

## أثر جودة الخدمة على رضا العملاء

### دراسة حالة خدمات النقل الحضري بمدينة ميلة

#### *The impact of service quality on customer satisfaction*

#### *The case study of urban transport services in Mila city*

د. عقون شراف

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة - الجزائر

تاريخ قبول النشر: 2016/05/03

تاريخ الاستلام: 2016/01/04

#### **الملخص :**

تهدف هذه الدراسة لمعرفة أثر جودة خدمات النقل الحضري من خلال أبعادها: "عرض الخدمة، سهولة الوصول، المعلومات، المواعيد (المدة)، الاهتمام بالمسافر، الرفاهية (الراحة)، الأمن."، على رضا العملاء. وقد خلصت الدراسة إلى وجود أثر معنوي لجودة خدمات النقل الحضري على رضا العملاء، ووجود أثر معنوي لثلاثة أبعاد فقط: الأمن، عرض الخدمة، المواعيد (المدة)، على رضا العملاء.

**الكلمات المفتاحية:** جودة، جودة خدمات النقل الحضري، الرضا، العملاء.

#### **Abstract :**

*This study aims to determine the impact of the urban transport services quality through its dimensions: " service offering, ease of access, information, appointments (duration), customer care, welfare (comfort), security.", On customer satisfaction. The study found a significant impact of the urban transport services quality on customer satisfaction, and the presence of significant effect for only three dimensions: security, service offering, appointments (duration), on customer satisfaction.*

**Key words:** quality, urban transport services quality, satisfaction, customers.

يعد النقل من أهم القطاعات التي عرفت تطورا كبيرا من خلال آثاره الملموسة في التطور الاقتصادي والاجتماعي والحضري للدول، ويعد النقل حسب النظرة الاقتصادية الوسيلة المناسبة لربط أماكن الانتاج بمواطن الاستهلاك من خلال نقل الأفراد والسلع والمواد الأولية... الخ. كما يعتبر من الناحية الاجتماعية الرابط بين أفراد المجتمع خاصة مع زيادة التوسع العمراني للمدن. أما على المستوى الحضري فتعتبر شبكة النقل في المدينة بمثابة الشريان الذي يغذي كافة مناطق وقطاعات المدينة بما يلزمها للنهوض بكافة الوظائف المحققة لأغراض السكان من عمل وتسوق وترفيه وتعلم وقضاء للمصالح الشخصية... الخ.

ويعد النقل الحضري من أهم الوظائف في قطاع خدمات النقل الحديث، نظرا لمساهمته الفعالة في تكامل كافة الأنشطة البشرية، وقد أصبح الاهتمام بقياس جودة خدمات النقل الحضري وآثارها على رضا العملاء ضرورة حتمية لتحقيق النمو والتطور والاستمرارية، خاصة مع ازدياد وعي الزبائن في سوق يتميز بالبدايل المتعددة والمنافسة الشديدة، الأمر الذي يوجب على مؤسسات النقل الحضري البحث في مستوى جودة خدماتها من وجهة نظر العملاء بالاعتماد على عدة معايير ومؤشرات ونماذج، وعرفة آثارها على رضا العملاء، لأن رضا العميل عادة يوثق صلته بالمؤسسة العارضة، والرضا المتراكم مع مرور الوقت يزيد من ولاء العميل للمؤسسة.

## 1- الإجراءات المنهجية للدراسة:

### 1-1- مشكلة الدراسة

تعد دراسات جودة الخدمة من أكثر مجالات البحث اهتماما من طرف الباحثين، لما لها من آثار مباشرة على نجاح ورقي المؤسسات، الأمر الذي استدعى البحث عن مستوى جودة الخدمة في مجال خدمات النقل الحضري وأثرها على رضا العملاء. وعليه فإن الإشكالية المراد تناولها بالدراسة والتحليل، يمكن التعبير عنها بالتساؤل الرئيسي التالي:

"هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لجودة خدمات النقل الحضري بمدينة ميله على رضا العملاء؟".  
ويندرج ضمن هذا التساؤل سبعة أسئلة فرعية كما يلي:

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "عرض الخدمة" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله؟.
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "سهولة الوصول" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله؟.
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "المعلومات" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله؟.
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "المواعيد (المدة)" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله؟.
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "الاهتمام بالمسافر" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله؟.
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "الرفاهية (الراحة)" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله؟.
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "الأمن" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله؟.

### 1-2- فرضيات الدراسة:

تقوم الدراسة على السعي لإثبات أو نفي صحة الفرضيات التالية:

#### الفرضية الرئيسية للبعء $H_{01}$ :

- "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء لبعء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله على رضا العملاء".
- وتتفرع الفرضية الرئيسية سبعة فرضيات فرعية على النحو التالي:
- $H_{011}$  : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "عرض الخدمة" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله.
- $H_{012}$  : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "سهولة الوصول" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله.
- $H_{01}$  : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "المعلومات" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله.

- **H014** : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعيد "المواعيد (المدة)" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميلة.
- **H015** : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعيد "الاهتمام بالمسافر" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميلة.
- **H016** : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعيد "الرفاهية (الراحة)" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميلة.
- **H017** : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعيد "الأمن" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميلة.

### 1-3- أسباب اختيار الموضوع:

- الرغبة في الكشف عن بعض المفاهيم المتعلقة بجودة خدمات النقل.
- يعتبر هذا الموضوع من البحوث التي تفتقر إليها المكتبات الجزائرية حيث تم اختياره كمحاولة متواضعة لفتح الباب لإثراء هذا الموضوع والمكتبة الجزائرية بهذا النوع من الدراسات الكمية، ومحاولة لتغطية النقص الموجود في هذا المجال.
- محاولة لفت انتباه مؤسسات النقل الحضري خاصة الحافلات لأهمية جودة الخدمات في كسب رضا العملاء.
- الوقوف على مدى اهتمام مؤسسات النقل الحضري بجودة خدماتها المقدمة للعملاء.
- كشف العلاقة التآثرية بين جودة خدمات النقل الحضري ورضا العملاء.

**1-4- أهداف الدراسة:** تهدف هذه الدراسة لدراسة أثر جودة خدمات النقل الحضري (عن طريق الحافلات) ومختلف أبعادها على رضا العملاء، وذلك عن طريق إبراز مختلف الجوانب النظرية لجودة خدمات النقل الحضري ورضا العملاء، ثم الوقوف على تحليل العلاقة بينهما من خلال دراسة تطبيقية عملية.

**1-5- أهمية الدراسة:** تأتي أهمية هذه الدراسة من خلال إبراز الدور الذي يجب أن تقوم به مؤسسات النقل الحضري لإنجاح مهامها وتحقيق أهدافها، وذلك بإعطاء أهمية لتطوير جودة خدماتها، لأنها من السبل التي تساعد على تحقيق رضا عملائها.

**1-6- مجتمع وعينة الدراسة:** يضم مجتمع الدراسة جميع عملاء خدمات النقل الحضري بالحافلات بمدينة ميلة، وبسبب كبر مجتمع الدراسة وصعوبة الوصول إلى كل العملاء، تم اختيار عينة الدراسة حسب أسلوب العينة القصدية أو الملائمة، حيث تم توزيع 400

استبيان، وقد تم استرجاع 380 منها، وبعد مراجعة الاستبيانات المسترجعة تم استبعاد 20 منها لعدم اكتمالها أو لتناقض الإجابات على أسئلتها، وتم اعتماد 360 استبيان للتحليل الإحصائي أي بنسبة 90% من إجمالي الاستبيانات الموزعة.

**1-7- منهجية الدراسة:** اقتضت الدراسة على مناقشة أثر جودة خدمات النقل الحضري من خلالها أبعادها السبعة (عرض الخدمة، سهولة الوصول، المعلومات، المواعيد (المدة)، الاهتمام بالمسافر، الرفاهية (الراحة)، الأمن.) على رضا العملاء حسب وجهة نظرهم بمدينة ميله.

ولمعالجة الإشكالية موضوع الدراسة، ستنبع المنهج الوصفي التحليلي لملائمته لطبيعة الدراسة. أما أداة الدراسة المستخدمة فتمثلت في الاستبيان، الذي تم تقسيمه إلى ثلاثة أجزاء:

**الجزء الأول:** متعلق بالمتغيرات الشخصية لأفراد العينة، ويضم 7 عبارات.

**الجزء الثاني:** متعلق بمتغير جودة خدمات النقل الحضري، والتي تم تقسيمها إلى سبعة أبعاد بمجموع 32 عبارة.

**الجزء الثالث:** متعلق بمتغير رضا العملاء، ويضم 3 عبارات.

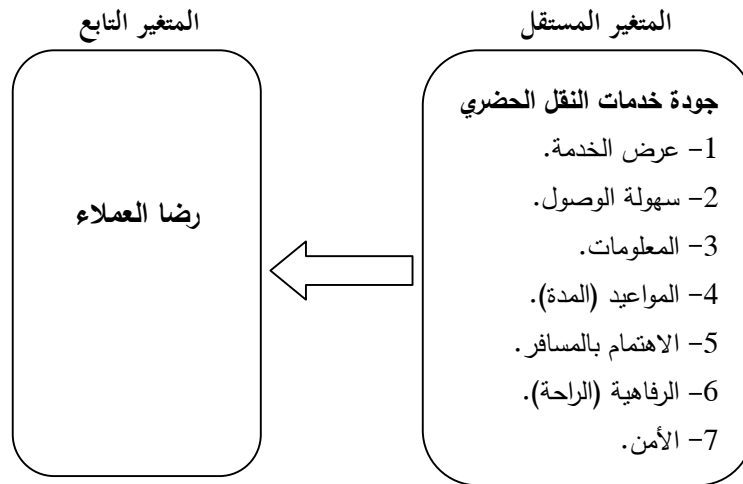
كما تم قياس اتجاهات الزبائن حول محوري الاستبيان الثاني والثالث السابقين باستخدام مقياس ليكرت الخماسي المتدرج من درجة الجودة والرضا المتدنية جدا إلى درجة الجودة والرضا المرتفعة جدا، بحيث أن طول الفئة يساوي 0.8.

**1-8- صدق وثبات أداة الدراسة:** يشير صدق أداة الدراسة إلى التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه، أي شمولها على كافة العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من جهة، ووضوح فقراتها ومفرداتها من جهة أخرى، بحيث تكون مفهومة من قبل كل من يستخدمها. وقد قام الباحث بالتأكد من صدق أداة الدراسة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المختصين من أساتذة الجامعات، وفي ضوء آرائهم تم إثراء أداة الدراسة وبنائها في صورتها النهائية.

كما تم التأكد من ثبات أداة الدراسة وصدقها البنائي، باستخدام معادلة ألفا كرونباخ *Cronbach's alpha*، وقد بينت النتائج أن قيمة المعامل ألفا كرونباخ لجميع متغيرات أداة الدراسة بلغ 0.859 وهو أكبر من 0.6 المعدل المقبول إحصائياً، وبالتالي فإن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات ويمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

## 9-1- نموذج الدراسة: يمكن تلخيص متغيرات الدراسة من خلال النموذج الموالي:

الشكل رقم 1: نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحث

## 2- الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة:

## 2-1- ماهية الجودة:

اختلفت الآراء حول تعريف الجودة، لكنها في الواقع لم تخرج عن نطاق المفاهيم التالية: هي "ملائمة المنتج للاستخدام"، "وتلبية احتياجات الزبائن"<sup>1</sup>، "وأن يعمل المنتج بصورة صحيحة ومن المرة الأولى لاستخدامه"، "وتقليل التباين"<sup>2</sup>. وفيما يلي سنتناول بعض تعاريف الجودة:

- لغويا، مصطلح الجودة يعني طريقة حياة، مثلا نقول عن سلعة أنها ذات جودة عالية عندما تلبى توقعاتنا أو تزيد، بينما في حقيقة الأمر هي أكثر ما تعكس المطابقة أو القدرة على القيام بالشئ كما هو مطلوب، وقد اتخذت كلمة جودة من الكلمة اللاتينية *QUALITAS* والتي تعني بالفرنسية *Tel que* أي " كما هو"<sup>3</sup>.

- كما يشير *Taguchi* إلى أن الجودة هي تفادي الخسارة التي يسببها المنتج للمجتمع بعد إرساله للمستعمل، ويتضمن ذلك الخسائر الناجمة عن الفشل في تلبية توقعات الزبون والمؤسسة، والفشل في تلبية خصائص الأداء والتأثيرات الجانبية الناجمة عن المنتج كالتلوث والضجيج وغيرها<sup>4</sup>.

- وقد ميز *Bradly T. Gale* بين أربع مستويات للجودة تجعل منها عنصرا استراتيجيا هاما وهي<sup>5</sup>:

- جودة المطابقة: أي مطابقة جودة المنتج أو الخدمة للخصائص والمواصفات المحددة في التصميم؛

- إرضاء العملاء: وذلك من خلال الاقتراب منهم، وتفهم احتياجاتهم ومحاولة تلبية هذه الاحتياجات؛

- القيمة المطلوبة من طرف السوق والخاصة بالمنافسة: وذلك من خلال دراسة السوق وتحليل احتياجاته ومتغيراته؛

- إدارة القيمة للزبون: من خلال استعمال أدوات القياس ومؤشرات تحليل العلاقة (قيمة / عميل).

- كما يعتقد "دوهرتي *Douharty*": أن الجودة فكرة مرنة ذات عدد من المعاني المتناقضة، والتي يمكن أن تقود إلى مخرجات مختلفة، وتحدد بعض التناقضات في تحديد مفهوم الجودة مثلا من خلال كونها مفهوم استراتيجي وإجرائي معا، وفكرة تصورية وعملية معا، وذات مفهوم مطلق ونسبي معا، ...الخ<sup>6</sup>.

- كما تعرف الجودة من خلال حجم المؤسسة، حيث يقصد بها في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأنها: "الصفير عيب أو خطأ، الصفير عطب، الصفير تأخر، الصفير ورق، الصفير مخزون"<sup>7</sup>، أي ما يطلق عليه الأصفار الخمسة.

- وينفق جوران (*Jurane*) وكروسبي (*Crosby*)، على أن الجودة تعني الملائمة والمطابقة، أي الملائمة للاستخدام والمطابقة للمواصفات<sup>8</sup>.

## 2-2- ماهية جودة خدمات النقل الحضري

### 2-2-1- تعريف الخدمة

نظرا لاختلاف وجهات النظر في تحديد تعريف دقيق وواضح للخدمة، سنحاول عرض أهمها فيما يلي:

- يعرف *Kotler* الخدمة على أنها كل نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر، وتكون أساسا غير ملموسة ولا تنتج عنها أي ملكية، وأن إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبط بمنتج مادي ملموس أو لا<sup>9</sup>.

- وتعرفها الجمعية الأمريكية للتسويق على أنها مجمل النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع، أي التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة<sup>10</sup>.
- كما تعرف على أنها تصرف أو مجموعة من التصرفات التي تتم في زمن محدود ومكان معين من خلال وسائل مادية وبشرية لصالح فرد معين أو مجموعة من الأفراد بالاعتماد على إجراءات وسلوكات منظمة<sup>11</sup>.
- وتعرف أيضا بأنها منتج غير ملموس يقدم فوائد ومنافع مباشرة للعميل كنتيجة لتطبيق أو استخدام جهد أو طاقة بشرية أو آلية، والخدمة لا يمكن حيازتها أو استهلاكها ماديا<sup>12</sup>.
- والخدمة أيضا هي ذلك النشاط الذي يشكل قيمة اقتصادية بالاستجابة لحاجات ورغبات الزبون، دون أن يتطلب ذلك إنتاج شيء مادي ملموس<sup>13</sup>.
- وتعرف الخدمة بأنها: نشاط يرافقه عدد من العناصر غير الملموسة والتي تتضمن بعض التفاعل مع الزبائن أو مع خاصية الحيازة، وليس نتيجة لانتقالها للمالك<sup>14</sup>. أي أنها كافة الأنشطة والعمليات التي يبرز فيها الجانب الغير الملموس والتي تتولد عنها منافع واشباعات يمكن بيعها<sup>15</sup>.
- كما عرفت الخدمة أيضا على بأنها ذلك المنتج الذي يتصف بعدم الملموسية والتلازم، أي انفصال الخدمة على درجة مهارة مقدمها، وزمان ومكان تقديمها، واختلاف أسعارها، وتكاملها مع المنتجات الملموسة عند تقديمها، إضافة إلى ضرورة تواجد المستفيد عند إنتاجها أو مشاركته في إنتاجها<sup>16</sup>.
- ويبقى الجدل بين الباحثين حول مفهوم الخدمة وارد، حيث أن التعاريف السابق عرضها تناولت جانبا محددا من هذا المفهوم وأهملت جانبا آخر. ومن خلال التعاريف السابقة، نستخلص أن مفهوم الخدمة يجب أن يتضمن ما يلي<sup>17</sup>:
- الجوانب المتعلقة بالزبون: وتشمل المؤثرات السلوكية كالحاجات والدوافع والأهداف، الخبرة والتجربة، مدى إدراكه لجودة الخدمة، والمنافع التي يحصل عليها؛
- الجوانب المتعلقة بالخدمة: من خبرة ومهارة مقدم الخدمة، وقدرته على إرضاء الزبون؛
- المستلزمات المادية الداعمة: من سلع ملموسة، الأبنية، والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة على الوجه الصحيح؛
- يجب تحديد الأنشطة والعمليات بشكل جيد وتدريب العاملين على تقديم الخدمة؛
- إن الخدمة عبارة عن سلسلة أنشطة وعمليات لا تقود إلى امتلاك النتائج أو المخرجات؛



- الخدمة مجموعة من المنافع الغير ملموسة التي تقدم إلى الأفراد كل حسب طلبه.

## 2-2-2- تعريف النقل الحضري

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

لقد عرف القانون الجزائري خدمة النقل كما جاء في نص المادة 16 من القانون رقم 17/88 المؤرخ في 10 ماي 1988 بأنه كل نشاط ينقل بواسطة شخص طبيعي أو معنوي أشخاص أو بضائع من مكان إلى آخر على متن مركبة مهما كان نوعها<sup>18</sup> .  
وهنا نستنتج أن القانون عرف النقل على أنه نشاط واقتصر على وصفه دون التطرق إلى الجانب الاقتصادي الذي يتضمنه، إذ أن النقل من الناحية الاقتصادية هو نشاط يخلق منفعة في الزمان والمكان بواسطة التحويل الفيزيائي للسلع والأشخاص من مكان إلى آخر. انطلاقاً من هذين التعريفين يمكننا إعطاء تعريف شامل للنقل، فهو كل نشاط يخلق منفعة في الزمان والمكان عن طريق التحويل الفيزيائي للسلع والأشخاص من مكان إلى آخر على متن مركبة معدة لهذا الغرض.

إن النقل الحضري هو وسيلة هامة للربط بين نقاط التجمع العمراني، وهو الشريان الواصل بينها، فضلاً عن كونه المحرك الأساسي للتجمع السكاني الحضري، حيث يهدف إلى إعطاء ديناميكية واستمرارية للحياة في المدينة بمختلف تشكيلاتها.  
ويرمي النقل الحضري لضمان القيام بجميع عمليات النقل اللازمة لكل المستعملين المرتبطة بمتطلبات حياتهم المدنية، في ظل شروط اقتصادية ملائمة وبطريقة مريحة وفي ظروف أمنية جيدة، وعليه يعتبر الأمن إجباري، أما الشرطان الآخران (الراحة والاقتصاد) فيتعلقان بإمكانيات التنفيذ لتخطيط المسالك، شبكات النقل والتجهيزات المرتبطة بها، آخذين في الحسبان المميزات الخاصة بكل منطقة عمرانية: الموقع، النسيج والبنية العمرانية<sup>19</sup>.

والنقل الحضري هو مجموعة وسائل النقل الجماعي والفردية التي تسمح بضمان التنقلات داخل التجمعات السكانية الكبيرة للأشخاص، وعلى العموم تتكفل بهذا النوع من النقل

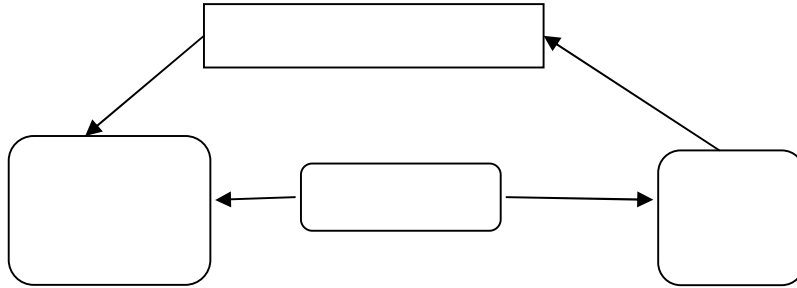
مؤسسات حضرية عمومية وخاصة مختصة بنقل الأشخاص مقابل مبالغ مالية محدودة، وشغل في أوقات محدودة عبر المسالك المخصصة لها نقاط توقف ومحطات معينة.

### 2-2-3- تعريف جودة خدمات النقل الحضري وأبعاد قياسها

إن أي تعريف لجودة خدمات النقل الحضري لا بد أن يركز على ما يمكن أن يتوقعه العميل من وراء السبب الجوهرى لشراء هذه الخدمة، وبالتالي تحديد مدى قدرة هذه الخدمة على الوفاء بحاجات العميل الحقيقية، لذا فإن تعريف جودة خدمات النقل الحضري يتمحور أساسا حول المنافع التي تقدمها هذه الخدمة للعميل ومستوى إدراكه لها، أي التركيز على إجمالي المنافع والقيم التي تقدمها الخدمة للمستفيد<sup>20</sup>، وهذا ما تشير إليه دراسات كل من *Gronroos* (1992)، و *Ramaswamy* (1996)، و *Shostack* (1997).

وعليه فإن جودة خدمات النقل الحضري تشير لمدى تطابق الأداء الفعلي لخدمة النقل الحضري مع توقعات عملائها<sup>21</sup>، أي أنها الفرق بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها. وذلك على النحو الذي يبينه الشكل الموالي:

الشكل رقم 2: مفهوم جودة خدمات النقل الحضري



المصدر بتصريف: عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان للطباعة والنشر  
القاهرة، 1999، ص، 337.

وعلى ضوء ما سبق، فإذا توافقت إدراكات الزبائن للأداء الفعلي لخدمة النقل الحضري مع توقعاتهم حولها فإنهم سوف يكونون راضين عنها، إما إذا فاقت إدراكات الزبائن توقعاتهم حول الخدمة المصرفية فتعتبر في هذه الحالة خدمة متميزة، وإذا تحقق العكس، أي أن مستوى إدراكات الزبائن لم يرق لمستوى توقعاتهم، فالخدمة في هذه الحالة رديئة، والعميل في هذه الحالة غير راض عنها.

وحسب المعيار NF EN13816 الذي وضعته الجمعية الفرنسية للمعايير AFNOR والمعهد الوطني للبحث حول النقل وأمنه بفرنسا INRETS ، وحسب الجمعية الفرنسية لتبادل الخبرات حول الطرق ما بين المحافظات "من أجل تحقيق جودة خدمة النقل" فإن جودة خدمات النقل الحضري تتألف من ثمانية أبعاد هي: عرض الخدمة، سهولة الوصول، المعلومات، المواعيد (المدة)، الاهتمام بالمسافر، الرفاهية (الراحة)، الأمن، البيئة<sup>22</sup>. وقد اعتمدت الدراسة على تكييف النموذج حسب واقع وخصائص النقل الحضري بالجزائر، حيث تم الاعتماد في قياس جودة خدمات النقل الحضري باستخدام الأبعاد السبعة الأولى فقط، واستبعاد بعد "البيئة" استجابة لرأي الخبراء محكمي أداة الاستبيان، أين لا يمكن للزبون إعطاء حكم دقيق على عبارات هذا البعد.

### 2-3- رضا العملاء:

يعتبر موضوع جودة الخدمة وعلاقته برضا العملاء من أكثر المواضيع أهمية في مجال تسويق الخدمات، فعلى الرغم من وجود علاقة حتمية بين المفهومين، إلا أنه لا يوجد اتفاق بين الباحثين حول قواعد مشتركة تربط بينهما.

ويشير الرضا إلى تقييم العملاء لخدمة ما فيما كانت قد حققت حاجاتهم ورغباتهم وتوقعاتهم أم لا، بحيث يكون الفشل في تحقيق هذه الحاجات والتوقعات هو عدم رضا العملاء عن هذه الخدمة.

كما أن رضا الزبون هو مدى شعوره بالسعادة أو الخيبة الناتجة عن مقارنته الأداء المدرك للخدمة مع توقعاته حولها<sup>23</sup>. وبالتالي فهو حالة نفسية متقدمة لإدراك الزبون حول مستوى تحقيق حاجاته ورغباته من طرف مؤسسة الخدمة. كما يشير رضا الزبون إلى الانطباع بالمكافأة أو عدم المكافأة لقاء التضحيات التي يتحملها في سبيل الحصول على المنتج أو الخدمة<sup>24</sup>.

وعليه ومن خلال ما سبق فإن رضا العملاء أو عدم رضاه يتحدد من خلال مقارنة توقعاته حول جودة الخدمة والأداء الفعلي لها، ويعتبر رضا الزبون من بين أكثر المعايير أهمية خاصة في ظل توجه المؤسسة نحو الجودة، وبالتالي يجب تحديد ما إذا كان العملاء سعداء في علاقتهم مع المؤسسة أم لا.

### 2-4- الدراسات السابقة: من بينها ما يلي:

- دراسة بوقنة سليم (2005) بعنوان: "دراسة نوعية الخدمة لدى مستعملي النقل الحضري الجماعي، دراسة ميدانية في مدينة قسنطينة"، وقد هدفت الدراسة إلى تشخيص واقع مستوى ونوعية خدمات النقل الحضري الجماعي بالحافلة في مدينة قسنطينة، وذلك عن طريق استقصاء آراء المستخدمين لها، وقد بلغ حجم العينة 600 عميل. وقد خلصت الدراسة إلى أن مستوى خدمات النقل الحضري الجماعي بالحافلة بمدينة قسنطينة في أضعف درجاته، أما نوعية خدمة النقل الحضري الجماعي فهي رديئة بالنسبة لجميع المؤشرات .

- دراسة يحيوي إلهام، بوحديد ليلي (2013) بعنوان: "مدى رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة من قبل شركة الخطوط الجوية الجزائرية، دراسة حالة مطار باتنة". وهدفت الدراسة لقياس درجة رضا الزبائن عن خدمات شركة الخطوط الجوية الجزائرية بمطار باتنة، وقد اعتمدت الدراسة على 8 أبعاد لجودة خدمة النقل الجوي وهي : عرض الخدمة، سهولة الوصول، المعلومات، المواعيد (المدة)، الاهتمام بالمسافر، الرفاهية (الراحة)، الأمن، البيئة. في حين بلغ حجم العينة 87 زبون. وقد خلصت الدراسة إلى أن بعد الأمن احتل المرتبة الأولى من حيث توفره في الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة، واحتل المرتبة الثانية بعد الاهتمام بالمسافر، في حين أجمع الزبائن المبحوثين على أن شركة الخطوط الجوية الجزائرية لا تهتم ببعدي المواعيد والبيئة، حيث جاءت متوسطاتها الحسابية متدنية جدا. كما خلصت الدراسة أيضا إلى أن جميع أبعاد جودة خدمة النقل الجوي تؤثر في رضا زبائن شركة الخطوط الجوية الجزائرية.

### 3- عرض النتائج واختبار فرضيات الدراسة:

سيتم عرض النتائج واختبار فرضيات البحث باستخدام برنامج الحزم الإحصائية spss.

### 3-1- عرض نتائج محاور الدراسة:

#### 3-1-1- مستوى جودة خدمات النقل الحضري

سيتم التطرق من خلال الجدول الموالي لنتائج المحور الثاني من الاستبيان: مستوى جودة خدمات النقل الحضري

الجدول رقم 1: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة خدمات النقل الحضري

وأبعادها لدى العينة محل الدراسة

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقييم
عرض الخدمة	3,2979	0,92736	
سهولة الوصول	3,1007	0,88792	
المعلومات	2,6785	0,75630	
المواعيد (المدة)	2,6333	0,97958	
الاهتمام بالمسافر	2,5741	1,01249	
الرفاهية (الراحة)	2,6674	0,74868	
الأمن	3,1718	0,98404	
مستوى جودة خدمات النقل	2,8844	0,60284	

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، يتضح أن مستوى الإهتمام بالمسافرين لدى حافلات النقل الحضري بميلة منخفض، لأن الوسط الحسابي لهذا البعد يساوي 2.5741 بانحراف معياري يساوي 1.01249، وهو يقع في المجال (1.8-2.6) على سلم ليكرت. في حين جاء تقييم أفراد عينة الدراسة لباقي الأبعاد بتقييم متوسط لأن جميع متوسطاتها الحسابية تقع في المجال (2.6-3.4) على سلم ليكرت. وعليه فإن مستوى جودة خدمات النقل إجمالاً متوسطة، لأن وسطها الحسابي يساوي 2.8844 بانحراف معياري يساوي 0.60284، وهو يقع في المجال (2.6-3.4) على سلم ليكرت. وهو ما تؤكدته إجابات عينة الدراسة على السؤال 40 من الاستبيان المتعلق بالمستوى العام لجودة خدمات النقل، حيث بلغ

المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.9167 بانحراف معياري يساوي 0.87283، وهو يقع في المجال (2.6-3.4) على سلم ليكرت.

وعلى ضوء ما سبق فإن مستوى جودة خدمات النقل الحضري بمدينة ميله حسب وجهة نظر عينة الدراسة متوسطة.

### 3-1-2- مستوى رضا العملاء:

سيتم التطرق من خلال ما يلي لنتائج المحور الثالث: مستور رضا العملاء

الجدول رقم 2: رضا العملاء عن خدمات النقل الحضري بمدينة ميله

البيانات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الرضا	3,2130	1,04836

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، فإن مستوى رضا الزبائن عن خدمات النقل الحضري المقدمة بمدينة ميله متوسط، حيث بلغ متوسطها الحسابي 3.2130 ، وهو يقع في المجال (2.6-3.4) على سلم ليكرت، وبالتالي فإن مستوى رضا العملاء عن جودة خدمات النقل الحضري المقدمة بمدينة ميله هو متوسط.

### 3-2- اختبار فرضيات الدراسة:

#### 3-2-1- اختبار الفرضية الرئيسية للبحث:

سيتم اختبار هذه الفرضية بدراسة العلاقة بين المتغير التابع: رضا العملاء، والمتغير المستقل: جودة خدمات النقل الحضري. حيث سيتم تطبيق نموذج الانحدار المتعدد باستخدام طريقة Enter في إدخال المتغيرات كما يلي:

#### 3-2-1-1- العلاقة بين متغيرات نموذج الانحدار المتعدد:

نبين من خلال الجدول الموالي علاقة الارتباط بين المتغير التابع والمتغير المستقل:

الجدول رقم 3: الانحدار المتعدد للعلاقة بين رضا العملاء وجودة خدمات النقل الحضري بمدينة

ميله

البيان	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> المعدلة	الخطأ المعياري للتقدير	الأسلوب
	0,562	0,316	0,314	0,86828	Enter

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق فإنه توجد علاقة ارتباط بين رضا العملاء وجودة خدمات النقل الحضري، حيث بلغ معامل الارتباط 56.2%. كما أن 31.6% من التباين في رضا العملاء هي بسبب مستوى جودة خدمات النقل الحضري المقدمة بمدينة ميله.

3-2-1-2- اختبار قبول نموذج الانحدار المتعدد:

الجدول رقم 4: نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار المتعدد لعلاقة

رضا العملاء بجودة خدمات النقل الحضري بمدينة ميله

نموذج الانحدار	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
		124,664	1	124,664		
		269,898	358	0,754	165,358	0,000
		394,562	359			

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول السابق نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار المتعدد المطبق، وفحص مدى قبوله من الناحية الإحصائية. ومن خلال هذا الجدول فقد بلغت قيمة F 165.358 عند درجات حرية (1، 358) وهي دالة إحصائية، لأن دلالتها تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة، وبالتالي توجد علاقة ارتباط معنوية بين المتغير التابع والمتغير المستقل، بمعنى توجد علاقة انحدارية معنوية بين المتغير التابع "رضا العملاء"، والمتغير المستقل جودة خدمات النقل الحضري. وبالتالي نقبل هذا النموذج في تحليل العلاقة الانحدارية.

**3-2-1-3- نتائج تحليل الانحدار المتعدد:**

سنبين من خلال الجدول الموالي نتائج تحليل الانحدار بين المتغير التابع والمتغير المستقل، وهي تبين العلاقة التأثيرية لجودة خدمات النقل الحضري على المتغير التابع "رضا العملاء" ومدى معنويتها:

الجدول رقم 5: نتائج تحليل الانحدار المتعدد لعلاقة رضا العملاء بجودة خدمات النقل الحضري

متغيرات النموذج	معاملات التأثير B	الخطأ المعياري	قيم Beta: $\beta$	t المحسوبة	مستوى الدلالة
الثابت	0,393	0,224		1,757	0,080
رضا العملاء	0,978	0,076	0,562	12,859	0,000

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، فإن جودة خدمات النقل الحضري تمارس تأثيرها على المتغير التابع: رضا العملاء، حيث جاء قيمة معامل التأثير موجبة، مما يبين وجود علاقة طردية بين المتغير التابع والمتغير المستقل، وهذا ما تؤكد قيمة  $\beta$  التي بلغت 0.562. ويمكن صياغة معادلة الانحدار المتعدد كما يلي:

$$\text{رضا العملاء} = 0.393 + (0.978 \times \text{جودة خدمات النقل الحضري}) .$$

وحسب نتائج اختبار t، فإن جودة خدمات النقل الحضري حسب وجهة نظر العملاء تؤثر معنويا على الرضا لديهم، لأن دلالتها أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة. وعليه، فإننا نفي صحة الفرضية الرئيسية للبحث  $H_{01}$ ، أي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لجودة خدمات النقل الحضري على رضا العملاء.

**3-2-2- اختبار الفرضيات الفرعية:** سيتم اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية للبحث والبالغ عددها سبعة فرضيات، باستخدام اختبار نموذج الانحدار المتعدد وفق طريقة Stepwise في اختيار المتغيرات، بين: المتغير التابع: رضا العملاء، والمتغيرات المستقلة السبعة أبعاد جودة خدمات النقل الحضري. ونسعى من خلال اختبار هذه الفرضيات الفرعية للوقوف على أثر أبعاد جودة خدمات النقل الحضري على رضا العملاء. وذلك كما يلي:



الجدول رقم 6: الانحدار المتعدد للعلاقة بين رضا العملاء وأبعاد جودة خدمات النقل الحضري

النموذج	المتغيرات المستقلة للنموذج	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> المعدلة	الخطأ المعياري للتقدير
1		0,567	0,321	0,319	0,86496
2	+	0,595	0,354	0,350	0,84505
3	+ + المواعيد (المدة)	0,610	0,372	0,367	0,83408

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، فإن كلا من الأبعاد: الأمن، عرض الخدمة، والمواعيد (المدة) دخلوا النموذج، حيث أن معامل الارتباط للأبعاد الثلاثة مع رضا العملاء بلغ 61% ويفسر 37.2% من التغير فيها، في حين بلغ معامل الارتباط بين بعد "الأمن" ورضا العملاء 56.7% ويفسر 32.1% من التغير في مستويات الرضا لدى العملاء. ولم تنتمي باقي أبعاد جودة خدمات النقل الحضري لأي نموذج.

ونوضح من خلال الجدول الموالي نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار المتعدد:

الجدول رقم 7: نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار المتعدد لعلاقة

رضا العملاء بأبعاد جودة خدمات النقل الحضري

النموذج	المتغيرات المستقلة للنموذج	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
1			126,723	1	126,723	169,381	0,000
			267,839	358	0,748		
			394,562	359			
2	+		139,624	2	69,812	97,761	0,000
			254,938	357	0,714		
			394,562	359			
	+ + المواعيد ( )		146,897	3	48,966	70,384	0,000
			247,665	356	0,696		
			394,562	359			

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن مستوى المعنوية للنماذج الثلاثة يساوي 0.000 وهو أقل من 0.05، وبالتالي توجد علاقة انحدارية معنوية بين المتغير التابع رضا العملاء، وأبعاد جودة خدمات النقل الحضري التالية: الأمن، عرض الخدمة، والمواعيد (المدة).

ويعد النموذج الأول أحسن نموذج لأن قيمة F في هذا النموذج أكبر من قيمتها في النموذجين الثاني والثالث. كما نلاحظ أن قيمة F تنقص كلما أضفنا عامل جديد للنموذج السابق مباشرة، وهذا ما يبين أن أثر أبعاد جودة خدمات النقل الحضري على رضا العملاء يتلخص أكثر في تأثير ثلاثة أبعاد هي: الأمن، عرض الخدمة، والمواعيد (المدة). ولتحديد أي من الأبعاد الثلاثة السابق ذكرها أكثر تأثيراً في رضا العملاء، سنستخدم الجدول الموالي الذي يوضح معاملات الانحدار المتعدد:

الجدول رقم 8: نتائج تحليل الانحدار المتعدد لعلاقة رضا العملاء بأبعاد جودة خدمات النقل

## الحضري

النموذج	المتغيرات	قيمة B	الخطأ المعياري	معامل $\beta$	قيمة t	مستوى الدلالة
1		1,298	0,154		8,426	0,000
		0,604	0,046	0,567	13,015	0,000
2		0,759	0,197		3,859	0,000
		0,554	0,047	0,520	11,838	0,000
3		0,211	0,050	0,187	4,250	0,000
		0,609	0,200		3,048	0,002
		0,500	0,049	0,469	10,170	0,000
		0,181	0,050	0,160	3,627	0,000
	المواعيد ( )	0,160	0,050	0,150	3,233	0,001

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، وحسب نتائج اختبار T test ، فإن لكل من أبعاد جودة خدمات النقل الحضري التالية: الأمن، عرض الخدمة، والمواعيد (المدة)، تأثيراً معنوياً على رضا العملاء، ويعتبر بعد "الأمن" الأكثر تأثيراً في رضا العملاء، حيث بلغت قيمة لهذا البعد ما يعادل 0.469، وهي أكبر قيمة من 0.160 و 0.150 الخاصة ببعدتي: "عرض الخدمة، والمواعيد (المدة)"، في حين لم تظهر باقي أبعاد جودة خدمات النقل الحضري في أي نموذج، مما يبين أن ليس لها أي تأثير معنوي على المتغير التابع: رضا العملاء. وعليه فإن رضا العملاء عن مستوى خدمات النقل الحضري المقدم يتأثر في المقام الأول ببعد الأمن، وفي المقام الثاني فإنه يتأثر ببعد عرض الخدمة، وفي المقام الثالث فإنه يتأثر ببعد المواعيد، إلا أن باقي أبعاد جودة خدمات النقل الحضري لا تمارس أي تأثير معنوي على رضا العملاء.

وعليه وعلى ضوء ما سبق، فإننا ننفي صحة الفرضيات 1، 4، 7، أي أنه:

- $H_{011}$  : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "عرض الخدمة" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميلة.
- $H_{014}$  : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "المواعيد (المدة)" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميلة.
- $H_{017}$  : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "الأمن" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميلة.
- ونثبت صحة باقي الفرضيات الفرعية كما يلي:
- $H_{012}$  : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "سهولة الوصول" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميلة.
- $H_{013}$  : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "المعلومات" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميلة.
- $H_{015}$  : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "الاهتمام بالمسافر" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميلة.
- $H_{016}$  : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 لبعء "الرفاهية (الراحة)" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميلة.

### الخاتمة

تعتبر جودة خدمات النقل الحضري محدد أساسي من محددات رضا العملاء، الأمر الذي يوجب على مؤسسات النقل الحضري للمسافرين الاهتمام بتعزيز ادراكات الزبائن لجودة الخدمات المقدمة بهدف زيادة رضاهم عنها، وبالتالي كسبهم لمدة أطول، الأمر الذي يعزز تنافسية هذه المؤسسات ويزيد من الطلب على خدماتها. وفيما يلي سيتم الإشارة لبعض نتائج وتوصيات الدراسة.

- نتائج الدراسة: بناء على الدراسة التي قام بها الباحث، تم التوصل إلى النتائج التالية:
- إن مستوى جودة خدمات النقل الحضري حسب وجهة نظر العملاء بمدينة ميلة متوسطة.
- إن مستوى الاهتمام بالمسافرين لدى حافلات النقل الحضري بميلة منخفض.

- إن رضا العملاء عن خدمات النقل الحضري بمدينة ميله متوسط.
  - وجود علاقة طردية إيجابية بين جودة خدمات النقل الحضري بمدينة ميله ورضا عملائه.
  - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء "عرض الخدمة" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله.
  - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء "المواعيد (المدة)" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله.
  - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء "الأمن" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله.
  - ونشبت صحة باقي الفرضيات الفرعية كما يلي:
  - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء "سهولة الوصول" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله.
  - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء "المعلومات" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله.
  - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء "الاهتمام بالمسافر" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله.
  - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء "الرفاهية (الراحة)" على رضا عملاء خدمات النقل الحضري بمدينة ميله.
- التوصيات:** خرجت الدراسة بالتوصيات التالية للارتقاء بمستوى جودة خدمات النقل الحضري بمدينة ميله وتعزيز رضا عملائها:
- الحرص على الاهتمام بالمسافرين وحسن معاملتهم والاستماع لشكاويهم والعمل على حلها.
  - الحرص على الاهتمام ببعء "الأمن" لتدعيم جودة خدمات النقل الحضري بمدينة ميله، وذلك عن طريق مثلاً: تعزيز قدرة وكفاءة سائقي الحافلات وضرورة احترامهم لقوانين المرور، تعزيز الأمن داخل الحافلات وبمواقف الصعود والنزول، وتعزيز ثقة العملاء في الحافلات من حيث كفاءتها وحدثتها... الخ.

- الحرص على الاهتمام ببعدها "عرض الخدمة" لتدعيم مستوى جودة خدمات النقل الحضري بمدينة ميللة، وذلك عن طريق مثلاً: ترغيب العملاء في استخدام حافلات النقل الحضري، وأن تكون التغطية الجغرافية واسعة، وأن يكون عدد الحافلات كافٍ ويغطي حجم الطلب على الخط... الخ.
- الحرص على الاهتمام ببعدها "المواعيد" لتدعيم مستوى جودة خدمات النقل الحضري بمدينة ميللة، وذلك عن طريق مثلاً: ضرورة احترام السائقين لمواعيد الانطلاق، واحترامهم أيضاً للمدة اللازمة للوصول ومدة الانتظار لركوب وانطلاق الحافلة.
- الحرص على تدعيم كافة أبعاد جودة خدمات النقل الحضري بمدينة ميللة.
- ضرورة تبني مبادئ الإدارة الحديثة من قبل مؤسسات النقل الحضري للمسافرين، والتي تركز على الزبون كمحور أساسي في تعاملاتها التسويقية والإدارية، الأمر الذي يوجب البحث المستمر عن رضا العملاء حول جودة خدمات النقل الحضري والوقوف على مستواه، واتخاذ الإجراءات الكفيلة بالرفع منه وتعزيزه.
- تصميم برامج عاجلة للنهوض بمستوى جودة خدمات النقل الحضري بمدينة ميللة.

## الملحق: مخرجات برنامج SPSS

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,859	35

## Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
dim1	360	3,2979	,92736
dim2	360	3,1007	,88792
dim3	360	2,6785	,75630
dim4	360	2,6333	,97958
dim5	360	2,5741	1,01249
dim6	360	2,6674	,74868
dim7	360	3,1718	,98404
satisfaction	360	3,2130	1,04836
qualitetransporttotal2	360	2,8844	,60284
Valid N (listwise)	360		

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,562 <sup>a</sup>	,316	,314	,86828

a. Predictors: (Constant), qualitetransporttotal2

b. Dependent Variable: satisfaction

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	124,664	1	124,664	165,358	,000 <sup>b</sup>
Residual	269,898	358	,754		
Total	394,562	359			

a. Dependent Variable: satisfaction ( )

b. Predictors: (Constant), qualitetransporttotal2 (جودة خدمات النقل الحضري الإجمالية)

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Fraction Missing Info.	Relative Increase Variance	Re Effio	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t				Sig.
	B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	,393	,224		1,757	,080			
	qualitetransporttotal	,978	,076	,562	12,859	,000			
2									

a. Dependent Variable: satisfaction ( )

#### Model Summary<sup>d</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,567 <sup>a</sup>	,321	,319	,86496
2	,595 <sup>b</sup>	,354	,350	,84505
3	,610 <sup>c</sup>	,372	,367	,83408

a. Predictors: (Constant), dim7 ( )

b. Predictors: (Constant), dim7, dim1 ( + )

c. Predictors: (Constant), dim7, dim1, dim4 (الأمن + عرض الخدمة + المواعيد أو المدة)

d. Dependent Variable: satisfaction ( )

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

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	126,723	1	126,723	169,381	,000 <sup>b</sup>
Residual	267,839	358	,748		
Total	394,562	359			
2 Regression	139,624	2	69,812	97,761	,000 <sup>c</sup>
Residual	254,938	357	,714		
Total	394,562	359			
3 Regression	146,897	3	48,966	70,384	,000 <sup>d</sup>
Residual	247,665	356	,696		
Total	394,562	359			

a. Dependent Variable: satisfaction

- b. Predictors: (Constant), dim7  
 c. Predictors: (Constant), dim7, dim1  
 d. Predictors: (Constant), dim7, dim1, dim4

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Sig.	Fraction Missing Info.	Relative Increase Variance
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t			
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	<b>1,298</b>	<b>,154</b>			<b>8,426</b>	<b>,000</b>		
dim7	<b>,604</b>	<b>,046</b>	<b>,567</b>		<b>13,015</b>	<b>,000</b>		
dim1								
dim4								
2 (Constant)	<b>,759</b>	<b>,197</b>			<b>3,859</b>	<b>,000</b>		
dim7	<b>,554</b>	<b>,047</b>	<b>,520</b>		<b>11,838</b>	<b>,000</b>		
dim1	<b>,211</b>	<b>,050</b>	<b>,187</b>		<b>4,250</b>	<b>,000</b>		
dim4								
3 (Constant)	<b>,609</b>	<b>,200</b>			<b>3,048</b>	<b>,002</b>		
dim7	<b>,500</b>	<b>,049</b>	<b>,469</b>		<b>10,170</b>	<b>,000</b>		
dim1	<b>,181</b>	<b>,050</b>	<b>,160</b>		<b>3,627</b>	<b>,000</b>		
dim4	<b>,160</b>	<b>,050</b>	<b>,150</b>		<b>3,233</b>	<b>,001</b>		

a. Dependent Variable: satisfaction



## الإحالات والمراجع:

- <sup>1</sup> مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء ، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص، 16.
- <sup>2</sup> عواطف إبراهيم الحداد، إدارة الجودة الشاملة، ط 1، دار الفكر العربي، عمان، 2009، ص، 13 .
- <sup>3</sup> Daniel Duret, M. Pillet, Qualité en production de l'ISO 9000 aux outils de la qualité , 3<sup>eme</sup> Ed, édition d'organisation, paris, 2000, p, 17.
- <sup>4</sup> رعد عبد الله الطائي، عيسى قدارة، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص، 29.
- <sup>5</sup> Brillman Jean, les meilleurs pratiques du management , au cœur de la performance, 3<sup>eme</sup> édition, édition d'organisation, Paris, 2001, P, 91.
- <sup>6</sup> بديسي فهيمة، تفعيل مدخل النظم لتحقيق الجودة الشاملة ، أطروحة دكتوراه علوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2006، ص، 82.
- <sup>7</sup> Bertraud Louapre, La qualité S'il vous Plait, 2<sup>eme</sup> Ed, Edition d'organisation, Paris, 1993, P, 24.
- <sup>8</sup> B. Philip. Crosby ; La qualité c'est Gratuit, L'art et Manière d'obtenir La Qualité, Ed Economica, Paris, 1986, P, 19.
- <sup>9</sup> Kotler. P et Dubois. Marketing Management, Pupil union, paris, 11<sup>eme</sup> édition 2003, P 462.
- <sup>10</sup> رندية عثمان، محمود جاسم الصميدعي، التسويق المصرفي: مدخل استراتيجي، دار المناهج للتوزيع والنشر، عمان، 2001، ص:19.
- <sup>11</sup> Christaine Dumolin, et jean-paul, Entreprise de services , éditions d'organisation, paris, 2<sup>eme</sup> édition, 1998, P 20
- <sup>12</sup> أسعد حامد أورمان، أبي سعد الديوهجي، التسويق السياحي والفندقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص:4.
- <sup>13</sup> Jean lapeyre, grantir de service, éditions d'organisation, paris, 1998, p 8.
- <sup>14</sup> تيسير العجارمة، التسويق المصرفي ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى، عمان، 2005، ص، 20.

- <sup>15</sup> ناجي معلا، رائف توفيق، أصول التسويق- مدخل تحليلي، (دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2002)، ص 146.
- <sup>16</sup> عصام الدين أمين أبو عقلة، التسويق(المفاهيم، الاستراتيجيات)، مؤسسة حورس الدولية للنشر، الإسكندرية، 2002، ص:445.
- <sup>17</sup> محمود جاسم الصميدعي، رندية عثمان يوسف، تسويق الخدمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2010، ص26-27.
- 18 قانون رقم 88 / 17 المؤرخ في 10 ماي 1988 المتضمن تنظيم النقل البري وتوجي هده، الجريدة الرسمية الجزائرية ، السنة 25 عدد19 ص، 785
- <sup>19</sup>القرار الوزاري المؤرخ في 20 يوليو 1983 المتضمن تنظيم المركبات المستعملة في نقل الأشخاص المشترك، الجريدة الرسمية، السنة 20، العدد 38، ص 2290.
- <sup>20</sup> محمود جاسم الصميدعي، رندية عثمان يوسف، تسويق الخدمات، 2010، مرجع سبق ذكره، ص، 91.
- <sup>21</sup> نايف علوان، إدارة الجودة في الخدمات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 200، ص، 90.
- <sup>22</sup> - بركات غنية، قياس رضا مستخدمي النقل العمومي الحضري الجماعي، دراسة حالة المؤسسة العمومية للنقل الحضري عنابة، ماجستير، جامعة قالم، 2009-2010، ص ص، 18، 21.
- يحيواوي إلهام، بوحديد ليلي، مدى رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة من قبل شركة الخطوط الجوية الجزائرية، دراسة حالة مطار باتنة، الملتقى الدولي حول استراتيجيات وآفاق قطاع النقل في الجزائر في إطار التنمية الوطنية، جامعة المسيلة، أكتوبر 2013، ص، 209، 210.
- <sup>23</sup> محمد فريد الصحن وآخرون، قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص، 71.
- <sup>24</sup>Daniel Ray, Mesurer et développer la satisfaction des clients, 2eme tirage, édition d'organisation, paris, 2001, P, 22 .