1) \_ علي أحمد هارون، أسس الجغرافية الاقتصادية، دار الفكر العربي، مصر، 2000، ص 515.

المخصصات لمرافق النقل والمواصلات العامة أو خطط التنمية المستدامة لتحقيق المزيد من الاستقرار وفرض هياكل القانون. مع الأخذ في الاعتبار ضرورة متابعة الأوضاع السياسية مدى انعكاسها على فعاليات النقل والمواصلات. ص 522

**3- الدورة الاقتصادية:** (1) يَأْتُر قطاع النقل ومعدل الاستثمار فيه تطويره وتوسعه بالحالة الاقتصادية التي تمرّ بها دوله ما، إنّ قطاع النقل يشهد نمواً متزايداً في حالات الانتعاش والرّخاء نتيجة لتوفر المصادر المالية اللازمة لإنتاج مشاريع جديدة وتطويراً للمشاريع القديمة والاستعانة بأحدث الوسائل والتقنيات الحديثة في نفس الوقت فإنّ القدرة الشرائية للأفراد تكون عالية ومستوى البطالة ينخفض ممّا يشجّع الأفراد على زيادة الطلب على خدمات النقل بشكل عام، ولكن في حالة الركود والكساد فإنّ خدمات النقل سوف تعاني من قلّة الموارد المالية وعدم إمكانية إضافة مشاريع جديدة وفي نفس الوقت يقلّ الطلب على خدمات النقل وبشكل أساسي على خدمات النقل الجوي وطلب السياحة لعدم توفر القدرة الشرائية للأفراد وتحسّس الأفراد اتجاه الأسعار.

**4- المنافسة:** يشهد قطاع النقل منافسة متزايدة على مستوى الدولة الواحدة ما بين قطاعات النقل البري الخارجي والنقل الجوي فعل سبيل المثال التطور في إنشاء وتطوير الموانئ العالمية في زيادة مستمرة ممّا يجعل هذا القطاع يعاني من منافسة شديدة ممّا يتطلب التخطيط والتنظيم الذي يمكن إدارة النقل من الصعود في الوقت لأنّ عدم إمكانياتها على التطوير وصياغة الخطط والبرامج ووضع البرامج الجديدة سوف يعرضها إلى خسارة (2).

### المطلب الثاني: جودة خدمة النقل الجماعي:

الفرع الأول: مفهوم جودة خدمة النقل الجماعي.

-أولاً- تعريف جودة خدمة النقل الجماعي:

تعددت تعريفات جودة خدمة النقل الجماعي بتعدّد جهات النظر لدى مستعملي هذا النوع من التّقلات، فكلّ شخص يقيم درجة تطابق الداء الفعلي لخدمة النقل المقدمة له مع توقعاته لهذه الخدمة. بحيث تمّ تعريف جودة الخدمة: الجودة تمثّل دالة لكيفية نظر المستهلك للسلعة أو الدمة التي يستلمها. إنّ المستهلك وباستمرار يقارن بين ما يتوقّع الحصول عليها وما يحصل عليه فعلاً. لذلك تركّز

(1) \_حمد سليمان المشوخي، مرجع سبق ذكره، ص 520، 522.

(2) \_ردينة عثمان يوسف، إدارة خدمات النقل، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 24-25.



العمليات على كيفية التّوصل إلى ما يتوقعه المستهلك والاستجابة له<sup>(1)</sup>.

أمّا الجمعية الأمريكية لمراقبة الجودة فتعرّفها كما يلي:

هي مجموعة الخصائص المتعلقة بالخدمة والتي يؤدي تفعيلها إلى إرضاء الحاجات المتوقعة أو المرغوبة<sup>(2)</sup>.

كما أعطي دينغ وليام إدوارد تعريفا يماثل مضامين التعاريف السابقة حيث يعتبر أنّ الجودة هي

تحقيق حاجات المستفيد حاضرا ومستقبلا<sup>(3)</sup>.

ومما سبق فجودة خدمة النّقل الجماعي ترتكز على ما يمكن ن يتوقعه العميل من وراء السّبب

الجوهري لشراء هذه الخدمة وبالتالي تحديد مدى قدرة هذه الخدمة على الوفاء بحاجات العميل الحقيقية.

ثانيا: أهمية جودة الخدمة:<sup>(4)</sup>

تشكّل أهمية الجودة من خدمة العملاء مركز الصدارة لدى كافة المنظمات الاقتصادية الهادفة

لتحقيق النّجاح والاستقرار والاستمرار في دنيا الأعمال ففي مجال المنتجات السلعة يمكن استخدام واعتماد

التّخطيط في الإنتاج وتصنيف المنتجات على الأرف بانتظار العملاء أمّا في مجال الخدمات فإنّ مقدمي

الخدمات لا بد وأن يتعاملون بشكل فعال مع العملاء ليقدموا مستوى راق من الخدمة خلال مدة التّواصل مع

العملاء وأنّ هذا التّفاعل الفعال يعتمد بدوره على مهارات الأفراد الذين يعملون في الواجهة أي أول من يلتقي

العميل ويتعرف على طلباته وكذلك الموظف الذي يقدم الخدمة المطلوبة والعمليات المساندة لهؤلاء

الموظفين. وهذه السّلسلة التي ترتبط بين أرباح المنظمة الخدمية والموظفين من جهة وبين رضا العملاء من

جهة وبين رضا العملاء من جهة أخرى وتسمى The service profit Chain وأنّ المنظمات الناجحة

تركز جهودها على طرفي الهرم وهما الموظف والعملاء والشّكل رقم... يوضح هذه العلاقة:

(1) ردينة عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 121.

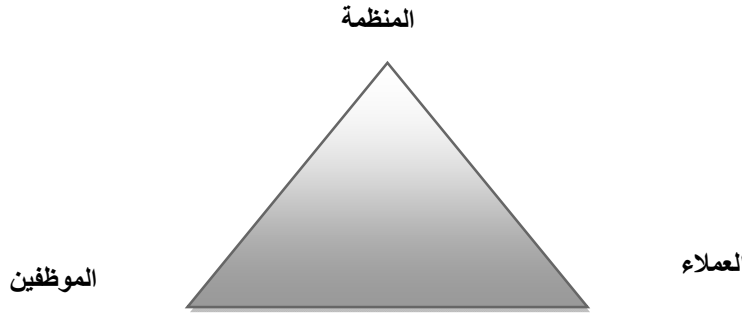
(2) مصطفى كمال السّيد، الجودة الشّاملة (الأردن، الإجماع، الاقتصاد)، ط1، أسامة للنّشر والتّوزيع، الأردن، 2012 ص 37-38.

(3) نفس المرجع، ص 38.

(4) خضير كاظم محمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار المسيرة للنّشر والتّوزيع والطّباعة، ط1، 2002، ص، ص 212-

سلسلة العلاقة بين المنظمة والعملاء والموظفين

الشكل رقم (01):



المصدر: خضير كاظم حمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، ص 213.

ويمكن من خلال ذلك توجد 5 علاقات أو روابط تتمثل في:

- 1- نوعية الخدمات الداخلية: ويقصد من ذلك القيام باختيار الموظفين والعاملين من ذوي المهارات والكفاءات العالية وتوفير السبل التدريبية لتدعيم أهمية الكفاءة الشخصية للعاملين وكذلك توفير بيئة عمل داخلية تتسم بالجودة العالية وإصدار الأفراد الذين يتعاملون مع جمهور العملاء بالدعم اللازم بحيث يؤدي ذلك إلى:
- 2- موظفون راضون ومنتجون: بحيث أن توفير السبل الكفيلة بتحسين بيئة العمل الداخلية من شأنها أن تحقق للموظفين الرضاء والولاء للمنظمة التي يعملون بها مما ينتج عن ذلك.
- 3- خدمات قيمة (بجودة عالية) إذن إن ذلك من شأنه أن يسهم بتقديم وخلق خدمات أكثر كفاءة وفعالية ما ينتج منها.
- 4- عملاء راضون وذوي ولاء المنظمة: أن الولاء حينما يحصلون على خدمات بجودة عالية فإنهم أكثر ولاءً وبالتالي يكررون عملياتهم الشرائية مع المنظمة وينتج من خلال ذلك.
- 5- أرباح ونحو في خدمات المنظمة: ومن هنا فإن الأرباح يمكن لها أن تنمو وتحقق مستوى للأداء الخدمي من قبلها بشكل متميز Superior.

الفرع الثاني: طرق قياس جودة خدمة النقل الجماعي:

إن عملية قياس جودة الخدمة انقرضت في السنوات الخيرة إلى جدال كبير من خلال العديد من البحوث والدراسات المتخصصة في هذا الصدد وذلك بغرض البحث عن النموذج المناسب للقياس من خلال البعاد والعناصر المعبرة عن جودة الخدمة.

وفيما يلي يتم استعراض أهم الطرق الشائعة لقياس جودة الخدمات:

أولاً: قياس جودة الخدمات من منظور الزبائن:

- مقياس عدد الشكاوي:

تمثل عدد الشكاوي التي يتقدم بها الزبائن خلال فترة زمنية مقياساً هاماً على إن الخدمات المقدمة دون المستوى أو ما يقدم لهم من خدمات لا يتناسب مع إدراكهم لها والمستوى الذي يبغون الحصول عليه. وهذا المقياس يمكن المنظمات الخدمية من اتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنبها حدوث المشاكل وتحسين مستوى الجودة ما تقدمه من خدمات لزيائنها<sup>(1)</sup>.

مقياس الرضا:

وتعتبر من أكثر الطرق استخداماً لقياس اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة، وذلك باستخدام مقياس ليكرث المكوّن من سبعة نقاط لقياس درجة أهمية عناصر الخدمة من وجهة نظر العملاء، وغالباً ما يتم توجيه الأسئلة التي تقيس الأهمية بعد حصول العملاء على الخدمة وذلك من خلال قائمة استبيان، بطاقة تدوين الملاحظات أو المقابلات الشخصية وتتميز هذه الطريقة عن كونها تمدّ لمؤسسة الخدمية بمعلومات هامة تتعلق بشعور العملاء نحو الخدمة المقدمة وجوانب القوة والضعف بها، وبشكل يمكن المؤسسة الخدمية بمعلومات تساعد من تبني الاستراتيجية التسويقية التي تتلاءم مع احتياجات السوق، كما أنّ فهم اتجاهات العملاء نحو الخدمة سوف يمدّ المؤسسة الخدمية بمعلومات تساعد في تحسين جهودها لمقابلة احتياجاتهم بشكل أفضل<sup>(2)</sup>.

مقياس الفجوة:

إنّ مستوى جودة الخدمة يقاس بمدى تطابق بين مستوى الخدمة المقدمة فعلاً للزبائن وبين ما يتوقعه الزبائن بشأنها، وبالتالي فإنّ جودة الخدمة تعني الدراسة والتحليل والتنبؤ بتوقعات الزبائن ومحاولة الارتقاء إليها بشكل مستمر<sup>(3)</sup>.

(1) قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص97-98.

(2) توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة وقياس المقارن (أساليب حديثة في المعايرة والقياس)، دار الفكر العربي، 2006، ص56.

(3) قاسم نايف علوان المحياوي، مرجع سبق ذكره، ص101.

وقد حدد نموذج الخدمة الفجوات التي تسبب عدم النجاح في تقديم الجودة المطلوبة في 5 فجوات هي: (1)

1- فجوة بين توقعات العميل وإدراك إدارة المنظمة: نجد أنّ إدارة المنظمة ترى توقعات الجودة غير صحيحة، فقد لا تدرك دائما بدقة رغبات العملاء وكيفية حكم العميل على مكونات الخدمة لأنّ المعلومات التي لديها غير صحيحة عن السوق وأنماط الطلب أو تم تفسيرها بصورة خاطئة، فقد يعتقد مثلا مدير المستشفيات أنّ المرضى يحكمون على جودة خدمة المستشفى من خلال الخدمات الفندقية المتاحة، بينما قد يهتم المرضى بمسؤوليات ونوعية الأطباء والمرضى أكثر من أي شيء آخر.

2- فجوة بين إدراك إدارة المنظمة وتحديد درجة دقة صفات الجودة، وهذه تعني أنّ مواصفات الجودة لا تتطابق مع توقعات الإدارة وقد يعني السبب لعدم قدرة المنظمة على وضع مستويات واضحة للجودة أو أخطاء في إجراءات التخطيط أو قد تكون مستويات الجودة واضحة لكنها لا ترتقي لمستوى توقعات العملاء المستهدفين أو قد تكون واضحة وتروق للعملاء إلا أنّها لا تصل إلى طموحات الإدارة، مثلا قد ترغب إحدى شركات الطيران في سرعة الرد على المكالمات الهاتفية ولكن ليس لها الإمكانيات اللازمة.

3- فجوة بين تحديد مستوى الخدمة والتسليم الفعلي للخدمة: حيث أنّ هناك كثيرا من العوامل التي تؤثر على أداء الخدمة ومنها أن تكون المواصفات المطلوبة معقدة جدا أو غير مرنة أو أنّ العاملين غير مقتنعين بالمواصفات المطلوبة أو أنهم غير مدربين بصورة كافية على أداء الخدمة أو وجود أنظمة تشغيل سيئة، ممّا يؤثر على مستوى جودة الخدمة المؤدات واختلاف ذلك على المستوى المرغوب والمحدد مسبقا.

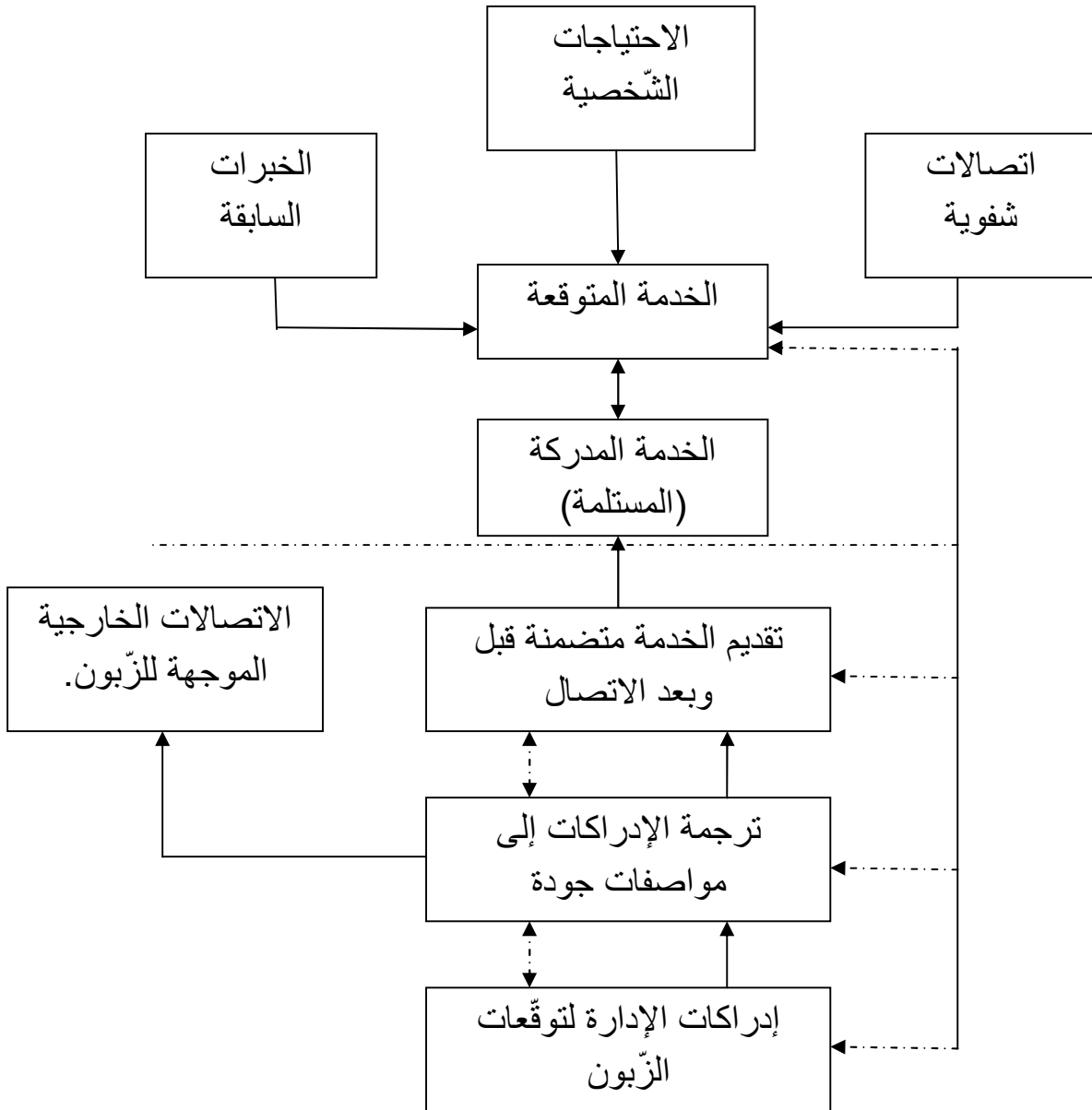
4- فجوة بين أداء الخدمة والاتصال بالسوق: وهذه تعني بأنّ الدعوى أو الوعود المعطاة من خلال أنشطة الاتصال الترويجية لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة وقد يرجع السبب لعدم التنسيق أو ضعفه بين العمليات والتسويق الخارجي في المنظمة ومن أمثلة ذلك قيام العميل بحجز غرفة فندق بمواصفات معينة بناءً على ما جاء في إعلانات الفندق وعند استلامه للغرفة وجد أنّ المواصفات التي أظهرتها الإعلانات لا تتطابق مع ما استلمه أو مع ما طلبه.

5- فجوة بين الخدمة المؤدات والمتوقعة: وهذا يعني أنّ الخدمة المدركة لا تتطابق مع الخدمة الفعلية وقد يكون ذلك لحدوث أكثر من فجوة في آن واحد.

(1) هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2002، ص362.

الشكل (02):

نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة (نموذج تحليل الفجوات)



المصدر: هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، ص 247.

الفرع الثالث: أبعاد جودة خدمة النقل الجماعي:

تتكوّن الجودة الكلية لنقل المسافرين من مجموعة من المؤشرات، تمثل هذه المؤشرات وجهة نظر

الزبون حول خدمة النقل المقدّمة (الجودة المدركة) وهي مستوحات من الجمعية الفرنسية للمعمارية (1)

(1) هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، مرجع سبق ذكره، ص 363.

"AFNOR" (Nathalie maguin.2005) وأعمار المعهد الوطني للبحث حول النقل وأمنه باريس /فرنسا "INRETS" المعيار NF EN 13816 (AFNOR,2002)، الإمداد وخدمات النقل البري للمسافرين (يمكن تطبيقها على كل صيغ النقل) ويعابر كأداة إدارية (Outil de management) حيث ( Philippe Duhamel 2006).

- يوضّح تقسيم المسؤوليات.
- تجنيد وتحسين كل الفاعلين المساهمين في إنتاج الخدمة.
- تشجيع النقاش.
- يسمح بتقديم مجموعة الفاعلين في خدمة النقل.
- يُساعد في تحسين خدمة النقل.
- متابعة الالتزامات.
- تامين خدمة نقل الأشخاص.
- كما أنّه يلعب دور على المستوى التنافسي.

حسب هذا المعيار تحدّد (08 مجموعات تضمّ كلّ مؤشرات جودة خدمة النقل البري الجماعي كما يلي: (Baumt، 2008).

أ- عرض الخدمة.

ب-سهولة الوصول.

ج-المعلومة.

د-المدة.

هـ-الراحة.

و-الاهتمام بالزبون.

ز-الأمن.

ح-الأثر البيئي.<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، مرجع سبق ذكره، ص 363.

وسنقوم بالتطرق إلى كل بعد بالتفصيل:

**أولاً: عرض الخدمة offre de service:** يتضمّن خمسة عناصر وهي: صيغة النقل المستعملة، ويتم اختيار الصّفة حسب عدّة عوامل: التّواتر والطّاقة الاستيعابية والاستجابة.

شبكة النقل (التّغطية الجغرافية) وتتضمّن البعد بين نقاط الصّعود والنّزول والتّكامل بين وسائل النقل والرّبط بين المحطات، الاستغلال، ويتمّ فيها تحديد ساعات بدء أو انتهاء الخدمة والتّواتر والطّاقة الاستيعابية لوسيلة النقل، ملائمة، اعتمادية الخدمة.

**ثانياً: سهولة الوصول: Accessibilité:** وتحتوي على العناصر التّالية:

- الواجهة الخارجية التي تخصّ الرّاجلين وراكبي الدّراجات ومستعملي سيارة الجرة ومالكي السيّارات الخاصّة؛ الواجهة؛ الدخول /الخروج وسهولة التّنقل والوقت المستغرق؛ تذكرة السّفر الشّراء يكون داخل أو خارج الشّبكة؛ ركوب الأشخاص ذوي الحركة المحدودة.

**ثالثاً:المعلومة Information:** وتتمثّل في: المعلومات العامة حول عرض الخدمة وسهولة الوصول والاهتمام بالرّيون والرّاحة والمن والأثر البيئي؛ معلومات حول السّفر في الحالة العادية، الإشارة إلى أماكن التّوقف داخل الحافلة والإشارة من الخارج (رقم الحالة والاتجاه) وتحديد نقاط الصّعود والنّزول والمسار والمدة والسعر ونوع التّدكرة ومعلومات حول السّفر في حالات الاختلال، حالة الشّبكة وحول التّعويض لوسائل النقل، التّعويض للمسافرين ومعالجة الشكاوي والاقتراحات التي تم العثور عليها.

**رابعاً: المدة Durée:** وتضمّ مدّة السّفر ويتمّ فيها تحديد الوقت اللازم لبرمجة الرحلة والوقت اللازم من نقطة الصعود حتى نقطة النزول ووقت الانتظار في نقاط الصعود والنزول والوقت اللازم لتغيير الحافلة أو الخطّ.

**خامساً:الاهتمام بالرّيون Attention:** وذلك من خلال العناصر التّالية: الالتزام، التّركيز على الرّيون والابتكار والمبادرة، واجهة الرّيون الاستعلامات ومعالجة الشكاوي والتّصرفات التّجارية، الموظّفين من ناحية، الجاهزية وتصرفات التّجارية والكفاءات واللّباس، مساعدة المسافرين عند انقطاع الخدمة وللرّياض الذين يحتاجون المساعدة، شراء تذاكر السّفر، المرونة وصيغ دفع متعدّدة وأسعار ممتازة وتعريفه متكاملة والنّصح حول سعر التّذاكر. (1)

(1) هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، مرجع سبق ذكره، ص364.

سادسا: الرفاهية **confort**: وتضم سير عمل التجهيزات في نقاط الصعود والنزول وداخل وسيلة النقل، شروط المناخ داخل الحافلة من السيافة والانطلاق/ التوقف والعوامل الخارجية؛ شروط المناخ داخل الحافلة من ناحية التهوية والحرارة والنظافة والإنارة والرطوبة والضجيج؛ أعمال مضايقة أخرى؛ التجهيزات الثانوية دورات المياه والمطاعم والمراكز التجارية وإعلانات وأجهزة الاتصال، سهولة استعمال المركبة أي سهولة التحركات ومكونات التجهيزات.

سابعا: الأمن **Sécurité**: ويضم الحماية ضد السرقة واعتداءات وذلك من خلال إجراءات احتياطية وإنارة وكاميرات المراقبة وتوفر رجال الأمن ونقاط نجدة ومساعدة معروفة؛ الوقاية من الحوادث بتواجد عتاد الحماية والاحتياط ضد الخطار وتوفر رجال الحماية واعتمادية المركبات (في حالة جيدة من حيث الهيكل والمكابح... إلخ).

ثامنا: البيئة **Environnement**: وتضم التلوث بأنواعه (الهواء-الماء-الضجيج المرئي) واهتزاز المركبة والغبار وعدم النظافة والروائح والأوساخ؛ الموارد الطبيعية من حيث استهلاك الطاقة والمساحة؛ الهياكل القاعدية، أثر الاهتزاز وتلويث الطريق واستعمال أدنى الموارد المتاحة أثر الاهتزاز وتلويث الطريق واستعمال أدنى الموارد المتاحة أثر القطع بين المنطقتين.<sup>(1)</sup>

المطلب الثالث: ماهية ولاء الزبون.

الفرع الأول: مفهوم ولاء الزبائن.

اختلفت نظرة الباحثين إلى مفهوم ولاء الزبائن من خلال تعدد تعاريفه والمتغيرات المتحكمة فيه، حيث يعرف ولاء الزبون على أنه:

- تعريف الولاء: عرف (Oliver 1999) ولاء الزبون بأنه " وعد المشتريين بشراء منتجات وخدمات وعلامة تجارية خاصة بالمؤسسة ما على مدى فترة زمنية ثابتة، بغض النظر عن المنتجات الجديدة وابتكارات المنافسين ولا يضطر هؤلاء إلى التبديل (Leninkumar, 2017 p. 451).<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup> سامية لحول، يزيد شهلي، أثر جودة خدمة النقل على رضا الزبون، دراسة حالة مؤسسة النقل الحضري الجماعي

**ETUB** (من وجهة نظر مستعملي الحافلات بباتنة-الجزائر) مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 45، 2015.

<sup>(2)</sup> رفيقة بوقريقة، سامي زعباط، أثر تبني أبعاد جودة الخدمة المصرفية في بناء ولاء الزبون، مجلة الاستراتيجية والتنمية،

المجلد 10، العدد 01 مكرر (الجزء الأول)، 2020، ص145



- التزام عميق من قبل الزبون بإعادة شراء منتج معين مفضل لديه، وقيام الزبون بتوصية الآخرين بشرائه، مع وجود مؤشرات ترويجية تستهدف إثثاءه، وإبعاده عن التعامل مع هذا المنتج لصالح منتجات أخرى.
- أما ترينكوست Trinquecoste فعرف ولاء الزبون كما يلي " الولاء موقف إيجابي للزبون نحو المنتج، أو العلامة أو المؤسسة، يتضح في تكرار السلوك الشرائي<sup>(1)</sup>.
- مما سبق من التعاريف السابقة نستخلص بأن ولاء الزبون هو عملية معاودة أو تكرارا شراء لمنتجات وخدمات نفس المؤسسة، بالرغم من الجهود التسويقية المبذولة من طرف المؤسسات المنافسة لإحداث تحول في سلوكه الشرائي.

### 3-2- أهمية ولاء الزبون:<sup>(2)</sup>

- يمكن تلخيص أهمية الولاء على أنه:
- الزبون الوفي مصدر لاستقرار المؤسسة.
- كلفة الاحتفاظ بالزبون الحالي أقل بكثير من كلفة البحث عن زبون جديد.
- الزبون الوفي أكثر مردودية من غيره لأنه يهتم بشراء كل الاحتياجات من المؤسسة.
- الزبون الوفي مصدر لجذب زبائن جدد بالتحدث بشكل إيجابي عن العلامة أو المؤسسة أمام الآخرين.
- الزبون الوفي يمنح للمؤسسة وقت للصمود والاستجابة للمنافسة.

### الفرع الثاني: أنواع الولاء:

تتعدد التصنيفات التي تصنف ولاء العميل أو المستهلك ونذكر:

- ولاء الاحتكار: وذلك في حالة عدم وجود بدائل أمام العميل.
- الولاء الخامل: وتعني كسل أو عدم رغبة العميل في البحث عن بديل آخر.
- ولاء الملائمة: مثل أن يكون موقع الشركة قريب من سكن العميل وملائم له.

(1) مير أحمد، أوكيل رابح، تأثير بطاقة الولاء على جذب زبائن محتملين -دراسة ميدانية لعينة من زبائن محتملين لوكالة موبليس بالمسيلة، اقتصاديات الأعمال والتجارة، العدد 05، 2018، ص156.

(2) رفيقة بوقريقة، سامي زعباط، مرجع سبق ذكره، ص145.

- ولاء السّعر: هو أن يعرف العميل أسعار المنتجات البديلة ويحرص على شراء الرخص.

- ولاء المحفز: مستمد من تقديم جوائز للعملاء الأكثر شراء وولاء.

- الولاء العاطفي: هو الولاء لاسم تجاري معين.

- المرتبط بالراحة: هو الولاء المبني على تيسير عملية الشراء للعملاء وتوفيره من راحة للعميل.

ويوجد أيضا تصنيف آخر والذي قدمه (ديك وباسو) 1994 والذي يعد أكثر شيوعا فقد اعتمد عليه في العديد من الدراسات والشكل التالي يوضح هذا التصنيف (الشكل 04) وعليه يوجد 4 أنواع للولاء وهم:<sup>(1)</sup>

الشكل رقم(03): أنواع الولاء.

|       | منخفض                 | عالي               |
|-------|-----------------------|--------------------|
| عالي  | ولاء كامن calent      | ولاء (عال) Loyalty |
| منخفض | عدم الولاء disloyalty | ولاء زائف spurious |

المصدر: منير خروف، ليندة فريحة، أثر التسويق بالعلاقات على ولاء العملاء، ص442.

ويوضح الشّكل أنّ للولاء حسب ديك وباسو أربعة أنواع: ولاء كامن، ولاء، عدم ولاء، الولاء الزائف

كما يلي:

1- لا يوجد ولاء: ويعدّ هذا الموقف غيابا لمفهوم الولاء، فيكون الاتجاه النسبي منخفضا وأيضا لا يوجد أي دليل على الرغبة في تكرار الشراء، وهنا فإنّ أفضل شيء تقوم به الإدارة هو محاولة خلق نوع من الولاء من خلال برامج الترويج أو نوادي الولاء أو العروض الخاصة، غير أنّ هؤلاء الذين لهم ولاء فلا يؤثرون بالموثرات الموقفية التي تسعى إلى حفزهم على الشراء فهم يعتبرون بأنهم متنقلون بين العلامات وحسب "روالي وداوس" أنّ هؤلاء المستهلكين يكونون في الاتجاه النسبي نحو المنتج منخفضا كما أنّ سلوكياتهم نحو المنتج منخفضة أيضا، أي عدم وجود تأييد أو دعم للقيام بإعادة الشراء مرّة أخرى.

## 2-الولاء الزائف: Spurious Loyalty

يمكن القول عن هؤلاء العملاء أنّ لهم قصور أو جمود ذاتي بمعنى أنّهم يقومون بالشراء بشكل

(1) قاسم نابف علوان المحياوي، مرجع سبق ذكره، ص102.

تلقائي ودون تفكير كلما ظهرت الحاجة للمنتج، حيث يكون هناك تأييد من جانبهم لإعادة الشراء وذلك من الجانب السلوكي وهذا التأييد مصدره أنّ المنتج متاح لدى الموزعين أو بسبب توافر عروض خاصة، أي أنّهم على ولاء مؤقت وفي نفس الوقت يترقب أي عروض أخرى يقدمها المنافسون، فليس لديهم النية في إعادة الشراء مرة أخرى، كما تتبنى هذه الإدارة برامج من شأنها أن تعد المستهلك بالحصول على مزايا مستقبلية من جراء استخدام المنتج وهذا في حد ذاتها تمثل تكلفة تحويل في حد ذاته.<sup>(1)</sup>

**3-الولاء الكامن:** يمثل حالة من الارتباط القوي بالخدمة مع تكرارية منخفضة للتردّد على نفس الخدمة، وقد يحدث هذا النوع بسبب تأثير المحيطين بالعميل على قراره، وفي هذه الحالة تبحث احتمالية نقل العميل إلى مستوى أعلى من الولاء قائمة نظراً لأنّ متطلبات نقله تعود إلى الخدمة وليس إلى العميل.

**4-الولاء العالي أو المميز:** وهو حالة من الارتباط القوي من الخدمة مع تكرارية عالية لاستخدام الخدمة، وهذا هو النوع المرغوب فيه والذي تسعى إليه كل المنظمات، فهؤلاء العملاء يقومون بوظيفة الترويج للخدمة من خلال ما يقولونه للآخرين عن تجاربهم الجيدة وكيف أنّ هذه الخدمات استطاعت أن تلبّي رغباتهم واحتياجاتهم.<sup>(2)</sup>

### الفرع الثالث: أبعاد الولاء:<sup>3</sup>

يتألف الولاء من أربعة أبعاد وفيما يلي شرح مختصر لكل بعد: (الخفاجي، 2012، ص88).

**أولاً: اتصالات الكلمة المنطوقة:** يقصد بها التوصية بالمنتج أو المؤسسة للآخرين.

**ثانياً: نية إعادة التعامل:** والذي يعني التعامل المتكرّر مع المؤسسة.

**ثالثاً: عدم الحساسية للسعر:** وذلك باستعداد الزبون لدفع أسعار أعلى مقابل الحصول على خدمات المؤسسة المصرفية وعدم التحوّل إلى مؤسسات منافسة والتي تحدّد أسعار أقل.

**رابعاً: سلوك الشكوى:** عن طريق تحمل النتائج المترتبة عن المشاكل التي قد تحصل خلال التعامل مع

(1) يوعلاق سارة، أثر جودة الخدمة على ولاء العميل-مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات لنيل شهادة الماجستير في التجارة الدولية، بسكرة، 2014/2013، ص52.

(2) منير خروف، ليندة فريحة، أثر التسويق بالعلاقات على ولاء العملاء - دراسة تطبيقية على عينة من عملاء البنوك التجارية الجزائرية في عنابة، التواصل في الاقتصاد والإدارة والقانون، المجلد 25، العدد 03، 2019، ص441-442.

(3) -رفيقة بوقريفة، سامي زعباط، مرجع سبق ذكره، ص 146

المؤسسة، وذلك من خلال التكتّم على تلك المشاكل وعدم نشرها للزّبائن والمؤسسات المنافسة.

### المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة.

سنحاول من خلال هذا المبحث التّطرق إلى مختلف الدّراسات المتعلقة بموضوع الدّراسة بهدف المساهمة ولو بالشيء اليسير في تحسين قطاع النّقل أو بالأخص الخدمات التي يقدّمها المتعاملون في هذا المجال.

### المطلب الأول: الدّراسات السّابقة.

نتناول في هذا المطلب الدّراسات السّابقة المتعلقة بجودة الخدمة وولاء الرّبون.

#### أولا/ دراسة سهام مخلوف 2019

جاءت هذه الدّراسة بعنوان "دراسة تحليلية لرضا المستعملين عن جودة خدمات النّقل الحضري الجماعي المؤسسة العمومية للنّقل الحضري لمدينة عنابة نموذجا\_ أطروحة مقدّمة مكّملة لمتطلبات نيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد النّقل والإمداد.

جامعة الحاج لخضر\_باتنة\_ وتمّ تناول إشكالية البحث في السّؤال: كيف تؤثر جودة خدمة النّقل الجماعي على رضا مستعملي خدمات المؤسسة العمومية للنّقل الحضري والشّبه الحضري لمدينة عنابة؟

جاء البحث لمعالجة موضوع هام تواجهه كلّ المدن الجزائرية ومدينة عنابة على وجه الخصوص، المتمثّل في رفع كفاءة أنظمة النّقل الحضري الجماعي وذلك من خلال التّقليل من حدّة مشاكل الازدحام المروري حوادث المرور الضّجيج التلوث البيئي الناتج عن الاستعمال المتزايد للسيّارات الشّخصية في الوسط الحضري ومنه يمكن أن نحدّد أهداف البحث فيما يلي:

- الكشف عن أثر مؤشرات جودة خدمة النّقل الجماعي بصفة مجتمعة وبصفة منعزلة في تحقيق وبناء الرّضا لدى مستعملي خدمات المؤسسة العمومية للنّقل الحضري والشّبه الحضري لمدينة عنابة.

- تقديم إطار نظري يحدد المفاهيم المستحقّة لجودة الخدمات، رضا المستعملين، النّقل الحضري الجماعي، مشاكله وسائطه، الحلول الممكنة.

- تحليل واقع جودة خدمة النّقل الجماعي المقدّمة بالمؤسسة العمومية للنّقل الحضري والشّبه الحضري لمدينة عنابة.

- إبراز تأثير النقل على البيئة وطرق إدماجه في التنمية المستدامة.

ولقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

- تحديد جودة خدمة النقل الجماعي التي تقدمها مؤسسة ETUS:

تبين أن المستعملون يقيمون جودة خدمة النقل الجماعي تقييماً متوسطاً يقترب إلى حد ما من التقييم المنخفض حيث قدر المتوسط الحسابي 9,121 مما يدل على أن مجمل مؤشرات جودة خدمة النقل الجماعي (ETUS) تلبّي رغبات المستعملين في أغلب الأحيان.

- تحديد درجة رضا المستعملين عن خدمات النقل الجماعي التي تقدمها مؤسسة ETUS: تبين أن درجة رضا المستعملون عن خدمات النقل الجماعي كانت في مجملها متوسطة تقترب إلى حد ما من التقييم المرتفع بمتوسط حسابي قدره 9,991 مما يدل على أن أبعاد رضا المستعملين عن خدمات مؤسسة ETUS تتماشى في مجملها مع رغباتهم وتطلعاتهم في معظم الأحيان.

ثانياً: دراسة مصطفى سعيد وخالد حسين الكردي، 2008.

جاءت هذه الدراسة بعنوان «قياس الخدمات التي تقدمها الملكية الأردنية إلى المسافرين العرب بالاستناد إلى المدخل الاتجاهي مدخل نظرية الفجوة».

بحيث هدفت هذه الدراسة إلى قياس جودة الخدمات التي تقدمها الملكية الأردنية للمسافرين، وذلك باستخدام نموذجي جودة الخدمة وأداء الخدمة إضافة إلى اختيار أثر بعض المتغيرات كعدد مرات السفر خلال العام، جنسية المسافر، جنسه، فئته العمرية، واختلاف الشركات التي يتعامل معها على تقييم المسافرين لجودة الخدمات المقدمة إليهم ولقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

- مستوى جودة الخدمات المقدمة فعلياً متوسطاً بينما كان مستوى الجودة المتوقعة مرتفعاً.

- قد بينت الدراسة أن لمتغيرات عدد مرات السفر خلال العام، جنسية المسافر، الفئة العمرية للمسافر واختلاف الشركات التي يتعامل معها المسافر أثر مباشر على تقييم المسافرين لجودة الخدمات المقدمة فعلياً في حين لم يكن لجنس المسافر أي أثر يذكر على هذا التقييم.

- احتل بعد الاستجابة قائمة اهتمام المسافرين، بينما كان بعد التعاطف أقلها أهمية.

ثالثاً: دراسة (سامية لحول ويزيد شهلي) مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، 2015.

جاءت هذه الدراسة بعنوان: دراسة أثر جودة النقل على الزبون دراسة حالة مؤسسة النقل الحضري (ETUM) بحيث هدفت هذه الدراسة إلى محاولة تطوير خدمة مؤسسات النقل الحضري الجماعي باستخدام نموذج لتقييم الجودة ومحاولة معرفة مختلف الانحرافات المؤثرة على تحقيق رضا الزبون والكشف عن نقاط الضعف في أبعاد الجودة المستخدمة في مؤسسة (ETUB) والتي تعمل على استياء الزبون وعدم رضاه.

وقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

- وجود أثر لجودة خدمات مؤسسة النقل الحضري الجماعي (ETUB) على رضا الزبون وذلك من وجهة نظر مستعملي الحافلات بمدينة باتنة.

- وجود انحرافات بين معيار EF EN 13816 الخاص بجودة خدمة نقل المسافرين والجودة المستخدمة في مؤسسة (ETUB).

- عدم رضا مستعملي خدمات النقل لمؤسسة (ETUB) وهذا بسبب عدم اهتمام المؤسسة بمختلف أبعاد جودة الخدمة المتمثلة في: المدة سهولة الوصول، الأمن...إلخ.

رابعاً: دراسة (دخيل الله غنّام المطيري) العام 2010.

جاءت هذه الدراسة بعنوان أثر جودة الخدمة والتسويق بالعلاقات على ولاء الزبائن دراسة تحليلية على عينة من المسافرين على شركة طيران الجزيرة في دولة الكويت. رسالة ماجستير في إدارة العمال جامعة الشرق الوسط للدراسات العليا. وتتناول إشكالية البحث في السؤال: ما طبيعة العلاقة بين جودة خدمة الطيران وولاء المسافرين للشركة.

ومنه يمكن أن نحدّد أهداف البحث فيما يلي:

- تحديد أثر جودة الطيران على ولاء المسافرين للشركة.
- تحديد أثر جودة خدمة الطيران على توجه الشركة بالتسويق بالعلاقات مع المسافرين.
- تحديد أثر توجه الشركة بالتسويق بالعلاقات على ولاء المسافرين للشركة.
- تحديد أثر التسويق بالعلاقات كمتغير وسط علاقة جودة الخدمة بولاء المسافرين.

ولقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

- مستوى جودة الخدمات المقدمة في شركة طيران الجزيرة بدولة الكويت متوسط حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لها بين (4,40-5,29) بالمقارنة مع المتوسط الحسابي العام لمستوى جودة الخدمات المقدمة في شركة طيران الجزيرة بدولة الكويت البالغ (4,77).
- مستوى الولاء لشركة طيران الجزيرة لدولة الكويت متوسط وهذا بسبب عدم اهتمام الإدارة العليا بإعطاء حوافز ومكافآت لموظفي الشركة بشكل رئيسي مما يقلل من إنتاجية الموظف ومستوى رضاه عن عمله وبالتالي تراجع جودة خدمة الزبائن.
- للتسويق بالعلاقات (الثقة، الالتزام، الاتصالات) أثر موجب ومباشر على مستوى الزبائن لشركة طيران الجزيرة عند مستوى دلالة (0,05)، وهذا يعود إلى مدى وعي موظفي شركة الطيران لأنّ الهدف الأساسي للشركة هو إرضاء الزبون وتلبية احتياجاته، والالتزام بالمواعيد مما يزيد من التسويق بالعلاقات.

**خامسا: دراسة (بن سيرود فطيمة الزهراء، كرمانى هدى)**

مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، 2020.

- جاءت هذه الدراسة بعنوان "أثر الجودة المدركة والقيمة المدركة على ولاء المستهلك للعلامة \_ دراسة ميدانية على عينة من المستهلكين بولاية قسنطينة.
- هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الولاء للعلامة ومستوياته وكذا أهمياته.
- تبيان مدى تأثير الجودة المدركة والقيمة المدركة على الولاء للعلامة.
- معرفة مدى تأثير ولاء المستهلك بالجودة المدركة والقيمة المدركة لعلامات الهاتف الذكي.

وقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

- يعتبر الولاء أهم عنصر يساهم في بناء وتنمية العلامة وعليه ينبغي أن تعطي المؤسسة اهتمام أكبر لمعرفة أهم الأسباب المؤثرة عليه لإيجاد علاقة دائمة ومستمرة مع زبائنها والعمل على تقديم منتجات ذات جودة عالية وبالتالي بناء علامة قوية.
- أنّ الجودة المدركة تؤثر بصورة معنوية على الولاء للعلامة.

- على المؤسسات التّركيز على تقديم جودة مميزة وفريدة تزيد من لإدراك المستهلك وولاءه للعلامة من خلال توفير المنتجات بشكل جيد لأنّ عدم توافرها يقلل من ولاء المستهلك للعلامة ويدفعهم للبحث عن علامات بديلة.

سادسا: دراسة (رفيقة بوقريقة وسامي زعباط) مجلة الاستراتيجية والتنمية، 2020.

جاءت هذه الدّراسة بعنوان " أثر تبني أبعاد جودة الخدمة المصرفية في بناء ولاء الزّبون: دراسة عينة من المصارف الخاصة بولاية جيجل.

هدفت هذه الدّراسة إلى تحديد مستوى أثر جودة الخدمة المصرفية من خلال أبعادها الرئيسية المختلفة على تحقيق ولاء الزّبون من خلال تسليط الضّوء على أبعاد جودة الخدمة المصرفية ولاء الزّبون.

- تحديد أبعاد جودة الخدمة الأكثر تأثيرا على ولاء الزّبائن والتّعرف على مستوى تقييمها لها. وقد أظهرت نتائج الدّراسة ما يلي:

- تقييم الزّبائن لمستوى جودة الخدمة المصرفية كان ضمن مجال التقييم المرتفع وأعلى كبعد الملموسية.
- وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية ولاء الزّبون.
- أكثر الأبعاد تأثيرا هو بعد الملموسية.

**المطلب الثاني:** الدراسات السابقة باللغة الجنبية.

أولا: دراسة (I Ming Wang and chich-Jer sheih,2006)

هدفت هذه الدّراسة إلى البحث في العلاقة التي تربط بين جودة الخدمات المكتبية ورضا المستعملين في مكتبة جامعة (Chang Jung Christian) بتايوان والعمل لهذا الغرض نموذج أداء الخدمة. وقد أظهرت الدراسة عدّة نتائج أبرزها:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة الكلية ورضا المستعملين.
- باستثناء بعد الاستجابة فالأبعاد الأخرى لجودة الخدمة المكتبية كان لها أثر إيجابي على رضا المستعملين.



ثانيا: دراسة (Frequent flyer and Associates 2000)

كان هدف الدراسة التي قامت بها المجلة على عدد من شركات الطيران لقياس جودة خدمات النقل الجوي والكشف عن العوامل المؤثرة في رضا العملاء ومعرفة الأهمية النسبية لكل عنصر من عناصر جودة الخدمة في تحقيق رضا المسافرين، وقد توصلت الدراسة إلى أن:

- عناصر جودة خدمات النقل الجوي تتضمن: مدى توافر رحلات كافية، والإقلاع في الوقت المحدد، والخدمات المقدمة من المضيفين، وخدمات الطعام، وخدمات الصعود للطائرة، والبرامج الترفيهية على الطائرة.

- كان أهم هذه العناصر هو إقلاع في الوقت المحدد وآخرها البرامج الترفيهية.

المطلب الثالث: محل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة.

بعض طرح بعض الدراسات التي تناولت الموضوع يمكن عرض مميزات الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في النقاط التالية:

- ميدان الدراسة الحالية هو قطاع خدمات النقل الجماعي بولاية جيجل، وقد هدفت هذه الدراسة إلى دراسة أثر جودة خدمات النقل الجماعي على ولاء الزبون، وتم الاعتماد على الاستبانة في جمع البيانات وعلى برنامج (SPSS) من أجل تحليلها، وخلصت الدراسة إلى أن مستوى جودة خدمات النقل الجماعي المقدمة للزبون متوسطة، وبالتالي تأثيرها على الولاء بدرجة متوسطة.

فبعد استعراض نتائج الدراسات السابقة استنتجنا ما يلي:

-تميزت الدراسة الحالية بتناولها موضوع مهم وحيوي وهو قطاع خدمات النقل الجماعي كونه قطاع مهم في حياة الأفراد والمجتمع ككل.

-كما تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة كون الدراسات السابقة لم تتناول الأثر الذي تخلفه مؤشرات جودة خدمات النقل الجماعي على ولاء الزبون.

-تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة كونها أحد الدراسات القليلة التي عالجت موضوع ولاء الزبون في خدمات النقل الجماعي بولاية جيجل.

## خلاصة:

من خلال هذا الفصل تمّ التعرف على أهمية ودور النقل في مختلف المجالات، حيث يساهم في تكوين الاتصال الاجتماعي، وخدمات النقل هي عبارة عن المنافع التي يحصل عليها الزبائن من المؤسسات الخدمية، ويتشاركون في إنتاجها مشاركة مباشرة، وتعتبر الجودة في قطاع النقل الجماعي من المواصفات التي تترجم حاجات الزبائن وتوقعاتهم وتخضع لمعايير عديدة كسهولة الوصول، وعرض الخدمة والاهتمام بالزبون، والمدّة والأمان وهذا ما تناولناه في هذا الفصل بالإضافة إلى الإطار المفاهيمي لولاء الزبون، كما تمّ التطرق إلى أهم الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع وأهم النتائج المتوصل إليها.

## الفصل الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة.

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة.

**تمهيد:**

بعدها تطرقنا في الفصل الأول إلى الإطار النظري للدراسة المتمثلة في جودة خدمات النقل الجماعي بالإضافة إلى الدراسات السابقة جاء هذا الفصل كتكملة للدراسة النظرية، والذي نعمل فيه على إظهار تأثير جودة خدمة النقل الجماعي على ولاء الزبائن، واعتمادا على المنهج الوصفي التحليلي وباستخدام بعض الأدوات الكيفية والكمية والتي تتمثل في الاستمارة والاختبارات الإحصائية المناسبة ومن ثم العمل على تفسير النتائج المستخرجة ولقد تمت هذه الدراسة في ولاية جيجل وعلى هذا الأساس تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين كالآتي:

**المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة.**

**المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة.**

### المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة.

سنقوم في هذا المبحث بدراسة وتحليل مدى ولاء الزبائن لجودة خدمات النقل الجماعي المقدمة من قبل مؤسسات النقل الجماعي بولاية جيجل، حيث ضم هذا المبحث الطريقة والأدوات المستخدمة في جمع البيانات المتعلقة بالدراسة الميدانية.

#### المطلب الأول: تخطيط الدراسة الميدانية.

##### الفرع الأول: منهج الدراسة.

المنهج هو عبارة عدة أدوات استقصائية تستعمل في استخراج المعلومات من مصادرها الأصلية والثانوية تنظم بشكل مترابط ومنسق استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يعبر عن الظاهرة المبحوثة، وجمع المعلومات من، من أجل استقصاء الجوانب المختلفة لها وإنما يتصدى ذلك إلى تحليلها وتفسيرها والوصول إلى نتائج.

##### الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.

يتمثل مجتمع الدراسة في كل مستعملي خدمة النقل الجماعي بولاية جيجل.

أما عينة الدراسة فاقترنت على مجموعة من الزبائن تم اختبارهم بصفة عشوائية وبلغ عددهم 110 وتم استرجاعها كاملة بنسبة 100 وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

#### الجدول رقم (01): عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة في عينة الدراسة.

| البيان | الاستبيانات المسترجعة | الاستبيانات المقبولة | الاستبيانات المستبعدة |
|--------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| العدد  | 110                   | 110                  | 00                    |
| النسبة | %100                  | %100                 | 00                    |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة.

##### الفرع الثالث: أداة الدراسة.

اعتمدنا في دراستنا هذه على استبانة مكونة من جزئين:

الجزء الأول: يغطي الأسئلة المتعلقة بالمعلومات الشخصية للمجيبين (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الدخل).

الجزء الثاني: نتناول في هذا الجزء عبارات موجهة لأفراد عينة الدراسة من أجل قياس مدى ولاء الزبائن حول جودة خدمات النقل الجماعي بولاية جيجل، ويضمن هذا الجزء 26 عبارة موزعة على خمسة أبعاد لجودة خدمات النقل الجماعي إضافة إلى ولاء الزبون كما يلي:

بعد الاعتمادية تضمن (04) عبارات.

بعد الاستجابة تضمن (04) عبارات.

بعد الملموسية تضمن (04) عبارات.

بعد الأمان تضمن (04) عبارات.

بعد التعاطف تضمن (04) عبارات.

ولاء الزبون تضمن (06) عبارات.

تم استخدام مقياس ليكرث الخماسي لقياس اتجاهات وإجابات أفراد العينة كما يلي:

| الرقم | درجة الموافقة   |
|-------|-----------------|
| 01    | غير موافق تماما |
| 02    | غير موافق       |
| 03    | محايد           |
| 04    | موافق           |
| 05    | موافق تماما     |

المصدر: من إعداد الطالبين.

#### الفرع الرابع: أساليب المعالجة الإحصائية.

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات المجمعة تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية الضرورية لمعالجة المعلومات المتحصل عليها من الاستبيانات المسترجعة، وبعد فحصها وتبويبها قمنا بتفريغ وإدخال البيانات، بغرض تحليلها واختبار صحة فرضيات الدراسة تم الاستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SSPS) وهو عبارة عن نظام خاص يقوم بالتحليلات الإحصائية البسيطة منها والمعقدة ويحتوي على مجموعة كبيرة من الاختبارات الإحصائية التي تتدرج ضمن الإحصاء الوصفي والاستدلالي.

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي:

فيما يلي مجموعة أساليب الإحصاء الوصفي التي تم استخدامها:

**1-المدى:** استخدم هذا الأسلوب لتحديد طول فئات مقياس ليكرث الخماسي حيث تم حساب المدى بين أكبر وأصغر قيمة بدرجة مقياس ليكرث الخماسي (TRekil) ثم تقسيمه على عدد درجات المقياس للحصول على طول الفئة الصحيحة ( $0.8=4\div5$ ) بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس ( $1+$ ) وذلك بتحديد الحد الأعلى لأول فئة ( $1.8=1+0.8$ ) وهكذا أصبح طول الفئات كما يلي:

**الجدول رقم(02):** فئات مقياس ليكرث الخماسي.

| الرمز | الدرجات         | الفئة     | درجة الموافقة |
|-------|-----------------|-----------|---------------|
| 1     | غير موافق تماما | [1.8-1]   | منخفضة جدا    |
| 2     | غير موافق       | [2.6-1.8] | منخفضة        |
| 3     | محايد           | [3.4-2.6] | متوسطة        |
| 4     | موافق           | [4.2-3.4] | مرتفعة        |
| 5     | موافق تماما     | [5.0-4.2] | مرتفعة جدا    |

**المصدر:** من إعداد الطالبين اعتمادا على مقياس ليكرث الخماسي.

**2-التكرارات والنسب المئوية:** تم الاستعانة بالتكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات الاستبيان.

**3-المتوسط الحسابي:** تم استعمال هذا المتوسط لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات الاستبيان، وبحسب المتوسط الحسابي بالعلاقة الإحصائية التالية:

1: عدد خيارات أفراد العينة للخيار الواحد.

2: وزن الخيار في أداة الدراسة في بحثنا يتراوح بين 1 و5.

3: مجموع أفراد العينة التي تقدر في بحثنا 110 زبون.

**4-الانحراف المعياري:** استخدم المقياس لمعرفة مدى إنحراف إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات الاستبانة ولكل جزء من أجزاءها عن متوسطها الحسابي حيث كلما كان الانحراف أقل من الواحد الصحيح كلما قل التشنت في إجابات أفراد عينة الدراسة والعكس صحيح في حالة إذا كانت قيمة الانحراف تساوى أو تفوق الواحد الصحيح، وبحسب الانحراف المعياري بالعلاقة الإحصائية التالية:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum ni (xi - \bar{x})^2}{N}}$$

ثانيا: أساليب الإحصاء الاستدلالي:

**1-معامل الارتباط بيرسون:** استخدم هذا المعامل من أجل معرفة درجة ارتباط كل عبارة من عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للبعد الذي ينتمي إليه، وذلك لتقدير الاتساق الداخلي لأداة الدراسة.

تم استخدامه لقياس فقرات الاستبيان. **Alpha cronbakh -2-معامل الثبات**

**3-اختبار (T-TSeT) لعينة واحدة:** لمعرفة إذا كان متوسط درجة الاستبانة قد وصل إلى الدرجة المتوسطة وهي 3 أم زادت أو قلت عن ذلك استخدم هذا الاختبار للتأكد من دلالة المتوسط لكل فقرة من فقرات الاستبانة كما تم استخدامه في اختبار الفرضيات.

**المطلب الثاني:** اختبار أداة الدراسة.

نتطرق في هذا المطلب إلى صدق وثبات الاستبيان المقدم إلى أفراد العينة.

**الفرع الأول: صدق الاستبانة.**

وهو ينقسم إلى ما يلي:

**1-الصدق الظاهري للاستبيان:** للتأكد من صدق الأداة تم استخراج دلالة الصدق الظاهري للأداة وذلك من خلال عرضها في صورتها الأولية على الأستاذ المشرف بالإضافة إلى أستاذين محكمين وبعد عرض أداة الدراسة عليهم أبدوا مجموعة من الملاحظات وتم الأخذ بأراء المحكمين وتطوير أداة الدراسة بصورتها النهائية (ينظر الملحق رقم 01).

**2-الصدق البنائي(الداخلي) للاستبيان:** يقصد بالصدق الداخلي مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبيان مع المجال الذي تنتمي إليه هذه العبارات، حيث تم حساب الاتساق الداخلي لعينة الدراسة المكونة من 110 وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للبعد التابعة له (ينظر الملحق رقم 02).



أ-الصدق الداخلي لعبارات البعد الأول "الاعتمادية".

يبين الجدول التالي الصدق الداخلي لعبارات بعد الاعتمادية لخدمة النقل الجماعي حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (03): الصدق الداخلي لبعد "الاعتمادية".

| الرقم | العبارات   | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|-------|--|----------------|----------------|
| 01    | يلتزم النقل الجماعي بتقديم الخدمات في الوقت المحدد وبشكل سريع.     | 0.797**        | 0.00           |
| 02    | تتناسب فترة دوام تقديم الخدمة مع العملاء.                          | 0.659**        | 0.00           |
| 03    | تلتزم مؤسسة النقل الجماعي بالوقت المحدد في تقديم الخدمات للعملاء.  | 0.774**        | 0.00           |
| 04    | تقدم مؤسسات النقل الجماعي خدماتها بدرجة عالية من الدقة والموثوقية. | 0.760**        | 0.00           |

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS.

يبين الجدول رقم(03) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد الاعتمادية والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث أظهرت النتائج أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين 0.659 و 0.797 وهي موجبة ودالة عند مستوى المعنوية 0.01 مما يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه.

ب-الصدق الداخلي لبعد "الاستجابة".

يبين الجدول التالي الصدق الداخلي لبعد الاستجابة لخدمة النقل الجماعي حيث كانت النتائج كالتالي:

الجدول (04): الصدق الداخلي لبعد الاستجابة.

| الرقم | العبارات   | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|-------|--|----------------|----------------|
| 01    | تعلم مؤسسات النقل الجماعي الزبائن بموعد تقديم الخدمة.              | 0.628**        | 0.00           |
| 02    | تغطي مؤسسات النقل الجماعي احتياجات الزبائن على مدار الساعة واليوم. | 0.677**        | 0.00           |

|      |         |  |    |
|------|---------|--|----|
| 0.00 | 0.764** | يبدى العاملون في مؤسسات النقل الجماعي الاستعداد الدائم للمساعدة والاستجابة لطلبات الزبائن. | 03 |
| 0.00 | 0.629** | تقوم مؤسسات النقل الجماعي بالرد الفوري على استفسارات وشكاوى الزبائن.                       | 04 |

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS.

يبين الجدول رقم(04) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد الاستجابة والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث أظهرت النتائج أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين 0.628 و 0.764 وهي موجبة ودالة عند مستوى المعنوية 0.01 مما يدل على أن عبارات البعد الثاني صالحة لما وضعت لقياسه.

#### ج-الصدق الداخلي لبعد "الملموسية".

يبين الجدول التالي الصدق الداخلي لبعد الملموسية لخدمة النقل الجماعي حيث كانت النتائج

كالتالي:

الجدول رقم (05): الصدق الداخلي لبعد الملموسية.

| الرقم | العبارات   | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|-------|--|----------------|----------------|
| 01    | تتواجد محطات النقل الجماعي بالأماكن المناسبة.    | 0.578**        | 0.00           |
| 02    | تلتزم وسائل النقل الجماعي بمواقف الصعود والنزول. | 0.764**        | 0.00           |
| 03    | تغطي شبكة النقل الجماعي كل المناطق.              | 0.624**        | 0.00           |
| 04    | هندام مقدمي خدمات النقل الجماعي محترم.           | 0.562**        | 0.00           |

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS.

يبين الجدول رقم(05) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد الملموسية والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث أظهرت النتائج أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين 0.562 و 0.764 وهي موجبة ودالة عند مستوى المعنوية 0.01 مما يدل على أن عبارات البعد الثالث صالحة لما وضعت لقياسه.

#### د-الصدق الداخلي لبعد "الأمان".

يبين الجدول التالي الصدق الداخلي لبعد الأمان لخدمة النقل الجماعي حيث كانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (06): الصدق الداخلي لبعد الأمان.

| الرقم | العبارات  | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|-------|---|----------------|----------------|
| 01    | تلتزم مؤسسات النقل الجماعي بتوفير وسائل الوقاية من الحوادث.                   | 0.805**        | 0.00           |
| 02    | تلتزم مؤسسات النقل بتعليمات الجهات الوصية في تقديم خدمة النقل.                | 0.806**        | 0.00           |
| 03    | تتوفر وسائل النقل على مختلف أجهزة الأمن الضرورية.                             | 0.831**        | 0.00           |
| 04    | توفر وسائل النقل الجماعي للعميل الخدمة في جو آمن يخلو من المخاطر قدر الإمكان. | 0.838**        | 0.00           |

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS.

يبين الجدول رقم (06) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد الأمان والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث أظهرت النتائج أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين 0.805 و 0.838 وهي موجبة ودالة عند مستوى المعنوية 0.01 مما يدل على أن عبارات البعد الرابع صالحة لما وضعت لقياسه.

هـ- الصدق الداخلي لبعد "التعاطف".

يبين الجدول التالي الصدق الداخلي لبعد التعاطف لخدمة النقل الجماعي حيث كانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (07): الصدق الداخلي لبعد التعاطف:

| الرقم | العبارات  | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|-------|---|----------------|----------------|
| 01    | يولي مقدمو خدمة النقل الجماعي الاهتمام بالعملاء.                                  | 0.734**        | 0.00           |
| 02    | يتم تقديم خدمات مساعدة لذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن.                         | 0.717**        | 0.00           |
| 03    | يتصف العاملون بمؤسسات النقل الجماعي بالروح المرحة والصدقاة في التعامل مع العملاء. | 0.764**        | 0.00           |
| 04    | يوضح العاملون للعملاء المشاكل التي يعانون منها بطريقة يفهمها العملاء.             | 0.751**        | 0.00           |

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS.

يبين الجدول رقم (07) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد التعاطف والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث أظهرت النتائج أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين 0.717 و 0.764 وهي موجبة ودالة عند مستوى المعنوية 0.01 مما يدل على أن عبارات البعد الخامس صالحة لما وضعت لقياسه.

و-الصدق الداخلي لعبارات "ولاء الزبون".

يبين الجدول التالي الصدق الداخلي لعبارات ولاء الزبون حيث كانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (08): الصدق الداخلي لعبارات ولاء الزبون.

| الرقم | العبارات  | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|-------|---|----------------|----------------|
| 01    | لديك رغبة في إعادة تكرار استخدام وسيلة نقل معينة لعدة مرات.               | 0.571**        | 0.00           |
| 02    | تتعامل باستمرار مع وسيلة نقل معينة لأنها تقدم خدمات إضافية.               | 0.714**        | 0.00           |
| 03    | تتعامل مع وسائل نقل معينة لأنها تقدم خدمات جديدة باستمرار.                | 0.660**        | 0.00           |
| 04    | تقوم مؤسسات النقل الجماعي بتلبية حاجات ورغبات الزبائن.                    | 0.693**        | 0.00           |
| 05    | كثيرا ما أقول أشياء إيجابية عند استخدام وسائل النقل الجماعي لأشخاص آخرين. | 0.665**        | 0.00           |
| 06    | أشعر بالارتياح عند التعامل مع مؤسسات النقل الجماعي.                       | 0.728**        | 0.00           |

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS.

يبين الجدول رقم (08) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات ولاء الزبون والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث أظهرت النتائج أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين 0.571 و 0.728 وهي موجبة ودالة عند مستوى المعنوية 0.01 مما يدل على أن عبارات ولاء الزبون صالحة لما وضعت لقياسه.

ز-الصدق البنائي لأبعاد محور جودة خدمة النقل الجماعي:

يبين الجدول التالي الصدق البنائي لأبعاد جودة خدمة النقل الجماعي حيث كانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (09): الصدق البنائي لأبعاد محور جودة خدمة النقل الجماعي.

| الرقم | البعد      | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|-------|------------|----------------|----------------|
| 01    | الاعتمادية | 0.691**        | 0.00           |
| 02    | الاستجابة  | 0.773**        | 0.00           |
| 03    | الملموسية  | 0.785**        | 0.00           |
| 04    | الأمان     | 0.754**        | 0.00           |
| 05    | التعاطف    | 0.795**        | 0.00           |

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS.

يبين الجدول رقم(09) معاملات الارتباط بين كل بعد من أبعاد محور جودة خدمة النقل الجماعي والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث أظهرت النتائج أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين 0.691 و0.795 وهي موجبة ودالة عند مستوى المعنوية 0.05 مما يدل على أن عبارات ولاء الزبون صالحة لما وضعت لقياسه.

#### ح-الصدق البنائي لمحوري الاستبيان:

يبين الجدول التالي الصدق البنائي لمحوري الاستبيان حيث كانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (10): الصدق البنائي لمحوري الاستبيان.

| الرقم | البعد                   | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|-------|-------------------------|----------------|----------------|
| 01    | جودة خدمة النقل الجماعي | 0.982**        | 0.00           |
| 02    | ولاء الزبون             | 0.835**        | 0.00           |

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS.

يبين الجدول رقم(10) معاملات الارتباط بين كل محور من محوري الاستبيان والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث أظهرت النتائج أن معامل الارتباط للمحور الأول "جودة خدمة النقل الجماعي" قادت قيمته بـ 0.982 وهي موجبة ودالة عند مستوى المعنوية 0.05، وكذلك بالنسبة للمحور الثاني "ولاء الزبون" والذي قدر معامل ارتباطه بـ0.835 وهو الآخر موجب ودال عند مستوى المعنوية 0.05، وهذا ما يدل على صدق أداة الدراسة (الاستبيان) وقياسه فعلا لما وضع لقياسه.

الفرع الثاني: ثبات الاستبانة.

تم إجراء خطوات الثبات على العينة نفسها باستخدام معامل الثبات ألفا كرو نباخ والذي يأخذ قيما بين الصفر والواحد والذي يمكننا من الحكم على الاستبيان أنه يتمتع بدرجة عالية من الثبات إذا كانت قيمة معامل الثبات أكبر من 0.60 وللتأكد من ذلك قمنا بحساب معامل الثبات باستخدام (spss) والنتائج موضحة في الجدول التالي (ينظر الملحق رقم 03):

الجدول رقم(11): اختبار الثبات بحساب ألفا كرو نباخ.

| معامل ألفا كرو نباخ | عدد العبارات | الاستبيان        |
|---------------------|--------------|------------------|
| 0.739               | 04           | بعد الاعتمادية   |
| 0.597               | 04           | بعد الاستجابة    |
| 0.505               | 04           | بعد الملموسية    |
| 0.837               | 04           | بعد الأمان       |
| 0.726               | 04           | بعد التعاطف      |
| 0.757               | 06           | ولاء الزبون      |
| 0.904               | 26           | إجمالي الاستبيان |

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج SPSS .

تشير نتائج الاختبار في الجدول أعلاه إلى ارتفاع درجة الاتساق الداخلي بين العبارات التي تتضمنها الأبعاد، هذا ما يدل على تمتعها بدرجة ثبات عالية ونلاحظ أن أغلب المعاملات قريبة من واحد، متراوحة بين المقبولة والجيدة، حيث بلغ ثبات الاتساق الكلي للاستبيان 0.904، هذا ما يؤكد لنا أن الأداة تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

### المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة.

يتضمن هذا المبحث عرض وتحليل البيانات ومتغيرات الدراسة، وتوضيح أبرز نتائج الاستبيان والتي تم الوصول إليها من خلال تحليل الفقرات (ينظر الملحق رقم 04).

#### المطلب الأول: تحليل وتفسير خصائص عينة الدراسة.

سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم الخصائص التي تميز أفراد عينة الدراسة والتي تعد من العوامل المهمة في تفسير آراءهم، وتتمثل أساساً في الجنس، السن، المستوى التعليمي، الدخل.

#### الفرع الأول: متغير الجنس.

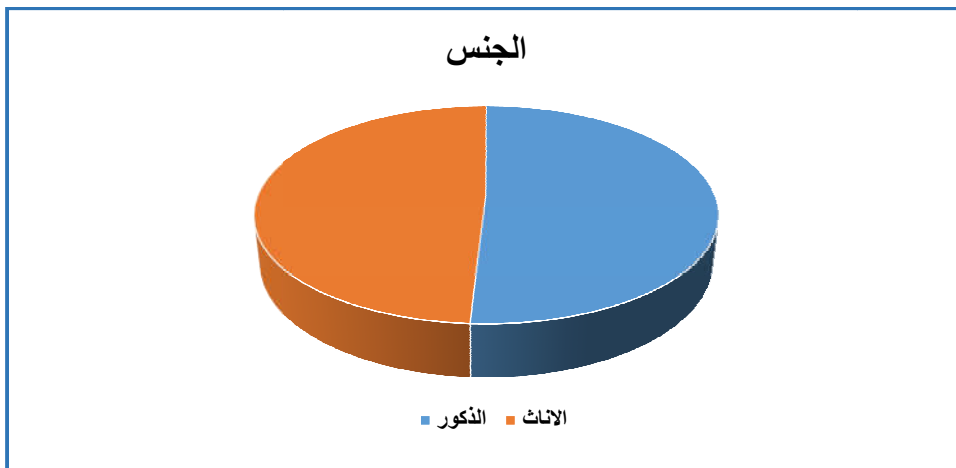
يمكن توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس إلى صنفين كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

| الجنس   | التكرار | النسب المئوية |
|---------|---------|---------------|
| ذكر     | 56      | 50.9%         |
| أنثى    | 54      | 49.1%         |
| المجموع | 110     | 100%          |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

الشكل رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

الذكور 56 فردا يتضح من خلال الجدول رقم(10) أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث حيث بلغ عدد أي ما يمثل 50.9% من عينة الدراسة مقابل 49.1% من الإناث بواقع 54 مفردة وهي الفئة الأقل في عينة الدراسة.

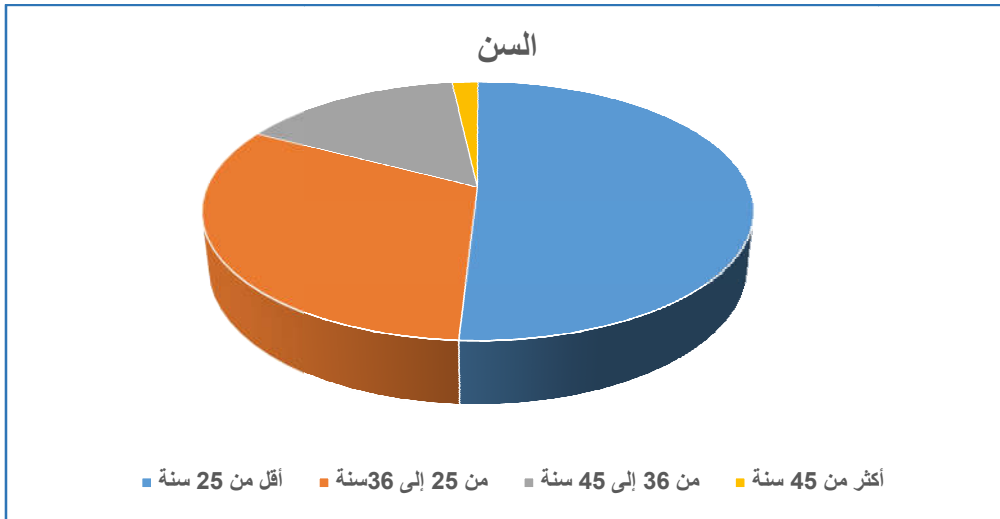
الفرع الثاني: متغير السن.

تم توزيع أفراد العينة حسب متغير السن إلى أربعة فئات رئيسية تم توزيعها وفق هذا الجدول:  
الجدول رقم (13): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

| النسب المئوية | التكرار | السن             |
|---------------|---------|------------------|
| 50.9%         | 56      | أقل من 25 سنة    |
| 31.82%        | 35      | من 25 إلى 35 سنة |
| 15.5%         | 17      | من 36 إلى 45 سنة |
| 1.8%          | 2       | أكثر من 45 سنة   |
| 100%          | 110     | المجموع          |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

الشكل رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة الذين تقل أعمارهم من 25 سنة تقدر بنسبة 50.9% بتكرار 56 فردا، ثم تليها الفئة العمرية من 25 إلى 35 سنة تقدر بنسبة 31.82% بتكرار 35



فرداً، ثم الفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة تقدر بنسبة 15.5% بتكرار 17 فرداً، أما الفئة العمرية الأكثر من 45 سنة تقدر بنسبة 1.8% بتكرار فردين، وهذا ما يدل على شبابية أفراد العينة.

الفرع الثالث: المستوى التعليمي.

تم توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي إلى ثلاث فئات رئيسية تم توزيعها وفق هذا

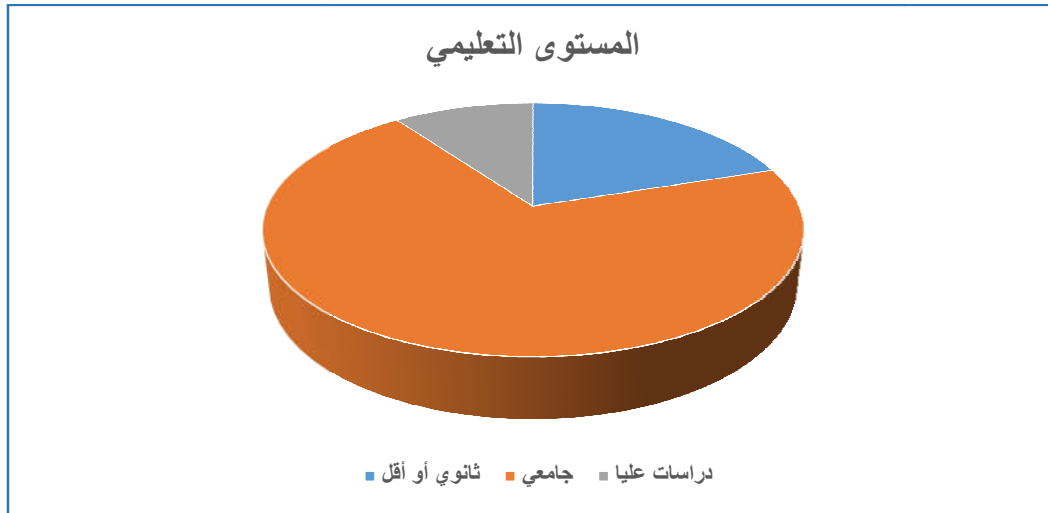
الجدول:

الجدول رقم (14): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

| النسب المئوية | التكرار | المستوى التعليمي |
|---------------|---------|------------------|
| 20%           | 22      | ثانوي أو أقل     |
| 70%           | 77      | جامعي            |
| 10%           | 11      | دراسات عليا      |
| 100%          | 110     | المجموع          |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

الشكل رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

يتبين من خلال الجدول رقم (12): أن أغلب أفراد عينة الدراسة يحوزون على شهادات جامعية حيث بلغ عددهم 77 فرداً بنسبة 70% وهذا مؤشر جيد عن إجابات العينة وقدرتهم على فهم عبارات الدراسة، ثم

تليها فئة الثانوي أو أقل ا بنسبة 20% بتكرار 22 فردا، ثم فئة الدراسات العليا بنسبة 10% بتكرار 11 فردا، وعليه يمكن القول أن العينة المدروسة غالبيتها مؤهلة علميا.

الفرع الرابع: متغير الدخل.

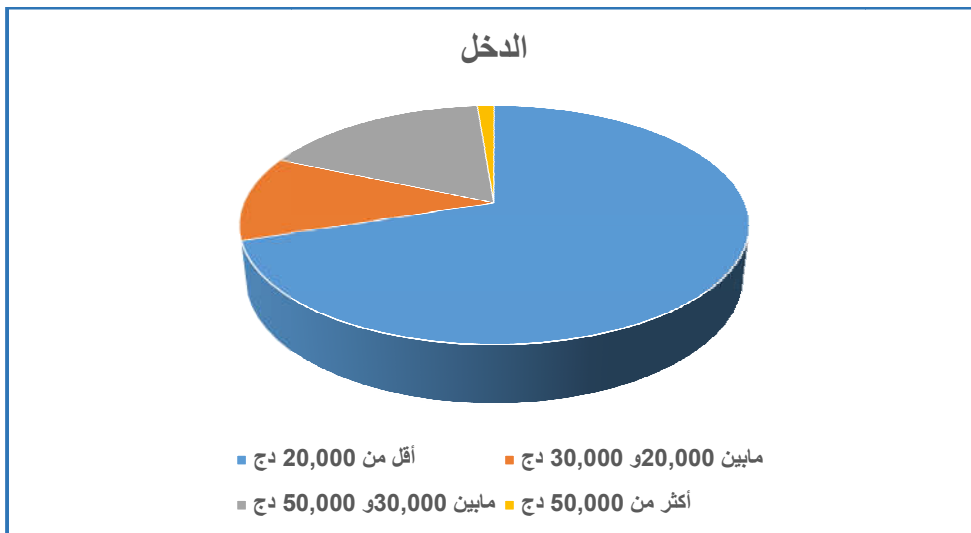
تم توزيع أفراد العينة حسب متغير الدخل إلى أربعة فئات رئيسية تم توزيعها وفق هذا الجدول:

الجدول رقم (15): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل.

| النسب المئوية | التكرار | الدخل                     |
|---------------|---------|---------------------------|
| 66.4%         | 73      | أقل من 20.000 دج          |
| 10.9%         | 12      | ما بين 20.000 و 30.000 دج |
| 16.36%        | 18      | ما بين 30.000 و 50.000 دج |
| 6.4%          | 7       | أكثر من 50.000 دج         |
| 100%          | 110     | المجموع                   |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

الشكل رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب متغير الدخل.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن 73 فرداً أي ما نسبته 66.4% من إجمالي أفراد عينة الدراسة ذوي الدخل أقل من 20.000 دج وهم الفئة الأكثرية في عينة الدراسة، تليها فئة أفراد ذوي الدخل من 30.000 و 50.000 دج ب 18 فرداً أي ما يمثل 16.36% من إجمالي أفراد عينة الدراسة ثم 12 فرداً بنسبة 10.9% من إجمالي أفراد عينة الدراسة من فئة أصحاب الدخل ما بين 20.000 و 30.000 دج، وأخيراً أصحاب الدخل الأكثر من 50.000 دج وكان عددهم 7 أفراد بنسبة 6.4% من إجمالي أفراد عينة الدراسة وهي الفئة الأقل في عينة الدراسة.

#### المطلب الثاني: تحليل عبارات محاور الاستبيان.

سنحاول في هذا المطلب تحليل عبارات محاور الاستبيان من خلال عرض وتحليل إجابات أفراد حول جودة خدمات النقل الجماعي وولاء الزبون.

#### الفرع الأول: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول عبارات محور أبعاد الجودة:

نتطرق في هذا الفرع إلى عرض وتحليل عبارات أبعاد الجودة والتي تتضمن خمسة أبعاد كما يلي:

أولاً: الاعتمادية: في هذا البعد تم الاعتماد على أربع عبارات موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد الاعتمادية.

| الرقم | العبارات   | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|-------|--|-----------------|-------------------|
| 01    | يلتزم النقل الجماعي بتقديم الخدمات في الوقت المحدد وبشكل سريع.     | 2.96            | 1.24              |
| 02    | تتناسب فترة دوام تقديم الخدمة مع العملاء.                          | 3.16            | 1.04              |
| 03    | تلتزم مؤسسة النقل الجماعي بالوقت المحدد في تقديم الخدمات للعملاء.  | 3.01            | 1.14              |
| 04    | تقدم مؤسسات النقل الجماعي خدماتها بدرجة عالية من الدقة والموثوقية. | 2.52            | 1.09              |
|       | <b>الاعتمادية</b>  | <b>2.91</b>     | <b>0.85</b>       |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

- العبارة رقم (01): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.96 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.24.

- العبارة رقم (02): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.16 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.04.

- العبارة رقم (03): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.01 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.14.

- العبارة رقم (04): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.52 والذي ينتمي إلى المجال [1.8-2.6] والذي يدل على درجة موافقة منخفضة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.09.

ثانياً: الاستجابة: في هذا البعد تم الاعتماد على أربع عبارات موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد الاستجابة.

| الرقم | العبارات   | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|-------|--|-----------------|-------------------|
| 01    | تعلم مؤسسات النقل الجماعي الزبائن بموعد تقديم الخدمة.                                      | 3.30            | 1.13              |
| 02    | تغطي مؤسسات النقل الجماعي احتياجات الزبائن على مدار الساعة واليوم.                         | 2.97            | 1.10              |
| 03    | يبدى العاملون في مؤسسات النقل الجماعي الاستعداد الدائم للمساعدة والاستجابة لطلبات الزبائن. | 3.06            | 1.03              |
| 04    | تقوم مؤسسات النقل الجماعي بالرد الفوري على استفسارات وشكاوى الزبائن.                       | 2.61            | 0.98              |
|       | <b>الاستجابة</b>   | <b>2.98</b>     | <b>0.71</b>       |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

- العبارة رقم (01): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.30 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.13.

- العبارة رقم (02): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.97 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.10.

- العبارة رقم (03): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.06 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.03.

- العبارة رقم (04): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.61 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 0.98.

ثالثاً: الملموسية: في هذا البعد تم الاعتماد على أربع عبارات موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم(18): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد الملموسية.

| الرقم | العبارات   | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|-------|--|-----------------|-------------------|
| 01    | تتواجد محطات النقل الجماعي بالأماكن المناسبة.    | 3.49            | 1.04              |
| 02    | تلتزم وسائل النقل الجماعي بمواقف الصعود والنزول. | 3.19            | 1.23              |
| 03    | تغطي شبكة النقل الجماعي كل المناطق.              | 2.56            | 1.12              |
| 04    | هندام مقدمي خدمات النقل الجماعي محترم.           | 3.00            | 1.17              |
|       | <b>الملموسية</b>                                 | <b>3.06</b>     | <b>0.72</b>       |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

- العبارة رقم(01): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.49 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-4.2] والذي يدل على درجة موافقة مرتفعة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.04.

- العبارة رقم(02): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.19 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.23.

- العبارة رقم(03): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.56 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.12.

- العبارة رقم(04): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.00 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.17.

رابعاً: الأمان: في هذا البعد تم الاعتماد على أربع عبارات موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم(19): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد الأمان.

| الرقم | العبارات  | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|-------|---|-----------------|-------------------|
| 01    | تلتزم مؤسسات النقل الجماعي بتوفير وسائل الوقاية من الحوادث.                   | 2.79            | 1.02              |
| 02    | تلتزم مؤسسات النقل بتعليمات الجهات الوصية في تقديم خدمة النقل.                | 2.98            | 1.04              |
| 03    | تتوفر وسائل النقل على مختلف أجهزة الأمن الضرورية.                             | 2.57            | 0.99              |
| 04    | توفر وسائل النقل الجماعي للعميل الخدمة في جو آمن يخلو من المخاطر قدر الإمكان. | 2.89            | 1.12              |
|       | <b>الأمان</b>   | <b>2.80</b>     | <b>0.86</b>       |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

- العبارة رقم(01): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.79 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.02.

- العبارة رقم(02): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.98 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.04.

- العبارة رقم(03): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.57 والذي ينتمي إلى المجال [1.8-2.6]والذي يدل على درجة موافقة منخفضة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 0.99.

- العبارة رقم(04): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.89 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.12.

خامسا: التعاطف: في هذا البعد تم الاعتماد على أربع عبارات موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم(20): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد التعاطف.

| الرقم | العبارات  | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|-------|---|-----------------|-------------------|
| 01    | يولي مقدمو خدمة النقل الجماعي الاهتمام بالعملاء.                                  | 3.04            | 0.97              |
| 02    | يتم تقديم خدمات مساعدة لذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن.                         | 3.34            | 1.07              |
| 03    | يتصف العاملون بمؤسسات النقل الجماعي بالروح المرحة والصدافة في التعامل مع العملاء. | 2.76            | 1.12              |
| 04    | يوضح العاملون للعملاء المشاكل التي يعانون منها بطريقة يفهمها العملاء.             | 3.07            | 1.06              |
|       | <b>التعاطف</b>  | <b>3.05</b>     | <b>0.78</b>       |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

- العبارة رقم(01): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.04 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 0.97.

- العبارة رقم(02): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.34 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.09.

- العبارة رقم(03): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.76 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.12.

- العبارة رقم (04): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.07 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.06.

الفرع الثاني: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول عبارات محور ولاء الزبون:

الجدول رقم(21): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات ولاء الزبون.

| الرقم | العبارات  | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|-------|---|-----------------|-------------------|
| 01    | لديك رغبة في إعادة تكرار استخدام وسيلة نقل معينة لعدة مرات.               | 3.31            | 1.00              |
| 02    | تتعامل باستمرار مع وسيلة نقل معينة لأنها تقدم خدمات إضافية.               | 3.15            | 1.07              |
| 03    | تتعامل مع وسائل نقل معينة لأنها تقدم خدمات جديدة باستمرار.                | 3.16            | 1.03              |
| 04    | تقوم مؤسسات النقل الجماعي بتلبية حاجات ورغبات الزبائن.                    | 2.99            | 0.98              |
| 05    | كثيرا ما أقول أشياء إيجابية عند استخدام وسائل النقل الجماعي لأشخاص آخرين. | 2.83            | 1.02              |
| 06    | أشعر بالارتياح عند التعامل مع مؤسسات النقل الجماعي.                       | 2.87            | 1.04              |
| 0.69  | ولاء الزبون   | 3.05            |                   |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



- العبارة رقم(01): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.31 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.00.
- العبارة رقم (02): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.15 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.07.
- العبارة رقم (03): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.16 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.03.
- العبارة رقم (04): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.99 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 0.98.
- العبارة رقم (05): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.83 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.02.
- العبارة رقم (06): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.87 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]والذي يدل على درجة موافقة متوسطة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة بانحراف معياري قدره 1.04.

#### المطلب الثالث: النتائج المتعلقة باختبار فرضيات الدراسة.

من أجل التوصل إلى نتائج تسمح باختبار الفرضيات المتعلقة بموضوع البحث سيتم الاعتماد على مجموعة من القرارات نذكر منها بالنسبة لاختبار T-TSeT وكذلك مستوى الدلالة بالنسبة لاختبار التوزيع الطبيعي ومعامل الانحدار البسيط بالنسبة لاختبار فرضيات الدراسة.

الفرع الأول: اختبار التوزيع الطبيعي:

تشتت معظم الاختبارات المعملية أن يكون توزيع البيانات طبيعياً من خلال برنامج SPSS وسنقوم باستعراض اختبار (اختبار كولمغوروف-سميرنوف) لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وهذا من خلال الجدول التالي (ينظر الملحق رقم 05):

الجدول رقم (22): النتائج المتعلقة باختبار التوزيع الطبيعي (المحور الأول، المحور الثاني).

| المحاور       | عدد العبارات | قيمة الاختبار | مستوى المعنوية |
|---------------|--------------|---------------|----------------|
| المحور الأول  | 20           | 0.064         | 0.200          |
| المحور الثاني | 06           | 0.122         | 0.000          |
| جميع المحاور  | 26           | 0.076         | 0.138          |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

متغير الجودة يخضع للتوزيع الطبيعي  $\text{sig} = 0.200 > 0.05$  بينما متغير ولاء الزبون لا يخضع للتوزيع الطبيعي، لأن  $\text{sig} = 0.00 < 0.05$ ، ولكن يمكن تجاوز فرضية كون الولاء يخضع للتوزيع الطبيعي لأن الاختبارات التي سوف نستعملها لاحقاً  $T\text{-test}$ ،  $Anova$  هي اختبارات قوية لا تتأثر بعدم احترام فرضيات التوزيع الطبيعي.

نقوم باختبار الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الأولى:

$H_0$ : البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

✓ الفرضية الثانية:

$H_1$ : البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

إذا كانت القيمة الاحتمالية ل  $g_i S$  أكبر من مستوى الدلالة ( $g_i S$ ) تقبل الفرضية الأولى، والتي تقول البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، أما إذا كانت القيمة الاحتمالية ل  $g_i S$  أصغر من مستوى الدلالة ( $g_i S$ ) نرفض الفرضية الثانية، أي أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

الفرع الثاني: اختبار الفرضيات الرئيسية:

✓ الفرضية الرئيسية الأولى:

$H_0$ : توجد جودة بخدمات النقل الجماعي بولاية جيجل.

$H_1$ : لا توجد جودة بخدمات النقل الجماعي بولاية جيجل.

الجدول رقم (23): اختبار (T) للفرضية الرئيسية الأولى.

| الحكم | مستوى الدلالة | T الجدولية | T المحسوبة | الفرضية                                    |
|-------|---------------|------------|------------|--|
| نقبل  | 0,561         | -1,984     | -0,583     | توجد جودة بخدمات النقل الجماعي بولاية جيجل |

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج الSPSS.

يتضح من خلال الجدول السابق أنّ قيمة T المحسوبة المقدرّة بـ(-0,583) أكبر من قيمة T الجدولية المقدرّة بـ(-1,984)، كما أنّ مستوى الدلالة بلغت قيمته (0,561) وهو أكبر من مستوى المعنوية (0.05)، ومنه وفقا لقاعدة القرار نرفض الفرضية البديلة ( $H_1$ ) ونقبل الفرضية الصفرية ( $H_0$ )، وهذا يعني أنّه توجد جودة بدرجة متوسطة بخدمات النقل الجماعي بولاية جيجل.

✓ الفرضية الرئيسية الثانية:

$H_0$ : يوجد ولاء لدى الزبائن لخدمات النقل الجماعي بولاية جيجل.

$H_1$ : لا يوجد ولاء لدى الزبائن لخدمات النقل الجماعي بولاية جيجل.

الجدول رقم (24): اختبار (T) للفرضية الرئيسية الثانية.

| الحكم      | مستوى الدلالة | T الجدولية | T المحسوبة | الفرضية   |
|------------|---------------|------------|------------|---|
| نقبل $H_0$ | 0,397         | -1,984     | -0,851     | يوجد ولاء لدى الزبائن لخدمات النقل الجماعي بولاية جيجل. |

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج الSPSS.

يتبين من خلال الجدول السابق أنّ قيمة T المحسوبة بلغت (-0,851) وهي أكبر من قيمة T الجدولية المقدره ب(-1,984)، أيضا يتضح أنّ مستوى الدلالة قد قدر ب (0,397) وهو أكبر من مستوى المعنوية (0.05)، ومنه وفقا لقاعدة القرار نرفض الفرضية البديلة (H1) ونقبل الفرضية الصفرية (H0)، وهذا يعني أنّه يوجد ولاء بدرجة متوسطة لدى الزبائن لخدمات النقل الجماعي بولاية جيجل.

✓ الفرضية الرئيسية الثالثة:

يوجد أثر لجودة خدمة النقل الجماعي على ولاء الزبائن عند مستوى المعنوية 5% ومجال الثقة 95%.

من خلال النتائج المتحل عليها سابقا اتضح جليا أن نموذج الانحدار الكلي دال إحصائيا وصورته جاءت على النحو التالي:

$$2.31) = 4F = (5.10$$

وبالاستعانة بجدول الانحدار الخطي المتعدد يمكننا أن نبرهن عل صحة الفرضية الرئيسية وذلك بالاعتماد على قاعدة القرار السابقة.

**H0:** لا يوجد أثر لجودة خدمة النقل الجماعي على ولاء الزبائن بولاية جيجل.

**H1:** يوجد أثر لجودة خدمة النقل الجماعي على ولاء الزبائن بولاية جيجل.

الجدول رقم (25): نتائج تحليل الانحدار المتعدد للفرضية الثالثة دون استبعاد أي بعد من أبعاد الجودة.

| القرار                                     | مستوى الدلالة الإحصائية | R <sup>2</sup> | DDL        |        | F       | الفرضية الرئيسية   |
|--|-------------------------|----------------|------------|--------|---------|--|
|  |                         |                | REGRESSION | RESIDU |         |  |
| قبول H1                                    | 0,00                    | 0,510          | 01         | 108    | 112.268 | يوجد أثر لجودة خدمات النقل الجماعي على ولاء الزبائن بولاية جيجل. |
| $\alpha \leq$ مستوى المعنوية المعتمدة 0.05 |                         |                |            |        |         |  |

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج الSPSS.

الجدول رقم (26): نتائج تحليل الانحدار المتعدد للفرضية الثالثة بعد استبعاد أبعاد الجودة غير المؤثرة على ولاء الزبائن.

| القرار                           | مستوى الدلالة الإحصائية | R <sup>2</sup> | DDL        |        | F      | الفرضية الرئيسية  |
|----------------------------------|-------------------------|----------------|------------|--------|--------|---|
|                                  |                         |                | REGRESSION | RESIDU |        |   |
| قبول H1                          | 0,00                    | 0,543          | 05         | 104    | 24,720 | يوجد أثر لجودة خدمة النقل الجماعي بولاية جيجل على ولاء الزبائن. |
| α < مستوى المعنوية المعتمدة 0.05 |                         |                |            |        |        |   |

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدولين السابقين يتضح أنّ قيمة مستوى الدلالة قدرت بـ (0,000) في كلا الحالتين أي مع استبعاد أو دون استبعاد بعض أبعاد الجودة التي كان أثرها غير دال إحصائياً على ولاء الزبون، وهي أقل من مستوى المعنوية (0,05)، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية (H0) ونقبل الفرضية البديلة (H1) وهي أنّ الانحدار معنوي وبالتالي يوجد تأثير من المتغيرات المستقلة (أبعاد جودة خدمة النقل الجماعي) على المتغير التابع (ولاء الزبون)، ونستطيع التنبؤ بولاء الزبون من خلال جودة خدمة النقل الجماعي. ذلك أنّ المتغيرات المفسرة (أبعاد جودة خدمة النقل الجماعي) تفسر 54,30% من التباين الحاصل في ولاء الزبون بعد استبعاد أبعاد الجودة ذات الأثر غير الدال والذي قدرت قبل ذلك بـ 51%، وذلك بالنظر إلى معامل التحديد (R<sup>2</sup>)، كما أنّ قيمة F المحسوبة قدرت بعد الاستبعاد بـ 24,72 وهي أكبر من قيمة F الجدولية المقدر بـ 2,31، وهذا ما يؤكد معنوية الانحدار وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي أنّ جودة خدمة النقل الجماعي لها أثر على ولاء الزبون بولاية جيجل.

### الفرع الثالث: اختبار الفرضيات الفرعية:

لتحديد أي من أبعاد جودة خدمة النقل الجماعي التي تم تناولها بالدراسة هو الذي له تأثير جوهري في ولاء الزبائن نقوم ببناء نموذج انحدار خطي متعدد يكون فيه الولاء متغير تابع، بينما تكون المتغيرات التي تعبر عن جودة الخدمات متغيرات مستقلة، وبعد بناء النموذج نقوم باختبار الفرضيات الخاصة بالدلالة الإحصائية لمعاملات النموذج.

نقوم باقتراح نموذج انحدار خطي متعدد للتعبير عن العلاقة بين ولاء الزبائن كمتغير تابع من جهة والمتغيرات التي تعبر عن جودة خدمات النقل الجماعي من جهة أخرى.

ويكتب النموذج كما يلي:

$$I = b + ax_1 + ax_2 + ax_3 + ax_4 + ax_5.$$

### 1-1- تقدير معاملات النموذج.

في هذه المرحلة معاملات النموذج المبين سابقا وذلك باستخدام طريقة المربعات الصغرى العادية (MCO)

الجدول رقم (27): نتائج الإندار الخطي المتعدد لأبعاد جودة الخدمة.

| مستوى الدلالة | قيمة ستيودنت | الخطأ المعياري | معاملات الانحدار | المتغيرات المستقلة |
|---------------|--------------|----------------|------------------|--------------------|
| 0.09          | 2.657        | 0.236          | 0.627            | الثابت             |
| 0.398         | 0.849        | 0.064          | 0.055            | الاعتمادية         |
| 0.160         | 1.416        | 0.087          | 0.123            | الملموسية          |
| 0.126         | 1.541        | 0.086          | 0.132            | الاستجابة          |
| 0.021         | 2.337        | 0.069          | 0.161            | الأمان             |
| 0.00          | 4.372        | 0.078          | 0.342            | التعاطف            |

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

وتكتب معادلة الانحدار على الشكل التالي:

$$I = 0.627 + 0.055A + 0.123B + 0.132C + 0.161D + 0.342E$$

يمكن ملاحظة أن كلا من معاملات متغير الاعتمادية والملموسية والاستجابة ليست ذات دلالة إحصائية وهذا يدل على عدم وجود أثر لكل منهما على الولاء.

وفي هذه الحالة نعيد كتابة النموذج بعد التخلص من متغير الاعتمادية والملموسية والاستجابة كما يلي:

ونقوم بإجراء عملية التقدير على برنامج spss فنحصل على النتائج التالية:

الجدول رقم(28): نتاج الإنحدار الخطي المتعدد لأبعاد جودة الخدمة ذات الأثر على ولاء الزبون.

|      |       |       |       |         |
|------|-------|-------|-------|---------|
| 0.00 | 5.157 | 0.200 | 1.033 | الثابت  |
| 0.01 | 3.500 | 0.065 | 0.228 | الأمان  |
| 0.00 | 6.332 | 0.071 | 0.453 | التعاطف |

المصدر: من إعداد الطالبين اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS.

يوضح الجدول السابق معاملات الانحدار والخطأ المعياري وقيمة اختبار (ت) مع قيمة مستوى الدلالة الإحصائية لأبعاد جودة خدمة النقل الجماعي التي اتضح سابقاً أنّ لها أثر جوهري على ولاء الزبون، ومن خلال هذا الجدول يمكن الحصول على معادلة الانحدار حسب النموذج الموالي:

$$I = 1.033 + 0.228A + 0.453B.$$

حيث:

I : يمثل ولاء الزبون.

A : يمثل بعد الأمان.

B : يمثل بعد التعاطف.

## خلاصة:

في هذا الفصل حاولنا معرفة هل هناك أثر لجودة خدمات النقل الجماعي على ولاء الزبائن بولاية جيجل، وتوصلنا في الأخير بقبول الفرضية الرئيسية أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة خدمات النقل الجماعي على ولاء الزبائن بولاية جيجل.

وهذا الأثر تدعمه خمس فرضيات والتي نصت على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد الأمان، التعاطف على ولاء الزبائن بولاية جيجل، حيث يولي الزبائن أهمية كبيرة في تقييمهم لجودة خدمات النقل الجماعي ومدى تأثيرها على ولاءهم، أما الفرضية الأولى والثانية والثالثة على الترتيب فقد تم رفضها أي لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لهذه الأبعاد على ولاء الزبائن بولاية جيجل، ومن النتائج التي توصلنا إليها أن هذه الأبعاد لا تؤثر بدرجة كبيرة في نظر الزبائن، ويعود السبب لوجود نقص أو خلل سواء في وسيلة النقل المستخدمة أو في مقدمي الخدمة.





خاتمة

### الخاتمة العامة:

يعتبر النقل الجماعي بمختلف أنواعه شريان حيوي في كافة المناطق مما يؤديه من تنقلات للأشخاص من مكان لآخر لتحقيق أغراضهم من العمل والتسوق والدراسة والترفيه وغيرها من المصالح، وقد جعل المتنقل يجد نفسه أمام حتمية اختيار وسيلة النقل التي توفر له الوقت والتكلفة والأمن والراحة، كما كان لزيادة حجم الطلب على خدمة النقل الجماعي زيادة في حدة المنافسة، الأمر الذي ألزم هذه المؤسسات بالعمل على تحسين جودة ونوعية خدماتها لتتال رضا وولاء الزبائن والعمل على كسبهم.

كما يعتبر النقل الجماعي مظهر من مظاهر التطور والتحضر في أي مجتمع نتيجة ارتباطه بحياة الأفراد، كما يعتر الوسيلة الأكثر استخداما واستعمالا في كل الدول لهذا لاقى الاهتمام الكبير من قبل الحكومات والدول للعمل على تحسينه وتطويره باعتباره أحد أبرز الأسباب التي تجلب رضا الزبائن وكسب ولاءهم، والذي يكون له أثر إيجابي في مؤسسات النقل في تعزيز تواجدها وضمان بقاءها لأطول مدة ممكنة والذي هو مطلب كل المؤسسات الخدمية.

ومن خلال دراستنا التي تم تقسيمها إلى قسمين، قسم نظري حيث تطرقنا فيه إلى أهم العناصر المتعلقة بالمتغيرين المتمثلين في جودة خدمات النقل الجماعي وولاء الزبائن، وبعد ذلك التطرق إلى الدراسات السابقة سواء بالغة العربية أو بالغة الأجنبية، والجزء الثاني فقد حاولنا فيه الإجابة على كل ما يتعلق بأثر جودة خدمات النقل الجماعي على ولاء الزبائن بولاية جيجل.

ومن خلال دراستنا النظرية والتطبيقية استخلصنا مجموعة من النتائج والاقتراحات وهي كالتالي:

### أولا/ نتائج الدراسة النظرية:

- النقل عملية قديمة قدم الإنسان وقد مرت بمراحل عديدة من المشي على الأقدام واستعمال الدواب إلى أحدث ما نستعمله من وسائل النقل المستدام.
- النقل وسيلة هامة للربط بين نقاط التجمع العمراني فهو يعد من أهم الوظائف في قطاع النقل.
- يساهم النقل في إضافة قيمة سواء للأفراد أو البضائع وذلك بتحقيق المنفعة الزمانية والمكانية.
- تعتبر الجودة من بين العوامل الرئيسية في نجاح المؤسسات وذلك بتقديم الخدمة بشكل صحيح وجيد.
- لجودة خدمة النقل الجماعي خمسة أبعاد رئيسية وتختلف حسب الباحثين وكل بعد له دور في كسب رضا وولاء الزبون.

### ثانياً/ نتائج الدراسة الميدانية:

تبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها بواسطة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SSPS) ما يلي:

في المتغير المستقل والذي هو جودة خدمة النقل الجماعي خمسة أبعاد يؤثر كل بعد بدرجة معينة ونذكرهم بالترتيب بعد الاعتمادية ب 2.91، ثم بعداي الاستجابة ب 2.98 والملموسية ب 3.06، ثم بعد الأمان بمتوسط حسابي قدره 2.86، ثم التعاطف ب 3.05.

أما المتغير التابع فيه ستة عبارات بمتوسط إجمالي قدره 3.05.

أما فرضيات الدراسة كانت نتائجها كما يلي:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الاعتمادية على ولاء الزبائن بولاية جيجل.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الاستجابة على ولاء الزبائن بولاية جيجل.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الملموسية على ولاء الزبائن بولاية جيجل.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الأمان على ولاء الزبائن بولاية جيجل.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده التعاطف على ولاء الزبائن بولاية جيجل.

### ثالثاً/ اقتراحات الدراسة:

من خلال ما سبق يمكن تقديم جملة من الاقتراحات تتمثل فيما يلي:

- ضرورة الاهتمام بتطوير وسائل نقل جماعي حديثة كبديل للحافلة، والتي من أبرزها النقل عبر المبررات الخاصة كالميترو والتي تعمل على تخفيف الضغط على شبكة الطرقات.

- العمل على تصميم برامج تعمل على تحسين مستوى جودة خدمات النقل الجماعي بالاعتماد على مختلف أبعاد الجودة.

- الاهتمام بتوفير وسائل نقل جماعي ذات نوعية، وإلزام الخواص بتجديد وسائل النقل وتحسين خدماتها، مما يبعث المنافسة في سوق خدمات النقل التي من شأنها أن تدفع بالمنافس إلى تحسين النوعية بهدف كسب ولاء الزبون.

-إيلاء الاهتمام الكافي بالزبائن وحسن معاملتهم والاستماع قدر المستطاع إلى شكاويهم.


-ضرورة تبني الجهات المسؤولة عن النقل لأنظمة إعلامية من أجل التواصل مع مستعملي النقل الجماعي، وذلك من خلال تجهيز المواقع والمحطات بشاشات معلوماتية إلكترونية لنشر الرسائل النصية التي تعلم هؤلاء المستعملين إتجاهات الحافلات أو وقوع حادث مما يعرقل حركة المرور أو التبليغ عن تأخر بسبب الإزدحام.

-الاهتمام أكثر بفئة ذوي الإحتياجات الخاصة من خلال تهيئة وسائل النقل بما يتوافق مع عجزهم وذلك من خلال تهيئة مناسبة لهم سواء على مستوى أبواب الحافلات لتسهيل ركوبهم ونزولهم أو في محطات الانتظار.

-توظيف مقدمي الخدمة من سائقين وقابضين مؤهلين، والعمل على تطوير وتحسين قدراتهم المهنية لكونهم أكثر إحتكاكا بالزبائن، وذلك بإشراكهم في دورات تكوينية ومتابعتهم وتقييمهم بشكل دوري خاصة فيما يتعلق بكيفية التعامل مع مختلف الشرائح الاجتماعية.

### رابعاً/ آفاق الدراسة:

- من خلال تناولنا لموضوع الدراسة أثر جودة خدمة النقل الجماعي على ولاء الزبون لا نزعم أننا قد أحطنا بكل جوانب الموضوع وعليه نقترح جملة من المواضيع التي نراها مكملة لهذا الموضوع منها:
- دراسة أثر المزيج التسويقي في مؤسسات النقل الجماعي بولاية جيجل على ولاء الزبائن.
  - دراسة مساهمة النقل الجماعي في تحسين التنقلات اليومية للأفراد بولاية جيجل.
  - المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات النقل الجماعي وأثرها على ولاء الزبائن.



## قائمة المراجع

### أولا/ الكتب:

10. هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2002.
11. ردينة عثمان، إدارة خدمات النقل، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
12. قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
1. توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة وقياس المقارن (أساليب حديثة في المعايرة والقياس، دار الفكر العربي، 2006.
2. حمد سليمان المشوخي، اقتصاديات النقل والمواصلات، دار الفكر العربي، مصر، 2003م.
3. خضير كاظم حمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، الأردن، 2002.
4. ردينة عثمان يوسف، إدارة خدمات النقل الجوي، دار المناهج، عمان، 2008.
5. سميرة إبراهيم محمد أيوب، اقتصاديات النقل، الدار الجامعية، مصر، 2003/2002.
6. طارق عبد الفتاح الشريعي، اقتصاديات النقل السياحي، مؤسسة حورس الدولية، مصر، 2011.
7. علي أحمد هارون، أسس الجغرافية الاقتصادية، دار الفكر العربي، مصر، 2003م.
8. علي سالم إحميدانالشاورة، جغرافية النقل وتطورها، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
9. مصطفى كمال السيد، الجودة الشاملة (الإدارة، الاجتماع، الاقتصاد)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

### ثانيا/ المجالات:

1. رفيقة بوقريقة، سامي زعباط، أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية في بناء ولاء الزبون، مجلة الاستراتيجية والتنمية، العدد 1مكرر (الجزء الأول)، الجزائر، 2020م.
2. سامية لحول، يزيد شهلي، أثر جودة خدمة النقل على رضا الزبون، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 45 الجزائر، 2015.

## قائمة المراجع

3. منير خروف، ليندة فريحة، أثر التسويق بالعلاقات على ولاء العملاء - دراسة تطبيقية على عينة من عملاء البنوك التجارية الجزائرية في ولاية عنابة، التواصل في الاقتصاد والإدارة والقانون، المجلد 25، العدد 03، 2019.

4. مير أحمد، أوكيل رابح، تأثير بطاقة الولاء على جذب زبائن محتملين - دراسة ميدانية لعينة من زبائن محتملين لوكالة موبليس بالمسيلة، اقتصاديات الأعمال والتجارة، العدد 05، 2018.

### ثالثا/ المذكرات:

1. بوشكريط العيد، بوغلاق سيد علي، تقييم رضا مستعملي خدمات النقل الحضري الجماعي العمومي للمسافرين - دراسة حالة المؤسسة الوطنية للنقل الحضري العمومي الجماعي للمسافرين بجيجل (ETUJ)، جيجل، 2020/2019.

2. بوغلاق سارة، أثر جودة الخدمة على ولاء العميل \_حالة الهاتف النقال بالجزائر\_ مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات لنيل شهادة الماستر في التّجارة الدولية، بسكرة، 2014/2013.

3. بونار رؤوف، مريش حسين، محددات الطلب على خدمات النقل الحضري الجماعي للأشخاص - دراسة حالة الوسط الحضري لمدينة جيجل، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة جيجل، 2020/2019.

4. غريبي فتحية، دور المتعاملين السياحيين في تنمية الأقاليم السياحية في الجزائر \_دراسة حالة إقليم جيجل\_ أطروحة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث LMD، جيجل، 2018/2017.



الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل-  
كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التجارية

## الاستبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق الخدمات  
قمنا بإعداد استبيان بغرض معالجة موضوع مذكرتنا الموسومة بـ: أثر جودة خدمات النقل الجماعي على  
ولاء الزبائن في ولاية جيجل.  
نرجو منكم المساهمة في إتمام هذه الدراسة بالإجابة على الأسئلة أدناه بكل صدق وموضوعية، علما  
أن إجاباتكم ستحاط بالسرية وستستخدم في غرض البحث العلمي.

من إعداد الطالبين:

- بودشيش بدر  
- حميود هشام

تحت إشراف الأستاذ:

د/ بولحية الطيب

**الجزء الأول:**

**المعلومات الشخصية:**

- 1- الجنس: ذكر  ، أنثى
- 2- السن: أقل من 25 سنة  25 إلى 35 سنة  36 إلى 45 سنة  أكثر من 45 سنة
- 3- المستوى التعليمي: ثانوي أو أقل  ، جامعي  ، دراسات عليا
- 4- الدخل: أقل من 20.000 دج  ، ما بين 20.000 و 30.000 دج  ، ما بين 30.000 و 50.000 دج  ، أكثر من 50.000 دج .

**الجزء الثاني: متغيرات الدراسة**

**مستوى جودة الخدمات.**

إليك مجموعة من العبارات التي تعبر عن مستوى الخدمات التي تقدمها مؤسسات النقل الجماعي، فالرجاء قراءة هذه العبارات ثم وضع علامة (X) في الحالة التي تعبر عن درجة موافقتك وعدم موافقتك للعبارة.

**أولاً: الاعتمادية: درجة الاعتماد على مقدم الخدمة ودقة إنجاز الخدمة المطلوبة.**

| الرقم | العبارات   | درجة الموافقة    |           |       |              |
|-------|--|------------------|-----------|-------|--------------|
|       |  | غير موافق تماماً | غير موافق | محايد | موافق تماماً |
| 1     | يلتزم النقل الجماعي بتقديم الخدمات في الوقت المحدد وبشكل سريع.     |                  |           |       |              |
| 2     | تتناسب فترة دوام تقديم الخدمة مع العملاء.                          |                  |           |       |              |
| 3     | تلتزم مؤسسة النقل الجماعي بالوقت المحدد في تقديم الخدمات للعملاء.  |                  |           |       |              |
| 4     | تقدم مؤسسات النقل الجماعي خدماتها بدرجة عالية من الدقة والموثوقية. |                  |           |       |              |

**ثانياً: الاستجابة: تتمثل في سرعة ومستوى الخدمات المقدمة**

| الرقم | العبارات   | درجة الموافقة    |           |       |              |
|-------|--|------------------|-----------|-------|--------------|
|       |  | غير موافق تماماً | غير موافق | محايد | موافق تماماً |
| 1     | تعلم مؤسسات النقل الجماعي الزبائن بموعد تقديم الخدمة.                                      |                  |           |       |              |
| 2     | تغطي مؤسسات النقل الجماعي احتياجات الزبائن على مدار الساعة واليوم.                         |                  |           |       |              |
| 3     | يبيد العاملون في مؤسسات النقل الجماعي الاستعداد الدائم للمساعدة والاستجابة لطلبات الزبائن. |                  |           |       |              |
| 4     | تقوم مؤسسات النقل الجماعي بالرد الفوري على استفسارات وشكاوى الزبائن.                       |                  |           |       |              |

**ثالثاً: الملموسية: تتمثل في العناصر المادية للخدمة.**

| الرقم | العبارات   | درجة الموافقة    |           |       |              |
|-------|--|------------------|-----------|-------|--------------|
|       |  | غير موافق تماماً | غير موافق | محايد | موافق تماماً |
| 1     | تتواجد محطات النقل الجماعي بالأماكن المناسبة.    |                  |           |       |              |
| 2     | تلتزم وسائل النقل الجماعي بمواقف الصعود والنزول. |                  |           |       |              |
| 3     | تغطي شبكة النقل الجماعي كل المناطق.              |                  |           |       |              |
| 4     | هندام مقدمي خدمات النقل الجماعي محترم.           |                  |           |       |              |

**رابعاً: الأمان:** يتمثل في درجة الشعور بالأمان والثقة في الخدمة المقدمة ومن يقدمها

| الرقم | العبارات  | درجة الموافقة    |           |       |              |
|-------|---|------------------|-----------|-------|--------------|
|       |   | غير موافق تماماً | غير موافق | محايد | موافق تماماً |
| 1     | تلتزم مؤسسات النقل الجماعي بتوفير وسائل الوقاية من الحوادث.                   |                  |           |       |              |
| 2     | تلتزم مؤسسات النقل بتعليمات الجهات الوصية في تقديم خدمة النقل.                |                  |           |       |              |
| 3     | تتوفر وسائل النقل على مختلف أجهزة الأمان الضرورية.                            |                  |           |       |              |
| 4     | توفر وسائل النقل الجماعي للعميل الخدمة في جو آمن يخلو من المخاطر قدر الإمكان. |                  |           |       |              |

**خامساً: التعاطف:** يتمثل في درجة العناية بالمستفيد ورعايته بشكل خاص والاهتمام بمشاكله والعمل على إيجاد حلول لها.

| الرقم | العبارات  | درجة الموافقة    |           |       |              |
|-------|---|------------------|-----------|-------|--------------|
|       |   | غير موافق تماماً | غير موافق | محايد | موافق تماماً |
| 1     | يولي مقدمو خدمة النقل الجماعي الاهتمام بالعملاء.                                |                  |           |       |              |
| 2     | يتم تقديم خدمات مساعدة لذوي الاحتياجات الخاصة كبار السن.                        |                  |           |       |              |
| 3     | يتصف العاملون بمؤسسات النقل الجماعي بالروح المرحة والصدقة في التعامل مع العملاء |                  |           |       |              |
| 4     | يوضح العاملون للعملاء المشاكل التي يعانون منها بطريقة يفهمها العملاء.           |                  |           |       |              |

| الرقم | العبارات  | درجة الموافقة   |           |       |             |
|-------|---|-----------------|-----------|-------|-------------|
|       |   | غير موافق تماما | غير موافق | محايد | موافق تماما |
| 1     | لديك رغبة في إعادة تكرار استخدام وسيلة نقل معينة لعدة مرات.               |                 |           |       |             |
| 2     | تتعامل باستمرار مع وسيلة نقل معينة لأنها تقدم خدمات إضافية.               |                 |           |       |             |
| 3     | تتعامل مع وسائل نقل معينة لأنها تقدم خدمات جديدة باستمرار.                |                 |           |       |             |
| 4     | تقوم مؤسسات النقل الجماعي بتلبية حاجات ورغبات الزبائن.                    |                 |           |       |             |
| 5     | كثيرا ما أقول أشياء إيجابية عند استخدام وسائل النقل الجماعي لأشخاص آخرين. |                 |           |       |             |
| 6     | أشعر بالارتياح عند التعامل مع مؤسسات النقل الجماعي.                       |                 |           |       |             |

الملحق رقم (02): صدق أداة الدراسة.

الصدق الداخلي لعبارات البعد الأول "الاعتمادية":

Corrélations

|   |                        | الاعتمادية | يلتزم ما للنقل لجماعيتي تقديمال<br>خدمات تفيالوقت المحدود بشكل<br>سريع | تتناسب قدر امتقديمالخدم<br>تمتع العملاء | تلتزم مؤسسة النقل لجماعيتي<br>الوقت المحدود في تقديمالخدمات<br>لعملاء | تقديم مؤسسات النقل لجماعيتي<br>خدماتها بدرجة عالية من الدقة<br>قوة الوثوقية |
|---|------------------------|------------|--|---|---|---|
| الاعتمادية  | Corrélation de Pearson | 1          | ,797**   | ,659**                                  | ,774**  | ,760**  |
|   | Sig. (bilatérale)      |            | ,000   | ,000                                    | ,000  | ,000  |
|   | N                      | 110        | 110  | 110                                     | 110   | 110   |
| يلتزم ما للنقل لجماعيتي تقديمالخدمات تفيالوقت المحدود بشكل سريع     | Corrélation de Pearson | ,797**     | 1  | ,314**                                  | ,435**  | ,583**  |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000       |  | ,001                                    | ,000  | ,000  |
|   | N                      | 110        | 110  | 110                                     | 110   | 110   |
| تتناسب قدر امتقديمالخدمة مع العملاء                                 | Corrélation de Pearson | ,659**     | ,314**   | 1                                       | ,456**  | ,260**  |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000       | ,001   |   | ,000  | ,006  |
|   | N                      | 110        | 110  | 110                                     | 110   | 110   |
| تلتزم مؤسسة النقل لجماعيتيالوقت المحدود في تقديمالخدمات للعملاء     | Corrélation de Pearson | ,774**     | ,435**   | ,456**                                  | 1   | ,429**  |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000       | ,000   | ,000                                    |   | ,000  |
|   | N                      | 110        | 110  | 110                                     | 110   | 110   |
| تقديم مؤسسات النقل لجماعيتي خدماتها بدرجة عالية من الدقة و الوثوقية | Corrélation de Pearson | ,760**     | ,583**   | ,260**                                  | ,429**  | 1   |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000       | ,000   | ,006                                    | ,000  |   |
|   | N                      | 110        | 110  | 110                                     | 110   | 110   |

\*\* La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الصدق الداخلي لعبارات البعد الثاني "الاستجابة":

|   |                        | Corrélations |   |   |   |  |
|---|------------------------|--------------|---|---|---|--|
|   |                        | الاستجابة    | تعلم مؤسسات النقل الجماعي بالبنيمو<br>عد تقديم الخدمة | تغطية مؤسسات النقل الجماعي احتياجاتنا<br>لزيان تعلم مدار الساعة اليوم | بيديا عاملو نفيومؤسسات النقل الجماعي<br>لاستعداد الدائم للمساعدة والاستجابة<br>لطلبات الزبائن | تقوم مؤسسات النقل الجماعي بالرد الفوري<br>رعلناستفسارات وشكاوى الزبائن |
| الاستجابة   | Corrélation de Pearson | 1            | ,628**  | ,677**  | ,764**  | ,629**   |
|   | Sig. (bilatérale)      |              | ,000  | ,000  | ,000  | ,000   |
|   | N                      | 110          | 110   | 110   | 110   | 110  |
| تعلم مؤسسات النقل الجماعي بالبنيمو عد<br>تقديم الخدمة                                       | Corrélation de Pearson | ,628**       | 1   | ,131  | ,350**  | ,160   |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000         |   | ,173  | ,000  | ,094   |
|   | N                      | 110          | 110   | 110   | 110   | 110  |
| تغطية مؤسسات النقل الجماعي احتياجاتنا<br>ان تعلم مدار الساعة اليوم                          | Corrélation de Pearson | ,677**       | ,131  | 1   | ,403**  | ,277**   |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000         | ,173  |   | ,000  | ,003   |
|   | N                      | 110          | 110   | 110   | 110   | 110  |
| بيديا عاملو نفيومؤسسات النقل الجماعي<br>ستعداد الدائم للمساعدة والاستجابة لطلب<br>اتالزبائن | Corrélation de Pearson | ,764**       | ,350**  | ,403**  | 1   | ,321**   |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000         | ,000  | ,000  |   | ,001   |
|   | N                      | 110          | 110   | 110   | 110   | 110  |
| تقوم مؤسسات النقل الجماعي بالرد الفوري<br>علناستفسارات وشكاوى الزبائن                       | Corrélation de Pearson | ,629**       | ,160  | ,277**  | ,321**  | 1  |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000         | ,094  | ,003  | ,001  |  |
|   | N                      | 110          | 110   | 110   | 110   | 110  |

\*\* La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الصدق الداخلي لعبارات البعد الثالث "الملموسية":

Corrélations

|  |                        | الملموسية | تتواجد محطات النقل الجماعي<br>الأماكن المناسبة | تلتزم مسائلا لنقل الجماعي<br>واقفا لصعود والنزول | تغطي شبكة النقل الجماعي كل<br>مناطق | هندام مقدم خدمات النقل الجماعي<br>عمي حترم |
|--|------------------------|-----------|--|--|-------------------------------------|--|
| الملموسية  | Corrélation de Pearson | 1         | ,578**   | ,764**   | ,624**                              | ,562**                                     |
|  | Sig. (bilatérale)      |           | ,000   | ,000   | ,000                                | ,000                                       |
|  | N                      | 110       | 110  | 110  | 110                                 | 110  |
| تتواجد محطات النقل الجماعي<br>الأماكن المناسبة   | Corrélation de Pearson | ,578**    | 1  | ,354**   | ,153                                | ,022                                       |
|  | Sig. (bilatérale)      | ,000      |  | ,000   | ,111                                | ,816                                       |
|  | N                      | 110       | 110  | 110  | 110                                 | 110  |
| تلتزم مسائلا لنقل الجماعي<br>واقفا لصعود والنزول | Corrélation de Pearson | ,764**    | ,354**   | 1  | ,307**                              | ,235*                                      |
|  | Sig. (bilatérale)      | ,000      | ,000   |  | ,001                                | ,013                                       |
|  | N                      | 110       | 110  | 110  | 110                                 | 110  |
| تغطي شبكة النقل الجماعي كل<br>مناطق              | Corrélation de Pearson | ,624**    | ,153   | ,307**   | 1                                   | ,133                                       |
|  | Sig. (bilatérale)      | ,000      | ,111   | ,001   |                                     | ,168                                       |
|  | N                      | 110       | 110  | 110  | 110                                 | 110  |
| هندام مقدم خدمات النقل الجماعي<br>عمي حترم       | Corrélation de Pearson | ,562**    | ,022   | ,235*  | ,133                                | 1  |
|  | Sig. (bilatérale)      | ,000      | ,816   | ,013   | ,168                                |  |
|  | N                      | 110       | 110  | 110  | 110                                 | 110  |

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

\* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).



## الصدق الداخلي لعبارات البعد الرابع "الأمان":

## Corrélations

|  |                        | الأمان | تلتز مؤسسات النقل لجمعية<br>توفير وسائل لوقاية من الحوادث | تلتز مؤسسات النقل بتعليمات<br>جهات الوصية لتقديم خدمة النقل | تتوفر وسائل النقل لعل مختلف أجهز<br>هزة الأمان الضرورية | توفر وسائل النقل لجمعية<br>مجال خدمة فيجوا أمن لعل من<br>مخاطر قدر الإمكان |
|--|------------------------|--------|---|---|---|--|
| الأمان   | Corrélacion de Pearson | 1      | ,805**  | ,806**  | ,831**  | ,838**   |
|  | Sig. (bilatérale)      |        | ,000  | ,000  | ,000  | ,000   |
|  | N                      | 110    | 110   | 110   | 110   | 110  |
| تلتز مؤسسات النقل لجمعية توفير وسائل لوقاية من الحوادث               | Corrélacion de Pearson | ,805** | 1   | ,552**  | ,575**  | ,528**   |
|  | Sig. (bilatérale)      | ,000   |   | ,000  | ,000  | ,000   |
|  | N                      | 110    | 110   | 110   | 110   | 110  |
| تلتز مؤسسات النقل بتعليمات الجهات الوصية لتقديم خدمة النقل           | Corrélacion de Pearson | ,806** | ,552**  | 1   | ,535**  | ,557**   |
|  | Sig. (bilatérale)      | ,000   | ,000  |   | ,000  | ,000   |
|  | N                      | 110    | 110   | 110   | 110   | 110  |
| تتوفر وسائل النقل لعل مختلف أجهز هزة الأمان الضرورية                 | Corrélacion de Pearson | ,831** | ,575**  | ,535**  | 1   | ,634**   |
|  | Sig. (bilatérale)      | ,000   | ,000  | ,000  |   | ,000   |
|  | N                      | 110    | 110   | 110   | 110   | 110  |
| توفر وسائل النقل لجمعية لعل لخدمة فيجوا أمن لعل من مخاطر قدر الإمكان | Corrélacion de Pearson | ,838** | ,528**  | ,557**  | ,634**  | 1  |
|  | Sig. (bilatérale)      | ,000   | ,000  | ,000  | ,000  |  |
|  | N                      | 110    | 110   | 110   | 110   | 110  |

\*\* La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

## الصدق الداخلي لعبارات البعد الخامس "التعاطف":

## Corrélations

|  |                        | التعاطف | يوليمقدمو خدمة النقل لجماعيا لاهتمام بالعملاء | يتم تقديم خدمات مساعدة لذوي الاحتياجات الخاصة كبار السن | يتصف العاملون بسسات النفا لاجماعي بالروح والمرح والصادقة في التعامل مع العملاء | يوضح العاملون للعملاء الم شاكلات لتتبعوا نمونها بطريقة يفهمها العملاء |
|--|------------------------|---------|---|---|--|---|
| التعاطف  | Corrélation de Pearson | 1       | ,734**  | ,717**  | ,764**   | ,751**  |
|  | Sig. (bilatérale)      |         | ,000  | ,000  | ,000   | ,000  |
|  | N                      | 110     | 110   | 110   | 110  | 110   |
| يوليمقدمو خدمة النقل لجماعيا لاهتمام بالعملاء                                  | Corrélation de Pearson | ,734**  | 1   | ,373**  | ,447**   | ,405**  |
|  | Sig. (bilatérale)      | ,000    |   | ,000  | ,000   | ,000  |
|  | N                      | 110     | 110   | 110   | 110  | 110   |
| يتم تقديم خدمات مساعدة لذوي الاحتياجات الخاصة كبار السن                        | Corrélation de Pearson | ,717**  | ,373**  | 1   | ,358**   | ,389**  |
|  | Sig. (bilatérale)      | ,000    | ,000  |   | ,000   | ,000  |
|  | N                      | 110     | 110   | 110   | 110  | 110   |
| يتصف العاملون بسسات النفا لاجماعي بالروح والمرح والصادقة في التعامل مع العملاء | Corrélation de Pearson | ,764**  | ,447**  | ,358**  | 1  | ,428**  |
|  | Sig. (bilatérale)      | ,000    | ,000  | ,000  |  | ,000  |
|  | N                      | 110     | 110   | 110   | 110  | 110   |
| يوضح العاملون للعملاء المشاكلات لتتبعوا نمونها بطريقة يفهمها العملاء           | Corrélation de Pearson | ,751**  | ,405**  | ,389**  | ,428**   | 1   |
|  | Sig. (bilatérale)      | ,000    | ,000  | ,000  | ,000   |   |
|  | N                      | 110     | 110   | 110   | 110  | 110   |

\*\* La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الصدق الداخلي لعبارات "ولاء الزبائن":

|   |                        | Corrélations |  |  |  |   |  |  |
|---|------------------------|--------------|--|--|--|---|--|--|
|   |                        | الزبون. ولاء | لديكر غبةفيا عاده تكرر ارا<br>ستخداموسيلة نقل مقلع<br>دّمرات | تتعامل با استمرار معوسيلة نقل مقلع<br>لأنها تقدم خدمة جديدة با استمرار | تتعامل معوسائل نقل مقلع لأنها<br>اتقدم خدمة جديدة با استمرار | تقوم مؤسسات النقل لجماع<br>عيبنا بية حاجات اور غباتا<br>زبائن | كثير اما قو لأشياء ايجابية عنداستد<br>خداموسائل النقل لجماعيا أشخا<br>صآخرين | أشعر بالار تياح عندالتعام<br>لمعوسسات النقل لجماع<br>ي |
| الزبون. ولاء  | Corrélation de Pearson | 1            | ,571**   | ,714**   | ,660**   | ,693**  | ,665**   | ,728**   |
|   | Sig. (bilatérale)      |              | ,000   | ,000   | ,000   | ,000  | ,000   | ,000   |
|   | N                      | 110          | 110  | 110  | 110  | 110   | 110  | 110  |
| لديكر غبةفيا عاده تكرر ارا<br>ستخداموسيلة نقل مقلع<br>تتبع دّمرات       | Corrélation de Pearson | ,571**       | 1  | ,412**   | ,267**   | ,292**  | ,167   | ,179   |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000         |  | ,000   | ,005   | ,002  | ,082   | ,061   |
|   | N                      | 110          | 110  | 110  | 110  | 110   | 110  | 110  |
| تتعامل با استمرار معوسيلة نقل مقلع لأنها<br>تقدم خدمة جديدة با استمرار  | Corrélation de Pearson | ,714**       | ,412**   | 1  | ,594**   | ,279**  | ,189*  | ,370**   |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000         | ,000   |  | ,000   | ,003  | ,048   | ,000   |
|   | N                      | 110          | 110  | 110  | 110  | 110   | 110  | 110  |
| تتعامل معوسائل نقل مقلع لأنها تقدم خدمة جديدة<br>با استمرار             | Corrélation de Pearson | ,660**       | ,267**   | ,594**   | 1  | ,263**  | ,215*  | ,300**   |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000         | ,005   | ,000   |  | ,005  | ,024   | ,001   |
|   | N                      | 110          | 110  | 110  | 110  | 110   | 110  | 110  |
| تقوم مؤسسات النقل لجماع عيبنا بية حاجات اور غبا<br>تالزبائن             | Corrélation de Pearson | ,693**       | ,292**   | ,279**   | ,263**   | 1   | ,517**   | ,475**   |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000         | ,002   | ,003   | ,005   |   | ,000   | ,000   |
|   | N                      | 110          | 110  | 110  | 110  | 110   | 110  | 110  |
| كثير اما قو لأشياء ايجابية عنداستخداموسائل<br>النقل لجماعيا أشخا صآخرين | Corrélation de Pearson | ,665**       | ,167   | ,189*  | ,215*  | ,517**  | 1  | ,606**   |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000         | ,082   | ,048   | ,024   | ,000  |  | ,000   |
|   | N                      | 110          | 110  | 110  | 110  | 110   | 110  | 110  |
| أشعر بالار تياح عندالتعام معوسسات النقل لجماع<br>ماعي                   | Corrélation de Pearson | ,728**       | ,179   | ,370**   | ,300**   | ,475**  | ,606**   | 1  |
|   | Sig. (bilatérale)      | ,000         | ,061   | ,000   | ,001   | ,000  | ,000   |  |
|   | N                      | 110          | 110  | 110  | 110  | 110   | 110  | 110  |

\*\* La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الصدق البنائي لأبعاد محور جودة خدمة النقل الجماعي:

Corrélations

|                       |                        | للجودة الكلية الدرجة | الاعتمادية | الاستجابة | الملموسية | الأمان | التعاطف |
|-----------------------|------------------------|----------------------|------------|-----------|-----------|--------|---------|
| للجودة الكلية_ الدرجة | Corrélation de Pearson | 1                    | ,691**     | ,773**    | ,785**    | ,754** | ,795**  |
|                       | Sig. (bilatérale)      |                      | ,000       | ,000      | ,000      | ,000   | ,000    |
|                       | N                      | 110                  | 110        | 110       | 110       | 110    | 110     |
| الاعتمادية            | Corrélation de Pearson | ,691**               | 1          | ,523**    | ,356**    | ,296** | ,408**  |
|                       | Sig. (bilatérale)      | ,000                 |            | ,000      | ,000      | ,002   | ,000    |
|                       | N                      | 110                  | 110        | 110       | 110       | 110    | 110     |
| الاستجابة             | Corrélation de Pearson | ,773**               | ,523**     | 1         | ,530**    | ,408** | ,519**  |
|                       | Sig. (bilatérale)      | ,000                 | ,000       |           | ,000      | ,000   | ,000    |
|                       | N                      | 110                  | 110        | 110       | 110       | 110    | 110     |
| الملموسية             | Corrélation de Pearson | ,785**               | ,356**     | ,530**    | 1         | ,579** | ,552**  |
|                       | Sig. (bilatérale)      | ,000                 | ,000       | ,000      |           | ,000   | ,000    |
|                       | N                      | 110                  | 110        | 110       | 110       | 110    | 110     |
| الأمان                | Corrélation de Pearson | ,754**               | ,296**     | ,408**    | ,579**    | 1      | ,541**  |
|                       | Sig. (bilatérale)      | ,000                 | ,002       | ,000      | ,000      |        | ,000    |
|                       | N                      | 110                  | 110        | 110       | 110       | 110    | 110     |
| التعاطف               | Corrélation de Pearson | ,795**               | ,408**     | ,519**    | ,552**    | ,541** | 1       |
|                       | Sig. (bilatérale)      | ,000                 | ,000       | ,000      | ,000      | ,000   |         |
|                       | N                      | 110                  | 110        | 110       | 110       | 110    | 110     |

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

|                         |                        | الكلية_الدرجة<br>للاستبيان | للجودة_الكلية_الدرجة | الزبون.ولاء |
|-------------------------|------------------------|----------------------------|----------------------|-------------|
| للاستبيان_الكلية_الدرجة | Corrélacion de Pearson | 1                          | ,982**               | ,835**      |
|                         | Sig. (bilatérale)      |                            | ,000                 | ,000        |
|                         | N                      | 110                        | 110                  | 110         |
| للجودة_الكلية_الدرجة    | Corrélacion de Pearson | ,982**                     | 1                    | ,714**      |
|                         | Sig. (bilatérale)      | ,000                       |                      | ,000        |
|                         | N                      | 110                        | 110                  | 110         |
| الزبون.ولاء             | Corrélacion de Pearson | ,835**                     | ,714**               | 1           |
|                         | Sig. (bilatérale)      | ,000                       | ,000                 |             |
|                         | N                      | 110                        | 110                  | 110         |

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الملحق رقم (03):ثبات أداة الدراسة:

معامل الثبات الخاص بالبعد الأول: الاعتمادية

### Statistiques de fiabilité

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|-------------------|-------------------|
| ,739              | 4                 |

معامل الثبات الخاص بالبعد الثاني: الاستجابة

### Statistiques de fiabilité

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|-------------------|-------------------|
| ,597              | 4                 |

معامل الثبات الخاص بالبعد الثالث: الملموسية

### Statistiques de fiabilité

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|-------------------|-------------------|
| ,505              | 4                 |

معامل الثبات الخاص بالبعد الرابع: الأمان

### Statistiques de fiabilité

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|-------------------|-------------------|
| ,837              | 4                 |

معامل الثبات الخاص بالبعد الخامس: التعاطف

### Statistiques de fiabilité

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|-------------------|-------------------|
| ,726              | 4                 |

معامل الثبات الخاص بولاء الزبائن

### Statistiques de fiabilité

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|-------------------|-------------------|
| ,757              | 6                 |

معامل الثبات الكلي :

### Statistiques de fiabilité

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|-------------------|-------------------|
| ,904              | 26                |

الملحق (04): الإحصاء الوصفي.

البيانات الشخصية.

الجنس

|        |      | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------|------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | ذكر  | 56        | 50,9        | 50,9               | 50,9               |
|        | أنثى | 54        | 49,09       | 49,1               | 100,0              |
| Total  |      | 110       | 100,0       | 100,0              |                    |

السن

|        |                  | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------|------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | سنة 25 أقل من    | 56        | 50,9        | 50,9               | 50,9               |
|        | سنة 35 إلى 25 من | 35        | 31,82       | 31,8               | 82,7               |
|        | سنة 45 إلى 36 من | 17        | 15,5        | 15,5               | 98,2               |
|        | سنة 45 أكثر من   | 2         | 1,8         | 1,8                | 100,0              |
| Total  |                  | 110       | 100,0       | 100,0              |                    |

المستوى التعليمي

|        |              | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------|--------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | ثانوي أو أقل | 22        | 20,0        | 20,0               | 20,0               |
|        | جامعي        | 77        | 70,00       | 70,0               | 90,0               |
|        | دراسات عليا  | 11        | 10,0        | 10,0               | 100,0              |
| Total  |              | 110       | 100,0       | 100,0              |                    |

الدخل

|        |                         | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------|-------------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | دج 20000 أقل من         | 73        | 66,4        | 66,4               | 66,4               |
|        | دج 30000 و 20000 ما بين | 12        | 10,9        | 10,9               | 77,3               |
|        | دج 50000 و 30000 ما بين | 18        | 16,36       | 16,4               | 93,6               |
|        | دج 50000 أكثر من        | 7         | 6,4         | 6,4                | 100,0              |
| Total  |                         | 110       | 100,0       | 100,0              |                    |



## الجزء الثاني: متغيرات الدراسة.

### Statistiques descriptives

|   | N   | Moyenne | Ecart type |
|---|-----|---------|------------|
| يلتزم النقل الجماعي بتقديم الخدمات في الوقت المحدد وبشكل سريع                             | 110 | 2,9636  | 1,24832    |
| تناسب فترة دوام تقديم الخدمة مع العملاء   | 110 | 3,1636  | 1,04510    |
| تلتزم مؤسسة النقل الجماعي بالوقت المحدد في تقديم الخدمات للعملاء                          | 110 | 3,0182  | 1,14925    |
| تقديم مؤسسات النقل الجماعي خدماتها بدرجة عالية من الدقة والموثوقية                        | 110 | 2,5273  | 1,09803    |
| الاعتمادية  | 110 | 2,9182  | ,85208     |
| تعلم مؤسسات النقل الجماعي الزبائن بموعد تقديم الخدمة                                      | 110 | 3,3000  | 1,13776    |
| تغطي مؤسسات النقل الجماعي احتياجات الزبائن على مدار الساعة واليوم                         | 110 | 2,9727  | 1,10428    |
| ييدي العاملون في مؤسسات النقل الجماعي الاستعداد الدائم للمساعدة والاستجابة لطلبات الزبائن | 110 | 3,0636  | 1,03407    |
| تقوم مؤسسات النقل الجماعي بالرد الفوري على استفسارات وشكاوي الزبائن                       | 110 | 2,6182  | ,98597     |
| الاستجابة   | 110 | 2,9886  | ,71788     |
| تتواجد محطات النقل الجماعي بالأماكن المناسبة  | 110 | 3,4909  | 1,04702    |
| تلتزم وسائل النقل الجماعي بمواقف الصعود والنزول   | 110 | 3,1909  | 1,23032    |
| تغطي شبكة النقل الجماعي كل المناطق  | 110 | 2,5636  | 1,12133    |
| هندام مقدمي خدمات النقل الجماعي محترم   | 110 | 3,0000  | 1,17309    |
| الملموسية   | 110 | 3,0614  | ,72645     |
| تلتزم مؤسسات النقل الجماعي بتوفير وسائل الوقاية من الحوادث                                | 110 | 2,7909  | 1,02353    |
| تلتزم مؤسسات النقل بتعليمات الجهات الوصية في تقديم خدمة النقل                             | 110 | 2,9818  | 1,04909    |
| تتوفر وسائل النقل على مختلف أجهزة الأمن الضرورية  | 110 | 2,5727  | ,99962     |
| توفر وسائل النقل الجماعي للعميل الخدمة في جو آمن يخلو من المخاطر قدر الإمكان              | 110 | 2,8909  | 1,12800    |
| الأمان  | 110 | 2,8091  | ,86133     |
| يولي مقدمو خدمة النقل الجماعي الاهتمام بالعملاء   | 110 | 3,0455  | ,97101     |
| يتم تقديم خدمات مساعدة لذوي الاحتياجات الخاصة كبار السن                                   | 110 | 3,3455  | 1,07034    |
| يتصف العاملون بمؤسسات النقل الجماعي بالروح المرحة والصدقة في التعامل مع العملاء           | 110 | 2,7636  | 1,12460    |
| يوضح العاملون للعملاء المشاكل التي يعانون منها بطريقة يفهمها العملاء                      | 110 | 3,0727  | 1,06409    |
| التعاطف   | 110 | 3,0568  | ,78450     |
| لديك رغبة في إعادة تكرار استخدام وسيلة نقل معينة لعدة مرات                                | 110 | 3,3182  | 1,00395    |
| تتعامل باستمرار مع وسيلة نقل معينة لأنها تقدم خدمات جديدة باستمرار                        | 110 | 3,1545  | 1,07675    |
| تتعامل مع وسائل نقل معينة لأنها تقدم خدمات جديدة باستمرار                                 | 110 | 3,1636  | 1,03629    |
| تقوم مؤسسات النقل الجماعي بتلبية حاجات ورغبات الزبائن                                     | 110 | 2,9909  | ,98144     |
| كثيرا ما أقول أشياء إيجابية عند استخدام وسائل النقل الجماعي لأشخاص آخرين                  | 110 | 2,8364  | 1,02740    |
| أشعر بالارتياح عند التعامل مع مؤسسات النقل الجماعي  | 110 | 2,8727  | 1,04143    |
| ولاء الزبون   | 110 | 3,0561  | ,69117     |
| N valide (liste)  | 110 |         |            |

الملحق رقم (05): اختبار التوزيع الطبيعي كولموغوروفسميرنوف.

Test Kolmogorov-Smirnov pour un échantillon

|                                   |                                | ولاء الزبون       | الدرجة الكلية للجودة | الدرجة الكلية للاستبيان |
|-----------------------------------|--------------------------------|-------------------|----------------------|-------------------------|
|                                   | N                              | 110               | 110                  | 110                     |
| Paramètres normaux <sup>a,b</sup> | Moyenne                        | 3,0561            | 2,9668               | 2,9874                  |
|                                   | Ecart type                     | ,69117            | ,59721               | ,58404                  |
| Différences les plus extrêmes     | Absolue                        | ,122              | ,064                 | ,076                    |
|                                   | Positif                        | ,058              | ,046                 | ,035                    |
|                                   | Négatif                        | -,122             | -,064                | -,076                   |
|                                   | Statistiques de test           | ,122              | ,064                 | ,076                    |
|                                   | Sig. asymptotique (bilatérale) | ,000 <sup>c</sup> | ,200 <sup>c,d</sup>  | ,138 <sup>c</sup>       |

- a. La distribution du test est Normale.
- b. Calculée à partir des données.
- c. Correction de signification de Lilliefors.
- d. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

الملحق رقم (06): نتائج اختبار (T).

T-TEST

/TESTVAL=3

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=الدرجة\_الكلية\_للجودة

/CRITERIA=CI(.95).

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3

|                      | t     | ddl | Sig. (bilatéral) | Différence moyenne | Intervalle de confiance de la différence à 95 % |           |
|----------------------|-------|-----|------------------|--------------------|---|-----------|
|                      |       |     |                  |                    | Inférieur                                       | Supérieur |
| الدرجة الكلية للجودة | -,583 | 109 | ,561             | -,03318            | -,1460  |           |

T-TEST

/TESTVAL=3

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=ولاء.الزبون

/CRITERIA=CI(.95).

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3

|             | t    | ddl | Sig. (bilatéral) | Différence moyenne | Intervalle de confiance de la différence à 95 % |           |
|-------------|------|-----|------------------|--------------------|---|-----------|
|             |      |     |                  |                    | Inférieur                                       | Supérieur |
| ولاء.الزبون | ,851 | 109 | ,397             | ,05606             | -,0746  | ,1867     |

الملحق رقم (07): نتائج الانحدار الخطي المتعدد:

قبل استبعاد أي بعد من أبعاد الجودة.

### Récapitulatif des modèles<sup>b</sup>

| Modèle | R                 | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation | Modifier les statistiques |                |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|---------------------------|----------------|
|        |                   |        |               |                                 | Variation de R-deux       | Variation de F |
| 1      | ,737 <sup>a</sup> | ,543   | ,521          | ,47831                          | ,543                      | 24,720         |

a. Prédicteurs : (Constante), التعاطف, الاعتمادية, الأمان, الاستجابة, الملموسية,

b. Variable dépendante : ولاء الزبون

### ANOVA<sup>a</sup>

| Modèle | Somme des carrés | ddl    | Carré moyen | F    | Sig. |   |
|--------|------------------|--------|-------------|------|------|---|
|        |                  |        |             |      |      | 1 |
|        | de Student       | 23,794 | 104         | ,229 |      |   |
|        | Total            | 52,071 | 109         |      |      |   |

a. Variable dépendante : ولاء الزبون

b. Prédicteurs : (Constante), التعاطف, الاعتمادية, الأمان, الاستجابة, الملموسية,

### Coefficients<sup>a</sup>

| Modèle | Coefficients non standardisés |                 | Coefficients standardisés |      | Sig.  |      |
|--------|-------------------------------|-----------------|---------------------------|------|-------|------|
|        | B                             | Erreur standard | Bêta                      | t    |       |      |
| 1      | (Constante)                   | ,627            | ,236                      |      | 2,657 | ,009 |
|        | الاعتمادية                    | ,055            | ,064                      | ,067 | ,849  | ,398 |
|        | الاستجابة                     | ,132            | ,086                      | ,137 | 1,541 | ,126 |
|        | الملموسية                     | ,123            | ,087                      | ,129 | 1,416 | ,160 |
|        | الأمان                        | ,161            | ,069                      | ,201 | 2,337 | ,021 |
|        | التعاطف                       | ,342            | ,078                      | ,389 | 4,372 | ,000 |

a. Variable dépendante : ولاء الزبون

## 2- بعد استبعاد أبعاد الجودة التي ليس لأثرها دلالة إحصائية:

### Récapitulatif des modèles<sup>b</sup>

| Modèle | R                 | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation | Modifier les statistiques |                |
|--------|-------------------|--------|---------------|---------------------------------|---------------------------|----------------|
|        |                   |        |               |                                 | Variation de R-deux       | Variation de F |
| 1      | ,709 <sup>a</sup> | ,502   | ,493          | ,49213                          | ,502                      | 53,997         |

a. Prédicteurs : (Constante), التعاطف, الأمان

b. Variable dépendante : ولاء الزبون

### ANOVA<sup>a</sup>

| Modèle |            | Somme des carrés | ddl | Carré moyen | F      | Sig.              |
|--------|------------|------------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1      | Régression | 26,156           | 2   | 13,078      | 53,997 | ,000 <sup>b</sup> |
|        | de Student | 25,915           | 107 | ,242        |        |                   |
|        | Total      | 52,071           | 109 |             |        |                   |

a. Variable dépendante : ولاء الزبون

b. Prédicteurs : (Constante), التعاطف, الأمان

### Coefficients<sup>a</sup>

| Modèle |             | Coefficients non standardisés |                 | Coefficients standardisés<br>Bêta | t     | Sig. |
|--------|-------------|-------------------------------|-----------------|-----------------------------------|-------|------|
|        |             | B                             | Erreur standard |                                   |       |      |
| 1      | (Constante) | 1,033                         | ,200            |                                   | 5,157 | ,000 |
|        | الأمان      | ,228                          | ,065            | ,284                              | 3,500 | ,001 |
|        | التعاطف     | ,453                          | ,071            | ,514                              | 6,332 | ,000 |

a. Variable dépendante : ولاء الزبون