

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم التجارية



العنوان

دور النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية -دراسة ميدانية بولاية جيجل-

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق فندقي وسياحي

إشراف الدكتور:

- سفيان فنيط

إعداد الطالبتين:

- نوال بوخونة

- فائزة قميح

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة جيجل	عبد العزيز عرجاني
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	سفيان فنيط
مناقشا	جامعة جيجل	سارة بن زايد



شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين

سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد...

بسم الله الرحمن الرحيم ﴿ وَمَنْ شَكَرَ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ ﴾

نشكر الله تعالى إلى فضله حيث أتاح لنا إنجاز هذا العمل، فله الحمد أولاً وأخيراً

نتقدم بجزيل الشكر للأستاذ الفاضل المشرف "فنيط سفيان" لقبوله الإشراف على هذا العمل

ولنصائحه وتوجيهاته القيمة الذي لم يخل علينا بمجده المتواصل، فجزاه الله عنا خير جزاء

كما نتوجه بشكرنا إلى كافة أساتذة جميع الأساتذة الذين لم يخلوا بنصائحهم وإرشاداتهم

ومعلوماتهم القيمة وإلى كل من أمدني بيد العون والمساعدة في إعداد هذه المذكرة

نسأل الله أن يوفقنا لما يحب والحمد لله رب العالمين.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّةَ بَيْنَ
الَّذِينَ يَرْضَاهُ لِيُخْرِجَهُمْ
مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِهِ
وَيَهْدِي لَهُمْ سَبِيلًا مُسْتَقِيمًا

إهداء

أولا أحمد الله وأشكره على توفيقتي في إنجاز هذا العمل المتواضع

أهدي هذا العمل إلى أعز ما أملك في الوجود

إلى الوالدين الكريمين

إلى التي أعطت ولم تدخر إلى التي جادت ولم تبخل

إلى التي عانت ولم تياس إلى سر الوجدان منبع العطف والحنان

أمي الغالي

إلى من علمني ومعنى الكفاح والنضال وكان قوتي في الحياة والذي أفنى عمره من أجل

تربيتي وتعليمي

أبي العزيز

إلى جميع إخوتي وأخواتي

وإلى كل أصدقائي الذين رافقوني في مشواري الدراسي

نوال

إهداء

بسم الله وحده والصلاة والسلام على من لا نبي بعده وعلى آله وصحبه ومن سار على دربته إلى يوم الدين، إخواني وأخواتي سيداتي وسادتي إني أهدي إهدائي وشكري هذا وقلبي يعجز عن التسطير ولساني على التعبير:

إلى من سقاني رحمة وغفران *** إلى من جل جلاله وقدرته الله سبحانه وتعالى

إلى من حملتني 9 أشهر *** إلى رمز الحنان "أمي أطال الله في عمرها

إلى سندي وفخري وإخوتي وأخواتي

إلى من ساعدني لبلوغ هدي في رفقاء دربي أصدقائي

إلى من رسم كل خطوط عملي وتحمل أخطائي

أستاذي "فنيط سفيان"

فايزة

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	
	شكر وتقدير
	إهداء
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	فهرس المحتويات
أ	مقدمة
I - إطار عام حول خدمات النقل	
9	تمهيد
10	I - 1 - مفاهيم نظرية حول النقل
10	I - 1 - 1 - مفاهيم النقل وأهميته
12	I - 1 - 2 - أنواع النقل
14	I - 1 - 3 - وسائل النقل
18	I - 1 - 4 - العوامل المؤثرة على النقل
25	I - 2 - مفاهيم حول خدمات النقل
25	I - 2 - 1 - مفهوم خدمات النقل
26	I - 2 - 2 - خصائص خدمات النقل
28	I - 2 - 3 - نوعية خدمات النقل
29	I - 2 - 4 - مشاكل ومعوقات خدمات النقل
33	I - 3 - تخطيط النقل
33	I - 1 - 1 - مفاهيم تخطيط النقل
34	I - 3 - 1 - أنواع تخطيط النقل
35	I - 3 - 3 - خطوات تخطيط النقل
37	I - 3 - 4 - الأهداف والعوامل المؤثرة على تخطيط النقل
40	خلاصة الفصل

II- مفاهيم نظرية حول الخدمة السياحية وجودتها	
42	تمهيد
43	II-1- مفاهيم أساسية حول الخدمات السياحية
43	II-1-1- مفهوم السياحة وأهميتها
47	II-1-2- مفهوم الخدمة السياحية
48	II-1-3- أنواع الخدمة السياحية
49	II-1-4- عناصر المزيج التسويقي للخدمة السياحية
54	II-2- ماهية جودة الخدمة السياحية
54	II-2-1- مفهوم جودة الخدمة السياحية
55	II-2-2- أهمية جودة الخدمة السياحية
56	II-2-3- خطوات تحقيق الجودة في الخدمة السياحية
57	II-2-4- كيفية تحسين مستوى الجودة في الخدمة السياحية
60	II-3- تحليل جودة الخدمة السياحية
60	II-3-1- محددات ومعايير جودة الخدمة السياحية
62	II-3-2- أبعاد جودة الخدمة السياحية
63	II-3-3- قياس جودة الخدمة السياحية
67	II-3-4- علاقة خدمة النقل بجودة الخدمة السياحية
71	خلاصة الفصل
III - دراسة ميدانية حول دور النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل	
73	تمهيد
74	III-1- الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
74	III-1-1- مجتمع وعينة الدراسة
75	III-1-2- الخطوات اللازمة لإعداد أداة الدراسة
78	III-1-3- اختبار صدق وثبات الاستبانة
87	III-1-4- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

92	III -2- عرض وتحليل البيانات واختبار الفرضيات
92	III -1-2- عرض وتحليل بيانات القسم الأول من الاستبانة
97	III -2-2- عرض وتحليل بيانات القسم الثاني من الاستبانة
111	III-2-3- اختبار الفرضيات
123	خلاصة الفصل
125	الخاتمة
129	قائمة المراجع
	الملاحق
	ملخص الدراسة

فهرس الجداول

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	أبعاد جودة الخدمة السياحية	63
02	البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة	76
03	توزيع عبارات القسم الثاني من الاستبانة	76
04	درجات مقياس ليكارت	77
05	التوزيع لسلم ليكارت	78
06	معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الأول من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.	80
07	معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.	81
08	معامل الارتباط من كل عبارة من عبارات المحور الثالث من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.	81
09	معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الرابع من الاستبانة ودرجة الكلية للمحور نفسه.	82
10	معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الخامس من الاستبانة ودرجة الموافقة الكلية للمحور نفسه.	83
11	معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور السادس من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.	83
12	معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور السابع وبين الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.	84
13	معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثامن من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.	85
14	معامل الارتباط من كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لعبارات الاستبانة.	86
15	معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة.	87
16	توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	92
17	توزيع أفراد العينة حسب السن.	93

94	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	18
95	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	19
96	توزيع أفراد العينة حسب الدخل	20
97	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	21
99	عرض وتحليل بيانات المحور الأول (عرض الخدمة)	22
100	عرض وتحليل بيانات المحور الثاني (الوصول للخدمة)	23
102	عرض وتحليل بيانات المحور الثالث (توفير المعلومات)	24
103	عرض وتحليل البيانات المحور الرابع (الاهتمام بالنتائج)	25
105	عرض وتحليل بيانات المحور الخامس (الشعور بالأمن)	26
106	عرض وتحليل بيانات المحور السادس (الشعور بالراحة والأمان)	27
108	عرض وتحليل بيانات المحور السابع (مدة أداء الخدمة)	28
109	عرض وتحليل بيانات المحور الثامن (البيئة)	29
111	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية	30
112	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى	31
112	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية	32
113	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة	33
114	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة	34
114	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة	35
115	نتائج اختبار الفرضية الفرعية السادسة	36
116	نتائج اختبار الفرضية الفرعية السابعة	37
116	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثامنة	38
118	نتائج اختبار الفروق لمتغير الجنس	39
119	نتائج اختبار الفرق لمتغير السن	40
120	نتائج اختبار الفرق لمتغير المستوى التعليمي	41
121	نتائج اختبار الفرق لمتغير الحالة الاجتماعية.	42
122	نتائج اختبار الفرق لمتغير المستوى التعليمي	43

فهرس الأَشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
65	نموذج الفجوات لقياس جودة الخدمة السياحية	01
92	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	02
93	توزيع أفراد العينة حسب السن	03
94	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	04
95	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	05
96	توزيع أفراد العينة حسب الدخل	06

مقدمة

يمثل قطاع النقل بفروعه المختلفة أحد أهم الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية لكثير من الدول بما يتمتع به من حيوية ذات طبيعة خاصة تنطلق من ارتباطه الوثيق بعملية التنمية والتطور الاقتصادي الاجتماعي، البيئي، إذ يعتبر النقل من القطاعات الحيوية المعتمد عليها في تحقيق المجتمعات والمتمثلة في جميع ما توفره خدمات النقل لتحقيق ذلك، وكما برز دور النقل في التأثير المباشر على النشاط السياحي على اعتبار أن السياحة تعتمد على انتقال الأشخاص بين الأماكن السياحية فنجد أن لخدمات النقل دور مهم في ازدهار السياحة ونجاحها لأن توفر وتطوير وسائل المواصلات السريعة والمريحة ساعد على نجاح المناطق السياحية، فالسائح عندما يفكر في زيارة منطقة معينة أول ما يفكر فيه طريقة الوصول إليها.

- إن تطور السياحة مرهون بتطور وسائل النقل وهذا نلمسه في حياتنا الواقعية، فقديمًا كان السفر محكومًا بعوامل عدة وكانت بعض المناطق مجهولة لبعدها عن مراكز التجمع البشري أما بعد تطور وسائل النقل فقد فتحت أبواب هذه المناطق وأصبح أمر زيارتها ميسورًا، ويعتبر النقل بوسائله المختلفة من أهم وسائل تنشيط القطاع السياحي محليًا وإقليميًا.

ومن هذان الدوران المحوريان اللذان يتمتعان بهما في القطاع الاقتصادي والخدمي جاءت هذه المذكرة البحثية كمحاولة لمعالجة موضوع خدمات النقل وعلاقتها بجودة الخدمة السياحية بالنظر إلى مكان ووزن هاتين القطاعين من جهة ومن جهة أخرى إلى ترابط وتكامل هاتين الخدمتين في إنجاح وتطوير خدماتهما ومن هذا ارتئينا طرح إشكالنا الذي يبحث في العلاقة بين خدمات النقل، وجودة الخدمة السياحية.

- إشكالية الدراسة:

ومما سبق ذكره تم طرح إشكالنا بالصيغة التالية:

- ما مدى مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل؟

ولإجابة على هذه الإشكالية تم طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مدى عرض خدمة النقل البري للسياح بالولاية؟

- ما مدى سهولة الوصول إلى خدمة النقل البري من طرف السياح بالولاية؟

- ما مدى توفر المعلومات حول خدمة النقل البري للسياح بالولاية؟
- ما مدى شعور السياح بالاهتمام خلال تقديم خدمة النقل البري بالولاية؟
- ما مدى شعور السياح بالأمن أثناء استهلاك خدمة النقل البري بالولاية؟
- ما مدى شعور السياح بالرفاهية والراحة أثناء استهلاك خدمة النقل البري بالولاية؟
- ما مدى احترام الوقت خلال تقديم خدمة النقل البري للسياح بالولاية؟
- ما مدى احترام البيئة خلال تقديم خدمة النقل البري للسياح بالولاية؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من السياح حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الدخل)؟

فرضيات الدراسة:

- مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل ضعيفة
- من خلال الفرضية الرئيسية يمكن تقديم الفرضيات الفرعية التالية:
- عرض خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيف.
 - سهولة الوصول إلى خدمة النقل البري من طرف السياح بالولاية ضعيفة.
 - توفر المعلومات حول خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيفة.
 - شعور السياح بالاهتمام خلال تقديم خدمة النقل البري بالولاية ضعيف.
 - شعور السياح بالأمن أثناء استهلاك خدمة النقل البري بالولاية ضعيف.
 - شعور السياح بالرفاهية والراحة أثناء استهلاك خدمة النقل البري بالولاية ضعيف.
 - احترام الوقت خلال تقديم خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيف.

- احترام البيئة خلال تقديم خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيف.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من السياح حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزي للمتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، النقل).

أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى:
- إبراز دور النقل في توفير خدمات أساسية للسياح والزوار.
- التعرف على أهم المفاهيم المتعلقة بخدمات النقل والسياحة.
- معرفة مستوى ونوعية الخدمة في وسائل النقل البري بالمدينة المدروسة (جيجل).
- إبراز وضع خدمات النقل في ولاية جيجل.
- التوصل إلى بعض الاقتراحات والنتائج التي يمكن أن تساهم في تحسين جودة الخدمة السياحية في ولاية جيجل.

أهمية الدراسة:

موضوع يعتبر من أهم المواضيع النظرية الملموسة علميا نظرا لحيوية القطاع في حياة الافراد, اد تم التطرق الي إشكالية حول خدمة النقل كمنشأ أساسي في تحسين جودة الخدمة السياحية, وتكمن أيضا من خلال العلاقة الإيجابية والمتبادلة بينهما سيما اذا توفرت وسائل النقل على خدمات ذات مستوى عالي من شأنها ان تساهم في تحسين جودة الخدمة السياحية, كما تبرز أهمية الموضوع في تحليل قطاعي النقل والسياحة من اجل الوقوف على اهم المشاكل بالمدينة المدروسة مع تقديم حلول لها.

أسباب اختيار الموضوع:

بناءً على ما سبق جاء اختيار هذا الموضوع لعدة أسباب منها:

- أهم عنصر هو الإحساس بالانتماء والغيرة على مسقط رأسي راجع إلى سماع الكثير من الزوار والسياح يشكون من مشكلة النقل بين أهم المناطق السياحية في ولاية جيجل.
- النقل مسألة ضرورية للتجمعات الحضرية والغير حضرية بما له من أهمية في جميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية.
- أهمية الموضوع البالغة حيث أنه يتناول موضوعين أساسيين بإمكانهما النهوض والتحسين بالمجال السياحي في ولاية جيجل.
- نقص الدراسة في هذا الموضوع، وإهمال الكثير لدور النقل البري في ترقية وتحسين جودة الخدمة السياحية خاصة والقطاع السياحي عامة.

حدود الموضوع:**- الإطار الموضوعي:**

موضوع هذه الدراسة يتمحور حول دور النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية في ولاية جيجل.

- **الإطار المكاني:** تم إجراء هذه الدراسة في ولاية جيجل.

- الإطار الزمني:

تم إجراء هذه الدراسة خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية 2018 / 2019 من الفترة الممتدة من بداية جانفي إلى بداية جوان.

منهج الدراسة:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع محل الدراسة ومن أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة وإثبات صحة الفرضيات، فقد اتبعنا المنهج الوصفي وذلك من أجل الوصف الدقيق والتفصيل لموضوع الدراسة،

كما اعتمدنا في الجانب التطبيقي على دراسة حالة من خلال البحث التحليلي وذلك لغرض تحليل بيانات موضوع الدراسة لإثبات أو نفي الفرضيات.

هيكل الدراسة:

- هذه المذكرة تتكون من مقدمة وثلاث فصول وخاتمة تم تقسيم فصول المذكرة كالآتي:

الفصل الأول: بعنوان إطار عام حول خدمات النقل، يتكون من ثلاث مباحث المبحث الأول بعنوان مفاهيم نظرية حول النقل أما المبحث الثاني بعنوان مفاهيم حول خدمات النقل، أما المبحث الثالث يتناول تخطيط النقل، في حين تطرقنا في الفصل الثاني: إلى مفاهيم نظرية حول الخدمة السياحية وجودتها ويتكون من ثلاث مباحث، المبحث الأول بعنوان مفاهيم أساسية حول الخدمات السياحية. أما المبحث الثاني بعنوان ماهية جودة الخدمة السياحية، والمبحث الثالث تناولنا تحليل جودة الخدمة السياحية، يليه الفصل الثالث: بعنوان دراسة ميدانية حول دور النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية في ولاية جيجل، وهو خاص بالدراسة تطبيقية والتي سنحاول من خلالها تقديم استبيان إلى عينة محددة بعد ذلك جمع البيانات والمعلومات لتحليلها بهدف إثبات أو نفي فرضيات الدراسة.

الدراسات السابقة:

من خلال بحثنا تمكنا من الوقوف على الدراسات التالية التي لها علاقة بالموضوع المدروس

وهي:

1- دراسة عيساني عبد الفتاح، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2015 هي مذكرة ماجستير بعنوان: "دور التخطيط السياحي في ترقية الخدمات السياحية في الجزائر" وقد اعتمدت هذه الدراسة على جمع معلومات من الماضي واستخدامها لمعرفة "إلى أي مدى يساهم التخطيط السياحي في ترقية الخدمات السياحية وجعل الجزائر قطبا سياحيا عالميا، وذلك بالاعتماد على نماذج إحصائية للتوقع، وتهدف الدراسة إلى: تقديم صورة مبسطة لتخطيط السياحي في الجزائر وأنواعه وكيفية الدفع به لعجلة النمو الاقتصادي وتحقيق أهداف محددة.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- وفقا لمعوقات التحول السياحي في الجزائر من إهمال كبير وعدم جدية المسؤولين والمجتمع في هذا القطاع والنهوض بهذا القطاع فهو ليس بالقطاع الرائد.

وقد أفادتنا هذه الدراسة في موضوع بحثنا في إثراء الجانب النظري ووضع هيكل البحث.

2- دراسة بالعباد نجاة، جامعة أبي بكر بالقايد، تلمسان، الجزائر، 2016، هذه الرسالة بعنوان **تمنجة عملية الطلبة والعرض على الخدمات السياحية بالجزائر** وقد اعتمدت هذه الدراسة على جمع المعلومات من الماضي واستخدامها في معرفة العوامل المؤثرة في كل من عماليتي الطلب والعرض على الخدمات السياحية بالجزائر وذلك بالاعتماد على نماذج إحصائية للتوقع **وتهدف هذه الدراسة إلى: تقييم السياحة ومقوماتها في الجزائر واستعراض وتحليل الخدمات السياحية مع طرح نموذج لقياس عرض الخدمات الفندقية وخدمات النقل لمجتمع البحث.**

وقد خلص هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- حساسية الطلب السياحي للأوضاع الاقتصادية والسياسية الأمنية التي تعيشها البلاد وانخفاض الدخل والقدرة الشرائية للأفراد وعدم الاستقرار الأمني.

- محدودية التمويل وضعف المشاركة في القطاع والخدمات السياحية الضخمة، الفنادق، النقل.

- وقد أفادتني هذه الدراسة في إثراء الجانب النظري ووضع هيكل الدراسة.

3- دراسة حدة ربوح وآخرون، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة- الجزائر، 2017، هذا المقال بعنوان: **دور خدمات النقل البري والجوي في تنشيط وتنمية الحركة السياحية بولاية ورقلة، طبقة على عينة من السياح عددها 250 لمعرفة كيف يمكن لخدمة النقل البري والجوي أن يساهم في تنشيط وتنمية الحركة السياحية بولاية ورقلة.**

وتهدف هذه الدراسة: إلى إبراز دور وأهمية خدمات كل من النقل البري والجوي وتنشيط الحركة السياحية، كذلك التعرف على أهم المفاهيم المتعلقة بخدماتي النقل والسياحة.

وقد خلصت هذه الدراسة النتائج التالية:

- وجود علاقة طردية ايجابية بين خدمات النقل وتنشيط الحركة السياحية.
- تختلف خدمات النقل في تنشيط الحركة السياحية باختلاف المواسم وهذا ما يفرض على مؤسسات النقل تطبيق أنظمة وسياسات تتناسب مع حركة الطلب والعرض السياحي.
- وقد أفادتنا هذه الدراسة في وضع أهداف الدراسة وإبراز العلاقة بين متغيرات الدراسة (النقل والسياحة).

- ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تتميز دراستنا المتضمنة لعنوان « دور النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية في ولاية جيجل » عن الدراسات السابقة في الموضوع ، بحيث تختلف في العناوين والدراسات وقد تمحورت دراستنا في قطاع النقل والسياحة على مستوى سياح ولاية جيجل ومعرفة أهم العراقيل والسلبيات التي يتأثر بها أثناء اعتمادهم هذه الخدمات بالولاية أما من الجانب التطبيقي تختلف الدراسة من حيث أبعاد جودة خدمة النقل والمتمثلة في عرض الخدمة، سهولة الوصول للخدمة، توفر المعلومات، الاهتمام بالسائح، الشعور بالأمن، الشعور بالرفاهية والراحة مدة أداء الخدمة والبيئة.

- صعوبات الدراسات:

- من الصعوبات التي وقفت أمام إعداد هذه الدراسة ما يلي:
- ضيق الوقت المخصص لجمع ومعالجة المعلومات والبيانات الخاصة بهذه الدراسة.
- ندرة المراجع في مكتبة الجامعة وخاصة مما يخص موضوع خدمات النقل.
- صعوبة العمل الميداني وخصوصا صعوبة جمع المعلومات من أفراد عينة الدراسة. (السياح).
- صعوبة إيجاد السياح وهذا ما جعلنا نتأخر في إعداد البحث لأن معظم السياح وجهاتهم صيفية (في شهر جوان فما فوق) وهذا ما صعب علينا إيجاد الفئة المستهدفة للدراسة.

تمهيد

I - إطار عام حول خدمات النقل

I - 1 - مفاهيم نظرية حول النقل

I - 1 - 1 - مفاهيم النقل وأهميته

I - 1 - 2 - أنواع النقل

I - 1 - 3 - وسائل النقل

I - 1 - 4 - العوامل المؤثرة على النقل

I - 2 - مفاهيم حول خدمات النقل

I - 2 - 1 - مفهوم خدمات النقل

I - 2 - 2 - خصائص خدمات النقل

I - 2 - 3 - نوعية خدمات النقل

I - 2 - 4 - مشاكل ومعوقات خدمات النقل

I - 3 - تخطيط النقل

I - 3 - 1 - مفاهيم تخطيط النقل

I - 3 - 2 - أنواع تخطيط النقل

I - 3 - 3 - خطوات تخطيط النقل

I - 3 - 4 - الأهداف والعوامل المؤثرة على تخطيط النقل.

خلاصة

تمهيد:

يعتبر النقل عنصرا هاما وضروريا للتنسيق بين كل القطاعات وهو بمثابة الشريان الحيوي والعصب المحرك لكل المجتمعات، كما أنه أساس الحياة الاقتصادية والاجتماعية، حيث أصبح النقل هو الحضارة بل أصبح معيار هاما لتقدم دول وتأخر دول أخرى، واستقل بمنشآت قاعدية ضخمة وميزانية منفردة، وأصبح الإنسان يستعمل النقل براحة ورفاهية ويفاضل بين وسيلة نقل وأخرى، وعلى هذا الأساس صاحب هذا التطور وازداد الطلب على النقل العديد من المشاكل من تلوث وازدحام مروري الذي تعرفه جل عواصم العالم الكبرى منها والصغرى.

لتصبح مشكلة النقل مشكلة الجميع وآلية محلها أولوية الأولويات ما جعل التحسين في هذا المجال يتعد مشاريعهم النفسية والاجتماعية والاقتصادية وأجمع الكل على أن تخطيط عملية النقل وإعادة ضبط مؤشراتها من أنجح الحلول في هذا المجال.

قبل التطرق إلى الجوانب التقنية في عملية التخطيط للتنقل من الضروري ضبط المادة النظرية والتعرف على أهم المفاهيم التي يتم تناولها في هذا الفصل، وهذا ما يتم تناوله خلال المباحث التالية:

I - 1- مفاهيم نظرية حول النقل.

I - 2- مفاهيم حول خدمات النقل.

I - 3- تخطيط النقل.

I - 1 - مفاهيم نظرية حول النقل:

يعتبر النقل من المتطلبات الأساسية لكل مجتمع وهو عبارة عن خدمة اجتماعية بدرجة أولى، كما يعد مصدر من مصادر الرفاهية وأحد عوامل تحسين المستوى الاجتماعي والمعيشي لدى الأفراد من خلال إشباع حاجاتهم المختلفة بواسطة التنقل باعتباره ضرورة اجتماعية تفرضها ظروف الحياة اليومية.

I - 1 - 1 - مفهوم النقل وأهميته:

أولاً: مفهوم النقل

رغم وضوح مسألة النقل للوهلة الأولى من حيث دلالاته إلا أن التعاريف للمختصين اختلفت حول تعريف مصطلح النقل.

- لقد عرّف القانون الجزائري خدمة النقل، حيث نصت المادة 16 من القانون رقم 7/88 المؤرخ في 10 ماي 1988. « بأن النقل يعد بأنه كل نشاط تنتقل بواسطته شخص طبيعي أو معنوي، أو عدة أشخاص أو بضائع من مكان لآخر على متن مركبة »¹.

- الملاحظ أن القانون الجزائري عرف النقل على أساس أنه نشاط واقتصر على وضعه دون التطرق إلى الجانب الاقتصادي التي يتضمنه إذ أن النقل من الناحية الاقتصادية هو نشاط يخلق منفعة في الزمان والمكان بواسطة التحويل لسلع والأشخاص من مكان لآخر.

- ويعرف النقل أنه: «ذلك النشاط الاقتصادي الذي يعمل من خلال وسائل المختلفة على اختزال البعدين الزماني والمكاني للأفراد والسلع بهدف خلق المنافع أو زيادتها وتطويرها»².

- ويشير الاقتصادي الإنجليزي Jmthomson: « بأن النقل خدمة وسيطة ووسيلة لتحقيق الهدف دون أن تكون هداف بحد ذاته ويكون الهدف المقصود تعبيراً عن الموقع سواء بالنسبة للأشخاص أو البضائع».

- وتقدم الاقتصادي Naurio Bernatas: في موضوع النقل أنه وسيلة لنقل الأشياء أو الأشخاص من منطقة لأخرى تختلف باختلاف وسيلة النقل ذاتها.

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون رقم 7/88: يتضمن توجيه النقل البري وتنظيمه، الجزائر 1988، العدد 9، ص795.

² عبد الصمد السعودي وآخرون، دور النقل السياحي في تنشيط وتفعيل القطاع السياحي، الجزائر لتحقيق التنمية، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد الأول، جوان 2017، جامعة عباس لغرور، خنشلة، الجزائر، ص189.

وأن النقل هو الدعامة الأساسية التي يقوم عليها كل اقتصاد وطني من خلال استحداث خدمات النقل لإنشاء منفعة وتوزيع السكان مما يؤدي إلى توحيد المجتمع.

- في حين يرى Oxford أن النقل « هو أخذ أو حمل الناس والبضائع من مكان لآخر عن طريق سيارة، طائرة، سفينة ويعتبر أكثر تعريفا ودقة وتحدي للنقل.

كما يعرف النقل أنه « عملية تحريك السلع والبضائع من نقاط إنتاجها وبيعها إلى نقاط استهلاكها بالكمية المطلوبة والوقت المحدد وتكلفة معقولة¹.

انطلاقا من التعريفات السابقة يمكن إعطاء تعريف شامل استنادا على العناصر المذكورة سابقا بأن النقل هو: « نشاط للخدمات ينتج منفعة في الزمان والمكان بواسطة أشخاص طبيعي أو معنوي يظن التحويل للأشخاص والبضائع في مجال معين ومن مكان لآخر على متن مركبة معدة لهذا الغرض ولمسافة مقبولة ». «

ثانيا: أهمية النقل

للنقل دور هام وكبير في مختلف المجالات ويمكن توضيح ذلك فيما يلي²:

- تعتبر وسائل النقل عاملا محددًا له أهمية قصوى في تحديد اختيارات الدين يعملون فيه.
- تؤثر وسائل النقل بدرجة أو بأخرى على القدرات الشخصية للأفراد في دفع أسعار السلع التي تنقلها هذه الوسائل، حيث تدخل تكاليف نقل السلع في أسعار بيعها.
- يساهم النقل في توفير مناصب الشغل والمساهمة في تخفيض حدة البطالة.
- سهولة احتكاك الأفراد والمجتمعات ببعضها البعض وتبادل الخبرات والمعارف المختلفة بسرعة كبيرة.
- يحتل النقل موقعا بارزا في عملية إعادة البناء الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للمجتمع، وأن النقل يسهل استغلال الموارد الطبيعية والبشرية أين ما وجدت مما يعمل زيادة الإنتاج كما ونوعا وبالتالي يساهم في توسيع السوق المحلية.

¹ حدة روح وآخرون، دور الخدمات النقل البري والجوي في تنشيط وتنمية الحركة السياحية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 6، جوان 2017، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر ص169.

² لامية عبد الله، خدمة النقل الحضري والجماعي وعلاقتها بالبعد الاقتصادي لتنمية المستدامة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد نقل وإمداد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010، 2011، ص ص 6-7.

- تأثيره في العديد من المجالات من أهمها الاقتصاد الوطني.
- سهولة احتكاك الأفراد والمجتمعات ببعضها البعض، وتبادل الخبرات والمعارف المختلفة بسرعة كبيرة.
- يساعد عامل النقل في تحديد أسعار الأراضي.
- يؤدي إلى فك العزلة على المناطق النائية ويوطد الروابط الاجتماعية.
- يسهل حركة انتقال الأشخاص والبضائع ويزيد في سرعة توزيعها.
- النقل يوحد المنفعة المكانية للمنتجات في الوقت المناسب. بنقلها من أقاليم إنتاجها إلى الأقاليم التي يحتاج إليها.
- يربط بين مراكز الإنتاج ومراكز الاستهلاك والعكس.
- يؤدي النقل إلى توسيع حجم الأسواق.
- تحسين مركز ميزان المدفوعات من خلال زيادة علاقة الدولة وتحقيق مزيد من العملة الصعبة وتوفير الواردات.

I- 1- 2- أنواع النقل:

يعتبر قطاع النقل العصب الحساس في الكيان الاقتصادي والاجتماعي على مستوى البلد، باعتباره الوسيلة الفعالة في تحقيق الاتصال المستمر بين النشاطات المختلفة للسلعة الاقتصادية والإنتاجية والمتمثلة بمواجهة التوسع الأفقي للمدن وتقليص المسافات بين المنتج والمستهلك بما يمثله من اختصار لعامل الزمن، أو لنقل الأيدي العاملة إلى المواقع التي تكون فيها أكثر تأثيرا في العملة الإنتاجية لتحقيق الاستثمار الأفضل لهذه الطاقات البشرية، لذلك فقد شهد قطاع النقل من الاهتمام والتطور ما هو بالشيء الكبير ويمكن لنا تقييم قطاع النقل إلى الأنواع التالية¹:

أولاً: النقل البري عن طريق المركبات

إن النقل عن طريق المركبات وسيلة مهمة يزداد الاعتماد عليها منس سنة لأخرى وذلك من خلال المرونة والاستجابة العالية التي تتصف بها، لتلبية حاجات نقل الأفراد والبضائع وتأتي أهمية النقل بالسيارات خلال الترابط السهل والسريع بين المناطق الجغرافية خاصة التي يصعب الوصول إليها بواسطة الوسائل الأخرى، وبالتالي فإن تطور النقل عن طريق المركبات الخاصة والعامة. يجب أن يواكبه تخطيط وتطوير الطرق لتأمين التدفق المروري

¹ سعيد عبده، جغرافيا النقل مغزاها ومرماها، مكتبة أنجلو المصرية، ط1، مصر، 2007، ص ص، 316-318.

اللازم لهذه المركبات، ومن هنا لجأت بعض الدول إلى تطوير نظم النقل لديها يتوافق مع العملية الإنتاجية والاجتماعية التي تحققها المركبات سواء كانت سيارات خاصة أو مركبات النقل العام.

ثانيا: النقل بالسكك الحديدية

تعتبر السكك الحديدية من أهم وسائل النقل العام التي تعتمد عليها الدول وبشكل كبير في تحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والعسكرية، وذلك فيما يتعلق بنقل الأفراد والبضائع على حد سواء وتأتي أهمية النقل بالسكك الحديدية من خلال قدرتها الكبيرة على نقل الحملات الثقيلة والمسافات بعيدة وسرعات عالية، وقد تجاوزت سرعة القطارات 300 كلم/سا.

كما أن مرور السكك الحديدية بمنطقة معينة يعتبر أحد الأسباب الرئيسية في تنمية تلك المنطقة وإيجاد التجمعات الحضرية الكبيرة، وبالتالي إمكانية التأثير المباشر في توزيع السكان، ويمكن ملاحظة ذلك في العديد من المدن الأوروبية الصناعية التي نمت وازدهرت جراء وجود سكك حديدية فيها.

وبذلك يعتبر النقل بواسطة السكك الحديدية عاملا من عوامل التوطن الصناعي حيث تبرز أهميته في مرحلتي الإنتاج والتوزيع من خلال زيادة فرص نقل المواد الأولية، وعنصر العمل والسلع وكذلك النقل الإنتاج إلى مناطق التخزين والاستهلاك.

ثالثا: النقل المائي

يعتبر النقل المائي من أولى الوسائل التي استخدمها الإنسان في التنقل، إذ أن المجاري المائية بصورة طبيعية وبشكل كبير، مما يساعد على استعمالها في التنقل ولمسافات طويلة وخصوصا أنها تحتاج إلى جهد كبير عند استخدام الزوار الخشبية في الأنهار بالرغم من أشكالها البدائية.

- إن الثورة الكبرى في ميدان صناعة النقل المائي قد حدثت بعد اختراع المحرك البخاري واستخدامه في الزوارق واستمرت الاختراعات في بناء السفن على اختلاف أنواعها، حتى وصلت قدرة بعض السفن على نقل ملايين الأطنان من البضائع ولعل السر في الاهتمام باستخدام هذه الوسيلة في التنقل هو الانخفاض الكبير في التكاليف وخاصة عند انتقال من قارة إلى أخرى.

رابعاً: النقل الجوي

إن النقل الجوي أصبح في الوقت الحاضر ليس فقط واسطة النقل بين القارات والبلدان، وإنما أيضا بين المدن في البلد الواحد، وإن أهمية النقل بالطائرة لا تقف على نقل الأفراد فقط. بل نقل البضائع أيضا حيث يعتقد بعض المراقبين بأن حجم البضائع المنقولة بواسطة الطائرة سيفوق حجم المسافرين من جهة ويفوق حجم البضائع المنقولة بواسطة البواخر والسكك الحديدية من جهة ثانية، وهذا ما سيحققه من انعكاسات إيجابية على مجمل الحركة الاقتصادية في العالم.

خامساً: النقل المعلق (الثيلفريك)

يستخدم النقل المعلق في نقل الركاب لأغراض السياحة، وجامعة في المناطق الجبلية كما يستخدم على نطاق واسع في مجال الصناعة، وذلك بأغراض نقل المواد الخام والسلع المصنعة، ويتسم هذا النمط من التنقل بالمرور عبر أراضي جبلية أو غير مناطق الغابات الكثيفة أو عبر الأودية العميقة والأنهار، وغير ذلك من العقبات الطبيعية التي تعيق عمليات النقل.

سادساً: النقل بخطوط الأنابيب

يعد النقل بخطوط الأنابيب ثورة كبرى في مجال النقل بصفة عامة ونقل الطاقة بصفة خاصة، ويرجع استخدام الإنسان لخطوط الأنابيب في نقل المياه إلى زمن بعيد ولكن استخدام هذه الوسيلة لم ينل شهرته الكبيرة إلا بعد اكتشاف البترول الخام، وبالتالي زيادة الإنتاج العالمي، هذا بالإضافة إلى استخدامها التقليدي في نقل المياه¹.

I - 1 - 3 وسائل النقل:

دفعت حاجة تنقلات الأفراد إلى استحداث طرق عديدة للنقل منها الفردية والجماعية وذات المواقف الخاصة وصف الجماعية، ويتوقف اختيار وسيلة النقل على مجموعة من الخصائص كسرعة وسيلة النقل ومستوى الراحة الذي توفرها ومدى تدفق المسافرين، ويمكن تقسيم وسائل النقل إلى:

¹ بلعابد نجا، *نمذجة عملية الطلب والعرض على الخدمات السياحية*، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تسيير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2015-2016.

أولاً: وسائل النقل الجماعي:

وتشمل ما يلي¹:

1- قطار الأنفاق: (Metro)

يتميز هذا النوع من النقل بكونه ممرات تحت الأرض بسبب نقل تجهيزاته وغلاء تكاليفه الاستشارية، ويزيد طول شبكته عن عشرات الكيلومترات، وهو ضروري في المناطق الحضرية الذي يفوق سكانها مليون نسمة، ويساهم بفاعلية في التخفيض من مشاكل المرور، ويتميز أيضاً بسرعته التجارية العالمية.

2- القطار الحضري: (tramway)

هو نموذج حديث محدود بخط سير معين لسكة حديدية داخل المدينة، لا يحدث ضوضاء، وغير ملوث للجو وأقل استهلاك للطاقة، لأنه يعمل على الكهرباء، حيث يتم استخدامه إذا كانت مسافته التتقل تزيد عن 2 كلم، تقع محطاته فوق سطح الأرض، وتصلح للشوارع الضيقة والمنعرجة.

3- القطار: (train)

هو وسيلة من وسائل النقل المخصصة للمناطق العمرانية ذات الكثافة السكانية العالية، وهو عبارة عن محرك قوي يعمل بالفحم أو النفط أو الكهرباء يجر ورائه عربات تتصل به، حيث يسير على قضبان حديدية تسمى السكة الحديدية.

4- الحافلة: (Bus)

وهي وسيلة مهمة في النقل في أغلب المناطق وخاصة المدن منها المدن الصغيرة والكبيرة حيث تسير أغلب الحافلات بزيت الديزل أو البنزين، ويمكن لعدة حافلات أن تتألف من عدة مفاصل مترابطة (Bus à les articulations) متصلة بغطاء مرن يهدف زيادة علاقتها التحميلية. إضافة إلى مرونتها يمكن للحافلة أن تنقل عددا كبيرا من الركاب، كما يمكنها أن تعبر الشوارع الملتوية والضيقة والمنحدرة بشكل جيد، إلا أنها ملوثة للبيئة، لأنها لا تستخدم الطاقات النظيفة.

¹ شاكر بلخضر، دراسة استطلاعية لمشروع القطاع الحضري ترامواي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد النقل والإمداد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجاح لخضر، باتنة، الجزائر، 2011، ص ص 20-21.

5- الحافلة الكهربائية: (trolley Bus)

هي حافلة تعمل بالطاقة الكهربائية عوضا عن زيت الديزل أو البنزين، ويتم ذلك من خلال شبكة من الخطوط الكهربائية الممتدة على مدى كامل المسار المسطر للحافلة في الجو. وتعتبر الحافلة الكهربائية حلا بديلا للحافلة العادية والقطار الحضري في آن واحد، حيث تجمع بين ميزة القطار الحضري في الحفاظ على البيئة بشكل أفضل من الحافلة العادية وبين ميزة الكلفة الأقل مقارنة من ميزة القطار الحضري.

- فالحافلة الكهربائية تتميز بانعدام الضجيج والتلوث، لكن تكلفة تأسيسها تكون أكبر تكلفة من الحافلة العادية.

6- حافلة المستوى العالي من الخدمة: (BHNS : Bus a Haut Niveau de service)

هي إحدى أنظمة النقل الخفيف ذات الممرات الخاصة، يعود ظهورها النمط من التنقل إلى سنوات القليلة الماضية، حيث يعني تقديم مستوى خدمة أفضل من مستوى الخدمة التي تقدمه الحافلات العادية، دون الحاجة إلى إنفاق كبير من الأموال مقارنة مع الاستثمار في مشروع قطاع حضري أو قطار هذه الحافلات أظهرت فعاليتها في الكثير من مدن العالم مثل: سان باولو، الصين، كولومبيا... إلخ حيث أنها لا توفر طاقة تحميلية تضاهي فيها الطاقة التحملية للقطار الحضري فقط.

7- القطار السلكي: (funiculaire)

يعتبر القطار السلكي وسيلة من وسائل النقل الجماعي عبر السكة الحديدية، حيث يستخدم عادة في المناطق شديدة الانحدار ولمسافات قصيرة أقل من 1500 م. حيث يسير على سكة حديدية وتتم عملية الجر بواسطة سلك معدني (Cable) وفي الواقع فإن القطار السلكي يتألف من عربتين مرتبطتين ببعضهما البعض بواسطة سلك معدني، حيث أن وزن العربة النازلة هو الذي يجعل العربة الصاعدة تتحرك وفق لقوانين الجاذبية، فصف إلى ذلك إن تكلفة تأسيس القطار السلكي معتدلة وسرعته كبيرة، لكنه لا يزال قليل الانتشار مع امتلاكه لمستقبل واعد لاسيما أنه غير ملوث للبيئة ويتسلق المرتفعات بسهولة¹.

¹ لامية عبدة الله، المرجع السابق، ص24.

ثانيا: وسائل النقل الفردي: وتشمل ما يلي¹:

1- السيارة الخاصة:

تعتبر السيارة مرادف للحركة والمركز الاجتماعي، حيث تعتبر من وسائل النقل الفردي بامتياز وسيدة الموقف في المسافات القريبة، وللسيارة مجموعة من المزايا مقارنة بالوسائل النقل الأخرى، فضلا عن صورتها في نمطية أي يمكن أن تنقل شخص واحد، كما يمكن أن تنقل خمسة أشخاص أو أقل، وحتى المعدات كما يمكن استخدامها في المسافات القصيرة والمسافات الطويلة على حد سواء وفي مختلف الأماكن والاتجاهات حتى لا يتطلب الوصول إليها وطرق وعرة وصحاري أو مناطق نائية نتيجة لعدم تقديمها بخطوط محددة أو مواعيد منتظمة.

رغم أن السيارة وسيلة نقل تتمتع بالعديد من المزايا إلا أنها اليوم تواجه جملة من الانتقادات. خاصة فيما يتعلق بمدى كفاءة استخدام الطاقة والمكان أو الحيز الذي شغلته والذي يعد في غاية الأهمية، رغم ذلك تسبق السيارة أكثر وسائل النقل أهمية وتفضيلا لنقل الركاب للمسافات المتوسطة (200- 300 كلم) إلا أنها تسبب خسارة للبيئة.

نتيجة لزيادة استخدام السيارة الخاصة في التنقل في الوسط الحضري أصبحت طرق السيارة في العامة تعاني من اختناق مرور رهيب، وللتخفيف من حدة هذه الازدحام تبنت السلطات القائمة على قطاع النقل نظاما (مشروع الخط الأزرق) حيث تم تصميم الرواق الأيسر من الطريق للمركبات التي تحمل 3 أشخاص فما فوق تشجيعا للأفراد على استقلال سيارات جماعية من حدة ازدحام وشلل حركة المرور.

2- سيارة الأجرة (Taxi)

نمط نقل من الصعب تصنيفه حيث يمكن اعتباره كنمط نقل فردي في حال نقل راكب واحد فقط، كما يمكن تصنيفها ضمن النقل الجماعي في حالة تعدد الركاب المنقولين خلال نفس الرحلة ونحو نفس الوجهة حيث في الغالب تنتق سيارة الأجرة شخصا لوحده، لذلك يتم تصنيفها ضمن وسائل النقل الفردي، فضلا عن مزايا السيارة الخاصة توفر سيارة الأجرة مزايا إضافية فهي تريح المسافر من القيادة لأنه لا يقود بنفسه كما في السيارة الخاصة، كما أن المسافر ليس بحاجة للبحث عن مكان لركن سيارته وبالتالي فإن سيارة الأجرة تجمع بين مزايا السيارة الخاصة ومزايا أخرى إضافية.

¹ شريف محمد ماهر، تخطيط النقل وسياسته (الفعاليات وعوامل الحرارة)، الدار الجامعية للنشر، بدون ط، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 80-81.

3- الدرجة النارية: (Deux. Roues Notorises)

نمط النقل في غاية الأهمية توفر تقريبا نفس مستوى المرونة الذي توفره السيارة الخاصة خصوصا من حيث المسار المتبع، وتختلف عن السيارة الخاصة فقط من ناحية الطاقة التحملية، إلا أنها تتميز عن السيارة الخاصة في كونها لا تشغل حيز حضريا كبيرا، وأقل استهلاك من حيث الطاقة.

4- الدراجة الهوائية: (vélo)

يتزايد استخدام الدراجة الهوائية يوما بعد يوم، ويتميز هذا النمط من النقل بأنه وسيلة نقل اقتصادية للغاية، كما أنها نعزز خاصية نحو الوسائط ولا تشغل مكانا كبيرا من الحيز الحضري، فضلا عن كونها غير ملوثة للبيئة أثناء استخدامها، كما شجع النشاط البدني للأفراد والمستخدمين لها عموما رغم أن الدراجة الهوائية غير مكيفة إلا أن الأغنياء يميلون إلى استخدامها واعتمادها كوسيلة نقل أكثر من ميل الفقراء إلى ذلك حيث أن الفقراء يخافون أن يوصفون بالفقراء إذا استخدموها.

5- السير على الأقدام: (Marche a pied)

يبقى دائما السير على الأقدام دائما النمط الأكثر بساطة ووضوحا واستخداما في المدينة لدى الأشخاص خاصة عندما يتعلق الأمر بالتنقل لمسافات قصيرة ولذلك يبقى هذا النمط من النقل بين أهم أنماط في السوط والجدير بالذكر أنه من المفترض إذا كانت مسافة التنقل أقل من 2 كلم أن تقطع سيراً على الأقدام¹.

I - 1 - 4- العوامل المؤثرة على النقل:

يتأثر النقل بمجموعة من العوامل الطبيعية والبشرية إذ بتضافر هذه العوامل فيما بينها لتوجيه شبكات النقل وتشغيل نظم النقل وأنماطه المختلفة وتتمثل العوامل الطبيعية في الموقع الجغرافي، التركيب الجيولوجي... المناخ... إلخ. أما العوامل البشرية فمنها توزيع السكان والنشاط الاقتصادي والتقدم التكنولوجي لسوائل النقل... إلخ.

¹ سلكي عبد الوحيد، دور النقل الحضري في التنمية السياحية، مذكرة نيل شهادة ماستر، تخصص تسيير التقنيات الحضرية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية (علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، باتنة، الجزائر، 2014، ص8.

أولاً: العوامل الطبيعية المؤثرة على النقل

1- الموقع الجغرافي: وشمل أهم العوامل الطبيعية المؤثرة على النقل فيما يلي¹:

لموقع الإقليم أهمية كبرى ليس في تاريخه وتطوره الاقتصادي فحسب بل ودرجة اتصاله بالعالم الخارجي عبر شبكات النقل المختلفة وتختلف مناطق العالم من حيث أهمية الموقع الجغرافي وبالتالي درجة تمتعه بطرق ووسائل النقل المختلفة.

فالموقع الجغرافي المتميز لبعض المناطق العالم سهل من اتصالها الخارجي بوسائل النقل المختلفة مما ساعد على تطورها وتقدمها بينما المواقع المنعزلة لبعض المناطق تعمل على إعاقة تطورها ويمكن تقسيم مناطق العالم من حيث أهمية الموقع الجغرافي إلى المجموعات التالية:

أ- مناطق جزرية: مثلها في بريطانيا واليابان، فموقع بريطانيا على حافة القارة أوروبية كان سببا في جعلها قوة بحرية وتجارية كبرى وهكذا الحال في اليابان الذي تغلغل البحر في أرجاءها وفتحت له أبوابها.

ب- مناطق تمتلك جهات بحرية مختلفة ذات موقع متميز مثلها في الولايات المتحدة الأمريكية، فرنسا إيطاليا، اليابان ومصر وكان لهذا الموقع دورا بارزا في سهولة اتصالها بالعالم الخارجي وبالتالي اتساع دائرة نشاطها التجاري.

ج- مناطق منعزلة وشبه منعزلة أو تقع على بحار متجمدة أو مغلقة مما يصعب من اتصالها بالعالم الخارجي وخاصة الدول الحبيسة منها مثلا النمسا وسويسرا، إفريقيا الوسطى وتشاد.

وتتميز أهمية الموقع الجغرافي عبر الزمن نتيجة لعوامل كثيرة من أهميتها تطور وسائل النقل المختلفة، فعلى سبيل المثال أدى تطور وسائل النقل البحري إلى زيادة أهمية الموقع المحيط الأطلسي والدول الإفريقية المطلة عليه خاصة جنوب إفريقيا.

يتضح لنا مما سبق هناك تأثير متبادل بين الموقع الجغرافي للإقليم وطرق النقل المختلفة التي تربطه بالعالم الخارجي بوسائل النقل المختلفة ومن ناحية أخرى فإن توافر شبكات النقل وتطورها تزيد من أهمية الموقع الجغرافي.

¹ محمد عبد السلام عمار، قسم الجغرافيا، دن، د.ط، الجزائر، 2009-2010، ص ص 43، 45.

2- التركيب الجيولوجي:

لهذا العامل الطبيعي أثره في شد الطريق أو مد الخطوط الحديدية فالترربة الرخوة تسهل إنشاء الطرق بها ولكنها بحاجة إلى صيانة من حين لآخر كما هو الحال في بعض الأقاليم كل من الولايات المتحدة واليابان وكذلك الطرق المختلفة بالأقاليم الصحراوية تحتاج لصيانتها بشكل دوري نتيجة لظاهرتي الرياح المحملة بالرمال والسيولة كما هو الحال بالسعودية ومصر، كما يتحكم هذا العامل أيضا في تحديد المقاييس التي تجري فوقه قطارات السكك الحديدية هل هو مقياس ضيق كما في السودان أم مقياس عريض الموجود في روسيا أمام مقياس عادي الموجود في بريطانيا ومعظم دول العالم ولتركيب الجيولوجيا تأثير عند اختيار مواضع المطارات، فيفضل اختيار المناطق ذات التكنولوجيا الأرضية الصلبة حتى تتحمل الممرات الأرضية ثقل عمليات إقلاع الطائرات وهبوطها.

3- مظاهر السطح:

لمظاهر السطح تأثير كبير على النقل بأنماطه المختلفة في جميع دول العالم يتبين ذلك بوضوح من مقارنة خريطتين للعالم إحداهما لمظاهر سطح الأرض والأخرى لشبكات النقل المختلفة حيث التأثير السلبي للارتفاعات المختلفة كصورة عامة والمتمثل في تغلغل شبكات الطرق بل وانعدامها في بعض الأقاليم لوعرة السطح وشدة انحداره وصعوبة الاتصال بالأقاليم المجاورة، مما يرفع من تكاليف إنشاء الطرق هنا لعدم انقطاع السطح، وضرورة شق الأنفاق والممرات في بعض الأحيان.

ويسود عكس هذا الوضع في الأقاليم السهلية التي تتوافر فيها مقومات النشاط الاقتصادي وتركز السكان لذا يلاحظ الكثافة الكبيرة لشبكات النقل المختلفة بها.

4- المناخ:

للمناخ تأثير كبير على طرق النقل المختلفة وتعد درجة الحرارة من عناصر المناخ الهامة المؤثرة في مجال نقل فكثيرا مما يؤدي انخفاض درجة الحرارة خلال شهور الشتاء في بعض أقاليم العالم إلى الانتقال من وسيلة النقل لأخرى أعلى تكلفة كما هو الحال في شمال أمريكا الشمالية خلال شهور الشتاء نجد أن انخفاض الشديد لدرجة الحرارة يؤدي إلى تجمد مياه نهر سانت لورنس لمدة أربعة أشهر تقريبا مما يؤدي إلى ارتفاع تكاليف النقل لاستخدام سكك الحديدية بدلا من النقل المائي دو التكلفة الرخيصة، عبر البحيرات العظمى كما أن ارتفاع درجة الحرارة يعمل على إجهاد محركات السيارات وزيادة تعرضها إلى التعطل، وارتفاع الصيانة ويؤثر سلبا أيضا على إطارات

السيارات بحيث يؤدي تمدد الهواء داخل الإطارات سببا في حدوث انفجارات وتؤدي بدورها في كثير من الأحيان إلى انقلاب السيارات مما ترتب عن ذلك خسائر مادية وبشرية.

أيضا الرياح تؤدي سرعتها إلى حد معين إلى زيادة سرعة الطائرة أثناء الطيران ويترتب عن شدة هذه الرياح إلى صعوبة السيطرة على الطائرة وكثيرا ما ينتج عن ذلك حدوث كوارث للطائرات، كما أن سرعة الطائرة تتأثر في حالة طيرانها في اتجاه مضاد لرياح وبالتالي يزيد معدل استهلاك الوقود وتؤثر الرياح في النقل البري حيث ينتج عن شدة هبوبها يكون عواصف خاصة الرملية منها تؤدي إلى تعطل حركة النقل سواء على الطريق أو الخطوط الحديدية نتيجة لتراكم الرمال فوقها، والتي كثيرا ما تحتاج إلى صيانة مستمرة كذلك يؤثر الضباب على جميع أشكال النقل سواء كان الجوي أم البحري أم البري غداً أنه يقلل الرؤية أو كثيرا ما يترتب على ذلك كثرة الحوادث خاصة في الصباح الباكر ويعتبر الضباب من العوامل التي تؤدي إلى تقليل مدى الرؤية لنقل الجوي لذلك يجب تجنب المناطق المنخفضة التي يرتكز عليها الضباب.

ويقتصر تأثير الأمطار على النقل الجوي والبحري فالأمطار الغزيرة التي تسقط على سطح الممرات الأرضية بالمطار وتشكل مصدر خطورة على الطائرات عند الإقلاع والهبوط كما أن السحب قد تقلل من مدى الرؤية فوق منطقة المطار مما يستدعي أجهزة الهبوط الآلي في عملية الهبوط وضمان سلامة الطائرات في مثل هذه الظروف المناخية السيئة.

كما يراعى عند إنشاء الطرق في الأقاليم المطيرة أن تزود بالجسور والمصارف اللازمة، لصرف المياه الناتجة عن سقوط الأمطار الغزيرة، وتزداد الأمطار في الأقاليم الصحراوية الجافة أو شبه الجافة التي تتعرض أحيانا لسقوط أمطار غزيرة يترتب عليها حدوث سول جارفة تعطل حركة النقل على الطرق والخطوط الحديدية.

5- النبات الطبيعي:

تمثل الغابات الكثيفة التي تغطي مساحات كبيرة عقبات تحول دون إنشاء شبكات النقل المختلفة وخاصة الطرق والسكك الحديدية كما هو الحال في كثير من جهات إفريقيا وأمريكا الجنوبية (حوض الأمازون) لذلك يقتصر تواجد شبكات الطرق والسكك الحديدية على هوامش الغابات الكثيفة وتقتصر طرق النقل داخل الغابات الكثيفة على بعض المجاري المائية الصالحة للملاحة.

غير أن الإنسان لما اكتسبه من قوة بفضل التقدم التكنولوجي قد بفضل التقدم التكنولوجي قد استطاع التغلب على العوامل الطبيعية التي أعاقت طرق النقل المختلفة فقد أزال الغطاء النباتي الطبيعي من مساحات شاسعة وشبكات النقل المختلفة فيها.

ثانياً: العوامل البشرية المؤثرة في النقل

للعوامل البشرية دور غير قليل في التأثير على أنماط النقل المختلفة وكذلك شبكات النقل ومن أهم هذه العوامل¹:

1- توزيع السكان وكثافتهم:

هناك علاقة وثيقة بين حجم السكان وكثافة شبكات النقل المختلفة ويتضح ذلك من خلال خريطتين للعالم إحداهما خاصة بتوزيع السكان والأخرى خاصة بتوزيع شبكات النقل المختلفة.

ففي بعض المناطق مثلاً من قارة أوروبا نجد أن كثافة السكان ترتفع بشكل واضح في غربها وفي نفس الوقت نلاحظ وجود كثافة عالية لشبكات النقل ونقل بصورة واضحة كلما اتجهنا نحو مناطق الشمال والشرق، حيث تقل كثافة السكان، كذلك في بعض مناطق أستراليا ترتفع كثافة شبكات النقل في الجنوب الشرقي والجنوب الغربي وهي نفسها نطاقات ذات الكثافة السكانية العالية.

ويرجع الارتباط الوثيق بين كثافة السكان وكثافة شبكات النقل المختلفة إلى وجود نشاط اقتصادي كبير أوجد الحاجة إلى التبادل التجاري والحركة سواء في شكل أشخاص أو سلع اعتماداً على شبكات الطرق والأقاليم كثيفة السكان تتسم بنشاط اقتصادي كثيف.

2- توزيع مراكز العمران:

هناك تأثير متبادل بين شبكات النقل المختلفة وتوزيع مراكز العمران فقد أدى مد الخطوط الحديدية في كثير من الأوساط في العالم إلى إعادة توزيع السكان وإلى تزايد أهمية مراكز عمرانية موجودة بالفعل وتعدد وظائفها واتساع نطاق عمرانها كما هو الحال في أماكن قارات أوروبا وإفريقيا، حيث توجد مراكز عمرانية تزايد حجم سكانها واتساع عمرانها.

¹ محمد عبد السلام عمار، المرجع السابق، ص 45-47.

وتعددت وظائفها وازدهرت اقتصاديا لأنها أصبحت ملتقى العديد من الخطوط الحديدية ومن أمثلة ذلك مناطق باريس، موسكو...

كما حولت السكك الحديدية بعض القرى إلى مدن وإلى مد الخطوط الحديدية في قارات العالم الجديد إلى انتشار السكان وتعدد مراكز العمران الجديدة.

3- النشاط الاقتصادي:

هناك علاقة طردية بين شبكات النقل والنشاط الاقتصادي فكلما توافرت شبكات النقل ساعد ذلك على الاستقلال الاقتصادي والعكس ففي بعض الأحيان يكون النشاط الاقتصادي مؤثرا وسابقا له.

وفي أحيان أخرى يكون مد شبكات النقل سابقا للنشاط الاقتصادي مثال : مد خط سكة حديد سيبيريا كان سببا في تعمير مناطق واسعة فيها وأصبحت من أكبر مناطق العالم إنتاجا للقمح.

في أوساط من الولايات المتحدة الأمريكية تعتبر شبكات النقل الهائلة هي المسؤولة عن انتقال قطن الجنوب وفلوريدا إلى أرجاء البلاد ولم تعد السوق المحلية هي التي تحدد نوع الإنتاج بقدر ما تحدده وسيلة النقل.

4- التقدم التكنولوجي لوسائل النقل:

لا شك أن الإنسان أحرز تقدما تكنولوجيا كبيرا في مجال وسيلة النقل نذكر منه على سبيل المثال في مجال النقل بالسكك الحديدية فقد اتسعت شبكات السكك الحديدية ورفعت كفاءة القطارات الحديدية بعد التوسع في استخدام الكهرباء والبتروكوكود رئيسي بدلا من الفحم، وتقدم هذه الخطوط الحديدية وفي مجال النقل على الطرق حدث تطور كبير في صناعة السيارات ورفع كفاءتها خاصة بعد استخدام الكهرباء والطاقة الشمسية والغاز الطبيعي بدلا من البترول في بعض المناطق من العالم لتقليل التلوث فهناك أكثر من نصف مليون سيارة في العالم تعمل بالغاز الطبيعي.

وفي مجال النقل الجوي حدث تطور هائل في تجهيزات المطارات مما زاد من أمان عمليات أطلاق الطائرات وهبوطها وتزويد الطائرات بأجهزة الهبوط الآلي نتيجة الأحوال الجوية السيئة كما حدث تطور مماثل في صناعة الطائرات، مما زاد من كفاءتها وسرعتها ورفع طاقتها الاستيعابية وتقدم وسائل الراحة والأمان.

5- الحدود السياسية:

لحدود السياسية تأثير غير قليل على توجيه مسارات شبكات النقل ويتمثل التأثير المباشر للحدود السياسية في انتهاء خطوط النقل عند مناطق الحدود التي تشكل نقاط انقطاع لشبكات الطرق بالنسبة لدول المجاورة باستثناء مناطق محدودة من العالم خاصة في مناطق من أمريكا الشمالية أمام التأثير الغير المباشر للحدود السياسية فيتمثل في وجود الكثير من الدول الحبيسة وشبه الحبيسة في العالم التي تلجأ إلى بعض الدول المجاورة منها للاستفادة من موانئها البحرية في تجارتها الدولية لذلك كثيرا ما تقام موانئ الترانزيت لخدمة مثل هذه الدول التي لا تتمتع بسواحل بحرية ومن أمثلة ذلك مياه العقبة الأردني بالنسبة للعراق ومرسيليا في فرنسا بالنسبة لسويسرا.

يتضح لنا مما سبق أن النقل يتأثر بمجموعة من العوامل البشرية والتي لا يقل دورها عن العوامل الطبيعية وتتضافر هذه العوامل فيما بينها في تأثير على شبكات النقل وتوجيه مساراتها في الأوساط الحضرية والغير الحضرية.

I- 2- مفاهيم حول خدمات النقل:

لقد أدى ظهور وسائل النقل لدى المجتمعات المتطورة إلى ظهور الخدمة في الميدان والتي جاءت لتلبية الطلب المتزايد على النقل وحاجة الإنسان إلى التنقل وقد أدى التطور الاقتصادي والاجتماعي إلى تطور مهم في مجال النقل وبذلك فهو يعتبر المحرك الأساسي للنشاطات الاجتماعية المتنوعة والمتعددة.

I- 2- 1- مفهوم خدمات النقل:

إن مفهوم خدمات النقل لا يختلف عن مفهوم الخدمات بشكل خاص وإن خصائص هذه الخدمات لا يتعلق من حيث الإطار وإنما طبيعة الأنشطة والخدمات تقدم من قبل شركات النقل هي تختلف عن طبيعة الخدمات التي تقدم من قبل المؤسسات الخدمية الأخرى.

وتوجد عدة تعاريف مختلفة لخدمات النقل منها:

« خدمات النقل هي: الخدمات التي تقدمها شركات النقل والتي تشمل في تحريك الأفراد والبضائع من مكان لآخر، ويتم تقديم خدمات النقل من خلال عملية الاتصال المباشر بين المستفيد منها ومقدمها، بالنسبة للسلع الملموسة¹».

- كما يمكن تعريفها بأنها: المنتجات التي تقدمها المؤسسات الخاصة بقطاع النقل بمختلف أنواعه ذلك لتسهيل وتأمين عملية النقل للأشخاص ومنتجاتهم من مكان لآخر².

مما تقدم يظهر لنا بأن ما تتصف به الخدمات بشكل عام ينطبق على الخدمات النقل وبالمقابل تظهر بأن خدمات النقل لا تختلف فعن مفهوم الخدمة، وتشتق من خصائص الخدمة، وإنما تختلف بالهدف والأنشطة والسلع التي تساهم في تقديم الخدمة.

- فالخدمة عبارة عن أفعال وعمليات وإنجازات، فهي تنطبق على الأنشطة الاقتصادية والسلع التي تساهم في تقديم هذه الخدمة.

¹ ردينة عثمان يوسف، إدارة خدمات النقل الجوي، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009، ص25.

² زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط2، الأردن، 2010، ص37.

I- 2- 1- خصائص خدمات النقل:

- تدرك خدمات النقل بأن خصائص الخدمات التي تقدمها لا تختلف عن خصائص الخدمات بشكل عام، وإن الاختلاف في نوع الخدمة والسلع الدائم في تقديمها وطبيعة الخدمات التكميلية المقدمة وأهداف المنظمة الخدمية وتحدد على النحو التالي¹:

أولاً: عدم الملموسية

بما أن الخدمة هي عمل أو منفعة تقدم من جهة إلى جهة أخرى، وأن هذا العمل أو المنفعة ليس فيها جانب مادي ملموس لعدم إمكانية سماعها، رؤيتها وتذوقها وحتى الشعور بها قبل الاستفادة منها، لذلك يستفيد طالب الخدمة الذي يهدف إلى شرائها والاستفادة من المعلومات التي يحصل عليها من المجموعة التي ينتمي إليها، ولا يستطيع التأكد من صحة هذه المعلومات أو عدم صحتها إلا بعد الاستفادة من الخدمة ولذلك فإن صفة الملموسية تجعل المستفيد في حالة عدم التأكد من اتخاذ قرار الشراء إلا بعد أن يستفيد من الخدمة من خلال التنقل أو السفر، فإذا نجحت شركة النقل (مقدم الخدمة) في تقديم خدماتها بكفاءة مقبولة فإن المستفيد سوف يكون راضياً وبالتالي تحقيق الرضا والإشباع.

ثانياً: التلازمية الغير قابلية الانفصال

تتميز الخدمة بأن تقديمها يتطلب وجود مقدمها والمستفيد منها في آن واحد وهذا ما يميز الخدمة عن السلع الملموسة، أو وجود علاقة مباشرة ما بين مقدم الخدمة والمستفيد منها عن الإنتاج والتقديم، حيث أن التلازمية تحقق من خلال ارتباط عملية إنتاج وتسويق الخدمة في نفس الوقت بشرط وجود مقدميها والمستفيد منها، مثلاً خدمات الطيران فإن عدم حضور المستفيد إلى مكاتب شركات الطيران ودفه تذكرة السفر والقيام فعلاً بالسفر فغن ذلك يجعل مقاعد الطائرة شاغرة ولا يوجد مسافرين على متنها، مما يمنع تقديم هذه الخدمة، وفي نفس الوقت فإن وجود ظاهرة محضرة للرحلة والعاملين على متنها وواجبات الطعام للرحلة، فإن ذلك كله يساهم في تقديم الخدمة إلا بوجود المستفيد منها.

¹ ردينة عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره، ص ص 26- 27.

ثالثا: تلاشي الخدمة

إن عدم إمكانية تخزين الخدمة لكونها تشمل عملا أو منفعة تتلاشى وتنتهي سواء إن تم الاستفادة منها أو لم يتم، مما يولد مشكلة لتلبية الخدمة في حالة عدم وقوع طلب على خدمتها وعليها أن تحدد سبب عدم وقوع الطلب على خدمتها ووضع المعالجات المناسبة لحل المشكلات.

رابعا: إنتاج الخدمة وتقديمها عند وقوع الطلب عليها

مما يميز الخدمة عن السلع الملموسة هو إنتاجها وتقديمها عند الطلب عليها، حيث أن إنتاج وتقديم خدمة النقل يرتبط بوجود طلب أي وجود المستفيد منها.

خامسا: عدم انتقال ملكية أي شيء ملموس

تتميز الخدمات بعدم انتقال أي شيء ملموس للمستفيد منها وأن الثمن الذي يدفعه المستفيد للحصول على الخدمة والاستفادة منها وليس لامتلاك وسيلة النقل التي استخدمها.

وبشكل عام فإن خصائص الخدمة تحدد من خلال أربع عناصر هي:

أ- عدم القدرة على لمسها.

ب- عدم التماثل.

ج- التماسك والترابط.

د- غير قابلة للتخزين.

سادسا: عدم التماثل

الخدمة متغيرة حسب أوقات وفروق تحققها لذلك في غالب الأحيان يستحيل تنميط إنتاج خدمة وجعلها متماثلة، لأن الخدمة تعتمد على من يقدمها، وعلى كيفية تقديمها وعلى ظروف تقديمها، وفي الحقيقة يصعب الحصول على كفاءات متماثلة في هذا الشأن.

فمكتب محاماة أو استشارة مثلا من المستحيل أن ينتج نفس نوعية الخدمة لزبونين اثنين فقد تكون لهدين الزبونين نفس النظرة اتجاه منتوجين من نفس العلامة، ومن نفس الحجم، ومن نفس النوعية واللون ومن نفس المؤسسة، ولكن بالنسبة لنفس الخدمة لا تكون لهما نظرة متشابهة. وذلك لسببين:

- السبب الأول هو كون المستهلك يؤثر على نوعية الخدمة « فالسفر في قطار يعتبر في آن واحد جيد وغير جيد لعدة أشخاص مسافرين في نفس العربة لأن حسب ما ينتظره كل واحد من هذه الخدمة يكون مستوى تقديمه.
- السبب الثاني هو كون البائع تأثير على نوعية الخدمة، فوجبة غداء محضرة من طرف أحد الطباخين هي غير متطابقة من نفس النوع من الغداء محضرة من طرف زميلة.

ومن هنا تكمن أهمية الموظفين الذين نصادفهم فهم أثناء شرائنا الخدمات لأنهم هم اللذين يحددون رضى أو سخط الزبون « فنوعية الوجبة التي تحمل عليها في مطعم والتي يظهر لنا مستوحها « جيدا أو رديئا هي ظاهرة ل يمكن تكرارها، وحتى إن حاولنا في بعض الأحيان تدارك النوعية السيئة للوجبة بفضل الاحتياج.

هذا العامل هو السبب في ظهور عدم اليقين في الخدمات الشيء الذي هو غائبا النسبة للمنتجات الصناعية وذلك سواء تعلق الأمر بالموظفين، أو بالزبائن وأيضا بإيجاد اللامتوقع واللاملموس في الخدمات.

I- 2- 3- نوعية الخدمة في ميدان النقل:

هي تلك الإجراءات ومعايير الواجب توفرها في خدمة النقل لإشباع احتياجات الركاب وورغباتهم بأكبر قدر ممكن من مراعاة قيود البيئة والمحيط أما مستوى الخدمة يقصد به كمية النقل اللازمة لتغطية الطلب المعين، ويتضمن مستوى الخدمة في النقل المعايير التالية¹:

1- السعة: يقصد بالسعة في ميدان النقل قدرة نظام النقل على استيعاب حجم معين من الطلب وعليه وتتضمن العناصر التالية:

أ- سعة المركبة: تعتمد على عدة عوامل تشمل أبعاد المركبة، قوة العجلات قوة الدفع، عدد المركبات (ويتضمن طرق عملية لتقدير كمية الطلب من أجل الحصول على العدد المثالي للمركبات حتى لا يكون هناك فائض ولا نقص في عرض (الخدمات المقدمة).

ب- سعة المسار: يمثل الحد الأقصى لعدد المركبات التي تمر على نقطة معينة اتجاه واحد وذلك خلال فترة زمنية.

¹ سكال ريمة، السلطة التنظيمية للتنقل الحضري ودورها في تحسين أداء النظام النقل الحضري، تخصص النقل والإمداد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحجا لخضر، باتنة، الجزائر، 2010، 2011، ص125.

2- سهولة الوصول وتكرار وتتضمن:

أ- سهولة الوصول: تعتمد على موقع المسار وتصميم شبكة الطرق ومرونة وسيلة النقل المعينة وشبكة الطرق وحجم الحركة في ساعات الذروة التي ينجم عنها في اغلب الأحيان ازدحام كبير في حركة المرور.

ب- تكرار الخدمة: يتطلب ذلك تحليل الصعوبات المتعلقة بالجدولة الزمنية ومقدار توفرها ويؤدي عدم كفاية السعة في خدمة النقل إلى انخفاض مستوى الخدمة وهذا يؤدي إلى فقد السمعة الحسية وانخفاض الطلب ويمكن تقدير تكرار الخدمة من خلال تحليل البيانات دراسة الطلب.

1- 2- 4- مشاكل ومعوقات خدمات النقل:

خدمة النقل عامل مهم في حياتنا وهو أساس نهضة المجتمعات، وكثيرا ما يقال أن النقل وشبكاته هي مرآة تعكس تطور وتقدم الشعوب، إلا أن لخدمة النقل العديد من الآثار منها ما هو إيجابي مرتبط بالحركة والنقل وتنشيط الإقضاء والتبادل التجاري، ومنها ما هو سلبي ينبغي الإشارة إليه، أبرز الجوانب السلبية لخدمات النقل ما يلي¹:

أولاً: الازدحام

هذه المشكلة تعد ظاهرة بارزة في أغلب بقاع المعمورة خاصة في المناطق التي تزداد فيها وسائل النقل، وتتنوع وتعد بيئة المدن هي البيئة المناسبة التي يمكن اتخاذها مثالا على بروز الظاهرة، حيث تعاني منها كل المدن في الدول المتقدمة والمتخلفة على حد سواء، وتعد وسائل النقل البري من أهم العوامل المؤدية إلى ازدحام شوارع المدن والمراكز العمرانية الأخرى والطرق الرئيسية المؤدية إليها مما ترتب عليه الآتي:

- زيادة وقت الرحلات وإلغاء بعضها.

- تأخر المسافرين والسلع والبضائع.

- الضيق والقلق الذي يصيب المسافرين.

- زيادة نسبة التلوث.

- زيادة كمية الوقود المستهلكة.

¹ رواجي سناء، النمو الحضري وعلاقته بمشكلات النقل الحضري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص: علم الاجتماع الحضري، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2008/2009، صص 64-68.

- ومن الآثار الأخرى التي تتجم من ظاهرة الازدحام الاختناقات المرورية التي تعود السائق عدم الالتزام بالمواعيد، كما يؤدي إلى حدوث المشاجرات وتفشي السلوكيات الخاطئة بين السائقين، كذلك تقلل من القدرة على التركيز في العمل وللحد من هذه الظاهرة هناك أمور ينبغي مراعاتها:

- مواقيت العمل المحددة، ونقص وسائل النقل البري الجماعي، كذلك امتلاك أكثر من سيارة إضافة إلى عدم قدرة شبكات الطرق على الاستيعاب للأعداد المتزايدة من وسائل النقل البري خاصة.

ثانياً: عدم قدرة الشوارع والمنشآت على استيعاب وسائل النقل

- يترتب عن الزيادة المستمرة لعدد وسائل النقل داخل المراكز العمرانية المختلفة حولها، عدم قدرة طرق وأماكن الوقوف لوسائل النقل البري على استيعاب وسائل النقل لكثرتها.

مما تطلب القيام بعمليات التوسع والتغيير المستمر في الطرق والشوارع وداخل المدن، وحتى أماكن وقوف وسائل النقل البري فيها، حيث تتناسب مع العدد الكبير والمتزايد من وسائل النقل.

- كذلك تعاني المطارات والمدن هي الأخرى من مشكلة عدم القدرة على استيعاب وسائل النقل الجوي والبحري، وهذه الظاهرة الأكثر بروزاً في الدول المتقدمة، وكذا الدولة النامية والتي تعاني هي الأخرى في العقود القادمة، حيث يؤدي عدم قدرة الموانئ على استيعاب النفس إلى الازدحام وإلى تأخير الرحلات للركاب وحتى عمليات الشحن والتفريغ مما يترتب عليه فساد بعض السلع والبضائع وحتى تلفها.

ثالثاً: حوادث المرور

تعد حوادث المرور أحد الآثار الناجمة عن ظاهرة الازدحام المروري، وخاصة في المدن الكبرى، كما أنها تمثل عبئاً اقتصادياً لتتقل عام الاقتصاد الوطني في الدول التي ترتفع فيها نسبة الحوادث.

وتزايد مشكلة الحوادث لاسيما حوادث الطرق في الدول النامية والتي تزداد فيها السيارات نسبة كبيرة، ويقل الوعي في الوقت نفسه والملاحظ أن نسبة الحوادث في هذه الدول مرتفعة وفي ازدياد مستمر.

مما يؤدي إلى أعاقلة التنمية فيها، حيث أنها تستنزف الطاقات البشرية والإمكانيات المادية وهناك مجموعة من أسباب الحوادث المرورية نذكر منها ما يلي:

- الزيادة السكانية المرتفعة.

- عدم الاهتمام بإشارات المرور وعدم الإلمام لها في كثير من الأحيان.
- نقص مراكز الخدمات على الطرق الرئيسية.
- القيادة بدون ترخيص (عشوائية).
- انخفاض معدلات استخدام وسائل النقل الجماعي ووسائل الغير الآلية.
- مثل: استخدام الدراجة والسير على الأقدام.
- قصور في تخطيط شبكة الطرق وعدم كفاءتها لمواجهة الاختناقات المرورية.
- وتتطلب مواجهة المشاكل المرورية ثلاث برامج أساسية تتكامل فيما بينها:
- البرامج الهندسية وهي تعني في المقام الأول التخطيط السليم لشبكات الطرق؛
- البرامج القانونية: تستهدف الالتزام الذاتي بأحكام وقواعد وقوانين السير مما يكفل احترامها والعمل بموجبها؛
- البرامج التعليمية والإرشادية وترتبط ارتباطا مباشرا بالعنصر البشري الذي يثبت بالدراسات والإحصائيات أي يؤدي الدور الرئيسي في مشكلة المرور وهذا بطبع يحتم ضرورة توعية وإرشاده وتعلمه وتوجيهه بقواعد المرور.

رابعاً: الآثار البيئية

تتميز المجمعات الحضرية التي يسكنها مئات الأفراد بوجود أعداد كبيرة ومتزايدة من وسائل النقل ذات المحركات من سيارات وشاحنات والحافلات حيث تقوم هذه المركبات بدور بارز في توليد الملوثات الرئيسية للهواء وهناك العديد من المخاطر الصحية والبيئية الناتجة عنها وينتج عن احتراق الوقود داخل محركات السيارات العديد من الملوثات أهمها 19% من غاز ثنائي أكسدي الكربون وهو المسبب الرئيسي في الاحتباس الحراري و 64% من أول أكسيد الكربون و 39% من أكسيد النتروجين و 52% من الهيدروكربونات المنبعثة في الجو والجسيمات العالقة بالإضافة إلى مركبات الرصاص السامة الناتجة من العوادم عند استخدام البنزين الذي يحتوي على نسبة من الرصاص وغيره من المعادن كمواد إضافية ومشكلة الضباب الدخاني وغيرها من المركبات الضارة بالجلد والجهاز التنفسي والعصبي وجهاز الدوران والبلعوم والعينين ويزداد تأثيرها على الكبار وصغار السن ومن لديهم أمراض تحسسية.

وكذلك يتعرض الكثير من السكان وخاصة في المدن إلى الضوضاء الناجمة عن حركة المرور بما يتجاوز 65 ديسيبل وهو المستوى الذي إذ تجاوزه الضوضاء فإنه يسبب إزعاج والضرر ويزيد خطر الضوضاء مع زيادة مدة التعرض لها حيث يضعف السمع وقد يصيب الإنسان بالصمم عند تأثيره في ارتفاع ضغوط الدم وزيادة التوتر والقلق ونقص النشاط والاضطرابات النفسية.

خامسا: قلة أسباب الراحة داخل بعض وسائل النقل

هذه المشكلة هي أكثر وضوحا في وسائل النقل العام التي تستعمل في نقل أعداد كبيرة من الركاب وبالذات وسائل النقل العام كالحافلات والقطارات وبعض السفن والقوارب، ففي هذه الوسائل خاصة في الدول العالم النامي والمتخلف، كثيرا ما يجد شخص نفسه في حافلة أو قطار مزدحم بالركاب وتتعلم فيها أسباب الراحة النفسية والجسدية نتيجة لأسباب منها:

- زيادة نسبة الرطوبة في فصل الصيف مع ارتفاع درجات الحرارة وشدة البرودة شتاء مع عدم وجود وسائل التكيف.

- الازدحام والضوضاء الناجمة عن العدد الكبير من الركاب على متن هذه الوسائل أو عما يحملونهم بداخلها من طيور ودواجن وغيرها لاسيما في الدول النامية والمختلفة.

هذا وتزداد حدة هذه المشكلة في الدول النامية والمتخلفة نتيجة لقلة وسائل النقل وعدم تنوعها من جهة ولعدم العناية بالموجود منها من جهة أخرى، ضف إلى ذلك قلة الوعي لدى مستخدمي هذه الوسائل ومشغليها.

سادسا: ارتفاع تكاليف النقل

النظام الاقتصادي المتبع في الدولة أثره في هذا المجال ارتفاع تكاليف النقل تزداد وضوحا يوما بعد يوم وسنة بعد أخرى في الدول التي تتبع النظام الرأسمالي، حيث نجد أن تكلفة النقل سواء أكانت تذكرة سفر الركاب أو تكلفة نقل السلع والبضائع تتأثر في هذه الدول بكثير من العوامل، منها عامل المسافة وسعر الوقود وحالة الاقتصاد (مزدهر أو راكد) وحالة وسائل النقل منها ولهذا فارتفاع التكلفة النقل مستمر، مما يتسبب في مشاكل خاصة بالنسبة لدوي الدخل المتوسط والمحدود وهؤلاء في الغالب هم يستخدمون وسائل النقل العام بينما نجد أن هذه المشكلة وإلى وقت قريب (قبل انحسار الشيوعية بالذات في شرق أوروبا) اقل وضوحا في الدول التي كانت تتبع النظام الشيوعي، حي كثيرا ما تحدد الدول النقل وتتحكم فيها وهذا الأمر ما زال متبعا في كثير من الدول الاشتراكية.

I-3- تخطيط النقل

يؤثر النقل تأثيراً جوهرياً في المناطق التي يتم فيها التخطيط سواء كانت تأثيرات اجتماعية، سياسية، اقتصادية ولاحظ أن النقل له تأثيرات على مدى القصير والطويل، فعلى المدى القصير يساعد النقل في حركة الأفراد والبضائع من المناطق المختلفة سواء داخل البلد أو سن عدة دول كما أن له تأثيرات على المدى الطويل إذ أن له تأثيرات جوهرياً على مستوى التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال تنمية المناطق التي يعبر عنها النقل ويتكون تخطيط النقل من أنواع مختلفة من الإجراءات ويمكن أن تختلف باختلاف الحاجة التي يهدف التخطيط لتلبيتها وباختلاف المستوى الذي يتم تخطيط عنده.

I-3-1- مفاهيم تخطيط النقل:

يمكن تعريفه من المنظور العلمي أنه إحدى الوظائف في منظمات النقل وهو أحد مكونات العملية الإدارية وهو عمل يسبق التنفيذ ثم بموجبه تحديد الأهداف والغايات المطلوب تحقيقها والفترة الزمنية، لذلك يتم وضع خطة الكفيلة لتحقيق هذه الغاية يعد القيام بتنبؤ لتعرف على الظروف والمتغيرات المستقبلية التي قد تحدث في الفترة المقبلة ويمكن أن تؤثر على مراحل تنفيذ الخطة (النقل في المناطق الهامشية) وذلك بالعمل على مواجهتها¹.

هو عملية تعاونية تهدف إلى تشجيع المشاركة من جانب المستخدمين لنظام النقل كالهياكل الحكومية والمنظمات البيئية والمجتمع المسافرون، والجهود وذلك من خلال المشاركة العامة في عملية الاستبيان التي تقوم بها جهات التخطيط المدن الكبرى وتنسيق العمل مع الوزارات النقل².

- فتخطيط النقل يشمل تنبؤ بالمستقبل مع الاستعداد لهذا المستقبل لما يحقق الأهداف فالتخطيط ليس فقط القيام بتقديرات ولكنه يفيد الاستفادة من الفرص والإمكانيات التي تقدمها في المستقبل.

أمام التخطيط العام لنقل هو: عبارة عن عملية مرتبطة لتحديد ما يجب على مؤسسات القطاع أن تفعله في المستقبل لتحقيق أهدافها من خلال حشد، تنظيم، استغلال الإمكانيات والموارد لتلبي مختلف الاحتياجات المستقبلية المتوقعة بطريقة فعالة وكفاءة اقتصادية، اجتماعية وبيئية... إلخ.

¹ هنودة مهنة، دراسة المناطق الحسبية في الأوساط الحضرية، مذكرة نيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد النقل والإمداد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحجا لخضر، باتنة، الجزائر، 2010-2011، ص26.

² The transporation plammg process : key leswe, p7.

وهناك تعريف آخر للتخطيط الحديث على أنه: عملية مستمرة تهدف عن طريق البحث عن ابتكار طرق ملائمة لسيطرة على نظام معين وأنه طريق مراقبة تأثيرات يمكن الاطلاع إلى أي مدى كانت السيطرة فعالة وإلى مدى ستحتاج فيه تحويلات لاحقة¹.

ومن الملاحظ أنه لا يوجد تعريف واضح ومحدد لتخطيط النقل هناك من عرفه أنه الأسلوب أو الغدارة من خلالها يمكن الاستفادة من القوانين الاقتصادية لدعم هذا القطاع باعتباره أحد روافد التنمية الاقتصادية والاجتماعية².

ومن خلال ما سبق سرده نلخص أن:

- تخطيط النقل واحد من العلوم الحديثة المهمة التي تؤثر بشكل جوهري في تقدم كافة مجالات الحياة وتتطلب عملية تخطيط النقل تحديد الهدف أولاً ثم تحديد الوسائل الكفيلة بتحقيق الهدف مع وضع البدائل لهذه الوسائل وبالتالي لا بد أن يهتم تخطيط النقل بوضع معايير الخدمة المقدمة من وجهة نظر محيطي النقل وأيضاً مواجهة مشاكل شبكة الطرق من وجهة نظر مخططي حركة الطرق من أجل تطوير هذه الخدمة لتحقيق مصالح العالم، حيث أن التخطيط يختلف حسب الهدف المرجو تحقيقه، إلا أن هذا يتطلب تقديم معلومات الخاصة المفيدة والكافية عن كل من حركة النقل وحركة الطرق والمواطنين حيث يمكن وضع خطة واقعية وعملية تستطيع أن تحقق الهدف المرجوة.

I - 3 - 1 - أنواع تخطيط النقل:

هناك عدة أنواع من تخطيط النقل تعكس مختلف المستويات والأهداف المرجوة من عملية التخطيط فيما يلي³:

- دراسات التأثيرات المرجوة لتقييم أثر حركة المرور واستراتيجيات التحقيق لمدة معينة، أو لتنمية مشروع معين.
- خطط النقل الخاصة بوضع معين أو منطقة محددة لتحديد سبل تحسين وصنع معين (المشي، ركوب دراجات، النقل العام... إلخ)، أو منطقة (وسط المدينة، منطقة صناعية، محرم جامعي... إلخ).

¹ ناصر دادي عدون، الإدارة والتخطيط الاستراتيجي، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، بدون طبعة، الجزائر 2010، ص54.

² عادل عبد الغني محبوب، الاقتصاد الحضري، بدون دار نشر، بدون طبعة الجزائر، 2008، ص25.

³ Tood litnan, introduction to multi- modal tranaporatation Dlaning princples and practces- victeria transport poliy institute. 2014. P p : 01.

- تخطيط النقل المحلي ويعني تخطيط تطوير النقل البلدي أو المحلي ضمن الأحياء.
- تخطيط النقل الحضري والإقليمي: تخطيط مستوى أعلى يهتم بوضع خطط النقل على نطاق حضري وإقليمي متكامل للمدن الكبرى.
- تخطيط النقل القومي يهتم بوضع خطط النقل لولاية كبيرة أو عدد من المقاطعات التي تتعين تنفيذها من قبل وكالة النقل القومية.
- تخطيط الاستراتيجي: لتطوير وسائل النقل (الخطط طويلة الأجل) وعادة ما يتم بين 20-40 سنة في المستقبل.
- خطط تحسين وسائل النقل أو خطط العمل التنفيذية لتحديد مشاريع محددة البرامج التي يستفيد في غضون بضع سنوات.
- خطط النقل الخاصة بإنشاء مسار معين أو تحديد مشاريع والبرامج التي يستفيد على ممرات محددة مثل طول أحد الطرق السريعة الخاصة جسرا أو طريقا. (النقل في المناطق الهامشية)

I - 3 - 3 خطوات تخطيط النقل:

عملية تخطيط النقل هي عملية منظمة ومحكمة لها مجموعة من المراحل والأهداف نوفرها فيما يلي:

أولا: إجراءات عملية تخطيط النقل

تتطلب عملية تخطيط النقل القيام لمجموعة من الإجراءات كالاتي¹:

- 1- إدراك الحاجة لتخطيط: قد تكون الحاجة قائمة وماسة كوجود اختناقات مرورية حادة أو عدم وجود طرق للوصول إلى حي سكني أو مركز تجاري جديد أو وجود تقاطع طرق تقع فيه الحوادث بمعدلات عالية أو العكس، فقد تكون الحاجة غير ظاهرة حيث يجري مسح لتحديد احتياجات الحالية والمستقبلية.
- 2- غايات التخطيط: حيث يجب تحديد الغاية والغرض من تخطيط النقل والتي تمثل قيم المجتمع والاتجاه الذي يرغب أن يتحرك فيه على مستوى المدينة أو الإقليم أو المستوى الوطني فالمجتمع الذي يسعى نحو التقدم الاقتصادي غايته ستكون جذب الصناعات والمنشآت التجارية وبالتالي يصمم نظام النقل الذي يستوعب تلك

¹ فضيل بو جلال، تخطيط النقل ودوره في تسويق المدينة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، الطور الثالث، تخصص اقتصاد النقل والإمداد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، الجزائر - 2016-2017، ص 35-36.

الأنشطة وإذ كانت المدينة تهتم بالناحية الجمالية فإنها ستسمح بشبكة طرق ثقافية للحفاظ على جمال أشجارها ومبانيه الأثرية وعدم إزالتها.

3- الأهداف: هي الوسائل التي تلحق بها الغايات وتستخدم معايير كمقياس للأهداف مثلا يكون تحديد سعة مواقف السيارات بحيث تزيد نسبة 15% على الطلب كعيار لتطور المطلوب لسعة المواقف في حين يمثل تطوير المواقف في حد ذاته أحد الأهداف التخطيطي وتستخدم لتحديد الغاية المتمثلة بالقضاء على الازدحام في منطقة وسط المدينة.

4- مسوحات الطلب على النقل: تعتبر قاعدة البيانات يقوم على أساسها تخطيط النقل والتي يمكن من خلالها معرفة أنماط النمو السابقة والحالية لكل من إعداد السكان واستعمالات الأراضي والصناعات وأنظمة النقل القائمة واستخدامها.

5- تحليل الطلب: الذي يتم بموجبه توزيع الرحلات على الطرق والممرات القائمة ووسائل النقل المتوفرة كما تتم مقارنة السعة القائمة ووسائل النقل بالطلب القائم وتحديد النقص أو الزيادة في السعة مع الأخذ بعين الاعتبار اختيار وسيلة النقل المناسبة ومن تم تعد التنبؤات المستقبلية لطلب على المرور وتوزيع الرحلات المتوقعة على الطرق.

6- تصميم الحلول: يجب الأخذ في عين الاعتبار جميع الحلول الممكنة وإجراء دراسة تفصيلية لحلين أو ثلاثة حلول الأكثر قبولا، بحث تختار بعد ذلك وسيلة النقل وتصميم المواقع والشبكة ومستوى الخدمة والتكلفة الاقتصادية وذلك بديل من الحلول البديلة كما تحدد الآثار الاجتماعية والبيئية المترتبة عليها.

7- تقديم البدائل: القيام بتحليل تفصيلي لها وبيان منفعتها وفعاليتها في تحقيق الأهداف المرجوة منها مع بيان الكلفة الاقتصادية والآثار الاجتماعية والبيئية المترتبة لكل بديل وتركيز على البديل المفضل وعرضها على جهة صاحبة القرار.

8- رفع التوصيات إلى جهة صاحبة القرار: التي تكون في أغلب الأحيان ليست الجهة المنوط بها عملية التخطيط النقل عموما كمجلس المحافظة والمجلس البلدي أو التشريعي وذلك لإقرار خطة النقل واعتمادها ويجب أن تشمل التوصيات على الطرائق المقترحة لتمويل تنفيذ خطة النقل العام.

9- التنفيذ: فبعد مرحلة الاعتماد والمصادقة على خطة النقل وطريقة التمويل وتنفيذها التي تتيح أعداد مخططات تفصيلية ونهائية تتم البدء في التنفيذ وفق الخطة التنفيذية متسلسلة وتراثبية من إنشاء إلى تشغيل ابتداء من الإجراءات القانونية بنزع ملكيات الأراضي وطرح المناقصة إلخ.

- ويوضح المخطط التالي التسلسل الممكن لعملية تخطيط النقل

I - 3 - 4 أهداف والعوامل المؤثرة على تخطيط النقل

أولاً: أهداف تخطيط النقل

إن كل مجال تخطيطه لابد أولاً تحديد الهدف لهذا التخطيط، فإن الأهداف يمكن تمديدها كالاتي¹:

- زيادة السرعة وتقلص الازدحام، زيادة الأمان وتقليل الحوادث (أي توفير السلامة المرورية)، الاقتصاد في الاستثمارات المال، تخفيض كلف التشغيل، تشجيع التوزيع العادل للأراضي، تقليل العوارض بين المناطق، توفير الحماية والحفاظ على البيئة.

ومن الأهداف الأخرى لعملية تخطيط النقل:

1- هدف وقائي: يقصد به تقليل المخاطر من خلال نقص الظروف الغير مؤكدة المحيطة لمنظمات النقل.

2- هدف ايجابي: يعبر عن زيادة درجة النجاح التنظيمي بمعنى زيادة الكفاءة والفاعلية في مجال النقل.

ثانياً: العوامل المؤثرة على تخطيط النقل

- أشار التخطيط لقطاع النقل بشكل عام لمجموعة من العوامل يمكن إيجازها فيما يلي²:

1- الكثافة السكانية: تعطي إدارة النقل أهمية كبيرة للكثافة السكانية عند تطوير البيئة الارتكازية لقطاعات النقل وتوسيعها واستحداث مشاريع جديدة من خلال دراسة مستوى نمو الكثافة السكانية وكيفية انتشارها على المساحة الجغرافية ومناطق تركيز هذه الكثافة وغيرها من المعلومات المتعلقة بالكثافة وحركتها وتحصل إدارة النقل على هذه المعلومات من الإحصائيات التي تقدمها الهيئات القائمة على التخطيط وتقوم هذه الهيئات بتقدير معدل الزيادة في

¹ محمد جاسم شعبان العاني، التخطيط الإقليمي (مبادئ وأسس نظريات وأساليب)، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010، ص199.

² يسرية فراج محمد فراج، إدارة النقل قضايا الحاضر وتوجهات المستقبل، ط1، جامعة جلوان، 2003، ص ص 206 - 208.

المستقبل استنادا إلى معدل النمو السكاني وكيفية انتشار المستقبل لكي تعتمد عليها إدارة النقل في إنشاء مشاريع جديدة وتطوير المشاريع القديمة.

2- الدورة الاقتصادية: يتأثر قطاع النقل ومعدل الاستثمار فيه وتطويره وتوسيعه بالحالة الاقتصادية التي تمر بها دولة ما إن قطاع النقل شهد نمو متزايد في حالات الانتعاش ونتيجة لتوفر المصادر المالية لإنشاء مشاريع جديدة اللازمة والاعتماد على إحداث الوسائل وتقنيات الحديثة وإن القدرة شرائية للأفراد تكون عالية ومستوى البطالة لينخفض مما يشجع الأفراد على زيادة الطلبات على خدمات أخرى خاصة بالسياحة والسفر... إلخ.

أمام في حالة الركود والكساد فإن خدمات النقل سوف تعاني من قلة الموارد المالية وعدم إمكانية إضافة مشاريع جديدة في نفس الوقت الطلب على خدمات النقل لعدم توفر القدرة الشرائية للأفراد.

3- الطبيعة الجغرافية: تمثل الطبيعة الجغرافية أكبر تحدي لمشاريع النقل وقد يتطلب المشروع تكاليف كبيرة نتيجة لطبيعة المنطقة وتعقدها كاستعمال المتجرات والحافلات الخاصة التي تستطيع اختراق الصخور عند بناء نفق للقطار تحت الجبل وعند بناء مطار فإن الجبال والعوارض الطبيعية يؤثر بشكل كبير على اختيار موقع المطار وبالمقابل نجد أرض غير صلبة يتم إنشاء سكة حديدية عليها تؤثر بشكل مباشر على سرعة القطار لأن ذلك يعرض السكة لتحرك من مكانها وخروج القطار وتسبب في وقوع حوادث.

4- المنافسة: يشهد قطاع النقل منافسة متزايدة على مستوى الدولة الواحدة بين قطاعات النقل المختلفة مع وسائل النقل في الدولة المتجاورة فعلى سبيل المثال تطوير الموانئ العالمية في زيادة مستمرة مما يجعل هذا القطاع يعاني من منافسة شديدة مما يتطلب التخطيط والتنظيم الذي يمكن إدارة النقل من الصمود في السوق لأن عدم إمكانية تطوير وصناعة الخطط والبرامج الجيدة يعرضها إلى خسارة كبيرة ولا بد لها للقيام بما يلي:

- اختيار موقع مناسب للميناء أو المحطة.

- تحديد مكان تدفق السمع.

- تحديد مكان انطلاق الأفراد.

- إمكانية التطوير والتوسع.

5- **طبيعة المنقول (سرعة الوصول المسافة):** يتم التركيز على قطاع النقل استنادا إلى حجم التعامل التجاري وطبيعة السلع المنقولة وكذا الأفراد ووقت الوصول في الوقت المطلوب أي التأخر في وصول (السلع/ الأفراد) سوف يؤثر على إمكانية المؤسسة في استجابة لطلب في السوق.

6- **الأهداف من النقل:** تختلف وسائل النقل وطبيعة القطاع الذي يتم تركيز عليه وإعطاء أهمية كبيرة من بين المشاريع الاقتصادية التي يتم تطويرها استنادا إلى أهداف تسمى إدارة النقل إلى تحقيقها مثل: ربط المدن داخل الدولة، ربط الدول بالدول المجاورة، تنمية السياحة، تحقيق عملية التبادل التجاري وتحريك الأفراد، الاتصال بالدول الخارجية.

7- **تكاليف قطاع النقل:** لتكاليف قطاع النقل دور مهم في رسم الخطط وتنفيذ ولا تستطيع الجهات المسؤولة في قطاع النقل إنشاء مشاريع وتطويرها إلا إذا كانت تكاليف ضمن الإطار الإمكانيات المالية المتاحة ويتم اختيار مشاريع النقل ووسائل النقل المنافسة والتي تحقق أفضل انسياب وتساهم في عملية تطوير التنمية.

8- **استجابة الطلب:** هناك تزايد طردي في الطلب على الخدمات النقل ويعود هذا على ازدياد الرغبة في السفر والتنقل لدى الأفراد.

- ازدياد نسبة العاملة وزيادة القدرة الشرائية.

- ازدياد الكثافة السكانية.

- تباعد المسافات بين المستهلك والمنتج.

- زيادة الرغبة لدى الأفراد في الاطلاع على حضارات الآخرين والسياحة وطلب العلم وغيرها من العوامل التي ساهمت بشكل كبير في زيادة الطلب على قطاع النقل وتهدف إدارة النقل إلى استجابة إلى هذه الزيادة من خلال تطوير قطاع النقل وإنشاء مشاريع جديدة.

خلاصة الفصل:

بناء على ما سبق يمكن القول أن النقل من أهم القطاعات الدافعة إلى تحريك عجلة النمو والازدهار في عصرنا الحديث، وتركز أهميته بشكل كبير في الأوساط الحضرية داخل المدن ويشكل خاص في الأماكن المكتظة.

إن طبيعة خدمة النقل وتنوع الاحتياجات إليها تستلزم في تنوع الأنماط المخصصة لتلبية هذه الاحتياجات والتي تتمثل في استخدام الوسائل المختلفة سواء كان ذلك على حساب المتنقل بحد ذاته أو البيئة المحيطة أو المنظومة الاقتصادية، وإن الحد من المشاكل والمخاطر الممكن صدورها من النقل تستوجب، اجتماعاً أكثر بوضع نوعية خدمة النقل باختلاف أنماطه وأغراضه المختلفة المخصصة لهذه الخدمة واخذ بعين الاعتبار السياسات التي من شأنها رفع مستوى نوعية هذه الخدمة، وأيضاً التخطيط للنقل له تأثير على المدى القصير والطويل وعلى جوانب عديدة منها اجتماعية ثقافية، اقتصادية، سياحية... إلخ وعلى اعتباره مجموعة وسائل وإجراءات تختلف باختلاف الأهداف والحاجات التي تهدف إلى تلبيتها مثل دراسة التأثيرات المرورية لتقسيم الحركة المرورية، التخطيط لنقل المحلي، الإقليمي والتخطيط لتطوير وسائل النقل... إلخ.

ففي مجال السياحة يأتي النقل البري في المرتبة الأولى من حيث الأهمية ويكون النصيب الأكبر من الحركة السياحية لدول التي تتوفر فيها وسائل النقل المتطورة وشبكة طرق حديثة، فبتطور النقل نمت وازدهرت مختلف الخدمات السياحية (صناعة السياحة)، أي هناك علاقة طردية بين النقل والخدمات السياحية وسنتناول هذا من خلال الفصل الثاني.

II- مفاهيم نظرية حول الخدمة السياحية وجودتها

تمهيد

II-1- مفاهيم أساسية حول الخدمات السياحية.

II-1-1: مفهوم السياحة وأهميتها.

II-1-2: مفهوم الخدمة السياحية.

II-1-3: أنواع الخدمة السياحية

II-1-4: عناصر المزيج التسويقي للخدمة السياحية

II-2: ماهية جودة الخدمة السياحية

II-2-1: مفهوم جودة الخدمة السياحية

II-2-2: أهمية جودة الخدمة السياحية.

II-2-3: خطوات تحقيق الجودة في الخدمة السياحية

II-2-4: كيفية تحسين مستوى الجودة في الخدمة السياحية

II-3: تحليل جودة الخدمة السياحية

II-3-1: محددات ومعايير جودة الخدمة السياحية

II-3-2: أبعاد جودة الخدمة السياحية

II-3-3: قياس جودة الخدمة السياحية

II-3-4: علاقة خدمة النقل بجودة الخدمة السياحية.

خلاصة

تمهيد:

تعد جودة الخدمة السياحية من الأساسيات التي تبني عليها إستراتيجيات المؤسسات الناطقة في القطاع السياحي، وقد اهتم العديد من الباحثين في هذا المجال بالجوانب المختلفة لجودة الخدمة السياحية المقدمة بهدف الوصول إلى المستوى الذي يتناسب مع توقعات السياح، إذ تعتبر الجودة كحل أو إجابة تضعها المؤسسة السياحية للرد على احتياجات السياح وإرضائهم، وتهدف هذه المؤسسة التي تستخدمها هذه الأخيرة للحفاظ على بقائها واستمرارها وسنتناول في هذا الفصل المباحث التالية:

II- 1 : مفاهيم أساسية حول الخدمات السياحية.

II- 2 : ماهية جودة الخدمة السياحية.

II- 3 : تحليل جودة الخدمة السياحية.

II- مفاهيم نظرية حول الخدمة السياحية وجودتها

II-1- مفاهيم أساسية حول الخدمات السياحية.

II-1-1 : مفهوم السياحة وأهميتها

أولاً: مفهوم السياحة

تتعد تعاريف السياحة ذلك وفقاً لأراء المهتمين بدراسة طبيعتها ومكوناتها وجوانبها وفقاً لأراء المنظمات العالمية والدولية المهتمة بالسياحة ويمكن التسلط الضوء على بعض التعاريف التالية:

ركزت المنظمة السياحية على إعطاء النشاط السياحي صفة النشاط الصناعي حيث عرفت على "أنها تعبير يطلق على الرحلات الترفيهية وهي مجموع الأنشطة الإنسانية الموجهة لتحقيق هذا النوع من الرحلات وهي صناعة تساعد على مد حاجات السائح"¹.

وتعرف أيضاً هي نوع من العمليات معظمها ذات صفة اقتصادية والتي تعود مباشرة إلى حركة الأجانب في بيوتهم وبقائهم خارج وداخل البلد في المدينة أو الإقليم وتعرضها المنظمة العالمية لسياحة على أنها تنقل الأشخاص من أماكن إقامتهم المعتادة إلى أماكن إقامتهم الغير المعتادة لغرض معين².

من هذا التعريف نقول بأن السياحة تتشكل من ثلاث عناصر:

- **عنصر حركي** "دينامي": يعبر عن تنقل الأشخاص وهذا التنقل يتمثل في السفر باستخدام مختلف وسائل التنقل سواء البدائية أو متطورة؛

- **عنصر ساكن**: تتمثل في إقامة الأشخاص في الأماكن المعتادة وغير معتادة؛

- **عنصر سببي**: تتمثل في الهدف من التنقل والإقامة.

¹ ويقع نبيل، نفروت محمد، دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في شمال إفريقيا الملتقى الوطني الأول حول السياحة، الجزائر، 11-12 ماي 2010، ص32.

² عبد الصمد سعودي وآخرون، مرجع سابق، ص 44.

وقد اقترحت المنظمة العالمية لسياحة تعريفا مفاده أن: « السياحة مجموع النشاطات والممارسات من قبل الأشخاص من خلال سفراتهم وإقامتهم المؤقتة في مناطق موجودة خارج بيئتهم المعتادة، لترويج عن النفس والأعمال والدوافع أخرى»¹.

كما عرفتها المنظمة العالمية لسياحة أنها تلك النشاطات التي تقوم الأشخاص خلال فترة سفرهم وإقامتهم في مناطق خارج محيطهم وهذه الفترة لا تتجاوز السنة لأغراض الترفيه أو أعمال أو لأغراض أخرى لا تندر عائدا في المنظمة

* الزائر: هو كل شخص توجه إلى بلد يقيم فيها ولا يمارس فيها مهنة مأجورة وهنا التمييز بين:

- **السياح:** الزوار الذي يمكثون على الأقل 24 ساعة في البلد الذي يزورونه، وتتلخص دوافع الزيارة في الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، أو ومن أجل القيام بزيارة الأقارب وحضور مؤتمرات وندوات علمية وثقافية وسياسية؛
- **المتنزهون:** هم زوار لا تتعدى مدة إقامتهم 24 ساعة².

من خلال التعاريف السابقة نستطيع القول أن السياحة مجموع النشاطات التي يقوم بها لأفراد في تنقلاتهم وسفرهم من منطقة إقامتهم إلى أماكن أخرى لمدة تزيد عن 24 ساعة لهدف محدد قد يكون العلاج أو التفرح أو الرياضة... الخ.

ثانيا: أهمية السياحة:

أصبحت السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا نظرا لما تتمتع من أهمية بالغة في عدة جوانب منها:

(أ) **الأهمية الاقتصادية:** يمكن إبراز أهمية الاقتصادية من خلال النقاط التالية:³

1- خلق مناصب العمل: أن القطاع السياحي كثيف التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي وتمتد لتحل حدود القطاعات

¹ Jeqn Pierre Lozato , Mickel Balfet, management de tourisme, système de production et stratégie 2eme édition,2007,p4.

² زرواط فاطمة الزهراء، ملاحى رقية، أثر غياب الجودة في تحقيق الميزة التنافسية للخدمة السياحية، المجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، جامعة شلف، العدد4، 2013، ص 27.

³ نجوى حبة، ودبعة حبة، الثقافة السياحية كأداة لنهوض بالاقتصاد السياحي، مداخلة ضمن الملتقى، الوطني الدولي، اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المتزامنة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2010، ص 8.

الأخرى التي تجهز بمستلزمات الإنتاج فالسياحة توظف أكثر من 4 مرات بالنسبة لصناعة السيارات و10 بالنسبة لقطاع البناء فمثلا فندق 50 غرفة(100 سرير) يوظف على الأقل 5 عمال دائمين، و10 عمال موسمين و10 عمال مؤقتين.

2- تدفق رؤوس الأموال: تساهم السياحة في توفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة ويمكن تلخيص بعض أنواع التدفقات للنقد الأجنبي الناتج عن السياحة في الآتي:

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بالقطاع السياحية.

- الاتفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية بالإضافة إلى الاتفاق على لطلبة على السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى.

3- تحسين ميزان المدفوعات: السياحة تساهم كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة وتحقيق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، الإيرادات لسيادته التي تقوم الدولة لتحصيلها من جمهور السائحين وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع التي يمكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة وقطاعات لأخرى.

ب- الأهمية الاجتماعية:

- رفع مستوى الشعور بالانتماء للوطن من خلال التبادل التقني والحضاري.

- تحسين نمط حياة الأفراد وتحسين مستوى معيشتهم مما يحقق التوازن الاجتماعي.

- التفاعل والاحتكاك بين سكان المنطقة السياحية المزارة من جهة السائح سواء كانوا بنفس الجنسية أو جنسيات مختلفة الأمر الذي يقضي إلى التبادل الاجتماعي.

ج- الأهمية الحضارية والثقافية: وتتمثل في:¹

- انتشار ثقافات الشعوب وحضارات الأمم بين أقاليم العالم المختلفة.

- تعمل للسياحة على زيادة معرفة الشعوب الأرض على البعض.

- توطيد العالقات وتقريب المساحة الثقافية بينهم.

¹ عثمان محمد غنيم، التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، الأردن، 2003، ص42.

- سير أغوار ما من الشعوب والتعرف على تاريخهم، وهذا بدوره يؤدي إلى حماية التراث التاريخي والحضاري للشعوب.

كما أن السياحة لها تأثير فعال على القطاعات الأخرى من خلال ما يلي:¹

أ- قطاع النقل: تساهم السياحة في تفعيل الحركة البرية، البحرية، الجوية، مما يؤدي إلى زيادة المداخيل.

ب- قطاع الصحة: يوظف قطاع السياحة في مراكز الحمامات والأماكن الراحة والأماكن العائلية مرضية وأطباء.

ج- قطاع التجارة: وهذا من خلال العملة الصعبة التي تجعلها السياحة للبلد المضيف.

ثانيا: خصائص الخدمات السياحية

يصنف القطاع السياحي ضمن قطاع الخدمات لكن يختلف عن بقية الأنشطة الخدمية الأخرى كون النشاط السياحي منتجا مركبا تتشكل من سلع مادية ومن سلع غير مادية لذلك يتم تصنيفه ضمن الخدمات المختلفة فهو يشترك في بعض خصائصه مع الخصائص العامة للخدمات بالإضافة إلى وجود خصائصها أخرى تميزه عن باقي الخدمات.

تتميز الخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص منها مشترك مع الخصائص العامة للخدمات (المعنوية، عدم الإنتاجية، قابلية الفناء) ومنها ما تميزه المنتج السياحي لوحده أهمها:²

أ- المنتج السياحي غير قابل للنقل أي أن السائح هو الذي ينتقل إلى الدولة السياحية حتى يستطيع الاستمتاع بالمغربيات السياحية المعروضة بها.

ب- المنتج السياحي غير قابل لتخزين بمعنى إذا ضاعفت فرصة إيجاد فندق ما في إحدى ليالي فإن الغرفة تصبح منعدمة الفائدة في الكلية لأنها لم تشغل؛

ج- عرض المنتج السياحي عرض غير مرن في الأجل القصير فمرونة العرض السياحي تمثل مدى استجابة الكمية المعروضة من المنتج السياحي (السلعة، الخدمة) لتغيير في سعر هذا المنتج.

¹ عبد القادر هدير، واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد وتسيير السياحة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص21.

² عمار العيساني، الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة، رسالة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتسيير السياحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة- الجزائر، 2010، ص29.

بالإضافة إلى¹:

* تباين قطاعات المنتج السياحي حيث تختلف الدوافع ورغبات السياح وتوقعاتهم بدرجة كبيرة وكذلك تباين مستويات الدخل بالنسبة لسياح، وهذا يؤدي إلى الصعوبة التأثير فيهم وإقناعهم بشكل جماعي من جهة أخرى، صعوبة توفير الخدمات التي يرغبها السائح كل على حدى فيما تعلق بالمنتج المطلوب من قبل كل مجموعة ومستويات الخدمات والأسعار المطبقة؛

* صعوبة قياس الجودة وهي مشكلة كبيرة مقدمة من الخدمة السياحية فالعديد من الشركات السياحية تقدم خدماتها السياح وكل منها يعتقد أن ما تقدمه هو الأحسن والأنسب ولكن ما هو المعيار وراء هذا الإدعاء؟، فالعميل قد يعتبر الخدمة فندق ما أفضل من خدمة فندق آخر لمعيار لا يأبه لها العميل آخر وحتى لعميل نفسه قد يصعب عليه الحكم على خدمات مطعم معين إلا بعد التجربة ومقارنة الخدمة مع خدمة أخرى مماثلة لمطعم كان من جهة أخرى.

II-1-2: مفاهيم حول الخدمة السياحية:

تلعب الخدمات السياحية الدور الرئيس في جذب السياح وزيادة الحركة السياحية في بلد أو منطقة ما والأساس فيها أن تقدم هذه الخدمات السياحية بدرجة عالية من الكفاءة والفعالية، الشيء الذي يجعل اغلب مؤسسات السياحة تعم على تحسين نوعية هذه الخدمات بما يوافق وصفها في استقطاب السياح.

أولاً: مفهوم الخدمات السياحية

تعد السياحة أحد أبرز القطاعات في الاقتصاد الوطني الدولي بتطورها مرتبط بتطور خدماتها السياحة المقدمة.

حيث توجد عدة تعريفات للخدمة السياحية نذكر منها:

- الخدمات السياحية مجموعة من الأعمال والأنشطة التي توفر لسياح الراحة والتسهيلات عند شراء واستهلاك الخدمات والبضائع السياحية خلال وقت سفرهم أو إقامتهم في المرافق السياحية بعيدا عن مكان سكنهم الأصلي².

¹ زهير بوعكرى، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2012، ص 81.

² Tsaqbelle, Frochot ,Patrik, le marketing du tourisme, dumod, Paris,2007,p56.

كما عرفها جبري كاسير عصر الأكاديمية الدولية لسياحة أنها: "مجموع الوسائل المادية الضرورية لتأمين أو تسهيل اشتراك الناس في السياحة وتحقيق أهدافها وخلق واستعمال هذه الخدمات من طرف السياح ويرى بأن مفهوم الخدمات السياحية يتحدد في الأساس بالتمييز الخدمات الأساسية والخدمات التكميلية¹.

ومن التعارف السابقة نستنتج أن الخدمات السياحية مزيج من العناصر المادية والمعنوية التي تهتم بتكوين المكونات الأساسية للعرض السياحي، بغرض إشباع حاجات ورغبات المستفيد في الميدان السياحي لمساهمة مجموعة من العناصر: النقل، الإطعام، الأمن... الخ.

II-1-3: أنواع الخدمة السياحية

يتفق جميع الكتاب والباحثين على تصنيف الخدمات السياحية، فجميعهم يركزون على الخدمات التي تعمل على إشباع حاجات ورغبات السائح أو الزائر عند قيامه بالرحلات أو الجولات السياحية أو الزيارات الدينية لذلك بالإمكان تصنيف الخدمات السياحية كما يلي:²

أولاً: الخدمات الأساسية (الخدمة الجوهر)

وتشتمل في:

- أ- خدمات الإقامة: تقدمها وسائل الإقامة السياحية المعروفة كالفنادق والقرى السياحية والمخيمات... الخ.
- ب- خدمات الإطعام: تتمثل في مختلف المواد الغذائية والاستهلاكية تقدمها وسائل الإقامة المختلفة بالإضافة إلى المطاعم والكافتيريا والمحلات العامة.
- ج- خدمات النقل السياحي حيث تقدم هذه الخدمة تسهيلات على الباحثين في النقل من مكان لآخر بواسطة مختلف وسائل النقل العامة والخاصة.
- د- خدمات مؤسسات ووكالات السياحية والسفر: تقوم هذه المؤسسات بتقديم خدماتها المختلفة للسائحين مثل: الحجز بالفنادق، وسائل النقل الداخلية، الحجز على الرحلات الجوية الدولية أو المحلية.

¹ سراب إلياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2002، ص 28.

² آسيا محمد الأنصاري وآخرون، إدارة المنشأة السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2002، ص 24.

ثانيا: الخدمات التكميلية:

ويمكن توضيحها فيما يلي¹:

أ- خدمات الرياضة والترفيه: حيث تمكن السائح من المشاركة الفعالة في الأنشطة الرياضية المختلفة أو من مشاهدتها.

ب- الخدمات الثقافية: كالمسارح، مواقع الاحتفالات، أماكن ومنشأة العبادة الدينية.

ج- الخدمات الخاصة للسياح: مثلا محلات تصنيف الشهر، ورشات التصليح، البنوك، مكاتب تبادل العملات، الجمارك... الخ.

د- خدمات الاستقبال والتنظيم: وتشمل مكاتب السفر، ودوائر أو مراكز الاستعمالات.

هـ- الخدمات العامة الاجتماعية: مثل المرافق الصحية، الحمامات العامة، مرافق الأمن، وشبكات المياه، الكهرباء وغيرها.

II-1-4: عناصر المزيج التسويقي للخدمة السياحية

تترابط عناصر المزيج التسويقي السياحي بشكل كبير حيث تضمن تقديم خدمة متتالية متكاملة للسائح لتوافق وحاجاته وتطلعاته، وقبل المنهي في ذكر هذه العناصر لابد من تعريف المزيج التسويقي والذي استقر علماء التسويق على تعريفه على أنه: « مجموعة من العناصر والمتغيرات التي يمكن التحكم فيها والسيطرة عليها من جانب المؤسسة لتحقيق أهدافها التسويقية من خلال الاتصال بالمستهلكين والتأثير فيهم باتخاذ القرارات الشرائية بشكل إيجابي:

- نظريا قد أجمع على أن المؤسسة تعتمد على أربع (04) مجموعات تسمى (promotion, product, place, price) حيث تضم كل من المنتج، السعر، المكان، والترويج. أما فيما يخص الخدمات ونظرا لتمييزها فقد تم إضافة 3 عناصر تتمثل في العنصر البشري، البيئة المادية وعملية تقييم الخدمة وتتمثل أهم هذه العناصر فيما يلي²:

¹ سراب إلياس وآخرون، مرجع سابق، ص23.

² محمد الطائي، إدارة الفنادق السياحية، دار كنوز للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008، ص ص 13-16.

أولاً: المنتج السياحي (الخدمات السياحية)

أ- تعريف المنتج السياحي:

يعبر النسيج السياحي « عن مجموعة من العناصر التي تتواجد لدى الدولة، فتكون بمثابة مصادر جذب سياحية، تعتمد عليها في إثارة الطلب السياحي الخارجي.

ب- صفات المنتج السياحي: حيث يتمتع المنتج السياحي بعدة صفات منها:

- عدم إمكانية إنتاج المنتج السياحي مسبقاً، حيث يتم إنتاج واستخدام أو وضع المنتج السياحي في الموقع الذي يتواجد فيه السائح.

- الاعتماد على الكلمة المنقولة بكافة أنواع المنتج السياحي وعناصره بسبب تركيبة المتداخلة والمعتمدة والمتغيرة.

- الخدمات والتسهيلات المكتملة للمزيج التسويقي للعملية السياحية.

ج- أبعاد المنتج السياحي: ونجد للمنتج السياحي بعددين أساسيين تقوم بتحديد الإطار العام للمنتج السياحي وتؤثر على كفاءته التسويقية:

1- البعد الحالي للمنتج السياحي: يمثل هذا البعد مجموعة من الخصائص الظاهرة والباطنية الحالية للمنتج التي يدركها جيداً لسائحون اتفق عليها في إطار برنامج سياحي معين.

2- البعد المستقبل للمنتج السياحي: يضم هذا البعد مجموعة السمات الظاهرة والضمنية التي ستدخل على تشكيل المنتج السياحي في المستقبل، بحيث تتوافق مع رغبات واحتياجات السائحين المستقبليين.

ثانياً: السعر (تسعير المنتج السياحي): يعتبر التسعير (تحديد الأسعار) أحد الأنشطة المهمة في العمل السياحي وعنصر مهم من عناصر المزيج التسويقي السياحي، لما له من تأثير كبير على الحركة السياحية، حيث تتأثر قرارات السائحين بشكل كبير بمقدار التكلفة المادية للرحلة أو البرنامج مع السياحي وما يتضمنه من خدمات سياحية متاحة، لذلك فإن سلوك وقرار السائح يرتبط بتسعيرة هذه الخدمات.

أ- أنواع السياسات التسعيرية:

السياسات التسعيرية في خطوط عريضة توجه متخذي القرارات لوضع وتحديد الأسعار بالشكل المناسب، بحيث تعكس تفاعل قوى السوق السياحي كالطلب والعرض السياحيين وتقسيم إلى:

1: سياسة زيادة الأرباح: تعتبر مدة السياسة من السياسات الشائعة التي تدير عليها الشركات سياحية كثيرة، على أساسا أن زيادة الأرباح هو أهم محددات السياسة السعرية وأهم أهداف السياسة التسويقية أيضا وعلى الرغم من ذلك غلا أن هذه السياسة لها انتقادات مهمة لأنها ستؤدي إلى دخول مدة الشركات إلى منافسات شرسة مع الشركات الأخرى.

2- سياسة تقييد الأسعار: يقصد بها الحفاظ على الأسعار السائدة، حيث تتخذ بعض الشركات السياحية قرار بتخفيض أسعار مما يشكل طفيف لاستمرارها في سوق سياحي معين، مما يؤثر سلبا ماديا و معنويا، تتأثر سمعة الشركة وشهرتها نتيجة لإتباع مدة السياسة السعرية، وتلجأ إلى هذه السياسة بعض الشركات السياحية التي تعاني من مشكلات معينة في تسويق برامجها السياحية.

3- سياسة التقارب من المنافسين: تعتبر هذه السياحة من السياسات السعرية التي تأثر في اتجاهات المستهلك السياحي، وتعتمد على تسعير البرامج السياحية، بشكل يتوافق مع أسعار البرامج لدى الدول الأخرى المنافسة، بحيث تكون البرامج السياحية متقاربة في الدولتين أو في الشركتين السياحيين، وهذه السياسة تتميز بخداع المستهلكين السياحيين وإيهامهم بانخفاض الأسعار بالنسبة للمنافسين ولم تطبق بكثرة في المجال السياحي.

4- سياسة التسعير المنخفض: تهدف هذه السياسة إلى استخدام السعر كأداة تسويقية سريعة، وتلجأ إلى استخدامها بعض الشركات السياحية في أوقات معينة مثل أوقات الأزمات والركود السياحي، أو عندما ترغب هذه الشركات في تثبيت أقدامها في السوق السياحي، هذه السياسة قليلة المنفعة المادية على المدى القصير، على عكس المدى الطويل تصبح مهمة وكبيرة للغاية.

5- سياسة التسعير المنخفض: تهتم هذه السياسة بالميل المرتفع للخدمات السياحية على المدى الطويل والاعتماد على السعر كدليل على الكفاءة والجودة كما في الرحلات السياحية للفردية ذات المستوى المرتفع، وترتبط هذه السياسة عادة بمجموعات سياحية من دول معينة مثل الولايات المتحدة الأمريكية أو اليابان وغيرهم، وفي هذه الحالة غالبا ما تكون البرامج السياحية المتبع في تسعيرها هذه السياسة المهمة ومخططة بشكل خاص

يتفق مع اتجاهات ورغبات الشرائح في السياحة في دول معينة بحيث يتوفر بها مستوى جودة عال سواء في وسائل الإقامة أو التنقلات الداخلية كاستخدام الطائرات في الانتقال من مدينة إلى مدينة معينة داخل الدول.

ب- العوامل المؤثرة في تسعير المنتج السياحي:

توجد عدة عوامل نجد منها:¹

- 1- **العوامل التشريعية والأنظمة للحكومية:** حيث أن الأمور المهمة في تحديد أسعار مختلف المنتجات السياحية، وأن العوامل التشريعية والأنظمة الحكومية هي ملزمة بتنفيذها من قبل منتجي ومسوقي المنتجات.
- 2- **عوامل التكاليف الفعلية للمنتج السياحي:** حيث أن وجود حساب دقيق للتكاليف يساعد متخذ القرار عند تحديده الهيكل السعري والسياسة السعرية للمنتج السياحي.
- 3- **القدرات الاقتصادية والشرائية للسياح:** حيث أن القدرات الشرائية للسياح المحليين ففي بلد ما تكون أضعف بكثير من القدرات الشرائية للسياح الإقليميين الدوليين لذلك يجب معرفة اختلافات القدرات الشرائية.
- 4- **تأثير الظروف الاقتصادية:** تأثر من حيث الرواج أو الكساد في تخطيط الهيكل السريعة للمنتج السياحي، كما أن ظروف الكساد الاقتصادي وتأثيره على السياحة ومر دوراته محددة وواضحة المعالم.
- 5- **أسعار المنتجات السياحية والفندقية في البلدان المجاورة:** تعتبر من الأمور المهمة الواجب اعتبارها عند تحديد أسعار المنتجات السياحية والخدمات المرتبطة بها، حيث أن النفقات الفعلية والإيرادات تساعد على وضع أسعار معقولة.

ثالثا: التوزيع (توزيع الخدمات السياحية)

نقصد به التعبير الذي يدل على كافة الأنشطة التي يتم ممارستها من قبل كافة الأطراف ذات الصلة ومن أجل أن يتاح للسائح ما يريده من منافع مكانية وزمانية في الوقت المناسب.

إن موقع موردي الخدمة وكيفية الوصول إليهم تعد من العوامل المهمة في تسويق الخدمات وكيفية الوصول إلى موردي الخدمة لا تختص فقط بعملية الوصول المادي وإنما تشكل أيضا وسائل الاتصال الشخصي

¹ محمد عبيدات، تسويق سياحي (مدخل سلوكي)، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2005، صص 96-98.

والاتصالات الأخرى، وعليه فإن أنواع قنوات التوزيع تعد من القضايا المهمة المرتبطة بعملية الوصول إلى حيث مكان تقديم الخدمة.

وتتوزع استراتيجيات توزيع الخدمة السياحية تبعاً لأنواع قنوات التوزيع ومكان تقديم الخدمة كالتالي:

أ- إستراتيجية التوزيع السياحي المباشر: تقوم على الاتصال المباشر بالسائح عن طريق مكتب السياحة الأم أو أحد فروعها أو عن طريق الاتصال الشخصي.

ب- إستراتيجية التوزيع السياحي الغير المباشر: تقوم على تحقيق الاتصال الغير مباشر بين المنظمة السياحية الأم صاحبة البرنامج وبين السائحين من خلال عدد من الوسطاء تتعامل معهم.

ج- الإستراتيجية المختلطة في التوزيع السياحي: تعتمد هذه الإستراتيجية على محورين هما الاتصال المباشر بين المنظمات السياحية المنتجة وبين السائح، والثاني هو تحقيق هذا الاتصال عن طريق الوسطاء تتعامل معهم، ويتراوح طول قناة التوزيع بين الطول والقصر وذلك بسبب المسافة الجغرافية بين المنظمة والسائح.

رابعاً: الترويج (ترويج المنتج السياحي)

ويعد ترويج المنتج السياحي أحد أهم عناصر المزيج التسويقي السياحي إن لم يكن أكثر أهمية، ولذلك فإن نجاح أي برنامج سياحي يتوقف على قدرة للشركة السياحية على الترويج له وإحداث التفاعل الإيجابي بين السائح والجهود التنشيطية المبدولة لتحفيزه على شراء البرامج السياحية وتنشيط للطلب السياحي الكامن في الأسواق المختلفة.

أ- مقومات نجاح الترويج السياحي: يعتمد التنشيط السياحي على عدة مقومات وهي:

- تنوع البرامج السياحية لكي تشمل خدمات وأنماط سياحية جديدة.

- تنمية مناطق سياحية جديدة والمناطق التي تتميز بعناصر جديدة للجذب السياحي.

- عقد مؤتمرات وندوات في الدول الأخرى بواسطة المسؤولين عنه.

- تبسيط الإجراءات المختلفة المرتبطة بقدوم ومغادرة السائحين.

- رفع مستوى الخدمات السياحية التي تقدم بشكل عام.

II-2: ماهية جودة الخدمة السياحية

تعددت المفاهيم المنسوبة للجودة وذلك حسب المجال المطبقة إلا أنها في المجال السياحي كانت محدودة وغير واضحة بالرغم من أن هذا المجال في الآونة الأخيرة أصبح يستهوي الممارسين والباحثين في نفس الوقت.

II-2-1: مفهوم جودة الخدمة السياحية

لا يوجد تعريف واضح أو مفهوم لكلمة الجودة نظرا لأن مفهومها يتغير لتغير الفرد المحدد له ومن خلال هذا المطلب سنتحدث على الجودة في انقطاع الحد من السياحي.

وقبل المضي في تحديد مفهوم جودة الخدمة السياحية، يتم أولا توضيح جودة الخدمة.

- تعرف الجودة على أنه " معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة"¹.

- ويعرفها الباحث "Stobbing" على أنها: " مجموعة الخصائص والصفات الإجمالية للخدمة والتي تكون قادرة على تحقيق رضا الزبون وإشباع حاجاته ورغباته"².

- تعرف جودة الخدمة السياحية أنها: ملائمة ما يتوقعه السياح من الخدمة السياحية المقدمة إليهم إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحطون عليها نتيجة حصولهم على الخدمة.

أما المنظمة العالمية للسياحة تعرف جودة السياحة أنها نتيجة تلبية جميع احتياجات ومتطلبات السائح وتوقعاته المشروعة من منتجات وجميع احتياجات ومتطلبات السائح وتوقعاته المشروعة من منتجات وخدمات بسعر مقبول، بحيث تكون متطلباته مع الشروط التعاقدية المتفق عليها ومحددات الجودة الخاصة وذلك مثل: الأمن، السلامة، الصحة، النظافة العاملين... الخ³.

¹ قاسم نابف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات ومفاهيم عمليات تطبيقات، دار الشروق للنشر، ط1، عمان، 2006، ص 90.

² إبراهيم نطاظو، أحمد المعايير، تقسيم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، العدد45، 2010، ص9.

³ سعد عبد الرحمن القاض، الرؤية المستقبلية لضمان الجودة في السياحة في المملكة العربية السعودية، ملتقى الجودة الأولى لمنطقة عسير (الجودة في صناعة السياحة)، 29-12-2014، ص2.

من خلال التعريفين السابقين يمكننا أن نعرف جودة الخدمات السياحية بأنها محاولة تقليص الفجوة بين الجودة المتوقعة والمدرّكة، إذ أنها محاولة إرضاء السائح من خلال تحقيق حاجاته ورغباته مع الأخذ بعين الاعتبار إمكانيات المؤسسات التي تقدم الخدمات السياحية وقدراتهم.

II-2-2: أهمية جودة الخدمة السياحية

ترجع أهمية جودة الخدمة كونها شرط أساس لضمان ولاء الزبائن في جميع القطاعات، وجودة الخدمات السياحية من أهم العوامل الجاذبة في المنظمات السياحية من أهم العوامل الجاذبة في المنظمات السياحية وعنصر مهم جدا في أي نشاط تجاري ولها أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمات التي تهدف إلى تحقيق النجاح والاستقرار وتكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة السياحية فيما يلي:¹

أولاً: نمو مجال الخدمة السياحية

لقد ازداد عدد المنظمات التي تقوم بتقديم الخدمات السياحية فمثلا نصف المنظمات الأمريكية تتعلق نشاطها بتقديم الخدمات إلى جانب ذلك فالمنظمات الخدمية ما زال في نمو متزايد ومستمر.

ثانياً: ازدياد المنافسة في الخدمات السياحية

إن تزايد عدد المنظمات الخدمية السياحية سوف تؤدي إلى وجود منافسة شديدة بينها لذلك فغن الاعتماد على جودة الخدمة سوف يعطي لهذه المنظمات مزايا تنافسية عديدة.

ثالثاً: فهم العملاء

إن العملاء يريدون معاملة جيدة ويكرهون التعامل مع المنظمات التي تركز على الخدمة، فلا يكفي تقديم خدمة سياحية ذات جودة وسعر معقول دون توفير معاملة جيدة وفهم أكبر للعملاء.

رابعاً: المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة السياحية

أصبحت المنظمات الخدمات السياحية في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها السوقية لذلك لا يجب على المنظمات السعي من اجل عملاء جدد، ولكن يجب كذلك المحافظة على العملاء الحاليين، ولتحقيق ذلك لابد من الاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة السياحية.

¹ مأمون الداركة، إدارة الجودة الشاملة، دار الصفاء للنشر والتوزيع والطباعة، ط2، عمان، 2002، ص170.

II -2-3: خطوات تحقيق الجودة في الخدمة السياحية

تتباين وجهات النظر بشأن الخطوات التي يمكن إتباعها بغية تحقيق الجودة المناسبة ومن أكثر الخطوات شيوعا في هذا المجال ما يلي:

أولا: إظهار المواقف الإيجابية اتجاه الآخرين

يمكن أن تتحقق ذلك من خلال¹:

أ- حسن المظهر والمقابلة الإيجابية للعملاء.

ب- الثقة بالنفس قوة الشخصية وانتهاج الموضوعية في التعامل مع مختلف العملاء.

ج- إشعار الزبون أن المؤسسة التي تتعامل معها تمثل أكثر المؤسسات تأكيدا للجودة والاهتمام بتقديمها.

د- الدقة التامة في إعطاء المواصفات عن الخدمة وعدم اللجوء إلى المبالغة.

ثانيا: خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجاتهم

يمكن تحقيق هذه الخطوة عن طريق²:

أ- العرض السليم والمنطقي لمزايا الخدمة المرتكزة على خصائصها ووفرتها.

ب- ترك الفرصة الكاملة للعميل للاستفسار عن كافة الأمور التي يجب أن يستوضحها وأن يكون مقدم الخدمة مستعدا للرد على تلك الاستفسارات بموضوعية ودقة حيث يشعر العميل بصدق مقدم الخدمة.

ج- إدراك المتطلبات الزمنية لجودة خدمة العميل (وقت تقديم الخدمة).

ثالثا: العمل على توفير حاجات السائح

وتتم تحقيق هذه الخطوات من خلال ما يلي³:

أ- يجب أن يحصل مقدم الخدمة على التدريب والمعرفة والمهارات المناسبة.

¹ خيضر كاظم محمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار المسيرة، ط2، عمان، 2007، ص 220.

² نادية بوشاشية، نوري منير، جودة الخدمة السياحة وأثرها على تعزيز ولاء السائح، مجلة الأكاديمية لدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشلف، الجزائر، العدد18- جوان 2017، ص، ص70-82.

³ خيضر كاظم محمود، المرجع نفسه، ص 221.

- ب- أن تلتزم مقدم الخدمة بالقاعدة التنموية في فن التعامل مع السياح وهي أن السائح دائما على حق.
- ج- الوفاء بالحاجات الأساسية للسياح كالترحيب بهم بصورة جميلة وجعلهم يشعرون بالارتياح.
- د- يجب أن تقدم الخدمة خلال فترة زمنية وفي مكان مناسب.

رابعا: التأكيد من استمرار السياح في التعامل مع المؤسسة السياحية

يأتي التأكيد من استمرار السياح بالتعامل مع المؤسسة السياحية عن طريق:¹

- الاهتمام بشكاوى السياح وذلك بالإطفاء إلى شكاويهم وشرح الإجراءات التي سيتم اتخاذها لمعالجة هذه الشكاوي.
- محاولة مقدمي الخدمة كسب السياح ذوي الطبع الصعب، من خلال التحلي بالصبر والهدوء والإصغاء إليهم.
- إجراء استطلاعات مستمرة لأراء السياح حول مستوى خدمة الجودة المقدمة لهم وتقسيمهم لها.

خامسا: التحسين المستمر للجودة:

وتتحقق هذه الخطوة حيث أن:²

يمثل تحسين المستمر للجودة جانبا أساسيا ومحوريا في إدارة الجودة الشاملة هذا وظهرت إدارة الجودة الشاملة كعنوان شامل عام 1988 لتعبير عن عملية تحسين الجودة وتعبير إدارة الجودة الشاملة أسلوبا من أساليب التي تستخدم لإدارة أي منشأة حيث تشمل على وصف للعمليات الإنتاجية التي تساعد على تحسين الجودة بشكل مستمر.

II-2-4: كيفية تحسين مستوى الجودة في الخدمة السياحية:

تتضمن إعلان "مانبلا" عن السياحة العالمية معالجة لتحسين جودة العرض السياحي كما يلي:³

" أن تحسين مستوى الجودة العرض السياحي والذي تؤثر بدوره في احترام المستهلك، هو هدف يجب وضعه في الاعتبار دائما، ولا تجلى ذلك أن تكون الخدمة ذات مستوى رفيع ويجب أن تكون التسهيلات السياحية مخططة

¹ خيضر كاظم محمود، المرجع السابق، ص 222.

² نادية بوشاشية، نوري منير، المرجع السابق، ص 83.

³ السيسى ماهر عبر الخالف، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية للنشر، ط1، القاهرة، 2001، صص158-160.

تخطيطا دقيقا مع الأخذ في الاعتبار طبيعية الطلب لكي يكمن ضمان إتاحة السياحة لشرائح أكبر من السكان وفي ذات الوقت الحفاظ على مستوى جودة هذه التسهيلات".

أولاً: أهمية رقابة الجودة

كانت أجهزة السياحة القومية وموردو الخدمات السياحة إلى عهد قريب لا يعنون دائماً بأهمية رقابة الجودة في المنتجات والخدمات السياحية، وكانوا يعتقدون بان هذه الرقابة مجرد نوع من التفتيش ولهذا كانت رقابة الجودة تخط في أذهانهم بتسوية شكاوي الغريبة تشريعات حماية المستهلك فبدأت رقابة الجودة تأخذ حضاها كوظيفة ضرورية لنشاط الاقتصادي، وأصبحت رقابة الجودة خصية لازمة من خصائص انتظام الخدمة السياحية وضمان إشباعها لرغبات السائحين وتحقيق رضاهم.

ثانياً: ضمان الجودة

هي ارتفاع الخدمة السياحية إلى المستوى المتوقع من السائحين ويجب النظر إلى الجودة على أنها رضا العملاء والعاملين معال وهي السبيل المؤكد لرفع الإنتاجية وزيادة الدخل في المنشآت السياحية بوجه عام ومما يجب تأكيده أن هنالك جودة تتفق مع كل سعر ومع كل مستوى استهلاكي، وعلى ذلك فإن الجودة يمكن أن تتوفر في المنتجات والخدمات في المستوى الأدنى كالفنادق متوسط الدرجة وخدمات الوكالات السياحية المقدمة، وهذه المبدأ يعبر عنه لضمان الجودة عند كل مستوى من مستويات العمل السياحي وهو مبدأ يتأسس على العمل الجماعي، وعلى مدى الاستعداد للمساهمة بالأفكار والأعمال التي تؤدي إلى تحسين ورفع مستوى الخدمة. الإجراءات التي يجب اتخاذها لرفع كفاءات الخدمة السياحية لتحقيق رضا السائحين هي مجموعة من الإجراءات التي تسهل سيرورة العمل السياحي في رفع كفاءة الخدمة وتحقيق رضا العملاء وكسب ثقتهم ونذكر منها:

أ- التسهيلات السياحية الدولية:

يتعين أن يتدرج مبدأ حسن الضيافة في السياسة السياحية للمؤسسات وأن تنظم تسهيلات الضيافة وحسن الاستقبال بشكل يجعلها عنصرا متميزا من عناصر الخطط وبرامج التنمية السياحية واستراتيجيات التسويق وجزء لا يتجزأ من وسائل الإعلام بالأسواق وبرامج التدريب السياحي.

- الترحيب بالزبون ومعاملته بلباقة واحترامك أثناء حضوره للمؤسسة السياحية.
- الاهتمام بالشكاوي التي تقدمها العميل ومعالجة أساليب الشكاوي ورد على مقدميها بسرعة.

ب- خدمة النقل:

أن تحسين خدمة النقل السياحي يتطلب أكثر من السرعة والأمان والتكلفة المناسبة والانضباط في المواعيد، أن كثيرا من السائحين قد يتضرر من الأمور التفصيلية مثل عدم تأكدهم مما إذا كان الرد عليهم أن يدفعوا رسم مغادرة أولا أو الانتظار لمدة طويلة في محطات السكك الحديدية أو المطارات.

ج- خدمة شركة السياحة:

لا يزال الباب مفتوح على مصراعيه لرفع مستوى الجودة في أعمال الشركات السياحية لا مكان تحقيق على درجة من الرضا لدى السائحين، من حيث الجودة البرنامج السياحية ذاتها وتقدم مختلف الخدمات المتعاقد عليها بدقة وانضباط أو من حيث اختيار مقاصد سياحية متميزة تستطيع أن تقدم لوائح رحلة أو تجربة لسياحية متميزة مع تعدد اختلاف الأنماط السياحية في الوقت الحاضر ومن المقترحات التي يمكن تنفيذها لرفع مستوى الخدمات السياحية ما يلي:

- 1- تقديم المعلومات الكافية والصادقة عن البرامج السياحية المختلفة لمختلف مكوناتها.
- 2- القيام بدور مستشارين السفر والسياحية إلى جانب دورهم كموزعيه للخدمات السياحية مع تدريب العاملين على هاتين الصفتين.
- 3- الاهتمام تأكيد الحجوزات طبقا لبرامج في تنفيذ الخدمة قبل مواعيد السفر بمدة كافية.
- 4- ممارسة الرقابة على جودة الخدمات الموعد بها.
- 5- تحسين العلاقات ودعم الثقة بين الوكالات السياحية وموردي الخدمات السياحية.
- 6- تنويع الأسعار الخدمات تبعا لاختلاف البرامج مستوى ومدة ومكان مع التأكيد مع أن يكون الأسعار البيع مناسبة مع مستوى الخدمات المقدمة.

II-3: تحليل جودة الخدمة السياحية

II-3-1: محددات ومعايير جودة الخدمة السياحية

إن جودة الخدمة السياحية تعتمد بالأساس على مجموعة من المحددات والمعايير وبإمكان المنظمة السياحية دراسة وتحليل جميع المعايير التي يتناولها الباحثون والكتاب ثم اختيار المعايير التي تركز عليها الإدارة السياحية وجولتها الاهتمام لتحقيق الأداء المتميز.

أولاً: محددات جودة الخدمة السياحية

هنالك أربعة محددات أساسية لجودة الخدمة لسياحية تساعد على تحقيق الغرض بنجاح وهي:¹

أ- **جودة التصميم:** وتشير إلى تضمين بعض الخصائص أو عدم تصنيفها في الخدمة السياحية، فقرار التصميم يجب أن يأخذ في الاعتبار متطلبات العميل بالإضافة إلى القدرات الإنتاجية واعتبارات التكاليف والأمان والاعتمادية.

ب- **جودة التطابق:** وتشير إلى درجة التطابق الخدمة السياحية مع الغرض من تصميمها، وتتأثر درجة التطابق مع مجموعة من العوامل مثل: القدرات الإنتاجية لتسهيلات الإنتاجية المستخدمة، قدرة الآلات والمعدات، مهارات وتقديمها، متابعة تقديم المطابقة، اتخاذ الإجراء التصحيحي كلما كان ذلك ضرورياً.

ج- **سهولة الاستخدام:** تؤدي سهولة الاستخدام، توافر التعليمات والإرشادات اللازمة للعميل عن كيفية استخدام الخدمة السياحية والاستفادة منها إلى أقصى حد، لضمان زيادة قدرتها على الأداء بطريقة سليمة وآمنة وفقاً لما هو مصمم لها.

د- **خدمات ما بعد البيع:** تؤدي مثل هذه الخدمات إلى المحافظة على أداء الخدمة السياحية كما هو متوقع.

ثانياً: معايير جودة الخدمة السياحية

إن العوامل الأساسية المحددة للجودة في السياحة تشير إلى ضرورة وجود معايير مشتركة ونهائية تكون حيوية للعميل دون النظر لنوع المنتج أو المؤسسة أو الخدمة، ومن شأن هذه المعايير أن تؤمن الحد الأدنى من الحماية للعميل بحيث يكون مستحياً تحقيق إلا في ظلها وتشمل المعايير ما يلي:²

¹ فتيحة حبش، **إدارة الجودة الشاملة**، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد كمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2007، ص 54.

² عبد الكريم حافظ، الإدارة الفندقية والسياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، ص 261، 260.

أ- الأمن والسلامة:

يجب ألا يشكل المنتج السياحي أو الخدمة السياحية خطرا على الحياة أو تتسبب ضرر على الصحة أي من الأمور لسلامة العميل وذلك في جميع الأنشطة السياحية حيث أن معايير والسلامة تحدد عادة بموجب أنظمة وقوانين (مثل قوانين الحماية من الحريق).

ب- الصحة العامة:

يجب على جميع أماكن الإيواء والإطعام والشراب أن تحافظ على النظافة والسلامة أي لا يقتصر تطبيق معايير السلامة الأغذية التي غالبا ما تحدد بموجب أنظمة وقوانين على المؤسسات السياحية الكبيرة بل يجب أن يشمل جميع أنواع مواقع بيع الأغذية من محلات بيع الأغذية الصغيرة في الشوارع إلى المطاعم ذات المستويات، العالية حتى الخدمات المقدمة في الطائرات.

ج- سهولة الوصول: ويقتضي هذا المعيار بإزالة كل العوائق والحواجز الطبيعية والاتصالية والخدمية وإتاحة استخدام تلك المنتجات والخدمات من قبل الجميع.

د- الشفافية: يعتبر عنصر الشفافية من العناصر المهمة لتوفير المشروعية لتوقعات المستهلك وحماية حقوقه، ويتوفر عنصر الشفافية من خلال صحة المعلومات المقدمة حول مواصفات المنتج وما يشمل عليه وكلفته الإجمالية وما يغطيه السعر بالإضافة إلى إيصال تلك المعلومات بشكل منظم وفعال للمستهلك.

ج- الأصالة: وهي تعتبر عن حضارة أو تراث معين تجعل أي منتج سياحي تتميز عن بقية المنتجات المماثلة له في أماكن أخرى مع شرط أن تستجيب الأصالة لمتطلبات المستهلك.

و- التجانس: يركز معيار التجانس على ضرورة التوافق والانسجام بين المحيط الطبيعي والإنساني، إذ إن هذا التوافق يحافظ على السياحة المستدامة وتسدعي إدارة للمؤتمرات البيئية والاقتصادية والاجتماعية بغية تأسيس مؤتمرات جودة المنتجات السياحية.

II-3-2: أبعاد الجودة في الخدمة السياحية

تحدد جودة الخدمة من خلال عدد من الأبعاد التي استعن من خصائص مفهوم الجودة في الخدمة والتي يمكن للزبون أن يستند عليها في تقديمه لجودة الخدمة التي يحصل عليها لذا تحاول المنظمات التي يقوم خدمة إلى أن تتميز في هذه الأبعاد جودة الخدمة وهي كالآتي:¹

قام (Heizer et Render,2001) بتحديد أبعاد جودة الخدمة (السياحية) بـ) القدرة على الاستجابة، اللياقة، الأهلية، سهولة الاتصال، المعاملة، الاتصال، الأمانة والأخلاقية تفهم الزبون والملموسيات)، في حين حدد (Echse, Etal,2001) أبعاد الجودة بـ) سرعة ودقة التسليم، الإتمام، التعامل، التناسق، سهولة الاتصال، الدقة، والاستجابة) أما (stephen et colin) يرى أن أبعاد الجودة الخدمة هي (الاستجابة، الأهلية، الوصول للياقة، الاتصال، المصادقية، الأمانة، تفهم الزبون، المظهر) تتضح من هذا أن أبعاد جودة الخدمة التي حظيت باتفاق أغلب الباحثين هي، الاعتمادية، الاستجابة، والضمان، التعاطف، الملموسية، وهي التي اعتماد لما في هذا البحث وفيما يلي نشر لهذه الأبعاد:

أ- أن بعد الاعتمادية: يشير إلى قدرة مقدم الخدمة على أداء الخدمة السياحية التي وعد بها بشكل يمكن الاعتماد عليها وأيضاً بدرجة عالية من الصحة والدقة من حيث الالتزام بالوقت والأداء تماماً ومثلما تم وعده.

ب- كما يشير بعد الاستجابة إلى مدى قدرة ورغبة والاستعداد مقدم من الخدمة السياحية في أن يكون شكل دائم في خدمة الزبائن وقدرتهم على أداء الخدمة لهم عند احتياجاتهم لها.

ج- أما بعد الأمان: تعبير عن درجة الشعور بالأمان والثقة في الخدمة المقدمة ومن يقدمها كما يتعلق بمدى المخاطر لنتائج تلقى الخدمة من هذه المؤسسة ومن مقدمها أو كليهما.

د- كما أن بعد الجوانب الملموسية تشير إلى مظهر تسهيلات المادية المتاحة لدى المؤسسة الخدمية ومظهر الأفراد العاملين وأدوات ووسائل الاتصال وكل تعلق بالتجهيزات المادية الأزمة لأداء الخدمة.

هـ- أما بعد التعاطف فيعني أن يكون مقدم الخدمة السياحية على قدر من الاحترام والأدب وأن يتسم بالمعاملة الودية مع العملاء ومن ثم فغن هذا الجانب يشير إلى درجة العناية بالعميل ورعاية خصوصياتهم والاهتمام بمشاكلهم.

¹ أحمد كاظم برنس، شار عباس الصبري، أثر المزيج الترويجي للخدمات السياحية في تحقيق رضا الزبون، مجلة جامعة أهل البيت، العدد04، العراق،2006،ص380.

الجدول رقم 01: يوضح أبعاد جودة الخدمة السياحية

أبعاد الجودة الخدمة السياحية	مكونات كل بعد
الملموسية	ظهور العنصر المادي: - حداثة وجاذبية المظهر الخارجي للمنظمة السياحية - تسهيلات مادية... الخ - مظهر مقدمي الخدمات السياحية
الاعتمادية	أداء صادق: - القدرة على الوفاء بالموعد في الأجل المحدد - معلومات دقيقة وصحيحة - مصداقية الأداء وإمكانية الاعتماد على المؤهلات وكفاءات ومعارف
الاستجابة	السرعة والمساعدة: - إعلام الزبائن بآجال الوفاء بالخدمة السياحية - سرعة تنفيذ المعاملات - سرعة الرد على شكاوي السياح
الأمان	ثقة الزبائن بالمنظمة: - ضمان الحصول الخدمة السياحية حسب الوعد - انعدام الخطر ولاشك في التعاملات المنظمة - أداء سليم من طرف الموظفين
التعاطف	الاهتمام بالزبون: - فهم ومعرفة حاجات العمل - الوعي بأهمية الزبون - ملائمة ساعات العمل مع التزاماته.

المصدر: بوعدنان نور الدين، **جودة الخدمة وأثرها على رضا العميل**، تسويق، جامعة بوضياف المسيلة، 2006-2007، ص73.

II-3-3 : قياس جودة الخدمة السياحية

يرى SLIWA (2008) أن الغرض من قياس الجودة كان مدار نقاش داخل أدبيات الجودة وبدل على ذلك بالقول أن (parasuranan et al 1994) مثلا يعتبر الحاجة إلى قياس جودة الخدمات هو مساعدة المنظمات

على كشف عن الأسباب المحددة التي تقف وراء القصور في جودة خدماتها. بينما يرى (jensen and martland 1996) أن أهمية قياس الجودة لمساعدة الإدارة في الكشف عن المشاكل الكامنة وأماكن التحسين المطلوبة في الخدمة حيث تبرز أهمية القياس تحديداً من خلال توفير المعلومات خاصة المتعلقة بالتدابير الطويلة من جودة الخدمات والعلاقات بين المتغيرات المتعددة بالإضافة إلى مستويات رضا العملاء والسلوكيات السائدة في أنظمة الخدمة ويمكن النظر إلى الهدف من قياس الجودة لا يقتصر على تقييم الوضع الحالي للعناصر المختلفة في الخدمة بل يساهم في تحديد اتجاه التغيير في مستوى جودة الخدمة المقدمة.

وترتكز النماذج على واحدة أو أكثر من العوامل التي تتجسد في رغبة المؤسسات في الكشف عن أوجه القصور في الخدمات والتنبؤ بها لما يمكن من تحسينها في المستقبل وهناك مجموعة من المقاييس نذكر منها ما يلي:¹

أولاً: مقياس عدد الشكاوى

يمثل عدد الشكاوى التي يتقدم بها العملاء خلال فترة زمنية محددة مقياساً هاماً يعبر على أن الخدمات المقدمة دون المستوى، وأن ما يقدم لهم من خدمات لا يتناسب مع إدراكهم لها أو المستوى الذين يبغون الحصول عليه.

ثانياً: مقياس الرضا

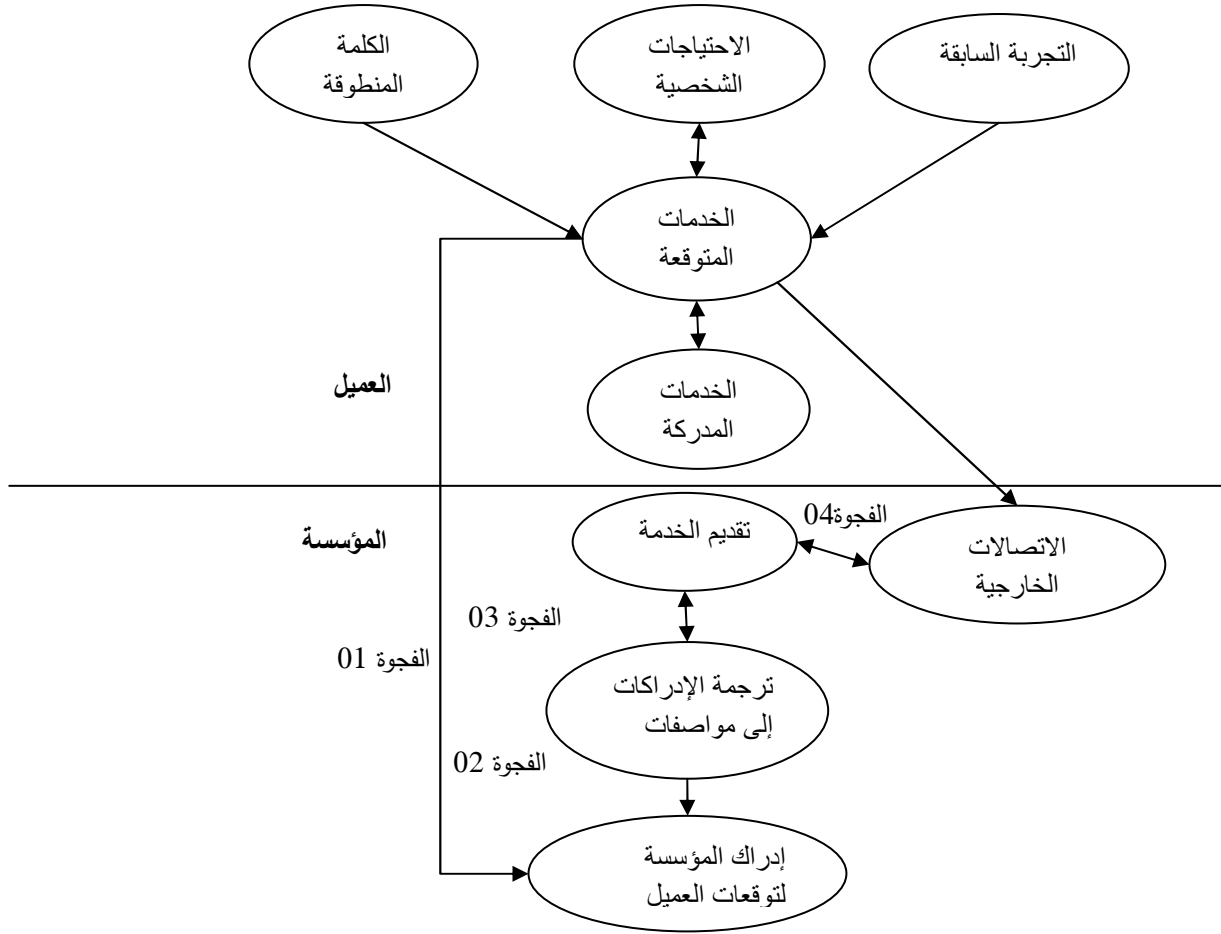
هو أكثر المقاييس استخداماً لقياس اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمات المقدمة وخاصة بعد حصولهم على هذه الخدمات عن طريق توجه الأسئلة التي تكشف للمؤسسات الخدمية طبيعة شعور العملاء نحو الخدمة المقدمة لهم وجوانب القوة والضعف.

ثالثاً: مقياس الفجوة (نموذج الفجوة)

تتمثل في المحور الأساس في قياس جودة الخدمة في الفجوة بين إدراك العميل لمستوى الأداء الفعلي للخدمة وتوقعاته حول جودتها، حيث لقيت هذه الفجوة اهتماماً كبيراً بين الباحثين والمهتمين لقياس جودة الخدمات والشكل الموالي يوضح ذلك:

¹ قاسم نايف علوان المحايد، مرجع سابق، ص 97.

يشكل رقم 01: يمثل نموذج الفجوات لقياس جودة الخدمة السياحية



Source ;Phelip Kotler et Bemaed du bois ; « management publi-union 10ène édition, pair 2000,p452.

وفي ما يلي عرض لهذه الفجوات:¹

- أ- الفجوة الأولى: بين التوقعات الفعلية لزبائن وتصورات الإدارة لذلك التوقعات.
- سببها: عدم إدراك الإدارة لتوقعات الفعلية لزبائن عن جودة الخدمة.
- ب- الفجوة الثانية: بين التصورات الإدارية لتوقعات ومواصفات الجودة.
- سببها: صعوبة تحويل التوقعات الزبائن إلى مواصفات ومعايير سلمية لجودة الأداء.

¹ أحمد سلمان، سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق، معهد الإدارة العامة بدون دار نشر، بدون طبعة، الرياض، السعودية، 2000، صص356-358.

ج- **الفجوة الثالثة:** بين مواصفات الجودة والأداء الفعلي للخدمة.

- سببها: عدم الالتزام الموظفين بمعايير ومواصفات الأداء المقترنة من طرف الإدارة العليا.

د- **الفجوة الرابعة:** يبين الأداء الفعلي للخدمة والاتصالات الخارجية مع الزبائن.

- سببها: تقديم الاتصالات الخارجية للمؤسسة لوجود مبالغ فيها عن جودة الخدمة المقدمة فعلا.

هـ - **الفجوة الخامسة:** يبين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة.

- سببها: شعور الزبون الخدمة الفعلية له أقل من الخدمة المتوقعة.

رابعا: **مقاييس الأداء الفعلي " نموذج الاتجاهات"**

ينسب هذا النموذج الذي ظهر سنة 1992 إلى كل من الباحثين (Cirmin et Taylor) وقد جاء هذا النموذج نتيجة للانتقادات التي وجهت من طرفهم إلى نموذج الفجوات وخاصة ذلك الجزء الخاص بالتوقعات، إذ عروض هذا النموذج فكرة الفجوة بين إدراكات الزبائن و إدراك الزبائن للأداء الفعلي للخدمة المقدمة، وبعد هذا المقياس من الناحية العلمية، أحد الأدوات الفعالة التي يمكن أن تساعد على إظهار جوانب القصور في مستوى جودة الخدمة ومن وجهة نظر المستفيدين منها، حيث يستند على التقديم المباشر لأساليب والعمليات المصاحبة للأداء الخدمة بمعنى أنه يعتمد على قياس جودة الخدمة باعتبارها شكل من أشكال الاتجاهات نحو الأداء الفعلي للجودة فهذا النموذج لاختلف عن سابقة في اعتماده على نفس المؤشرات التعليمية (الاعتمادية، الاستجابة، الضمان، التعاطف، الملموسية) إلا أنه يتميز عنه بالبساطة ومن حيث القياس والتحليل وما يزال هذا الجدول مستمرا حول فاعلية كل من هذين النموذجين في قياس وتقويم جودة الخدمة وفي هذا الإطار انقسم الباحثون إلى فريقين ما بين مؤيد ومعارض لكل نموذج مهما، الأمر الذي يستوجب ضرورة القيام بمزيد من خلال الدراسات التطبيقية للإسهام في حسم هذا الجدول. " ويتم تقييم جودة خدمة من خلال توقعات الزبائن التي من خلالها يتم الحكم على أداء الخدمة السياحية وتتعدد من خلال توقعات الزبائن التي تتمثل بالمعتقدات التي تنشأ حول الخدمة وتكون بمثابة المعايير التي من خلالها يتم الحكم على أداء الخدمة السياحية وتتعدد من خلال الفرق بين التوقعات الزبائن للخدمة السياحية والأداء الفعلي لها تتضح أن هناك ثلاث مستويات يمكن أن تقع فيها الجودة:

- أ- توقعات العميل = إدراك العميل لأداء الناتج ← عميل راضي (جودة مرضية).
- ب- توقعات العميل < إدراك العميل لأداء الإنتاج ← عميل سعيد (جودة متميزة).
- ج- توقعات العميل > إدراك العميل للأداء الإنتاج ← عميل مستاء (جودة رديئة).

خامسا: مقياس القيمة

تقوم الفكرة الأساسية لهذا المقياس على أن القيمة التي تقدمها المؤسسة خدمة لزبائن تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة من جانب العميل وتكلفة الحصول على هذه الخدمات، فالعلاقة بين المنفعة والسعر هي التي تحدد القيمة فكلما زادت مستويات المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة كلما زادت القيمة المقدمة للعملاء وزاد إقبالهم على طلب هذه الخدمات والعكس صحيح على ضوء ما سبق يمكننا القول بأن نماذج قياس جودة الخدمة توفر للمنظمة تغذية عكسية من المعلومات عن مستوى لإشباع الذي حققته الخدمة المقدمة لمطالب وتوقعات زبائنها السياح، كما تكشف جوانب النقص التي يجب تلافها ومجالات إدخال التحسينات المستمرة لزيادة درجة رضا السائح فلا يمكنه تخطيط التحسينات المستمرة إلا على ضوء نتائج استطلاع وتقسيم رضا الزبائن للجودة ما تقدمه المنظمات السياحية لهم من خدمات.

II-3-4 علاقة خدمة النقل بجودة الخدمة السياحية

يعد النقل بمختلف أنواعه (البري، البحري، الجوي) من أهم مكونات الخدمات السياحية حيث يتوقف نجاح هذه الأخيرة وتفوقها على بعض المعايير التي يجب توفرها في خدمة النقل ومن أهم هذه ما يلي:¹

1- عرض الخدمة

2- سهولة الوصول

3- المعلومة

4- الوقت

5- الاهتمام بالسائح

6- الرفاهية

¹ غنية بركات، قياس رضا مستعملين خدمات النقل العمومي الحضري الجماعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اقتصاد تطبيقي وتسيير المنظمات، كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قالم، الجزائر، 2009-2010، ص ص 18-21.

7- الأمن

8- البيئة

* الفئة 1 و2 تمثل: الخدمة السياحية وسهولة الوصول إليها بصفة عامة.

* الفئة 3 و7 تمثل: وصفا مفصلا عن كيفية تحقيق جودة الخدمة السياحية.

* الفئة 8 تمثل: الأثر البيئي على المجتمع بصفة عامة.

إن الهدف الأساسي من اختيار هذه المجموعات الثمانية (8) هو تكامل مختلف مكونات نظام النقل وفي ما يلي عرض مبسط للمعايير (8).

1- عرض الخدمة: يقصد من عرض الخدمة في مجال النقل كل من صناعة النقل المستعملة من حيث الطاقة الاستيعابية والاستجابة وتواتر شبكة النقل المستعملة في التنقلات بالإضافة إلى الاعتمادية والسعر معين أن يكون تعرض هذه الخدمة أسلوب معين أو مستوى جودة مرتفع، إذ أن تميز الخدمة في النقل يعتبر من عوامل الجذب السياحي.

2- سهولة الوصول: هي التسهيلات والفرص للدخول في نظام الطريق بما فيه الواجهة الخارجية للمتعلمين (السياح) أي الدخول والخروج وسهولة التنقل مكان التوقف ملائمة مسار المرور بالإضافة إلى سهولة حصول السياح على تذاكر السفر.

3- المعلومة: أي توفير جميع المعلومات اللازمة من أجل السياح وتشمل ما يلي:

- معلومات حول السفر في الحالات العادية مثل: الإشارات المتمثلة في رقم الحافلة مثلا وإشارات مكان التوقف داخل الحافلة، معلومات عن مسار التوجه، وأوقات الانطلاق والوصول، السعر، ونوع التذاكر.

- معلومات حول السفر في حالة الاختلاف مثل: تغيير المسار في الحالات الطارئة ومعالجة الشكاوي المسافرين والتعريض لهم والاهتمام باقتراحاتهم.

- معلومات عامة، والتي تمثل معلومات عن عرض 15 خدمة وسهولة الوصول إليها، كيفية وإمكانية الاستعلام، المدة،.... الخ.

4- **المدة:** المقصود من المدة الجوانب المتمثلة بالوقت اللازم لتنفيذ البرامج من حيث الوقت اللازم لبرمجة الرحلة السياحية ووقت الانتظار في نقاط النزول والصعود والوقت اللازم لتعبير الحافلة أو المحطة واحترام المعلومات المتعلقة بمدة السفر.

5- **الاهتمام بالسائح:** يكون الاهتمام بالسائح من خلال احترام المواعيد المقدمة له، والالتزام به بالإضافة إلى وضع واجهة استعمالات والاستماع للسياح وقت تقييم شكاويهم أو اقتراحاتهم.

6- **الرفاهية (الراحة):** بالنسبة للسياح لدرجة أنه في أغلب الأحيان يفضل أن يدفع مبلغ أكبر لتنتقل في ظروف أحسن، وتنقسم معايير الراحة إلى عدة أجزاء متمثلة في: شروط المناخ داخل وسيلة النقل، التهوية، الحرارة، النظافة، الإنارة، الهدوء... الخ.

- راحة السياح من حيث طريقه، المسافة، الانطلاق، والتوقف العوامل الخارجية.

- تجهيزات ثانوية، دورة المياه، حمل الأمتعة، أجهزة الاتصال والإعلام... الخ بما يوفر لسائح راحة.

7- **الأمن:** هو الشعور بالأمان والسلامة خلال التنقلات وينقسم بدوره إلى:

- الحماية ضد السرقة والاعتداءات وذلك بتوفير رجال الأمن داخل المحطات والمركبات.

- توفير الإنارة وكاميرات المراقبة.

- الوقاية من الحوادث والاحتياط ضد المخاطر... الخ.

- توفير مركبات ذات اعتمادية كبيرة.

- حماية السائق.

8- **البيئة:** ومن مظاهرها التلوث أي مدى تأثير المركبات على المحيط الذي بدوره تؤثر على السياح وهناك عدة أنواع لتلوث، التلوث الهوائي والسمعي والتلوث المرئي الذي ينتج عن اهتزاز، المركبات، الغبار، الأوساخ، الروائح... الخ، ولذلك حمايتها من التلوث بفضل تجهيزاتها بمضاد لتسريب الغازات السامة الملونة للبيئة بالإضافة أنها تخفض من الازدحام والضجيج والاختلافات المرورية، وهذا لضمان راحة سياح.

ومن خلال ما سبق توصلنا إلى أن هناك علاقة طردية بين التصورات التي شهدتها النقل ووسائله وطرقه وبين زيادة الحركة السياحية والامتدادات المكانية للمسافات التي يقطعها السياح، كما أن توفر النقل بأنواعه التي

تمايز بينما جاذبية المناطق للسياح، فالمناطق السياحية مهما كانت قيمتها التاريخية أو الترفيهية أو الجمالية فإنها تفقدها قيمتها إذ تعذر الوصول إليها وبعد عدم توفر سبل النقل الميسرة وعدم وجود روابط السكك الحديدية أو الطرق أو غيرها بين الدول المتجاورة، عوامل تؤثر في حجم الإقبال السياحي وتقلل من حفز الناس على التحرك.

وبعد توفر طرقه ووسائله أحد الموارد السياحية من جانب، كما أنه عامل اقتصادي، من جانب آخر تؤثر في الصناعة السياحية، كما أن السياحة رحلة تعتمد على السفر باستخدام وسائل وطرق النقل وتعد وسائل النقل البري من السيارات والقطارات وسيلة لنقل كما أنها نفسها تستخدم أيضا باعتبارها من عوامل الجذب السياحي أي أن توفره وتطوره أدى إلى تحسين جودة الخدمات السياحية وساعد على تنمية العديد من المناطق السياحية.

خلاصة الفصل:

إن جودة الخدمة السياحية تعتبر مقياس لدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم وبالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات الزبائن السياح أو التفوق عليها بعض الأحيان وهذه التوقعات تبني على أساس أبعاد كيثم من خلالها الحكم على جودة الخدمة المقدمة (الملموسية، التعاطف، الاستجابة، الاعتمادية، الأمان) حيث ازدادت الأهمية جودة الخدمة كأساس لتحقيق التمييز، إلا أنه يتوجب على المنظمة السياحية تحسين نوعية الخدمات المقدمة والارتقاء إلى أعلى مستويات الجودة. ويعتبر النقل وسيلة تسعى من خلالها المنظمات السياحية لأجل التفوق والتميز بخدمات فريدة وذو جودة وبالتالي يعد النقل أحد الأسلحة الجديدة لتحقيق الجودة وضمان مستوى أداء خدمة سياحية عالية.

III- دراسة ميدانية حول دور النقل البري في تحسين

جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل

تمهيد

III-1- الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

III-2- عرض وتحليل البيانات و اختبار الفرضيات

خلاصة

تمهيد:

بعد عرض الجانب النظري المتعلق بموضوع هذه الدراسة والذي يهيئ الأرضية بإشكالية البحث من خلال فصليه السابقين يأتي هذا الفصل من الجانب التطبيقي للدراسة الميدانية لأجل التعريف بميدان الدراسة ثم بعناصر الدراسة الميدانية، ولتوضيح الطريقة والإجراءات والأدوات اللازمة لإجراء تحليل الدراسة الميدانية، وذلك بهدف جمع وتحليل وتفسير البيانات واختبار فرضيات الدراسة لمعرفة مدى مساهمة النقل في تحسين جودة الخدمات السياحية بولاية جيجل، وعليه سيتناول الفصل مبحثين هي:

III-1- الإجراءات المنهجية للدراسة.

III-2- عرض وتحليل البيانات و اختبار الفرضيات.

III-1-1- الإجراءات المنهجية للدراسة:

تم تقديم هذا المبحث لأجل التعريف بعناصر الدراسة الميدانية ولتوضيح الطريقة والإجراءات والأدوات اللازمة لإجراء تحليل الدراسة الميدانية، وذلك بهدف جمع وتحليل وتفسير البيانات واختبار فرضيات الدراسة لمعرفة دور النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل وتحقيق أهداف الدراسة وعليه سيتم التطرق إلى ما يلي:

III-1-1- مجتمع وعينة الدراسة:**أولاً: مجتمع الدراسة:**

وهو جميع المفردات (الوحدات) التي يشملها موضوع البحث والتي يمكن الحصول منها على المعلومات والبيانات اللازمة لإجراء الدراسة¹، ويشتمل مجتمع الدراسة الميدانية لهذا البحث جميع السياح اللذين يتعاملون مع مقدمي خدمات النقل، وبذلك وحدة المعاينة تتمثل في السائح.

ثانياً: عينة الدراسة:

العينة هي جزء من مجتمع الدراسة وتشمل مجموعة من المفردات (الوحدات) يتم اختيارها بطريقة ما من المجتمع، وذلك عندما يتعذر دراسة مجتمع الدراسة ككل لأسباب معينة (فنية، مادية، علمية...)، حيث في هذه الحالة يتم تعويض دراسة المجتمع ككل بدراسة عينة منه، ومن خلالها يتم استنتاج خواص المجتمع، وذلك بتعميم النتائج المتحصل عليها².

ولغرض الحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة يتم في هذا الجزء اختبار عينة من مجتمع الدراسة باستخدام عينة عشوائية، حيث كان عدد أفراد العينة 100 سائح، وذلك بتوزيع 100 استبانة، وبعد انتهاء عملية الجمع تم استرجاع (100) استبانة وبالتالي توفر لدينا (100) استبانة صالحة لغرض التحليل الإحصائي أو الدراسة أي بنسبة (100%) من إجمالي الاستبانات التي تم توزيعها على أفراد العينة.

¹ سفيان فنيط، تحليل إدارة المشاريع الاستثمارية العمومية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، الجزائر، 2016/2017، ص153.

² نفس المرجع، ص157.

III-1-2- الخطوات اللازمة لإعداد أداة الدراسة:

من أجل الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لإنجاز هذه الدراسة تم إعداد أداة جمع المعلومات والبيانات باعتماد الخطوات التالية¹:

أولاً: تحديد أداة جمع المعلومات والبيانات:

تعتمد الأبحاث والدراسات التطبيقية في الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة على عدة أدوات، لهذا من المهم قبل تحديد الأدوات المتبعة في هذه الدراسة أن يتم إعطاء فكرة عامة عن أهم الأدوات التي يتم اتباعها لجمع المعلومات والبيانات ثم تحديد الأدوات المتبعة منها.

1- الأدوات الشائعة لجمع المعلومات والبيانات: توجد عدة أدوات وأساليب لجمع المعلومات والبيانات حول موضوع بحث معين منها والملاحظة المقابلة، الاستبيان.

2- الأدوات المتبعة لجمع المعلومات والبيانات: حيث تم الاعتماد على جمع المعلومات والبيانات لهذه الدراسة على الاستبيان.

ثانياً: تصميم الاستبانة:

من أجل الاطلاع على كيفية صياغة وتصميم الاستبانة للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لمعالجة موضوع هذا البحث تم الاعتماد على القواعد المتبعة في إعدادها، وذلك من خلال الرجوع إلى الدراسات السابقة (مذكرات التخرج) القريبة في مواضيعها من موضوع البحث، كذلك مراجعة عدة كتب متخصصة في مناهج البحث العلمي، والتشاور مع أساتذة متخصصين، وأيضاً الاعتماد على المعرفة العلمية النظرية لموضوع هذا البحث وعليه تم تقسيم الاستبانة إلى قسمين أساسيين هما:

1- البيانات الشخصية:

هي مجموعة من المعلومات المتعلقة بأفراد العينة، أي السياح المقبلين إلى ولاية جيجل تساعد في تحليل الدراسة ويمكن توضيح المعلومات الشخصية من خلال الجدول التالي:

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص ص 159، 160.

الجدول رقم (2): البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة

الرقم	القسم الأول: البيانات الشخصية
1	الجنس
2	الفئة العمرية
3	المستوى التعليمي
4	الحالة الاجتماعية
5	الدخل الشهري

المصدر: إعداد الطالبتين

2- معلومات حول مساهمة النقل في تحسين جودة الخدمات السياحية في ولاية جيجل:

في هذا القسم يتم صياغة عبارات تتضمن معلومات حول مساهمة النقل في تحسين جودة الخدمات السياحية في ولاية جيجل، حيث من خلاله نستطيع معرفة مدى مساهمة النقل في تحسين جودة الخدمات السياحية في ولاية جيجل، والجدول التالي يبين توزيع عبارات القسم الثاني من الاستبانة:

الجدول رقم (3): توزيع عبارات القسم الثاني من الاستبانة

عدد العبارات	محاور القسم الثاني	القسم الثاني
5	معلومات حول عرض الخدمة	معلومات حول مساهمة
5	سهولة الوصول للخدمة	النقل في تحسين جودة
5	توفر المعلومات	الخدمة السياحية بولاية
5	الاهتمام بالسائح	جيجل
5	الشعور بالأمن	
5	الشعور بالرفاهية والراحة	
5	مدة أداء الخدمة	
5	البيئة	
40	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبتين

ثالثا: مقياس ليكارت المستخدم

وقد تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي لقياس استجابة أفراد العينة لعبارات الاستبانة حسب ما يوضحه الجدول الموالي:

جدول رقم (4): درجات مقياس ليكارت

	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مقياس ليكارت الخماسي

باعتبار الدرجة تمثل الفئات يمكن استخدام المدى العام وطول الفئة على النحو التالي¹:

1- المدى العام: هو الفرق بين أعلى وأقل درجة بمقياس ليكارت أي: $5 - 1 = 4$.

2- طول الفئة: يحسب من خلال قسمة المدى العام على عدد الفئات، أي: $4 \div 5 = 0.8$ ، حيث تضاف هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي 1 وذلك لتحديد الفئة الأولى، ثم تصنيفها دائما 0.8 للحد الأعلى للفئة السابقة فتحدد فئات المقياس كالاتي:

أ- فئة غير موافق تماما: تتراوح درجاتها بين القيمتين 1 وأقل من 1.80 أي في المجال] 1- 1.80] وتدل على درجة منخفضة جدا في عدم الموافقة على العبارة.

ب- فئة لا أوافق: تتراوح درجاتها بين القيمتين 1.80 وأقل من 2.60 أي في المجال] 1.80 - 2.60] وتدل على درجة منخفضة في عدم الموافقة على العبارة.

ج- فئة محايد: تتراوح درجاتها بين القيمتين 2.60 وأقل من 3.40 أي في المجال] 2.60 - 3.40] وتدل على عدم إبداء رأي حول العبارة.

د- فئة موافق: تتراوح درجاتها بين القيمتين 3.40 وأقل من 4.20 أي في المجال] 3.40 - 4.20] وتدل على درجة مرتفعة في الموافقة على العبارة.

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص 163، 164.

هـ - فئة موافق تماما: تتراوح درجاتها بين القيمتين 4.20 وأقل من 5.00 أي المجال [4.20 - 5.00] وتدل على درجة مرتفعة من الموافقة على العبارة.

ويمكن توضيح كل ما سبق في الجدول التالي:

جدول رقم (5): التوزيع لسلم ليكارت

المستوى	الدرجة	الفئة	الاستجابة
غير موافق تماما	1] 1.80-1]	منخفض جدا
غير موافق	2] 2.60 + 1.80]	منخفض
محايد	3] 3.40- 2.60]	متوسط
موافق	4] 4.20 - 3.40]	مرتفع
موافق تماما	5] 5.00 - 4.20]	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مقياس ليكارت

III-1-3- اختبار صدق وثبات الاستبانة

لاختبار صدق وثبات الاستبانة وبالتالي إمكانية اعتمادها في التطبيق الميداني للدراسة أم لا، حيث تم أولا تحكيم الاستبانة من خلال عرضها على المختصين، ثم ثانيا القيام بتوزيع الاستبانة على أفراد العينة، حيث يتم الاعتماد في اختبار صدق المقياس على معامل الارتباط بيرسون لمعرفة قوة وطبيعة العلاقة بين المتغيرين وهو محصور في المجال $+1, -1$ ، حيث لا يوجد ارتباط إذا كان يساوي الصفر ويزداد الارتباط كلما اقترب من ± 1 ، أما في اختبار الثبات تم اعتماد معامل الثبات ألفا كرونباخ (Alpha cronbach's)، حيث إذا كان معامل الثبات أكبر أو يساوي 0.8 فإنه يعد كافيا للبحوث التي تعتمد على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات والبيانات اللازمة للدراسة، وهذا في حالة إذا كان المجتمع المدروس سبق وأن أجريت عليه دراسات سابقة، أما في حالة ما إذا كانت الدراسة أقيمت على هذا المجتمع لأول مرة فيكفي معامل ثبات أكبر أو يساوي 0.6¹.

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص164.

أولاً: اختبار صدق الاستبانة

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس عبارات الاستبانة أو اختبار ما وضعت لقياسه، أي تقيس فعلا الوظيفة التي يفترض أن تقيسها¹:

وقد تم التأكد من صدق الاستبانة بطريقتين هما:

1- صدق المحكمين: لجعل عبارات الاستبانة تقي أكثر بالغرض الذي وضعت لأجله تم تحكيم الاستبانة من خلال القيام بما يلي:

أ- عرض الاستبانة في صورتها الأولية على الأستاذ المشرف لإعطاء ملاحظاته واقتراحاته.

ب- عرض الاستبانة في صورتها الأولية على الأساتذة المختصين للاستفادة من خبرتهم الأكاديمية، حيث طلب منهم إبداء رأيهم وإصدار أحكامهم على عدة جوانب من الاستبانة.

ونتائج هذا التحكيم كانت جيدة، حيث تم فعلا ملاحظة بعض النقائص بالاستبانة وتم أخذ العديد تم الملاحظات والاقتراحات بعين الاعتبار، يمكن الإشارة إلى أهمها فيما يلي:

* حذف وإعادة تلخيص عدة عبارات وأسئلة، حيث تبين أن العبارات كثيرة ومتكررة كما تسبب الملل، والتعب في ملئ الاستبانة.

* تعديل بعض العبارات والأسئلة، حيث تبين سوء فهم لبعض العبارات، حيث أصبحت العبارات والأسئلة بلغة أبسط وعلمية أكثر.

* تم اقتراح عبارات جديدة لم ينتبه لها من قبل، تساهم أيضا في تقييم ومعرفة دور النقل في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل.

2- صدق المقياس: من أجل التأكد أن عبارات الاستبانة تقي أكثر بالغرض الذي وضعه لأجله (صالحة للتطبيق الميداني) تم القيام بما يلي:

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص 164.

أ- **صدق الاتساق الداخلي:** يقصد به مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه هذه العبارة¹، وقد تم القيام بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة من خلال حساب معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات القسم الثاني والدرجة الكلية للقسم الذي تنتمي إليه، والذي يبين أن معامل الارتباط (r) المبنية دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، وبذلك يعتبر صادق لما وضع لقياسه والجدول الموالي يوضح ذلك:

أ- **المحور الأول: معلومات حول عرض الخدمة:**

الجدول رقم (6): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الأول من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

رقم العبارة	العبارات	r^*	Sig ^{**}
01	- تجد أن خدمة النقل البري متوفرة بجيجل.	0.910**	0.000
02	- تجد سهولة في الحصول على خدمة النقل.	0.846**	0.000
03	- تسمح لك شبكة النقل المستعملة بزيارة أي مكان تريده بجيجل.	0.777**	0.000
04	- سعر خدمة النقل يتناسب وجودتها.	0.785**	0.000
05	- تجد تنوع في وسائل النقل بجيجل.	0.881**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على إجابة أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

يوضح الجدول رقم 06 معامل الارتباط بين كل عبارات من عبارات المحور الأول من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، ونتائج هذا الجدول تبين عموماً أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات المحور الأول والدرجة الكلية للمحور نفسه، وهذا الارتباط دالاً إحصائياً عند مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، حيث كانت قيمة Sig أقل من 0.05 ولذلك يمكن القول أنه يوجد اتساق بين كل عبارة من عبارات المحور الأول ودرجة الموافقة الكلية للمحور نفسه صادقة وبالتالي المحور الأول صادق لما وضع لقياسه.

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص 166-170.

^{*} (r) يعني معامل ارتباط بيرسون.

^{**} (Sig) تعني القيمة الاحتمالية.

ب- المحور الثاني: سهولة الوصول للخدمة

الجدول رقم (7): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

رقم العبارة	العبارات	r**	Sig**
06	- يوجد دليل حول مقدمي خدمة النقل بالولاية.	0.553**	0.000
07	- خدمة النقل متاحة لك متى أردت.	0.631**	0.000
08	- أماكن خدمة النقل معروفة.	0.524**	0.000
09	- وسائل الاتصال لطلب خدمة النقل متوفرة	0.594**	0.000
10	- تجد سهولة في الحجز.	0.636**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss. يوضح الجدول رقم (07) معامل الارتباط من كل عبارة من عبارات المحور الثاني من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، ونتائج هذا الجدول تبين عموما أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني والدرجة الكلية للمحور نفسه، وهذا الارتباط دالا إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، حيث كانت Sig أقل من 0.05 وبذلك يمكن القول أنه يوجد اتساق بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني، ودرجة الموافقة الكلية للمحور نفسه صادقة، وبالتالي المحور الثاني صادق لما وضع لقياسه.

ج- المحور الثالث: توفر المعلومات:

الجدول رقم (8): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثالث من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

رقم العبارة	العبارات	R	Sig
11	- المعلومات حول البرامج السياحية متوفرة.	0.565**	0.000
12	- المعلومات حول البرامج السياحية تتميز بمصداقية.	0.684**	0.000
13	- تصلك المعلومات حول الرحلات السياحية في الوقت المناسب.	0.737**	0.000
14	- المعلومات حول الرحلة السياحية متوفرة (الوجهة، أماكن التوقف، وقت الانطلاق والوصول، السعر، نوع التذكرة).	0.731**	0.000
15	- المعلومات حول التغييرات في الرحلة السياحية التي قد تحدث متوفرة (مثل معالجة الشكاوي، التعويض، الاقتراحات)	0.750**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

يوضح الجدول رقم (08) معامل الارتباط بين كل عبارات من عبارات المحور الثالث من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، ونتائج هذا الجدول تبين عموماً أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات المحور الثالث والدرجة الكلية للمحور نفسه، وهذا الارتباط دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، حيث كانت قيمة Sig أقل من 0.05 وبذلك يمكن القول أنه يوجد اتساق بين كل عبارة من عبارات المحور الثالث ودرجة الموافقة الكلية للمحور نفسه صادقة، وبالتالي المحور الثالث صادق لما وضع لقياسه.

د- المحور الرابع: الاهتمام بالسائح:

الجدول رقم (09): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الرابع من الاستبانة ودرجة الكلية للمحور نفسه.

رقم العبارة	العبارات	R	Sig
16	- يتم الاستماع لانشغالاتك واقتراحاتك من قبل مقدمي خدمة النقل.	0.677**	0.000
17	- يتم الاستجابة بسرعة لانشغالاتك من قبل مقدمي خدمة النقل.	0.723**	0.000
18	- مقدمي خدمة النقل يتحلون بالأدب وحسن الخلق.	0.733**	0.000
19	- مقدمي خدمة النقل مظهرهم لائق ومحترم.	0.715**	0.000
20	- تشعر أن مقدمي خدمة النقل يسعون لبناء علاقات معك.	0.418**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

يوضح الجدول رقم (09) معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الرابع من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه ونتائج هذا الجدول تبين عموماً أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات المحور الرابع والدرجة الكلية للمحور نفسه، وهذا الارتباط دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، حيث كانت قيمة Sig أقل من 0.05 وبذلك يمكن القول أنه يوجد اتساق بين كل عبارة من عبارات المحور الرابع ودرجة الموافقة الكلية للمحور نفسه صادقة، وبالتالي فالمحور الرابع صادق لما وضع لقياسه.

هـ - المحور الخامس: الشعور بالأمن:

الجدول رقم (10): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الخامس من الاستبانة ودرجة الموافقة الكلية للمحور نفسه.

رقم العبارة	العبارات	R	Sig
21	- تشعر بالأمان أثناء التعامل مع مقدمي خدمة النقل.	0.660**	0.000
22	- تشعر بالأمان من السرقة خلال تنقلك.	0.619**	0.000
23	- تشعر بالأمان من جودة وسيلة النقل المعتمدة.	0.734**	0.000
24	- تشعر بالأمان من طريقة القيادة خلال تنقلك.	0.786**	0.000
25	- تشعر بالاطمئنان حول وصولك للوجهة المقصودة.	0.641**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

يوضح الجدول رقم (10) معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الخامس من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه ونتائج الجدول تبين عموما أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات المحور الخامس والدرجة الكلية للمحور نفسه، وهذا الارتباط دالا إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، حيث كانت قيمة Sig أقل من 0.05 وبذلك يمكن القول أنه يوجد اتساق بين كل عبارة من عبارات المحور الخامس ودرجة الموافقة الكلية للمحور نفسه صادقة وبالتالي المحور الخامس صادق لما وضع لقياسه.

و - المحور السادس: الشعور بالرفاهية والراحة:

الجدول رقم (11): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور السادس من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

رقم العبارة	العبارات	R	Sig
26	- تشعر بأن المناخ مريح داخل وسيلة النقل (التهوية، النظافة، الإنارة).	0.782**	0.000
27	- تجد وسائل النقل المعتمدة بمقاييس جودة عالية.	0.734**	0.000
28	- تجد وسيلة النقل مجهزة بأجهزة ومعدات حديثة.	0.722**	0.000
29	- الأجهزة والمعدات داخل وسيلة النقل توفر لك الرفاهية والراحة المطلوبة.	0.852**	0.000
30	- التصميم الداخلي لوسيلة النقل يشعرك بالرفاهية والراحة.	0.793**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

يوضح الجدول رقم (11) معامل الارتباط بين عبارة من عبارات المحور السادس من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، ونتائج هذا الجدول تبين عموماً أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات المحور السادس والدرجة الكلية للمحور نفسه، وهذا الارتباط دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، حيث كانت قيمة Sig أقل من 0.05 ولذلك يمكن القول أنه يوجد اتساق بين كل عبارة من عبارات المحور السادس ودرجة الموافقة الكلية للمحور نفسه صادقة وبالتالي المحور السادس صادق لما وضعه لقياسه.

ي- المحور السابع: مدة أداء الخدمة:

الجدول رقم (12): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور السابع وبين الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه¹.

رقم العبارة	العبارات	R	Sig
31	- وقت انتظار الحصول على خدمة النقل مقبول.	0.532**	0.000
32	- يتم احترام مواعيد انطلاق الرحلات المحددة.	0.586**	0.000
33	- يتم احترام مواعيد الوصول إلى الوجهة المقصودة.	0.706**	0.000
34	- مدة الانتظار في نقاط الصعود والنزول مقبولة	0.685**	0.000
35	- محطات التوقف مناسبة للوجهة المقصودة.	0.725**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

يوضح الجدول رقم (12) معامل الارتباط بين عبارة من عبارات المحور السابع من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، ونتائج هذا الجدول تبين عموماً أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات المحور السابع والدرجة الكلية للمحور نفسه، وهذا الارتباط دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، حيث كانت قيمة Sig أقل من 0.05 وبذلك يمكن القول أنه يوجد اتساق بين كل عبارة من عبارات المحور السابع ودرجة الموافقة الكلية للمحور نفسه صادقة وبالتالي المحور السابع صادق لما وضعه لقياسه.

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص179.

ن- المحور الثامن: البيئة:

الجدول رقم (13): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثامن من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

رقم العبارة	العبارات	R	Sig
36	- الجو داخل وسيلة النقل نظيف غير ملوث (الروائح، الغبار، الأوساخ...).	0.620**	0.000
37	- لا يوجد ازدحام كبير داخا وسيلة النقل المستخدمة.	0.723**	0.000
38	- وسيلة النقل لا تصدر ضجيج مقلق لك.	0.727**	0.000
39	- الاهتزازات التي تصدر عن وسيلة النقل لا تزعجك أثناء السير.	0.721**	0.000
40	- الجو داخل المحطات نظيف غير ملوث (الروائح، الغبار، الأوساخ).	0.805**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

يوضح الجدول رقم (13) معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثامن من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، ونتائج هذا الجدول تبين عموما أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات المحور الثامن والدرجة الكلية للمحور نفسه، وهذا الارتباط دالا إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، حيث كانت قيمة Sig أقل من 0.05 ولذلك يمكن القول أنه يوجد اتساق بين كل عبارة من عبارات المحور الثامن ودرجة الموافقة الكلية للمحور نفسه صادقة وبالتالي المحور الثامن صادق لما وضع لقياسه.

ب- الصدق البنائي:

يعتبر الصدق البنائي أحد أهم مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقيق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، وذلك من خلال قياس مدى ارتباط كل محور من محاور الاستبانة بدرجة الكلية لعبارات الاستبانة، والجدول الموالي يوضح معامل ارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة بالدرجة الكلية لعبارات الاستبانة.

الجدول رقم (14): معامل الارتباط من كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لعبارات الاستبانة¹.

القسم الثاني	محاور القسم الثاني	R	
معلومات حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل.	معلومات حول	0.517**	0.000
	سهولة الوصول للخدمة	0.502**	0.000
	توفر المعلومات	0.577**	0.000
	الاهتمام بالسائح	0.716**	0.000
	الشعور بالأمن	0.775**	0.000
	الشعور بالرفاهية والراحة	0.785**	0.000
	مدة أداء الخدمة	0.622**	0.000
	البيئة	0.807**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

يوضح الجدول أعلاه أن معامل الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لعبارات الاستبانة ونتائج هذا الجدول يبين أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل محور من محاور الاستبانة ودرجة الكية لعبارات الاستبانة وهذا الارتباط دالا إحصائيا عند مستوى $\alpha = 0.05$ ، حيث كانت قيمة α أقل من 0.05 في جميع المحاور، وبذلك يمكن القول أنه يوجد اتساق بين كل محور من محاور القسم الثاني للاستبانة والدرجة الكلية لعبارات الاستبانة وعليه تعتبر درجة الموافقة لعبارات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه ويمكننا تحقيق الأهداف المرجوة.

ثانيا: اختبار ثبات الاستبانة:

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف أو بعبارة أخرى يعني الاستقرار في نتائج الاستبانة وعدم تغيرها بشكل كبير حتى لو تم توزيعها على أفراد عينة عدة مرات خلال فترة زمنية محددة². حيث بعد استرجاع الاستبانات الموزعة كتجربة أولية

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص179.

² سفيان فنيط، المرجع السابق، ص179.

تم استخدام ألفا كرونباخ (Alphacronbach's) وكان معامل الثبات لمحور الاستبانة موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (15): معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة.

الرقم	المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات
01	معلومات حول عرض الخدمة	05	0.620
02	سهولة الوصول للخدمة	05	0.529
03	توفر المعلومات	05	0.734
04	الاهتمام بالسائح	05	0.669
05	الشعور بالأمن	05	0.699
06	الشعور بالرفاهية والراحة	05	0.837
07	مدة أداء الخدمة	05	0.651
08	البيئة	05	0.773
	مجموع محاور الاستبانة	40	0.823

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

يوضح الجدول رقم (15) معامل ثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة ونتائج هذا الجدول تبين أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة لكل المحاور وتتراوح بين (0.734 - 0.773)، كلها دالة إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، كذلك كانت قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع محاور الاستبانة مرتفعة، حيث بلغت قيمتها 0.823 وقد كانت دالة إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ هذا يعني أن الاستبانة تتمتع بدرجة كبيرة من الثبات، وعليه قد تم التأكد من صدق وثبات الاستبانة الموجهة إلى السياح، وبالتالي أصبحت هذه الاستبانة في صورتها النهائية صالحة للتطبيق على عينة الدراسة لأجل تحصيل البيانات وتحليلها، وبالتالي الإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

III-1-4- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

لدراسة مدى مساهمة النقل في تحسين جودة الخدمة السياحية ولتسهيل معالجة البيانات واختبار الفرضيات، تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) نسخة (20)، والذي يمكن إجراء التحليلات الإحصائية البسيطة والمعقدة للدراسات الاجتماعية وهو أكثر البرامج استخداما في تحليل

البيانات خاصة في العلوم الإنسانية، حيث يستخدم بكثرة في مجال التسويق، التسيير، إدارة الأعمال، علم الاجتماع... إلخ.

ومن مجموع ما يقدمه من مقاييس إحصائية تم استخدام المقاييس التالية¹:

أولاً: النسبة المئوية (fi %): هذا لمعرفة نسبة أفراد العينة الذين اختاروا كل بديل من بدائل عبارات الاستبانة وتحسب بالعلاقة التالية:

$$Fi \% = \frac{ni}{\sum ni} \times 100$$

ثانياً: المتوسط الحسابي \bar{x} : يعتبر من أسهل وأكثر مقاييس النزعة المركزية استخداماً في الإحصاء وهو عبارة عن مجموع القيم مقسوماً على عددها وسحب بالعلاقة التالية:

1- بالنسبة للبيانات المبوبة (المنظمة في جدول التوزيع التكراري):

$$\bar{X} = \frac{\sum xi ni}{\sum ni}$$

2- بالنسبة للبيانات غير المبوبة (تم الحصول عليها وغير منظمة في جدول التوزيع التكراري):

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{N}$$

وللوصول إلى متوسط الإجابات تم تطبيق المتوسط اعتماداً على مقياس ليكارت الخماسي (موافق تماماً = 5 درجات، موافق = 4 درجات، محايد = 3 درجات، غير موافق = 2 درجة، غير موافق تماماً = 1 درجة).

ثالثاً: الانحراف المعياري (GX)

هو الجذر التربيعي لمتوسط مربع مجموع انحراف القيم عن الوسط الحسابي وهو أحسن مقياس لتشتت لأنه يعطي فكرة سليمة ومنطقية عن ظاهرة تثبيت البيانات، وتحسب بالعلاقة التالية:

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص ص 183-186.

1- بالنسبة للبيانات غير مبوبة:

$$Gx = \sqrt{\frac{\sum xi^2}{n} - \bar{X}^2}$$

X: البيانات، n: عدد البيانات، \bar{X} : المتوسط الحسابي.

2- بالنسبة للبيانات المبوبة:

$$Gx = \sqrt{\frac{\sum ni Xi^2}{\sum ni} - \bar{X}^2}$$

Xi: مركز الفئة، hi: التكرار، \bar{X} : المتوسط الحسابي.

رابعا: معامل الاختلاف (CV)

عبارة عن انحراف معياري مقسوم على المتوسط الحسابي الكل مضروب في مئة، وهو أحسن مقاييس التشتت النسبي يستخدم للمقارنة بين الظواهر من صفات مختلفة (ليس بها نفس وحدة القياس) ومتوسطاتها غير متساوية، حيث تكون المقاربة منطقية واقعية وتحسب بالصيغة التالية:

$$CV = \frac{Gx}{\bar{X}} \times 100$$

Gx: الانحراف المعياري، \bar{X} : المتوسط الحسابي.

خامسا: معامل الارتباط بيرسون r

مقياس ومعني لا يتأثر بوحدات القياس، يستخدم لمعرفة قوة وظيفة العلاقة بين متغيرين أو ظاهرتين توجد عدة طرق لحسابه منها الصيغة التالية:

$$P = \frac{n.\sum xy - \sum x.\sum y}{\sqrt{[n.\sum x^2 - (\sum x)^2][n.\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

حيث:

إذا كان $r = \pm 1$ معناه وجود علاقة خطية قوية جدا (تامة) بين X و y عكسية وطرديّة.

- إذا كان $r = 0$ معناه لا توجد أي علاقة بين X و y.

- إذا كان $-1 < r < 1$ معناها وجود علاقة بقوة معينة عكسية أو طردية، تزداد كلما اقتربت قيمة r من ± 1 وتتناقص كلما اقتربت قيمة r من 0.

سادسا: معامل الثبات ألفا كرونباخ (α)

تم حساب معامل ألفا كرونباخ باستخدام برنامج SPSS والذي من خلاله نسحب معامل التباين لكل سؤال، حيث تم حذف السؤال الذي معامل تباينه ضعيف أو سالب ونحسب بالصيغة التالية:

$$\alpha = \frac{N \cdot \bar{C}}{\bar{V} + (N - 1) \cdot C}$$

N: عدد العبارات.

\bar{C} : متوسط التباين الداخلي من العبارات.

\bar{V} : متوسط التباين الكلي بين العبارات أو يحسب بالصيغة التالية:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{\sum Gyi^2}{Gx^2} \right)$$

K: عدد العبارات.

$\sum Gyi^2$: الانحراف المعياري لإجابات العبارة i.

Gx^2 : الانحراف المعياري لجميع العبارات.

سابعا: الاختبار t

في حالة عينة واحدة (t - test) لمعرفة إن كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى الدرجة المتوسطة وهي 3 إما زادت أو قلت عن ذلك، وقد تم استخدام هذا الاختبار للتأكد من دلالة المتوسط للقسم الثاني.

ثامنا: اختبار التوزيع الطبيعي

يستخدم لتحديد الطرق الإحصائية لتقييم استخدامها في اختبار الفرضيات (البيانات المعلمية أو لا معلمية) وذلك للتأكد إذ ما كانت البيانات تقع تحت التوزيع الطبيعي أم لا، وبحسب بالصيغة التالية:

$$F(x) = \frac{1}{G(\sqrt{2\Pi})} e^{-1/2\left(\frac{x-U}{G}\right)^2}$$

حيث:

$f(x)$: دالة الكثافة الاحتمالية، G : الانحراف المعياري، x : التغيير العشوائي،

U : المتوسط الحسابي، E : قيمة ثابتة تساوي 2.71828، Π : قيمة تقريبية تساوي 3.14159.

تاسعا: اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA)

يعرف أيضا باختبار F وهو من الأساليب الإحصائية المعلمية الهامة يمكن بواسطته معرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات وبالتالي تهدف إلى التوصل إلى العوامل التي تجعل متوسط من المتوسطات يختلف عن المتوسطات الأخرى ويستخدم عندما تكون البيانات تتمتع بالتوزيع الطبيعي وبحسب الصيغ التالية¹:

$$SSB = \sum_k^k = 1 \left[\frac{T_k^2}{n_k} \right] - \frac{T^2}{N},$$

$$SSW = \sum_k^k = 1 \left[\sum_{i=1}^{n_k} X_{ki}^2 \right] - \sum_{k=1}^k \frac{T_k^2}{n_k}$$

$$S_B^2 = \frac{SSB}{k-1}, \quad S_W^2 = \frac{SSW}{N-K}$$

حيث SSB : مجموع المربعات بين المجموعات.

SSW : مجموع المربعات داخل المجموعات.

S_B^2 : متوسط مجموع المربعات أو التباين بين لمجموعات.

S_W^2 : متوسط مجموع المربعات أو التباين داخل المجموعات.

$K-1$: درجات الحرية بين المجموعات.

$N-K$: درجات الحرية داخل المجموعات.

¹ فنيط سفيان، المرجع السابق، ص187.

مع العلم أن F المحسوبة تساوي S_B^2/S_W^2

III-2- عرض وتحليل البيانات:

بعد توضيح الطريقة والإجراءات والأدوات اللازمة لإجراء الدراسة الميدانية والتأكد من صلاحية تطبيق الأداة المعتمدة في جميع المعلومات والبيانات على عينة الدراسة، تم توزيع الاستبيان على السياح وبعد ملئه من قبل السياح واسترجاع ما أمكن استرجاعه وإدخال البيانات والمعلومات في برنامج spss يتم في هذا المبحث عرض وتحليل البيانات وتفسير النتائج من أجل اختبار فرضيات البحث لإثباتها أو نفيها، وكذلك للإجابة على الإشكالية وتحقيق أهداف الدراسة وعليه سيتم التطرق إلى:

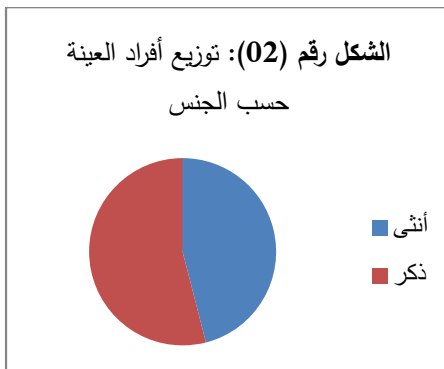
III-2-1- عرض وتحليل بيانات القسم الأول من الاستبانة (البيانات الشخصية):

تهدف هذه العملية إلى معرفة خصائص وسمات المتغيرات الشخصية لأفراد عينة الدراسة والتي لها تأثير على موضوع الدراسة، وقد تم حساب تكرارات المطلقة (n_i) وتكرارات النسبة المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية المحددة، وذلك باستخدام برنامج spss من خلال المقاييس الإحصائية السابقة، وكانت النتائج كما هو موضح في الجداول التالية:

أولاً: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

يمكن توضيح خصائص عينة الدراسة من حيث الجنس وفقاً لما يوضحه الجدول والشكل

المواليين:



الجدول رقم (16): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الفئة	التكرار	النسبة %	N_i التكرار
أنثى	46	46	46
ذكر	54	54	100
المجموع	100	100	/

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن النسبة العالية من أفراد العينة هي من الذكور حيث بلغ عددهم 54 ذكر أي ما يعادل 54%، في حين بلغ عدد الإناث 46 وبنسبة مقدارها 46% ومنه فعدد الذكور أكبر من عدد الإناث وهنا يمكن إرجاعه إلى أن الذكور يتعاملون أكثر من الإناث في مجال السياحة.

ثانياً: توزيع أفراد العينة حسب السن

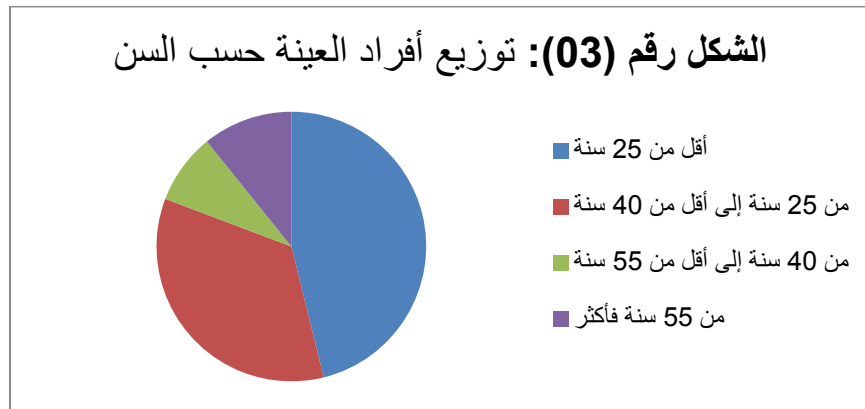
يمكن توضيح خصائص عينة الدراسة من حيث السن وفقاً لما يوضحه الجدول والشكلين

المواليين:

الجدول رقم (17): توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة %	Ni	التكرار التجمعي الصاعد
أقل من 25 سنة	30	30	100	
من 25 سنة إلى أقل من 40 سنة	45	45	70	
من 40 سنة إلى أقل من 55 سنة	11	11	25	
من 55 سنة فأكثر	14	14	14	
المجموع	100	100	/	

الشكل رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن الفئة التي أعمارهم من 25 سنة إلى أقل من 40 سنة عددهم 45 وبنسبة مقدارها 45% وتليها الفئة العمرية أقل من 25 سنة عددهم 30 شخص وبنسبة 30% تأتي بعدها الفئة من 55 سنة فأكثر وعددهم 14 وبنسبة مقدارها 14% في حين الفئة العمرية من 40 سنة إلى أقل من 55 سنة عددهم 11 وبنسبة تقدر بـ 11% وبالتالي كل الفئات تتعامل مع السياحة ولكن أبرز فئة هي من 25 سنة إلى أقل من 40 سنة هي الفئة النشطة في المجتمع وبالتالي هي الأكثر تعاملًا مع السياحة.

ثالثًا: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

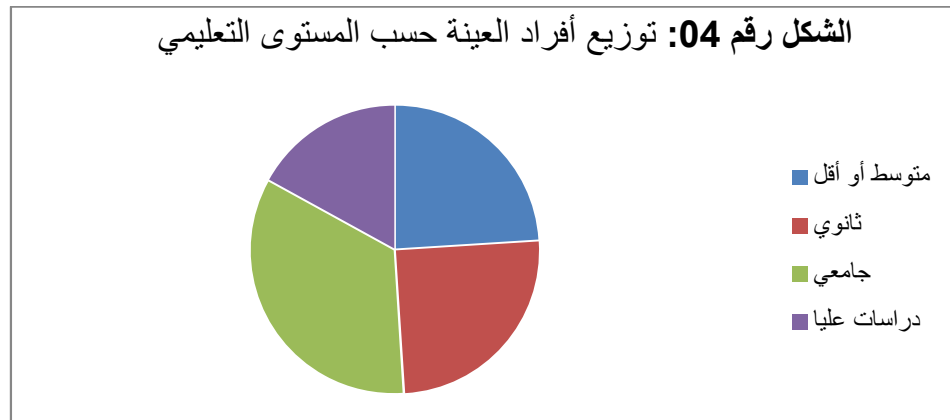
يمكن توضيح خصائص عينة الدراسة من حيث المستوى التعليمي وفق ما يوضحه الجدول

والشكلين المواليين

الجدول رقم (18): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

السن	التكرار	النسبة %	Ni التكرار التجمعي الصاعد
متوسط أو أقل	24	24	100
ثانوي	25	25	76
جامعي	34	34	51
دراسات عليا	17	17	17
المجموع	100	100	/

الشكل رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن أغلب السياح هم جامعيون حيث يقدر عددهم بـ34 بنسبة تقدر بـ34% أما الأشخاص ذو المستوى التعليمي الثانوي، بلغ عددهم 25 بنسبة تقدر بـ25% في حين الأشخاص ذو المستوى التعليمي المتوسط أو أقل عددهم 24 بنسبة تقدر بـ24%، وأخيرا نجد أصحاب المستوى التعليمي دراسات عليا بلغ عددهم 17 بنسبة 17% وهذا يمكن تفسيره على أن الأماكن التي تم اختيارها لتوزيع الاستبانة يكثر فيها الجامعيون.

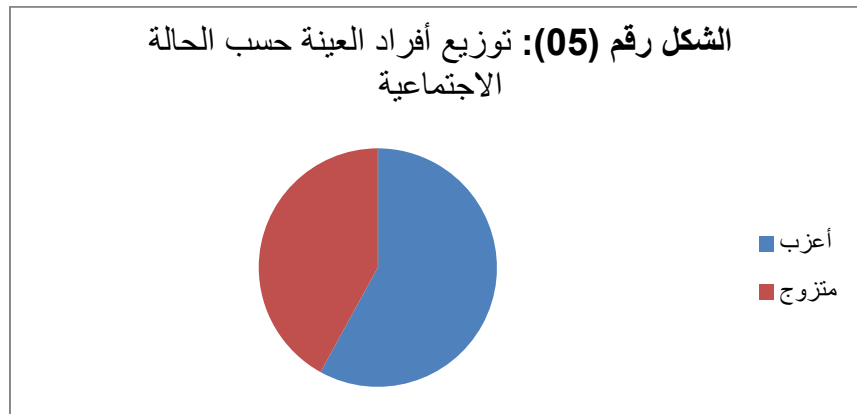
رابعا: توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

يمكن توضيح خصائص عينة الدراسة من حيث الاجتماعية وفق ما يوضحه الجدول والشكلين

المواليين:

الجدول رقم 19: توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %	Ni التكرار التجمعي الصاعد
أعزب	58	58	100
متزوج	42	42	42
المجموع	100	100	/



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss

يتبين لنا من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلب السياح عزاب وعددهم 58 شخص أي بنسبة 58% تليها فئة المتزوجين وعددهم 42 بنسبة 42%، وهذا يدل أن أغلبية السياح عزاب وهذا راجع لأن أغلب أفراد العينة هم شباب أغلبهم غير متزوجين.

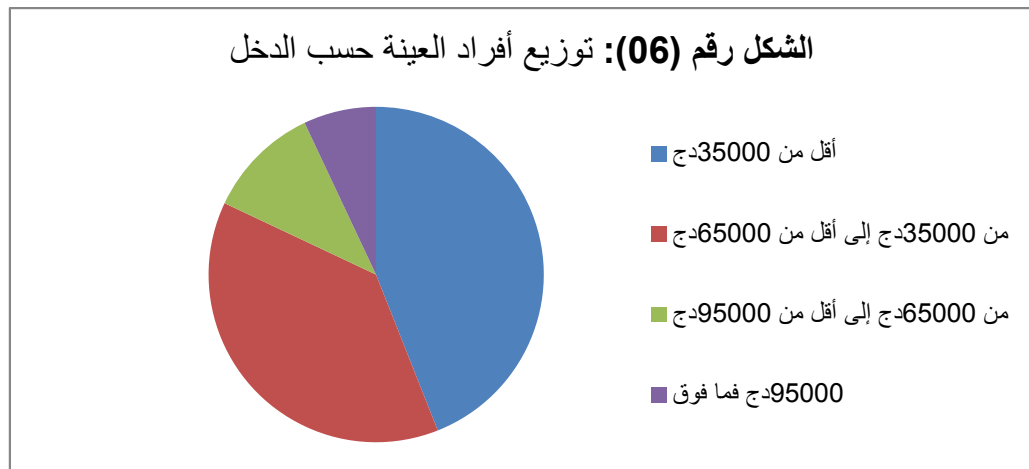
خامسا: توزيع أفراد العينة حسب الدخل

يمكن توضيح خصائص عينة الدراسة من حيث الدخل وفق ما يوضحه الجدول والشكل الموالين.

الجدول رقم (20): توزيع أفراد العينة حسب الدخل

الدخل	التكرار	النسبة %	Ni التكرار الصاعد	التجمعي
أقل من 35000 دج	44	44	100	
من 35000 دج إلى أقل من 65000 دج	38	38	56	
من 65000 دج إلى أقل من 95000	11	11	18	
95000 دج فما فوق	7	7	7	
المجموع	100	100	/	

الشكل رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب الدخل



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss

يتبين لنا من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلبية السياح الذين دخلهم الشهري أقل من 35000 دج حيث قدر عددهم بـ 44 شخص وبنسبة تقدر بـ 44% ثم نجد بعد ذلك من يمتلكون دخل من 35000 دج إلى أقل من 65000 دج والذين يقدر عددهم بـ 38 شخص بنسبة مقدارها 38% ثم أصحاب الدخل من 65000 دج إلى أقل من 95000 دج والذين يقدر عددهم بـ 11 شخص وبنسبة 11% وأخيرا

نجد ذوي الدخل من 95000 دج فما فوق وهم 7 أشخاص بنسبة 7% وهذا راجع أن أغلب أفراد العينة موظفون دخلهم أقل من 35000 دج.

III-2-2: عرض وتحليل بيانات القسم الثاني من الاستبانة

بعد توزيع الاستمارات على أفراد عينة الدراسة واسترجاعها ثم تفرغ إجاباتهم حول مختلف العبارات التي تضمنها في القسم الثاني ويتم عرض وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول القسم الثاني المتعلق بمعلومات حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل.

أولاً: اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات القسم الثاني

وقبل البدء في تحليل البيانات واختبار الفرضيات يتم أولاً إجراء اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الاستبانة الذي يعتبر من أهم التوزيعات الاحتمالية وأكثرهم استعمالاً ويستخدم للتحقق من خلو بيانات الدراسة من المشاكل الإحصائية التي قد تؤثر سلباً على نتائج اختبار فرضيات الدراسة، وقد تم إجراء اختبار كالمجروف- سمير نوف (Kolmogov- Smir nov) لاختبار ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، لمعرفة ما هي الاختبارات المناسبة للفرضيات¹، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي.

الجدول رقم (21): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

القسم الثاني	Kolmogov- Smir nov	القيمة الاحتمالية sig
معلومات حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل	0.765	0.603

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

واضح من الجدول أعلاه أن القيمة الاحتمالية لجميع محاور القسم الثاني من الاستبانة كانت أكبر من 0.05، حيث كانت القيمة الاحتمالية sig تساوي 0.603 وعليه يمكن اعتبار توزيع هذه البيانات (أراء أفراد العينة حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية) يتبع التوزيع الطبيعي وسيتم استخدام اختبارات المعلمية لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة.

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص260.

ثانيا: تحليل بيانات القسم الثاني من الاستبانة

لتحليل البيانات، تم استخدام اختبار t ، وهذا لمعرفة ما إذا كانت درجة الموافقة تزيد أم تنقص عن الدرجة المتوسطة، وأيضا يتم استخدام الوسط الحسابي، حيث سنقوم بتحديد قيمة t المحسوبة والقيمة الاحتمالية (sig) ومقارنتها مع مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، بافتراض الفرضيتين يتم قبول إحداها ورفض الأخرى بناء على النتائج والفرضيتين هما:

- **الفرضية الصفرية H_0 ($H_0 = 3$):** بمعنى أن توزيع إجابات المستجوبين منتظمة (متجانسة) أي تجانس في آراء أفراد العينة حول العبارات المختلفة للمحاور بمعنى أن درجة الموافقة لأفراد العينة حول العبارات متوسطة، وتقبل هذه الفرضية إذا كانت t المحسوبة أقل من t الجدولية، والقيمة الاحتمالية sig أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، بينما ترفض هذه الفرضية إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية، والقيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$

- **الفرضية البديلة H_1 ($H_1 > 3$):** يعني أن إجابات المستجوبين غير منتظمة بمعنى آخر درجة الموافقة لأفراد العينة على عبارات مرتفعة أو منخفضة وتقبل هذه الفرضية إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية والقيمة الاحتمالية sig أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، وترفض هذه الفرضية إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية والقيمة الاحتمالية (sig) أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، وفي حالة قبول هذه الفرضية فإننا سنعتمد على المتوسط الحسابي لمعرفة درجة الموافقة على كل عبارة حيث إذا كان المتوسط الحسابي أكبر من 3 درجة الموافقة مرتفعة، أما إذا كان المتوسط أقل من 3 فإن درجة الموافقة منخفضة.

1- بالنسبة للمحور الأول: (عرض الخدمة) حيث كانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (22): عرض وتحليل بيانات المحور الأول (عرض الخدمة)

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	معامل الاختلاف %	قيمة t	القيمة الاحتمالية
1	تجد أن خدمة النقل البري متوفرة بجيجل	3.71	29.487	*/6.487/	0.000
2	تجد سهولة في الحصول على خدمة النقل	3.49	34.097	/4.139/	0.000

0.019	/2.383/	36.990	3.29	تسمح لك شبكة النقل المستعملة بزيارة أي مكان تريده بجيجل	3
0.389	/-0.866/	43.944	2.89	سعر خدمة النقل يتناسب وجودتها	4
0.001	/-3.502/	46.472	2.58	تجد تنوع في وسائل النقل بجيجل	5

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

العبارة 01: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 6.487 أكبر t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا الوسط الحسابي يساوي 3.71 أكبر من 3 وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن آراء أفراد العينة حول وفرة خدمة النقل البري بولاية بجيجل كانت بدرجة موافقة مرتفعة.

العبارة 02: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 4.139 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 3.49 أكبر من 3 وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن آراء أفراد العينة حول سهولة الحصول على خدمة النقل كانت بدرجة موافقة مرتفعة.

العبارة 03: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 2.383 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.019 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض، والفرضية البديلة H_1 تقبل ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 3.29 أكبر من 3 وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة أي أن آراء أفراد العينة حول تغطية شبكة النقل كافية لزيارة أي مكان بجيجل كانت بدرجة موافقة مرتفعة.

العبارة 04: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 0.866 أقل من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.389 أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 تقبل والفرضية البديلة H_1 ترفض، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة متوسطة، أي أن آراء أفراد العينة حول تناسب سعر خدمة النقل وجودتها كانت بدرجة موافقة متوسطة.

العبارة 05: نلاحظ من الجدول أن قيمة T المحسوبة تساوي 3.502 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.001، أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل و لدينا المتوسط الحسابي يساوي 2.58 أقل من 3 وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول وجود تنوع في وسائل النقل بجيجل كانت بدرجة موافقة منخفضة.

2- بالنسبة للمحور الثاني: (الوصول للخدمة) حيث كانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي

الجدول رقم (23): عرض وتحليل بيانات المحور الثاني (الوصول للخدمة)

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	معامل الاختلاف %	قيمة t	القيمة الاحتمالية
6	يوجد دليل حول مقدمي خدمة النقل بالولاية	2.29	47.773	*/-6.487/	0.000
7	خدمة النقل متاحة لك متى أردت	2.81	45.943	/-1.479/	0.142
8	أماكن تقديم خدمة النقل معروفة	3.49	36.991	/3.796/	0.000
9	وسائل الاتصال لطلب خدمة النقل متوفرة	2.39	50.795	/-5.027/	0.000
10	تجد سهولة في الحجز	2.90	41.448	/-0.832/	0.407

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات الأفراد العينة ومخرجات برنامج spss

العبارة 06: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 6.487 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.29 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء العينة حول وجود دليل حول مقدمي خدمة النقل بالولاية كانت بدرجة منخفضة.

العبارة 07: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 1.479 أقل من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.142 أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية H_0 تقبل والفرضية البديلة H_1 ترفض، أي أن درجة الموافقة متوسطة.

العبارة 08: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 3.796 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، وعليه، فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض و الفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 3.49 أكبر من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة أي أن آراء الأفراد العينة حول معرفة أماكن تقديم خدمة النقل كانت بدرجة الموافقة مرتفعة.

العبارة 09: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 5.027 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 2.39 أصغر من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول توفر وسائل الاتصال لطلب خدمة النقل كانت بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 10: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 0.832 أقل من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.407 أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، وعليه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 تقبل والفرضية البديلة H_1 ترفض أي أن درجة الموافقة متوسطة.

3- بالنسبة للمحور الثالث (توفير المعلومات): حيث كانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي:

جدول رقم (24): عرض وتحليل بيانات المحور الثالث (توفير المعلومات)

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	معامل الاختلاف %	قيمة t	القيمة الاحتمالية
11	المعلومات حول البرامج السياحية متوفرة	2.32	43.706	/-6.707/	0.000
12	المعلومات حول البرامج السياحية تتميز بالمصداقية	2.59	41.119	/-3.851/	0.000
13	تصلك المعلومات حول الرحلات السياحية في الوقت المناسب	2.59	43.590	/-3.632/	0.000
14	المعلومات حول الرحلة السياحية متوفرة (الوجهة، أماكن، التوقف، وقت الانطلاق، والوصول،	3.09	39.320	/0.741/	0.461

				السفر، نوع التذكرة)	
0.006	/-2.794/	44.232	2.67	المعلومات حول تغيرات في الرحلة السياحية التي قد تحدث متوفرة (مثل معالجة، الشكاوي التعويض، الاقتراحات)	15

المصدر: اعداد الطالبين بالاعتماد على إجابات افراد العينة ومخرجات برنامج spss

العبارة 11: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 6.707 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.32 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول توفر المعلومات حول البرامج السياحية كانت بدرجة منخفضة.

العبارة 12: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 3.851 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.59 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول تميز المعلومات حول البرامج السياحية بالمصادقية كانت بدرجة منخفضة.

العبارة 13: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 3.632 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984، والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإنه الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.59 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة، أي أن آراء أفراد العينة حول وصول المعلومات حول الرحلات السياحية في الوقت المناسب كانت بدرجة منخفضة.

العبارة 14: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 0.741 أقل من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.461 أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، وعليه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 تقبل والفرضية البديلة H_1 ترفض، أي درجة الموافقة على العبارة متوسطة.

العبارة 15: نلاحظ الجدول أن t المحسوبة تساوي 2.794 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.006 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.67 أقل من 3 وعليه فإن

العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول توفر المعلومات حول التغيرات في الرحلات السياحية كانت بدرجة موافقة منخفضة.

4- بالنسبة للمحور الرابع (الاهتمام بالسائح): حيث كانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي:
الجدول رقم (25): عرض وتحليل البيانات المحور الرابع (الاهتمام بالسائح)

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	معامل الاختلاف	قيمة t	القيمة الاحتمالية
16	يتم الاستماع لانشغالاتك واقتراحاتك من قبل مقدمي خدمة النقل.	2.61	47.126	/-3.171/	0.002
17	يتم الاستجابة بسرعة لانشغالاتك من قبل مقدمي خدمة النقل.	2.45	48.326	/-4.646/	0.000
18	مقدمي خدمة النقل يتحلون بالأدب وحسن الخلق	3.36	36.994	/2.895/	0.005
19	مقدمي خدمة النقل مظهرهم لائق ومحترم	3.39	36.047	/3.192/	0.002
20	تشعر أن مقدمي خدمة النقل يسعون لبناء علاقات معك	2.70	44.407	/-2.514/	0.014

المصدر: إعداد الطالبين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

العبارة 16: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة 3.171 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.002 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإنه الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.61 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة، أي أن آراء أفراد العينة حول الاستماع لانشغالاتهم واقتراحاتهم من قبل مقدمي خدمات النقل كانت بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 17: نلاحظ من خلال الجدول أن t المحسوبة 4.646 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.45 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء الأفراد العينة حول الاستجابة بسرعة لانشغالاتهم من قبل مقدمي خدمة النقل كانت بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 18: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة 2.895 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.005 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.005$ ، وعليه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 3.36 أكبر من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة أي أن آراء أفراد العينة حول تحلي مقدمي خدمة النقل بالأدب وحسن الخلق كانت بدرجة موافقة مرتفعة.

العبارة 19: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة 3.192 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.002 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 3.39 أكبر من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة أي أن آراء الأفراد حول تحلي مقدمي خدمة النقل بمظهر لائق ومحترم كانت بدرجة موافقة مرتفعة.

العبارة 20: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة 2.514 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.014 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.70 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول شعور بسعي مقدمي خدمة النقل ببناء علاقات معهم كانت بدرجة موافقة منخفضة.

5- بالنسبة للمحور الخامس (الشعور بالأمن): حيث كانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (26): عرض وتحليل بيانات المحور الخامس (الشعور بالأمن)

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	معامل الاختلاف	قيمة t	القيمة الاحتمالية
21	تشعر بالأمان أثناء التكامل مع مقدمي خدمة النقل.	3.13	39.968	/1.045/	0.299
22	تشعر بالأمان من السرقة خلال تنقلك	2.90	45.551	/-0.761/	0.449
23	تشعر بالأمان من جودة وسيلة النقل المعتمدة	2.85	42.421	/-1.241/	0.218

24	تشعر بالأمان من طريقة القيادة خلال تنقلك.	3.15	39.111	/1.224/	0.224
25	تشعر بالاطمئنان حول وصولك للوجهة المقصودة	3.40	37.147	/3.166/	0.002

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج SPSS.

العبارة 21: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 1.045 أقل t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.299 أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومن حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 تقبل و الفرضية البديلة H_1 ترفض أي أن درجة الموافقة على هذه العبارة متوسطة.

العبارة 22: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 0.761 أقل من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.449 أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 تقبل و الفرضية البديلة H_1 ترفض أي أن درجة الموافقة على هذه العبارة متوسطة.

العبارة 23: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 1.241 أقل من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.218 أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 تقبل و الفرضية البديلة H_1 ترفض أي إن درجة الموافقة على هذه العبارة متوسطة.

العبارة 24: نلاحظ من الجدول أنه قيمة t المحسوبة تساوي 1.224 أقل من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.224 أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 تقبل و الفرضية البديلة H_1 ترفض أي أن درجة الموافقة على هذه العبارة متوسطة.

العبارة 25: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة يساوي 3.166 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.002 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض و الفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 3.40 أكبر من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة أي أن آراء أفراد العينة حول شعورهم بوصولهم إلى الجهة المقصودة كانت بدرجة موافقة مرتفعة.

6- بالنسبة للمحور السادس: (الشعور بالراحة والأمان): حيث كانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي.

الجدول (27): عرض وتحليل بيانات المحور السادس (الشعور بالراحة والأمان)

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	معامل الاختلاف	قيمة t	القيمة الاحتمالية
26	تشعر بمناخ مريح داخلية وسيلة النقل (التهوية، النظافة، الإنارة)	2.45	45.061	/-4.980/	0.000
27	تجد وسائل النقل المعتمدة بمقاييس جودة عالية	2.14	44.065	/-9.120/	0.000
28	تجد وسيلة النقل مجهزة كأجهزة ومعدات حديثة	2.10	48.095	/-8.910/	0.000
29	الأجهزة والمعدات داخل وسيلة النقل توفر لك الرفاهية والراحة المطلوبة.	2.33	50.558	/-5.631/	0.000
30	التصميم الداخلي لوسيلة النقل تشعرك بالرفاهية والراحة	2.52	45.277	/-4.206/	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على إجابات الأفراد العينة ومخرجات لبرنامج spss.

العبارة 26: نلاحظ من الجدول قيمة t المحسوبة تساوي 4.980 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.45 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول شعورهم بمناخ مريح داخل وسيلة النقل كانت بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 27: نلاحظ من الجدول قيمة t المحسوبة تساوي 9.120 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 وفي القيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، وعليه فإن حسب قاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.14 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول توفر وسائل النقل بمقياس جودة عالية كانت بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 28: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 8.910 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.10 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول توفر وسائل النقل مجهزة ومعدات حديثة كانت بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 29: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 5.613 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.33 أقل من 3 وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول الأجهزة والمعدات داخل وسيلة النقل توفر الراحة والرفاهية لهم كانت بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 30: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 4.206 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.52 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول شعورهم بالرفاهية وراحة من تصميم الداخلي لوسيلة النقل كانت بدرجة موافقة منخفضة.

7- بالنسبة للمحور السابع (مدة أداء الخدمة): حيث كانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (28): عرض وتحليل بيانات المحور السابع (مدة أداء الخدمة)

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	معامل الاختلاف	قيمة t	القيمة الاحتمالية
31	وقت الانتظار الحصول على خدمة النقل مقبول.	2.91	43.161	-0.717/ /	0.475
32	يتم احترام مواعيد انطلاق الرحلات المحددة.	3.39	38.171	/3.014/	0.003
33	يتم احترام مواعيد الوصول إلى الوجهة	3.43	35.714	/3.571/	0.001

				المقصودة	
0.114	/1.593/	39.218	3.20	مدة الانتظار في نقاط النزول والصعود مقبولة	34
0.021	/2.352/	37.659	3.29	محطات التوقف مناسبة للوجهة المقصودة	35

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

العبارة 31: من خلال الجدول نلاحظ أن t المحسوبة تساوي 0.717 أقل من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.475 أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، فمنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 تقبل و الفرضية البديلة H_1 ترفض أي أن درجة الموافقة على هذه العبارة متوسطة.

العبارة 32: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 3.014 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.003 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض و الفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 3.39 أكبر من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة أي أن آراء أفراد العينة حول احترام مواعيد انطلاق الرحلات المحددة كانت بدرجة موافقة مرتفعة.

العبارة 33: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 3.571 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.001 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 3.43 أكبر من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة أي أن آراء أفراد العينة حول احترام مواعيد الوصول إلى الوجهة المقصودة كانت بدرجة موافقة مرتفعة.

العبارة 34: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 1.593 أقل من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.114 أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإن تقبل الفرضية الصفرية H_0 تقبل و الفرضية البديلة H_1 ترفض أي أن درجة الموافقة على هذه العبارة متوسطة.

العبارة 35: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 2.352 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.021 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 3.29 أكبر من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة أي أن آراء أفراد العينة حول تناسب محطات التوقف مع الوجهة المقصودة كانت بدرجة موافقة مرتفعة.

8- بالنسبة للمحور الثامن (البيئة): حيث كانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي

الجدول رقم (29): عرض وتحليل بيانات المحور الثامن (البيئة)

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	معامل الاختلاف	قيمة t	القيمة الاحتمالية
36	الجو داخل وسيلة النقل نظيف غير ملوث (الروائح، الأوساخ، الغبار...).	2.69	47.769	/-2.413/	0.018
37	لا يوجد ازدحام كبير داخل وسيلة النقل المستخدمة.	2.21	51.810	/-6.845/	0.000
38	وسيلة النقل لا تصدر ضجيج مقلق لك.	2.42	50.248	/-4.770/	0.000
39	الاهتزازات التي تصدر عن وسيلة النقل خلا السير لا تزعجك.	2.57	50.778	/-3.296/	0.001
40	الجو داخل المحطات نظيف غير ملوث (الروائح، الغبار، الأوساخ...).	2.56	54.453	/-3.172/	0.002

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج SPSS.

العبارة 36: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 2.413 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.018 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا متوسط الحسابي 2.69 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول نظافة الجو داخل وسيلة النقل كانت بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 37: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 6.845 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل ولدينا المتوسط الحسابي 2.21 أقل من 3، وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول أنه لا يوجد ازدحام كبير داخل وسيلة النقل كانت بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 38: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 4.770 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا متوسط الحسابي 2.42 أقل من 3، وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول أنه لا يوجد لإصدار ضجيج مقلق من وسيلة النقل المعتمدة كانت بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 39: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 3.296 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.001 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي 2.57 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول عدم إزعاجهم من الاهتزازات التي تصدرها وسيلة النقل كانت بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 40: نلاحظ من الجدول أن t المحسوبة تساوي 3.172 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.002 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل ولدينا المتوسط الحسابي 2.56 أقل من 3 وعليه فإن العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة أي أن آراء أفراد العينة حول نظافة الجو داخل المحطات كانت بدرجة موافقة منخفضة.

III-2-3- اختبار فرضيات الدراسة:

بعد عرض وتحليل البيانات الشخصية وعرض وتحليل القسم الثاني من الاستبانة وتفسير النتائج المتوصل إليها، سيتم بناء على ما سبق اختبار فرضيات الدراسة من خلال مناقشة كل فرضية على حدة، بهدف معرفة درجة الموافقة للإجابة في النهاية على الإشكالية (ما مدى مساهمة النقل البري في تحسين

جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل)، وبلوغ أهداف الدراسة وعليه سيتم اختبار الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية المتمثلة في المتوسط الحسابي، اختبار T اختبار التباين الأحادي (ANOVA).

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية: تتمثل الفرضية الرئيسية فيما يلي:

مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل ضعيفة

وكانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (30): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

القرار	t الجدولية	t المحسوبة	القيمة الاحتمالية (Sig)	المتوسط الحسابي	الفرضية الرئيسية
إثبات	1.984	/-3.115/	0.002	2.8309	مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل ضعيفة

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 3.115 أكبر من t الجدولية التي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.002 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض و الفرضية البديلة H_1 تقبل، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي الذي يساوي 2.8309 أقل من 3، أي أن النقل البري يساهم في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل بدرجة منخفضة ومن هنا نصل إلى إثبات الفرضية الرئيسية أي أن مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل ضعيفة.

ثانياً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى: تتمثل الفرضية الفرعية الأولى فيما يلي:

- عرض خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيف.

وكانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (31): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

الفرضية	المتوسط الحسابي	القيمة الاحتمالية (Sig)	t المحسوبة	t الجدولية	القرار
عرض خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيف	3.1950	0.012	/2.568/	1.984	نفي

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 2.568 وهي أكبر من t الجدولية التي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.012 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 ترفض و الفرضية البديلة H_1 تقبل، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي الذي يساوي 3.1950 هو أكبر من 3 تبين لنا أن عرض خدمة للنقل البري للسياح بالولاية بدرجة موافقة مرتفعة، وهنا نصل إلى نفي الفرضية الفرعية الأولى أي أن عرض خدمة النقل البري للسياح بولاية جيجل مرتفع.

ثالثا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية: تتمثل الفرضية الفرعية الثانية فيما يلي:

- سهولة الوصول إلى خدمة النقل البري من طرف السياح بالولاية ضعيفة.

وكانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (32): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

الفرضية	المتوسط الحسابي	القيمة الاحتمالية (Sig)	t المحسوبة	t الجدولية	القرار
سهولة الوصول إلى خدمة النقل البري من طرف السياح بالولاية ضعيفة	2.7775	0.002	/-3.105/	1.984	إثبات

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 3.105 أكبر من t الجدولية التي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.002 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه وفقا لقاعدة القرار

الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي الذي يساوي 2.7775 هو أقل من 3 يتبين لنا أن سهولة الوصول إلى خدمة النقل البري من طرف السياح بالولاية بدرجة موافقة منخفضة وعليه نصل إلى إثبات الفرضية أي أن سهولة الوصول إلى خدمة النقل البري من طرف السياح بالولاية ضعيفة.

رابعا: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: تتمثل الفرضية الفرعية الثالثة فيما يلي:

- توفر المعلومات حول خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيفة.

وكانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (33): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

الفرضية	المتوسط الحسابي	القيمة الاحتمالية (Sig)	t المحسوبة	t الجدولية	القرار
توافر المعلومات حول خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيفة	2.6520	0.000	/-4.453/	1.984	إثبات

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 4.453 وهي أكبر من t الجدولية التي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه وفقا لقاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 ترفض و الفرضية البديلة H_1 تقبل ولدينا المتوسط الحسابي الذي يساوي 2.6520 أقل من 3 أي أن توفر المعلومات حول خدمة النقل البري للسياح بالولاية بدرجة موافقة ضعيفة، من هنا نصل إلى إثبات الفرضية الفرعية الثالثة، أي أن توفر المعلومات حول خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيفة.

خامسا: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: تتمثل الفرضية الفرعية الرابعة فيما يلي:

- شعور السياح بالاهتمام خلال تقديم خدمة النقل البري بالولاية ضعيف.

وكانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (34): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

القرار	t الجدولية	t المحسوبة	القيمة الاحتمالية (Sig)	المتوسط الحسابي	الفرضية
نفي	1.984	/-1.246/	0.216	2.9010	شعور السياح بالاهتمام خلال تقديم خدمة النقل البري بالولاية ضعيف

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 1.246 وهي أقل من t الجدولية التي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.216 أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه وفقا لقاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 تقبل و الفرضية البديلة H_1 ترفض، أي أن شعور السياح بالاهتمام خلال تقديم خدمة النقل البري كانت بدرجة موافقة متوسطة، ومن هنا نصل إلى نفي الفرضية الفرعية الرابعة، أي أن شعور السياح بالاهتمام خلال تقديم خدمة النقل البري بالولاية متوسط.

سادسا: اختبار الفرضية الفرعية الخامسة: تتمثل الفرضية الفرعية الخامسة فيما يلي:

- شعور السياح بالأمن أثناء استهلاك خدمة النقل البري بالولاية ضعيف.

وكانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (35): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

القرار	t الجدولية	t المحسوبة	القيمة الاحتمالية (Sig)	المتوسط الحسابي	الفرضية
نفي	1.984	/0.899/	0.371	3.0780	شعور السياح بالأمن أثناء استهلاك خدمة النقل البري بالولاية ضعيف

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 0.899 أقل من t الجدولية التي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.371 أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، وفقا لقاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 تقبل والفرضية البديلة H_1 ترفض، تبين لنا أن شعور السياح بالأمن أثناء استهلاك

خدمة النقل البري بالولاية كان بدرجة موافقة متوسطة، من هنا نصل إلى نفي الفرضية الفرعية الخامسة أي أن شعور السياح بالأمن أثناء استهلاك خدمة النقل البري بالولاية متوسط.

سابعاً: اختبار الفرضية الفرعية السادسة: تتمثل الفرضية الفرعية السادسة فيما يلي:

- شعور السياح بالرفاهية والراحة أثناء استهلاك خدمة النقل البري بالولاية ضعيف.

وكانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (36): نتائج اختبار الفرضية الفرعية السادسة

الفرضية	المتوسط الحسابي	القيمة الاحتمالية (Sig)	t المحسوبة	t الجدولية	القرار
شعور السياح بالرفاهية والراحة أثناء استهلاك خدمة النقل البري بالولاية ضعيف.	2.3100	0.000	/-8.232/	1.984	إثبات

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 8.232 أكبر من t الجدولية التي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، وفقاً لقاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 2.3100 أقل من 3 أي أن شعور السياح بالراحة والرفاهية أثناء استهلاك خدمة النقل البري بالولاية بدرجة موافقة ضعيفة، وهنا نصل إلى إثبات الفرضية الفرعية السادسة، أي أن شعور السياح بالراحة والرفاهية أثناء استهلاك خدمة النقل البري بالولاية ضعيف.

ثامناً: اختبار الفرضية الفرعية السابعة: تتمثل الفرضية الفرعية السابعة فيما يلي:

- احترام الوقت خلال تقديم خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيف

وكانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (37): نتائج اختبار الفرضية الفرعية السابعة

الفرضية	المتوسط الحسابي	القيمة الاحتمالية (Sig)	t المحسوبة	t الجدولية	القرار
احترام الوقت خلال تقديم خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيف.	3.2450	0.003	/3.028/	1.984	نفي

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 3.028 أكبر من t الجدولية التي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.003 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، وفقا لقاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 3.2450 أكبر من 3 أي احترام الوقت خلال تقديم خدمة النقل البري للسياح بالولاية بدرجة موافقة مرتفعة، ومن هنا نصل إلى نفي الفرضية الفرعية السابعة، أي أن احترام الوقت خلال تقديم خدمة النقل البري للسياح بالولاية مرتفع.

تاسعا: اختبار الفرضية الفرعية الثامنة: تتمثل الفرضية الفرعية الثامنة فيما يلي:

- احترام البيئة خلال تقديم خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيف.

وكانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (38): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثامنة

الفرضية	المتوسط الحسابي	القيمة الاحتمالية (Sig)	t المحسوبة	t الجدولية	القرار
احترام البيئة خلال تقديم خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيف.	2.4890	0.000	/-5.601/	1.984	إثبات

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 5.601 أكبر من t الجدولية التي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية (sig) 0.000 أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، وفقا لقاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 2.4890 أقل

من 3 أي احترام البيئة خلال تقديم خدمة النقل البري للسياح بالولاية بدرجة موافقة ضعيفة، ومن هنا نصل إلى إثبات الفرضية الفرعية الثامنة، أي أن احترام البيئة خلال تقديم خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيف.

تاسعا: اختبار الفرضية الفرعية الثامنة

تم استخدام في هذا الاختبار:

- t-test

- المتوسط الحسابي.

- تحليل التباين الأحادي (ANOVA) يعرف أيضا باختبار F لمعرفة دلالة الفروق في إجابة أفراد العينة على عبارات الفرضية، ويشتمل هذا الاختبار على المقارنة بين قيمة F المحسوبة وقيمة F الجدولية عند مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ¹، بافتراض الفرضيتين H_0 , H_1 ، حيث يتم قبول إحداها ورفض الأخرى بناء على النتائج، والفرضيتان هما:

* H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من السياح بولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الدخل).

* H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الدخل).

وللتحقق من قبول الفرضية البديلة H_1 أو قبول الفرضية الصفرية H_0 أي بمعنى التحقق من وجود أو عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية، للمتغيرات الشخصية، حيث تم تقسيم الفرضية التاسعة إلى فرضيات فرعية أخرى بناء على كل متغير من المتغيرات الشخصية كما يلي:

¹ سفيان فنيط، مرجع سبق ذكره، ص ص262، 263.

1- بالنسبة لمتغير الجنس: تقسم الفرضية الفرعية التاسعة بالنسبة لمتغير الجنس إلى الفرضيتين التاليتين:

- الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير الجنس.

- الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير الجنس.

حيث كانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (39): نتائج اختبار الفروق لمتغير الجنس

القيمة الحالية	قيمة T	القيمة الاحتمالية		الفرضية
		أنثى	المتوسط ذكر	
0.660	/0.907/	2.7776	2.8764	توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول خدمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير الجنس.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج SPSS.

يتضح من الجدول أعلاه أن القيمة الإحتمالية $Sig=0.660$ وهي أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ويعني هذا يعني وجود تجانس بين المتغيرين (ذكر، أنثى) أي لا توجد فروق في الآراء بين الجنسين حيث كانت قيمة T المحسوبة تساوي 0.907 أقل من T الجدولية والتي تساوي 1.984، وفقا لقاعدة القرار فإنها نقبل الفرضية الصفرية H_0 ، ونرفض الفرضية البديلة H_1 ومن هنا نصل إلى نفي الفرضية الفرعية التاسعة أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء

عينة من سياح ولاية جيجل حول مساهمة خدمة النقل البري في تحسين جودة الخدمات السياحية تعزى لمتغير الجنس.

2- بالنسبة لمتغير السن: تقسم الفرضية التاسعة بالنسبة لمتغير السن إلى فرضيتين هما:

Ho: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير السن.

H1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير السن.

حيث كانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (40): نتائج اختبار الفرق لمتغير السن

القيمة الاحتمالية	F المحسوبة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الفرضية
0.124	1.970	0.564	3	1.691	بين المجموعات	توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$
		0.286	96	27.470	داخل المجموعات	بين آراء من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير السن.
			99	29.161	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج SPSS.

باعتقاد على جدول فيشر نجد أن F الجدولية تساوي 2.70.

من الجدول أعلاه نلاحظ أن F المحسوبة تساوي 1.970 أصغر من F الجدولية والتي تساوي 2.70 والقيمة الاحتمالية Sig= 0.124 وهي أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، وهذا يعني أن تلك الفروق ليس دالة إحصائية، وعليه وفقا لقاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 تقبل ونرفض الفرضية البديلة H_1 ومن هنا نصل إلى نفي الفرضية الفرعية التاسعة أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند

مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من السياح بولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير السن.

3- بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي:

تقسم الفرضية الفرعية التاسعة بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي إلى فرضيتين هما:

H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

حيث كانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (41): نتائج اختبار الفرق لمتغير المستوى التعليمي

الفرضية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	القيمة الاحتمالية
توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير المستوى التعليمي.	بين المجموعات	2.497	3	0.832	2.997	0.035
	داخل المجموعات	26.664	96	0.278		
	المجموع	29.161	99			

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج SPSS.

F الجدولية تساوي 2.70.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن F المحسوبة 2.997 وهي أكبر من F الجدولية والتي تساوي 2.70 والقيمة الاحتمالية $\text{Sig} = 0.035$ وهي أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، وهذا يعني أن

تلك الفروق ذات دلالة إحصائية، وفقا لقاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة البديلة H_1 تقبل، من هنا نصل إلى إثبات الفرضية الفرعية التاسعة أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من السياح بولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

4- بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية:

تقسم الفرضية الفرعية التاسعة بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية إلى فرضيتين هما:

H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

حيث كانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (42): نتائج اختبار الفرق لمتغير الحالة الاجتماعية.

الفرضية	الوسط الحسابي	قيمة T	القيمة الاحتمالية (Sig)
توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.	أعزب	0.358	0.892
	متزوج	2.8080	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج SPSS.

يتضح من الجدول أعلاه أن $\text{Sig}=0.892$ القيمة الاحتمالية أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، وهذا يعني وجود تجانس بين المتغيرين (أعزب، متزوج) أي لا توجد فروق في الآراء بين

المتغيرين، حيث كانت قيمة T المحسوبة تساوي 0.358 أقل من t الجدولية التي تساوي 1.984 وبالتالي حسب قاعدة القرار الفرضية الصفرية H0 تقبل والفرضية البديلة H1 ترفض ومن هنا نصل إلى نفي الفرضية الفرعية التاسعة أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من السياح بولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

5- بالنسبة لمتغير الدخل: تقسم الفرضية الفرعية التاسعة بالنسبة لمتغير الدخل إلى الفرضيتين التاليتين:

- الفرضية الصفرية H0: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير الدخل.

- الفرضية البديلة H1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير الدخل.

حيث كانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (43): نتائج اختبار الفرق لمتغير الدخل.

الفرضية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F المحسوبة	القيمة الاحتمالية
توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء من السياح لولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير الدخل.	بين المجموعات	0.105	3	0.035	0.116	0.951
	داخل المجموعات	29.055	96	0.303		
	المجموع	29.161	99			

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة F المحسوبة تساوي 0.116 أصغر من F الجدولية والتي تساوي 2.70 والقيمة الاحتمالية 0.951 أكبر من $\alpha = 0.05$ ، وعليه وفقا لقاعدة القرار الفرضية الصفرية H0 تقبل والفرضية البديلة H1 ترفض، ومن هنا نصل إلى نفي الفرضية الفرعية التاسعة أي لا

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من السياح بولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير الدخل.

خلاصة:

من خلال دراستنا التطبيقية والتي خصصت لدراسة دور النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل قمنا في بداية الفصل بتعريف لعناصر الدراسة الميدانية وتوضيح الطريقة والإجراءات والأدوات اللازمة لإجراء تحليل الدراسة، وانتقلنا إلى عرض وتحليل الاستبانة التي شملت على قسمين قسم متعلق بالبيانات الشخصية وقسم خاص بمعلومات حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل، إذ توصلنا إلى مجموعة من النتائج حيث كانت نتائج هذا الاستبيان أن أغلب السياح أرائهم سلبية حول خدمات النقل بولاية جيجل، ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن للنقل دور فعال في تحسين جودة الخدمة السياحية.

خاتمة

تم الوصول إلى عدة نتائج من هذه الدراسة سواء من قسمها النظري أو من قسمها التطبيقي، كما تم تقديم عدة اقتراحات حول موضوع الدراسة تساعد في زيادة مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل، كما تم اقتراح مواضيع بحث مستقبلية للباحثين الذين يريدون البحث في مواضيع لها علاقة بهذا البحث، وعليه تضمنت الخاتمة ما يلي:

✓ النتائج النظرية:

- يشكل قطاع النقل أهم القطاعات الخدمية التي تتساند وتتكامل مع القطاعات الأخرى كالصناعة والزراعة والسياحة وغيرها.
- يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات المرتبطة بقطاع النقل حيث أن العلاقة بين القطاعين طردية، وكلما تطور قطاع النقل أسهم ذلك بشكل مباشر بتطور وازدهار الصناعة السياحية.
- يعد النقل من أهم العناصر التي تطلبها فعاليات الإنسان لمختلف تطوراتها سواء بحثنا عن مصادر العيش أو التنقل من مكان لآخر.
- تخطيط النقل يمثل أحد أهم المفاتيح التي تبنى عليها الدولة دعائمها وركائزها من أجل الوصول إلى مستوى راق ومتحضر، كذلك تعتبر أحد المعايير والمؤشرات الدالة على مستوى التنمية.
- تعتبر السياحة القمة الأعلى في العالم اليوم والتي تسعى معظم الدول للوصول إليها رغم أنها أقطاع حساس.
- إن جودة الخدمات السياحية تعتبر مقياس التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة لسياح ليقابل توقعاتهم.
- يعد النقل أحد الموارد السياحية من جانب وعامل اقتصادي من جانب آخر.
- توفر وتطور وسائل النقل يؤدي إلى تحسين جودة الخدمة السياحية ويساعد على تنمية العديد من المناطق السياحية.

✓ النتائج التطبيقية:

- مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل ضعيف وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرئيسية.
- عرض خدمة النقل البري للسياح بالولاية مرتفع وهذا ما ينفي الفرضية الفرعية الأولى.
- سهولة الوصول إلى خدمة النقل البري من طرف السياح بالولاية ضعيف جدا وهذا ما يثبت الفرضية الفرعية الثانية.
- توفر المعلومات حول خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيف وهذا ما يثبت الفرضية الفرعية الثالثة.
- شعور السياح بالاهتمام خلال تقديم خدمة النقل البري بالولاية مرتفع، هذا ما ينفي الفرضية الفرعية الرابعة.
- شعور السياح بالأمن أثناء استهلاك خدمة النقل البري بالولاية مرتفع هذا ما ينفي الفرضية الفرعية الخامسة.
- شعور السياح بالراحة والرفاهية أثناء استهلاك خدمة النقل البري بالولاية ضعيف هذا ما يثبت الفرضية الفرعية السادسة.
- احترام الوقت خلال تقديم النقل البري للسياح بالولاية مرتفع هذا ما ينفي الفرضية الفرعية السابعة.
- احترام البيئة خلا تقديم خدمة النقل البري للسياح بالولاية ضعيف هذا ما يثبت الفرضية الفرعية الثامنة.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية ، وهذا ما ينفي الفرضية الفرعية التاسعة بالنسبة لمتغير الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، الدخل.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، وهذا ما يثبت الفرضية الفرعية التاسعة بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي.

✓ الاقتراحات:

- توفير تشكيلة من الوسائل ذات المستوى العالي في الخدمة وتزويدها بوسائل ترفيه قصد تحسين رفاهية السائح.
- تزويد المناطق السياحية بالمرشدين.
- إعادة تهيئة وتزويد الأماكن السياحية بمحطات النقل التي تساهم في الوصول إليها.
- تطبيق الأنظمة والتقنيات الحديثة بوسائل النقل قصد تحسين الخدمة وذلك لتسهيل عملية تنقل السائح.
- محاولة تحسين مستوى الخدمات بوسائل النقل من خلال توفير بعض عناصر الرفاهية والمتمثلة في النظافة.
- غرس روح الثقافة السياحية ذلك أن الاحتكاك بين الأفراد والثقافات يساهم في تعزيز الثقافة بين الأفراد.
- وضع مخططات وبرامج استراتيجية للنقل يتعلق بالمدى المتوسط والطويل.
- تميم العنصر البشري وإعطائه الأهمية اللازمة وإشراكه في اتخاذ القرارات، وهذا بتكوين معاهد ومدارس خاصة في النقل السياحي.
- العمل على الإسراع في إنجاز البنية التحتية اللازمة وتحسين وسائل النقل السياحي بأنواعها والعمل على التنسيق بين وزارتي النقل والسياحة
- تسهيل حركة المرور عن طريق فتح مسالك وطرق جديدة.

✓ آفاق الدراسة: مواضيع البحث المستقبلية التي تم اقتراحها كما يلي:

- دور خدمات النقل السياحي البحري في تنشيط قطاع السياحة بولاية جيجل.
- تأثير جودة خدمات النقل في تنشيط الحركة السياحية من وجهة نظر الوكالات.

قائمة المراجع

المراجع:

1- المراجع باللغة العربية

1-1 - الكتب:

- 1- أحمد سلمان، سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق، الإدارة العامة، بدون دار نشر، بدون طبعة، الرياض السعودية، 2000.
- 2- آسيا محمد الأنصاري وآخرون إدارة المنشأة السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2002.
- 3- السيسي ماهر عبد الخالف، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية للنشر، ط1، القاهرة، مصر 2001.
- 4- خيضر كاظم محمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار السميرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2007.
- 5- ردينة عثمان يوسف، إدارة خدمات النقل الجوي، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009.
- 6- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج لنشر والتوزيع، ط2. الأردن، 2010.
- 7- سراب إلياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار السميرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2002.
- 8- سعيد عبده، جغرافيا النقل مغزاها ومرماها، مكتبة أنجلو المصرية، ط1، مصر، 2007.
- 9- شريف محمد ماهر، تخطيط النقل وسياسته، الدار الجامعية للنشر، ب ط، الإسكندرية، مصر 2006.
- 10- عادل عبد الغني محسوب، الاقتصاد الحضري، بدون دار نشر، ب ط، الجزائر 2008.
- 11- عبد الكريم حافظ، إدارة الفندقية والسياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
- 12- عثمان محمد غنيم، التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2003.

- 13- قاسم نايف علوان المعياوي، إدارة الجودة في الخدمات، دار الشروق للنشر، ط1، عمان، 2006.
- 14- مأمون الدراركة، إدارة الجودة الشاملة، دار الصفاء للنشر والتوزيع والطباعة، ط2، عمان 2002.
- 15- محمد الطائي، إدارة الفنادق السياحية، دار كنوز للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.
- 16- محمد جاسم شعبان العاني، التخطيط الإقليمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010.
- 17- محمد عبد السلام عمار، قسم الجغرافيا- أدب، بدون دار النشر، ب ط، الأبيار- الجزائر، 2009-2010.
- 18- محمد عبيدات، تسويق سياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2005.
- 19- ناصر دادي عدون، الإدارة والتخطيط الإستراتيجي، ديوان المطبوعات، ب ط، الجزائر، 2010.
- 20- يسرية فراخ، محمد فراخ إدارة النقل قضايا الحاضر وتوجهات المستقبل، ط1، جامعة جـلوان 20003.
- 1- 2- الرسائل الجامعية:
- 21- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون رقم 88- 17 يتضمن توجيه النقل البري وتنظيمه الجزائر- 1988، العدد 19.
- 22- بلعابد نـجاة، نـمدجة عملية الطلب والعرض على الخدمات السياحية رسالة لنيل شهادة الدكتوراه وتخصص تسيير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان الجزائر، 2015- 2016.
- 23- روابحي سناء، النمو الحضري وعلاقته بمشكلات النقل الحضري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير تخصص علم الاجتماع الحضري، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة بالجزائر، 2008- 2009.

- 24- زهير بوعكريف التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة، مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة- الجزائر 2012.
- 25- سكمال ريمة، السلطة التنظيمية للنقل الحضري ودورها في تحسن أداء نظام النقل الحضري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخطيط النقل والإمداد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة- الجزائر - 2010 - 2011.
- 26- سلكي عبد الوحيد، دور النقل الحضري في التنمية السياحية، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص تسيير التقنيات الحضرية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، باتنة الجزائر، 2014.
- 27- سيان فنيط، تحليل إدارة المشاريع الاستثمارية العمومية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، كلية علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة الجزائر، 2016 - 2017.
- 28- عبد القادر هدير، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطويرها، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد وتسيير السياحة، كلية العلوم الاقتصادية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.
- 29- عمار العيساني، الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة، رسالة دكتوراه، تخصص اقتصاد وتسيير السياحة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر 2010.
- 30- فتيحة حبش، إدارة الجودة الشاملة، مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص اقتصادية كمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة قسنطينة- الجزائر 2007.
- 31- فضيل بوجلال للتخطيط النقل ودوره في تسويق المدنية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث تخصص اقتصاد النقل والإمداد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر 2016 - 2017.

32- لامية عبد الله، خدمة النقل الحضري والجامعي وعلاقتها بالبعد الاقتصادي والتنمية المستدامة مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد النقل والإمداد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2010-2011.

33- هنودة مهنة، دراسة المناطق الحبيسة في الأوساط الحضرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص النقل والإمداد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الحاج لخضر باتنة- الجزائر 2010-2011.

34- شاكر بلخضر، دراسة استطلاعية للقطاع الحضري ترامواي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص النقل والإمداد، كلية العلوم - الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر 2011.

1- 3- مراجع أخرى (الجرائد والمقالات والمجالات):

35- إبراهيم نطاظو، أحمد المعايرة، تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 4، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2010.

36- أحمد كاظم برنس، بشار عباس الصبري، أثر المزيج الترويجي للخدمات السياحية في تحقيق رضا الزبون، مجلة جامعة أهل البيت العدد 04، العراق 2006.

37- بوقليع نبيل، نفروت محمد، دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في شمال إفريقيا، الملتقى الوطني الأول حول السياحة، الجزائر 2010.

38- حدة ريوح وآخرون، دور خدمات النقل البري والجوي في تنشيط وتنمية الحركة السياحية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 6 جامعة قاصدي مرباح ورقلة- الجزائر - 2017.

39- زرواط فاطمة الزهراء، ملاحى رقية، أثر غياب الجودة في تحقيق الميزة التنافسية للخدمة السياحية المجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية العدد 4، جامعة الشلف، الجزائر، 2013.

40 سعد عبد الرحمان القاضي، الرؤية المستقبلية لضمان الجودة في السياحة في المملكة العربية السعودية، ملتقى الجودة الأول المنطقة عسير 2004.

- 41- عبد الصمد سعودي وآخرون، دور النقل السياحي في تنشيط وتفعيل القطاع السياحي، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد الأول، جامعة عباس الغرور خنشلة، الجزائر، 2017.
- 42- نادية بوشاشية، نوري منير، جودة الخدمة السياحية وأثرها على تعزيز ولاء السائح، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 18، جامعة الشلف- الجزائر 2017.
- 43- نجوى حبة، وديعة حبة، الثقافة السياحية كأداة للنهوض بالاقتصاد السياحي، مداخلة صنف المتلقي الوطني الدولي، اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المتزامنة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر 2010.

1- 4- المراجع الأجنبية:

- 44- jequ pierre lozoto, mickel Balfet, management de tourisme, systeme de production et strategie 2^{eme} édition, 2007.
- 45- lood litma., introduction to multin nodal transportation planning principler and pratrices, victoria transport policy instituo, 2014.
- 46- T sa qbellen frschot, patrich, le morketing du tsrisme, puned, paris, 2007.
- 47- the transportation plammg percess : Key lessuer.

الملاحق

قسم: العلوم التجارية
تخصص: تسويق فندقي وسياحي

استمارة بحث:

في إطار إعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة ماستر تسويق فندقي وسياحي، يشرفنا أن نتقدم إليكم باستقصاء حول دور النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل.

نرجو منكم التكرم بتقديم آراءكم حول فقرات الاستبيان المرفق بدقة وموضوعية، كما نحيطكم علما بأن جميع المعلومات المقدمة ستحظى بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

نشكر لكم تعاونكم واهتمامكم وتقبلوا منا أسى عبارات التقدير والاحترام.

إشراف الأستاذ:

د/ فنيط سفيان

إعداد الطالبتين:

❖ بوخونة نوال

❖ قميح فايزة

القسم الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: أقل من 25 سنة من 25 إلى أقل من 40 سنة
- من 40 إلى أقل من 55 سنة 55 سنة فأكثر
- 3- المستوى التعليمي:
- متوسط أو أقل ثانوي جامعي دراسات عليا
- 4- الحالة الاجتماعية:
- أعزب متزوج
- 5- الدخل:
- أقل من 35.000.00 دج من 35.000.00 إلى أقل من 65.000.00
- من 65.000.00 إلى أقل من 95.000.00 95.000.00 دج فما فوق

القسم الثاني: معلومات حول مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل.

الأبعاد	الترتيب	العبارة	درجة الموافقة			
			موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق
معلومات حول عرض الخدمة	1	- تجد أن خدمة النقل البري متوفرة بجيجل.				
	2	- تجد سهولة في الحصول على خدمة النقل.				
	3	- تسمح لك شبكة النقل المستعملة بزيارة أي مكان تريده بجيجل.				
	4	- سعر خدمة النقل يتناسب وجودتها.				
	5	- تجد تنوع في وسائل النقل بجيجل.				
سهولة الوصول للخدمة	6	- يوجد دليل حول مقدمي خدمة النقل بالولاية.				
	7	- خدمة النقل متاحة لك متى أردت.				
	8	- أماكن تقديم خدمة النقل معروفة.				
	9	- وسائل الاتصال لطلب خدمة النقل متوفرة.				
	10	- تجد سهولة في الحجز.				
توفر المعلومات	11	- المعلومات حول البرامج السياحية متوفرة				
	12	- المعلومات حول البرامج السياحية تتميز بالمصداقية.				
	13	- تصلك المعلومات حول الرحلات السياحية في الوقت المناسب.				
	14	- المعلومات حول الرحلة السياحية متوفرة (الوجهة، أماكن التوقف، وقت الانطلاق والوصول، السعر، نوع التذكرة).				
	15	- المعلومات حول التغييرات في الرحلة السياحية التي قد تحدث متوفرة (مثل معالجة				

					الشكاوي، التعويض، الاقتراحات).	
					16 - يتم الاستماع لانشغالاتك واقتراحاتك من قبل مقدمي خدمة النقل.	الاهتمام بالسباح
					17 - يتم الاستجابة بسرعة لانشغالاتك من قبل مقدمي خدمة النقل.	
					18 - مقدمي خدمة النقل يتحلون بالأدب وحسن الخلق.	
					19 - مقدمي خدمة النقل مظهرهم لائق ومحترم.	
					20 - تشعر أن مقدمي خدمة النقل يسعون لبناء علاقات معك.	
					21 - تشعر بالأمان أثناء التعامل مع مقدمي خدمة النقل.	الشعور بالأمن
					22 - تشعر بالأمان من السرقة خلال تنقلك.	
					23 - تشعر بالأمان من جودة وسيلة النقل المعتمدة.	
					24 - تشعر بالأمان من طريقة القيادة خلال تنقلك.	
					25 - تشعر بالاطمئنان حول وصولك للوجهة المقصودة.	
					26 - تشعر بمناخ مريح داخل وسيلة النقل (التهوية، النظافة، الإثارة).	الشعور بالرفاهية والراحة
					27 - تجد وسائل النقل المعتمدة بمقاييس جودة عالية.	
					28 - تجد وسيلة النقل مجهزة بأجهزة ومعدات حديثة.	
					29 - الأجهزة والمعدات داخل وسيلة النقل توفر لك الرفاهية والراحة المطلوبة.	

					30 - التصميم الداخلي لوسيلة النقل يشعرك بالرفاهية والراحة.	
					31 - وقت انتظار الحصول على خدمة النقل مقبول.	مدة أداء الخدمة
					32 - يتم احترام مواعيد انطلاق الرحلات المحددة.	
					33 - يتم احترام مواعيد الوصول إلى الوجهة المقصودة.	
					34 - مدة الانتظار في نقاط النزول والصعود مقبولة.	
					35 - محطات التوقف مناسبة للوجهة المقصودة.	
					36 - الجو داخل وسيلة النقل نظيف غير ملوث (الروائح، الغبار، الأوساخ...).	النظافة
					37 - لا يوجد ازدحام كبير داخل وسيلة النقل المستخدمة.	
					38 - وسيلة النقل لا تصدر ضجيج مقلق لك.	
					39 - الاهتزازات التي تصدر عن وسيلة النقل خلال السير لا تزعجك.	
					40 - الجو داخل المحطات نظيف غير ملوث (الروائح، الغبار، الأوساخ...).	

الملحق رقم (02): الأساتذة المحكمين

قائمة الأساتذة المحكمين

الإمضاء	التخصص	الاسم واللقب	الرقم
	تسويق	حمودة سامي	01
	تسويق	بوميمز فيصل	02
	تسويق	بوالعسل سامية	03

الملحق رقم 03: معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الأول من الاستبانة و الدرجة الكلية للمحور نفسه

Corrélations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5
Q1	Corrélation de Pearson	1	,886**	,531*	,614**	,722**
	Sig. (bilatérale)		,000	,016	,004	,000
	N	20	20	20	20	20
Q2	Corrélation de Pearson	,886**	1	,450*	,494*	,614**
	Sig. (bilatérale)	,000		,047	,027	,004
	N	20	20	20	20	20
Q3	Corrélation de Pearson	,531*	,450*	1	,622**	,752**
	Sig. (bilatérale)	,016	,047		,003	,000
	N	20	20	20	20	20
Q4	Corrélation de Pearson	,614**	,494*	,622**	1	,655**
	Sig. (bilatérale)	,004	,027	,003		,002
	N	20	20	20	20	20
Q5	Corrélation de Pearson	,722**	,614**	,752**	,655**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,004	,000	,002	
	N	20	20	20	20	20
عرض الخدمة	Corrélation de Pearson	,910**	,846**	,777**	,785**	,881**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	20	20	20	20	20

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

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

الملحق رقم 04: معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه

Corrélations

		Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
Q6	Corrélacion de Pearson	1	,234 [*]	,077	,287 ^{**}	,107
	Sig. (bilatérale)		,020	,446	,004	,291
	N	100	99	100	100	100
Q7	Corrélacion de Pearson	,234 [*]	1	,043	,298 ^{**}	,248 [*]
	Sig. (bilatérale)	,020		,672	,003	,013
	N	99	99	99	99	99
Q8	Corrélacion de Pearson	,077	,043	1	,006	,357 ^{**}
	Sig. (bilatérale)	,446	,672		,955	,000
	N	100	99	100	100	100
Q9	Corrélacion de Pearson	,287 ^{**}	,298 ^{**}	,006	1	,166
	Sig. (bilatérale)	,004	,003	,955		,100
	N	100	99	100	100	100
Q10	Corrélacion de Pearson	,107	,248 [*]	,357 ^{**}	,166	1
	Sig. (bilatérale)	,291	,013	,000	,100	
	N	100	99	100	100	100
الوصول للخدمة	Corrélacion de Pearson	,553 ^{**}	,631 ^{**}	,524 ^{**}	,594 ^{**}	,636 ^{**}
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	99	100	100	100

** . La corrélacion est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélacion est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

الملحق رقم 05: معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثالث من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه

Corrélations

		Q11	Q12	Q13	Q14	Q15
Q11	Corrélation de Pearson	1	,282**	,345**	,157	,266**
	Sig. (bilatérale)		,004	,000	,119	,007
	N	100	100	100	100	100
Q12	Corrélation de Pearson	,282**	1	,405**	,357**	,365**
	Sig. (bilatérale)	,004		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Q13	Corrélation de Pearson	,345**	,405**	1	,417**	,390**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Q14	Corrélation de Pearson	,157	,357**	,417**	1	,535**
	Sig. (bilatérale)	,119	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Q15	Corrélation de Pearson	,266**	,365**	,390**	,535**	1
	Sig. (bilatérale)	,007	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100
توفر المعلومات	Corrélation de Pearson	,565**	,684**	,737**	,731**	,750**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100

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

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

الملحق رقم(6): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الرابع من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه

Corrélations

		Q16	Q17	Q18	Q19	Q20
Q16	Corrélation de Pearson	1	,600**	,344**	,216*	,047
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,031	,643
	N	100	100	100	100	99
Q17	Corrélation de Pearson	,600**	1	,417**	,248*	,108
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,013	,289
	N	100	100	100	100	99
Q18	Corrélation de Pearson	,344**	,417**	1	,625**	-,010
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,926
	N	100	100	100	100	99
Q19	Corrélation de Pearson	,216*	,248*	,625**	1	,239*
	Sig. (bilatérale)	,031	,013	,000		,017
	N	100	100	100	100	99
Q20	Corrélation de Pearson	,047	,108	-,010	,239*	1
	Sig. (bilatérale)	,643	,289	,926	,017	
	N	99	99	99	99	99
الاهتمام بالسياح	Corrélation de Pearson	,677**	,723**	,733**	,715**	,418**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	99

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

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

الملحق رقم(7): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الخامس من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه

Corrélations

		Q21	Q22	Q23	Q24	Q25
Q21	Corrélation de Pearson	1	,277**	,311**	,324**	,311**
	Sig. (bilatérale)		,006	,002	,001	,002
	N	99	98	99	98	99
Q22	Corrélation de Pearson	,277**	1	,379**	,350**	,080
	Sig. (bilatérale)	,006		,000	,000	,429
	N	98	99	99	98	99
Q23	Corrélation de Pearson	,311**	,379**	1	,534**	,317**
	Sig. (bilatérale)	,002	,000		,000	,001
	N	99	99	100	99	100
Q24	Corrélation de Pearson	,324**	,350**	,534**	1	,476**
	Sig. (bilatérale)	,001	,000	,000		,000
	N	98	98	99	99	99
Q25	Corrélation de Pearson	,311**	,080	,317**	,476**	1
	Sig. (bilatérale)	,002	,429	,001	,000	
	N	99	99	100	99	100
الشعور بالامن	Corrélation de Pearson	,660**	,619**	,734**	,786**	,641**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	99	99	100	99	100

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

الملحق رقم(8): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور السادس من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه

Corrélations

		Q26	Q27	Q28	Q29	Q30
Q26	Corrélation de Pearson	1	,404**	,394**	,581**	,622**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	99	100
Q27	Corrélation de Pearson	,404**	1	,621**	,460**	,457**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	99	100
Q28	Corrélation de Pearson	,394**	,621**	1	,569**	,287**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,004
	N	100	100	100	99	100
Q29	Corrélation de Pearson	,581**	,460**	,569**	1	,658**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000
	N	99	99	99	99	99
Q30	Corrélation de Pearson	,622**	,457**	,287**	,658**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,004	,000	
	N	100	100	100	99	100
الشعور بالراحة والامان	Corrélation de Pearson	,782**	,734**	,722**	,852**	,793**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	99	100

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

الملحق رقم(9): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور السابع من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه

Corrélations

	Q31	Q32	Q33	Q34	Q35
Q31	1	,159	,157	,185	,216*
	Corrélation de Pearson				
	Sig. (bilatérale)	,115	,119	,066	,032
	N	100	100	100	99
Q32	,159	1	,377**	,126	,208*
	Corrélation de Pearson				
	Sig. (bilatérale)	,115	,000	,213	,039
	N	100	100	100	99
Q33	,157	,377**	1	,371**	,391**
	Corrélation de Pearson				
	Sig. (bilatérale)	,119	,000	,000	,000
	N	100	100	100	99
Q34	,185	,126	,371**	1	,543**
	Corrélation de Pearson				
	Sig. (bilatérale)	,066	,213	,000	,000
	N	100	100	100	99
Q35	,216*	,208*	,391**	,543**	1
	Corrélation de Pearson				
	Sig. (bilatérale)	,032	,039	,000	,000
	N	99	99	99	99
	Corrélation de Pearson	,532**	,586**	,706**	,685**
مدة اداء الخدمة	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	99

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

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

الملحق رقم(10): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور ثامن من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه

Corrélations

	Q36	Q37	Q38	Q39	Q40	البيئة
Corrélation de Pearson	1	,365**	,259**	,269**	,341**	,620**
Q36 Sig. (bilatérale)		,000	,009	,007	,001	,000
N	100	99	100	100	99	100
Corrélation de Pearson	,365**	1	,359**	,450**	,494**	,723**
Q37 Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000	,000
N	99	99	99	99	98	99
Corrélation de Pearson	,259**	,359**	1	,421**	,585**	,727**
Q38 Sig. (bilatérale)	,009	,000		,000	,000	,000
N	100	99	100	100	99	100
Corrélation de Pearson	,269**	,450**	,421**	1	,443**	,721**
Q39 Sig. (bilatérale)	,007	,000	,000		,000	,000
N	100	99	100	100	99	100
Corrélation de Pearson	,341**	,494**	,585**	,443**	1	,805**
Q40 Sig. (bilatérale)	,001	,000	,000	,000		,000
N	99	98	99	99	99	99
Corrélation de Pearson	,620**	,723**	,727**	,721**	,805**	1
البيئة Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	99	100	100	99	100

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

الملحق رقم(11): معامل الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لعبارات الاستبانة

Corrélations

	مدة اداء الخدمة	البيئة	ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية
عرض الخدمة	Corrélation de Pearson	,218	,267**
	Sig. (bilatérale)	,029	,007
	N	100	100
الوصول للخدمة	Corrélation de Pearson	,179**	,502**
	Sig. (bilatérale)	,074	,063
	N	100	100
توفر المعلومات	Corrélation de Pearson	,253	,403**
	Sig. (bilatérale)	,011	,000
	N	100	100
الاهتمام بالسياح	Corrélation de Pearson	,325	,540*
	Sig. (bilatérale)	,001	,000
	N	100	100
الشعور بالامن	Corrélation de Pearson	,460**	,623*
	Sig. (bilatérale)	,000	,000
	N	100	100
الشعور بالراحة والامان	Corrélation de Pearson	,406**	,734**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000
	N	100	100
مدة اداء الخدمة	Corrélation de Pearson	1*	,622*
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	100	100

البيئة	Corrélation de Pearson	,441**	1	,807**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000
	N	100	100	100
سأهأه النقل البري في آهسين آوءة الآءمة السياآية	Corrélation de Pearson	,622**	,807**	1**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

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

الملآ رقم (12): معآمل الآبآأ ألفآ كرونباآ لآياس آبآآ الإآآبآنة

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,620	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,529	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,734	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,669	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,699	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,837	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,651	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,773	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,823	8

الملحق رقم(13): عرض وتحليل بيانات القسم الأول من الاستبانة(البيانات الشخصية)

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
انثى	46	46,0	46,0	46,0
Validه دكر	54	54,0	54,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

السن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
من_55_سنة_فاكثر	14	14,0	14,0	14,0
من_40_الى_اقل_من_55_سنة	11	11,0	11,0	25,0
Validه من_25_الى_اقل_من_40_سنة	45	45,0	45,0	70,0
اقل_من_25_سنة	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

المستوى_التعليمي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دراسات عليا	17	17,0	17,0	17,0
جامعي	34	34,0	34,0	51,0
Validه ثانوي	25	25,0	25,0	76,0
متوسط_او_اقل	24	24,0	24,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

الحالة الاجتماعية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
متزوج	42	42,0	42,0	42,0
Validé اعزب	58	58,0	58,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

الدخل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دج_فما_فوق95000	7	7,0	7,0	7,0
من_65000_دج_الى_اقل_من_95000_دج	11	11,0	11,0	18,0
Validé من_35000_دج_الى_اقل_من_65000_دج	38	38,0	38,0	56,0
اقل_من_35000_دج	44	44,0	44,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

الملحق رقم(14): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

		سahمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية
N		100
Paramètres normaux ^{a,b}	Moyenne	2,8309
	Ecart-type	,54273
Différences les plus extrêmes	Absolue	,076
	Positive	,076
	Négative	-,047
Z de Kolmogorov-Smirnov		,765
Signification asymptotique (bilatérale)		,603

a. La distribution à tester est gaussienne.

b. Calculée à partir des données.

الملحق رقم(15): عرض وتحليل بيانات المحور الأول(عرض الخدمة)

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Q1	100	3,71	1,094	,109
Q2	99	3,49	1,190	,120
Q3	100	3,29	1,217	,122
Q4	100	2,89	1,270	,127
Q5	100	2,58	1,199	,120
عرض الخدمة	100	3,1950	,75937	,07594

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
Q1	6,487	99	,000	,710	,49	,93
Q2	4,139	98	,000	,495	,26	,73
Q3	2,383	99	,019	,290	,05	,53
Q4	-,866	99	,389	-,110	-,36	,14
Q5	-3,502	99	,001	-,420	-,66	-,18
عرض الخدمة	2,568	99	,012	,19500	,0443	,3457

الملحق رقم(16): عرض وتحليل بيانات المحور الثاني(الوصول للخدمة)

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Q6	100	2,29	1,094	,109
Q7	99	2,81	1,291	,130
Q8	100	3,49	1,291	,129
Q9	100	2,39	1,214	,121
Q10	100	2,90	1,202	,120
الوصول للخدمة	100	2,7775	,71670	,07167

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
Q6	-6,487	99	,000	-,710	-,93	-,49
Q7	-1,479	98	,142	-,192	-,45	,07
Q8	3,796	99	,000	,490	,23	,75
Q9	-5,027	99	,000	-,610	-,85	-,37
Q10	-,832	99	,407	-,100	-,34	,14
الوصول للخدمة	-3,105	99	,002	-,22250	-,3647	-,0803

الملحق رقم(17): عرض وتحليل بيانات المحور الثالث(توفر المعلومات)

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Q11	100	2,32	1,014	,101
Q12	100	2,59	1,065	,106
Q13	100	2,59	1,129	,113
Q14	100	3,09	1,215	,122
Q15	100	2,67	1,181	,118
توفر المعلومات	100	2,6520	,78141	,07814

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
Q11	-6,707	99	,000	-,680	-,88	-,48
Q12	-3,851	99	,000	-,410	-,62	-,20
Q13	-3,632	99	,000	-,410	-,63	-,19
Q14	,741	99	,461	,090	-,15	,33
Q15	-2,794	99	,006	-,330	-,56	-,10
توفر المعلومات	-4,453	99	,000	-,34800	-,5030	-,1930

الملحق رقم(18): عرض وتحليل بيانات المحور الرابع(الاهتمام بالسياح)

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Q16	100	2,61	1,230	,123
Q17	100	2,45	1,184	,118
Q18	100	3,36	1,243	,124
Q19	100	3,39	1,222	,122
Q20	99	2,70	1,199	,121
الاهتمام بالسياح	100	2,9010	,79462	,07946

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
Q16	-3,171	99	,002	-,390	-,63	-,15
Q17	-4,646	99	,000	-,550	-,78	-,32
Q18	2,895	99	,005	,360	,11	,61
Q19	3,192	99	,002	,390	,15	,63
Q20	-2,514	98	,014	-,303	-,54	-,06
الاهتمام بالسياح	-1,246	99	,216	-,09900	-,2567	,0587

الملحق رقم(19): عرض وتحليل بيانات المحور الخامس(الشعور بالأمن)

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Q21	99	3,13	1,251	,126
Q22	99	2,90	1,321	,133
Q23	100	2,85	1,209	,121
Q24	99	3,15	1,232	,124
Q25	100	3,40	1,263	,126
الشعور بالأمن	100	3,0780	,86743	,08674

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
Q21	1,045	98	,299	,131	-,12	,38
Q22	-,761	98	,449	-,101	-,36	,16
Q23	-1,241	99	,218	-,150	-,39	,09
Q24	1,224	98	,224	,152	-,09	,40
Q25	3,166	99	,002	,400	,15	,65
الشعور بالأمن	,899	99	,371	,07800	-,0941	,2501

الملحق رقم(20): عرض وتحليل بيانات المحور السادس(الشعور بالراحة والرفاهية)

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Q26	100	2,45	1,104	,110
Q27	100	2,14	,943	,094
Q28	100	2,10	1,010	,101
Q29	99	2,33	1,178	,118
Q30	100	2,52	1,141	,114
الشعور بالراحة والامان	100	2,3100	,83817	,08382

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3				
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence
					Inférieure
Q26	-4,980	99	,000	-,550	-,77
Q27	-9,120	99	,000	-,860	-1,05
Q28	-8,910	99	,000	-,900	-1,10
Q29	-5,631	98	,000	-,667	-,90
Q30	-4,206	99	,000	-,480	-,71
الشعور بالراحة والرفهية	-8,232	99	,000	-,69000	-,8563

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3
	Intervalle de confiance 95% de la différence
	Supérieure
Q26	-,33
Q27	-,67
Q28	-,70
Q29	-,43
Q30	-,25
الشعور بالراحة والرفاهية	-,5237

الملحق رقم(21): عرض وتحليل بيانات المحور السابع (مدة أداء الخدمة)

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Q31	100	2,91	1,256	,126
Q32	100	3,39	1,294	,129
Q33	100	3,43	1,225	,122
Q34	100	3,20	1,255	,126
Q35	99	3,29	1,239	,125
مدة اداء الخدمة	100	3,2450	,80909	,08091

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
Q31	-,717	99	,475	-,090	-,34	,16
Q32	3,014	99	,003	,390	,13	,65
Q33	3,511	99	,001	,430	,19	,67
Q34	1,593	99	,114	,200	-,05	,45
Q35	2,352	98	,021	,293	,05	,54
مدة اداء الخدمة	3,028	99	,003	,24500	,0845	,4055

الملحق رقم(22): عرض وتحليل بيانات المحور الثامن (البيئة)

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Q36	100	2,69	1,285	,128
Q37	99	2,21	1,145	,115
Q38	100	2,42	1,216	,122
Q39	100	2,57	1,305	,130
Q40	99	2,56	1,394	,140
البيئة	100	2,4890	,91242	,09124

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
Q36	-2,413	99	,018	-,310	-,56	-,06
Q37	-6,845	98	,000	-,788	-1,02	-,56
Q38	-4,770	99	,000	-,580	-,82	-,34
Q39	-3,296	99	,001	-,430	-,69	-,17
Q40	-3,172	98	,002	-,444	-,72	-,17
البيئة	-5,601	99	,000	-,51100	-,6920	-,3300

الملحق رقم (22): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	100	2,8309	,54273	,05427

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3				
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence
					Inférieure
ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	-3,115	99	,002	-,16906	-,2768

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3
	Intervalle de confiance 95% de la différence
	Supérieure
ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	-,0614

الملحق رقم(23): نتائج اختبار الفرضيات من الفرضية الأولى إلى الفرضية الثامنة

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
عرض الخدمة	100	3,1950	,75937	,07594
الوصول للخدمة	100	2,7775	,71670	,07167
توفر المعلومات	100	2,6520	,78141	,07814
الاهتمام بالسياح	100	2,9010	,79462	,07946
الشعور بالامن	100	3,0780	,86743	,08674
الشعور بالراحة والامان	100	2,3100	,83817	,08382
مدة اداء الخدمة	100	3,2450	,80909	,08091
البيئة	100	2,4890	,91242	,09124

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3				
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence
					Inférieure
عرض الخدمة	2,568	99	,012	,19500	,0443
الوصول للخدمة	-3,105	99	,002	-,22250	-,3647
توفر المعلومات	-4,453	99	,000	-,34800	-,5030
الاهتمام بالسياح	-1,246	99	,216	-,09900	-,2567
الشعور بالامن	,899	99	,371	,07800	-,0941
الشعور بالراحة والامان	-8,232	99	,000	-,69000	-,8563
مدة اداء الخدمة	3,028	99	,003	,24500	,0845
البيئة	-5,601	99	,000	-,51100	-,6920

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3	
	Intervalle de confiance 95% de la différence	
	Supérieure	
عرض الخدمة	,3457	
الوصول للخدمة	-,0803	
توفر المعلومات	-,1930	
الاهتمام بالسياح	,0587	
الشعور بالامن	,2501	
الشعور بالراحة والامان	-,5237	
مدة اداء الخدمة	,4055	
البيئة	-,3300	

الملحق رقم(24): نتائج اختبار الفرضية الفرعية التاسعة (اختبار الفروق)

Statistiques de groupe

الجنس	Statistic	Bootstrap ^a	
		Biais	Erreur standard
مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية الذكر	N	54	
	Moyenne	2,8764	,0124
	Ecart-type	,56950	-,00993
	Erreur standard moyenne	,07750	
	N	46	
	Moyenne	2,7776	,0031
	Ecart-type	,51053	-,00628
	Erreur standard moyenne	,07527	
	انثى		
الجنس		Bootstrap	
		Intervalle de confiance à 95%	
		Inférieure	Supérieure
مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية الذكر	N		
	Moyenne	2,7191	3,0681
	Ecart-type	,44335	,67739
	Erreur standard moyenne		
	N		
	Moyenne	2,6416	2,9240
مساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية انثى	Ecart-type	,39139	,63644
	Erreur standard moyenne		

a. Sauf avis contraire, les résultats du bootstrap sont basés sur 100 bootstrap samples

Test d'échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes
		F	Sig.	t
ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	Hypothèse de variances égales	,195	,660	,907
	Hypothèse de variances inégales			,915

Test d'échantillons indépendants

		Test-t pour égalité des moyennes		
		ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne
ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	Hypothèse de variances égales	98	,367	,09881
	Hypothèse de variances inégales	97,729	,363	,09881

Test d'échantillons indépendants

		Test-t pour égalité des moyennes	
		Différence écart-type	Intervalle de confiance 95% de la différence
			Inférieure
ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	Hypothèse de variances égales	,10899	-,11748
	Hypothèse de variances inégales	,10804	-,11560

Test d'échantillons indépendants

		Test-t pour égalité des moyennes
		Intervalle de confiance 95% de la différence
		Supérieure
ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	Hypothèse de variances égales	,31510
	Hypothèse de variances inégales	,31321

Bootstrap pour Test d'échantillons indépendants

		Différence moyenne	Bootstrap ^a	
			Biais	Erreur standard
ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	Hypothèse de variances égales	,09881	,00931	,10333
	Hypothèse de variances inégales	,09881	,00931	,10333

Bootstrap pour Test d'échantillons indépendants

	Bootstrap		
	Sig. (bilatéral)	Intervalle de confiance à 95%	
		Inférieure	Supérieure
Hypothèse de variances égales ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	,307	-,11632	,33091
Hypothèse de variances inégales	,307	-,11632	,33091

a. Sauf avis contraire, les résultats du bootstrap sont basés sur 100 bootstrap samples

ANOVA à 1 facteur

ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1,691	3	,564	1,970	,124
Intra-groupes	27,470	96	,286		
Total	29,161	99			

ANOVA à 1 facteur

ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1,691	3	,564	1,970	,124
Intra-groupes	27,470	96	,286		
Total	29,161	99			

ANOVA à 1 facteur

ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	2,497	3	,832	2,997	,035
Intra-groupes	26,664	96	,278		
Total	29,161	99			

Statistiques de groupe

الحالة_الاجتماعية	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
اعزب ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	58	2,8475	,52997	,06959
متزوج	42	2,8080	,56554	,08727

Test d'échantillons indépendants

	Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes
	F	Sig.	t
Hypothèse de variances égales ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	,018	,892	,358
Hypothèse de variances inégales			,354

Test d'échantillons indépendants

		Test-t pour égalité des moyennes		
		ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne
ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	Hypothèse de variances égales	98	,721	,03949
	Hypothèse de variances inégales	85,000	,724	,03949

Test d'échantillons indépendants

		Test-t pour égalité des moyennes	
		Différence écart-type	Intervalle de confiance 95% de la différence
			Inférieure
ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	Hypothèse de variances égales	,11045	-,17970
	Hypothèse de variances inégales	,11161	-,18243

Test d'échantillons indépendants

		Test-t pour égalité des moyennes
		Intervalle de confiance 95% de la différence
		Supérieure
ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية	Hypothèse de variances égales	,25867
	Hypothèse de variances inégales	,26140

ANOVA à 1 facteur

ساهمة النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,105	3	,035	,116	,951
Intra-groupes	29,055	96	,303		
Total	29,161	99			

ملخص الدراسة:

يعد قطاع خدمات النقل أحد الأسباب المهمة لازدهار السياحة في أي بلد، مما يعني أن خدمة النقل هي قاعدة رئيسية للسياحة ورواجها، ويعبر عن درجة التمدن والحضارة ومؤشر الرقي الاقتصادي للبلد، ولا يمكن للمواقع السياحية أن تكون أكثر جذباً للسياح طالما لا تتوفر لها إمكانية الوصول، بغض النظر عما تقدمه من تسهيلات وخدمات وعلي هذا الأساس تم طرح إشكالية البحث كالتالي " مامدى مساهمة خدمات النقل البري في تحسين جودة الخدمة السياحية بولاية جيجل "، وقد تم الإعتماد في معالجة إشكالية البحث علي توزيع إستبانة علي عينة من السياح بجيجل عددها 100 سائح ، وبعد جمع المعلومات وتحليلها خلصت الدراسة إلي أن خدمات النقل البري تساهم بشكل ضعيف في تحسين جودة الخدمات السياحية بولاية جيجل.

الكلمات المفتاحية: النقل البري، خدمات النقل، السياحة، السائح، جودة الخدمة السياحية

Abstract:

The transport services sector is one of the important reasons for the prosperity of tourism in any country, which means that the transport service is a major base for tourism , and reflects the degree of urbanization, civilization and economic growth index of the country, tourist sites can not be more attractive to tourists as long as they do not have an access, Regardless of the facilities and the services provided. On this basis, the research problematic was raised as follows: " how much do the the road transport services contribute to improve the the quality of tourist services in the state of jijel ? the reasearch problematic treatment was based on the distribution of a questionnaire on a sample of 100 tourists, after collecting the informations and analyse them the study concluded that road transport services contribute poorly to the improvement of the quality of tourism services in Jijel.

Keywords: Land Transport, Transportation Services, Tourism, Tourist, Quality of Tourist Service