

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

الدكتورة سامية لحول
الاستاذ يزيد شهلي
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير -جامعة باتنة/ الجزائر

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة تطوير خدمة مؤسسات النقل الحضري الجماعي باستخدام نموذج لتقييم الجودة، ومحاولة معرفة مختلف الانحرافات المؤثرة على تحقيق رضا الزبون. واعتمادا على نتائج التقييم للمؤسسة اتخاذ كل القرارات اللازمة لتحسين خدماتها حسب منظور الزبون. ويتم كل ذلك من خلال إبراز أثر أبعاد الجودة المستخدمة في مؤسسة النقل الحضري الجماعي ETUB بباتنة - الجزائر على تحقيق رضا مستعملي حافلاتها. وذلك بتطبيق نموذج servperf الذي يعتمد على مؤشرات للتقييم تتبع معيار NF EN 13816 الخاصة بجودة نقل المسافرين. ومن أجل ذلك تم إجراء دراسة ميدانية لمعرفة وجهة نظر مستعملي الحافلات بباتنة باعتبارهم مجتمع الدراسة واستخدام عينة عشوائية موزعة حسب أحياء مدينة باتنة وعدد الحافلات فيها. كما تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتفريغ وتحليل الاستبيان.

وخلصت الدراسة إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية ما بين الجودة المستخدمة في مؤسسة النقل الحضري الجماعي ETUB بباتنة - الجزائر على درجة الرضا لدى مستعملي حافلاتها، وأن 30.5 % فقط ممن لديهم رضا لخدمات هذه المؤسسة وهي نسبة متوسطة. كما توصلت نتائج الدراسة إلى وجود انحرافات ما بين معيار NF EN 13816 الخاص بجودة خدمة نقل المسافرين والجودة المستخدمة في مؤسسة ETUB. وهذا الأمر يلزمها اتخاذ القرارات اللازمة من أجل معالجة الخلل وتحسين خدماتها بهدف تحقيق رضا الزبون. وأظهرت نتائج الدراسة أيضا وجود فروق في الرضا على أبعاد الجودة تعزى إلى اختلاف النوع، الفئة العمرية والمستوى التعليمي. بينما لا توجد هذه الفروق تعزى إلى الاختلاف في المهنة والدخل الشهري.

الكلمات المفتاحية: الجودة - النقل الحضري - معيار NF EN 13816 الخاص بجودة نقل المسافرين - رضا الزبون.

Abstract

The aim of this study was to try to develop the service of collective urban transport enterprises using a model of quality assessment, and identifying the various distractions affecting customer satisfaction. Depending on the assessment results, enterprises can take take all the necessary decisions to improve their services from the customer's perspective. All this is by highlighting the quality dimensions used in the enterprise of collective urban transport (ETUB) of Batna - Algeria and their impact on customer's satisfaction. By applying the servperf model that depends on the assessing indicators according to NF EN 13816 standard of the transport passenger quality. for that a field study was conducted to recognize the views of the bus users in Batna as the study population and the use of a random sample, and the statistical Program (SPSS) was used for unloading and analyzing of the questionnaire.

The study concluded that there is a statistically significant effect between quality used in the ETUB enterprise of Batna on the degree of satisfaction among users of the buses, and that only 30.5% of those who have the satisfaction of the services of this enterprise which is medium. The study results also found that there are deviations from the

standard NF EN 13816 for quality of passenger service and quality used in the ETUB enterprise. And the existence of differences in the dimensions of satisfaction due to the difference in quality type, age group and educational level. While there are no such differences are attributable to the difference in the profession and monthly income.

Keywords: Quality - urban transport - standard NF EN 13816 private passenger transport quality - customer satisfaction

مقدمة

إن التحديات التي تواجه مؤسسات اليوم من عولمة وتحرير الأسواق وثورة المعلومات وما يتبعها من تغيرات متسارعة وقوة المنافسة، تلزمها الاستجابة برؤية واضحة بهدف استشراف المستقبل. ومن أجل ذلك تكون المؤسسات مجبرة على التحول من الأساليب الإدارية التقليدية إلى تبني أساليب حديثة تمكنها من ترشيد قراراتها الإدارية ومواكبة التطورات المستمرة لترتقي بها إلى مستوى المنافسة. كما تفرض القوى الديناميكية في بيئة الأعمال على المؤسسات تطبيق استراتيجيات تضمن لها البقاء والنمو. وقد أدركت المؤسسات التركيز على الجودة كإستراتيجية اكتسبت أهميتها نتيجة لقوى المنافسة وأصبحت من أهم الأسلحة في السوق الوطني والعالمي.

كما أدت هذه الأوضاع بما تتسم من تعدد الفرص في السوق وتوفر المعلومات عنه وعن متغيراته وسهولة الاتصالات وتبادل المعلومات إلى تعدد البدائل أمام متخذي القرار وتحول السوق في الواقع إلى سوق تتركز القوة الحقيقية فيه للزبائن الذين انفتحت أمامهم فرص الاختيار والمفاضلة بين بدائل متعددة. وفي ظل الظروف السابقة، أصبح الزبون محور التنافس، حيث تشترك المنظمات الناجحة في الوقت الحالي في التركيز على الزبون ومحاولة كسب رضاه. وفي ظل هذه المتغيرات أصبح هذا الأخير يبحث عن الجودة باعتبارها قيمة تستطيع من خلالها المؤسسة استخلاص رضا الزبون.

مشكلة الدراسة

قد تأخذ مشكلة المؤسسات الخدمية الجزائرية لا سيما مؤسسة النقل الحضري الجماعي بولاية باتنة ETUB - الجزائر أبعادا معقدة، لأن الجودة لم تأخذ كسلاح إستراتيجي فعال لتحقيق رضا الزبون. كما لم يعتبر تقييم الجودة كأسلوب تحليلي من أجل اتخاذ قرارات خاصة بتحسين خدماتها وكسب رضا الزبون. وهذا الأمر أدى إلى ضرورة معالجة التساؤل الرئيسي الذي يرجى الإجابة عليه من خلال هذه الدراسة، وهو: هل تؤثر الجودة المستخدمة في مؤسسة النقل الحضري الجماعي ETUB بباتنة -الجزائر على تحقيق رضا الزبون؟

و ينبثق من الإشكالية الرئيسية الأسئلة الفرعية التالية :

1. كيف يتم تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة ETUB بباتنة -الجزائر؟
2. ما هي المؤشرات المستخدمة من طرف الزبون لجودة خدمة مؤسسة ETUB بباتنة -الجزائر؟

الفرضيات

الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المستخدمة من طرف مؤسسة النقل الحضري بباتنة ETUB – الجزائر على رضا الزبون.

وينبثق عن هذه الفرضية ثمانى الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضيات الفرعية:

- Ho:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين تقديم الخدمة المستخدمة من طرف مؤسسة ETUB على رضا الزبون.
 - Ho:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين سهولة الوصول إلى خدمات مؤسسة ETUB على رضا الزبون.
 - Ho:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعلومات المقدمة من مؤسسة ETUB على رضا الزبون.
 - Ho:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين احترام الوقت من مؤسسة ETUB على رضا الزبون.
 - Ho:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الاهتمام بالعمل في مؤسسة ETUB على رضا الزبون.
 - Ho:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الراحة في حافلات مؤسسة ETUB على رضا الزبون.
 - Ho:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الأمن في حافلات مؤسسة ETUB على رضا الزبون.
 - Ho:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الأثر البيئي لخدمات مؤسسة ETUB على رضا الزبون.
- الفرضية الرئيسية الثانية:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة المستخدمة من طرف مؤسسة النقل الحضري بباتنة ETUB ورضا الزبون تعزى إلى الخصائص الديموغرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، الدخل) لمستعملي حافلاتها.

أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة من مساهمتها في الوقوف ميدانيا على الرضا الذي يحمله الزبون في مدينة باتنة – الجزائر عن جودة الخدمات المقدمة من مؤسسة النقل الحضري الجماعي ETUB. كما تساهم هذه الدراسة أيضا في الكشف عن نقاط الضعف في أبعاد الجودة المستخدمة في مؤسسة ETUB والتي تعمل على استياء الزبون وعدم رضاه.

أهداف الدراسة

1. التعرف على المفاهيم الخاصة بجودة خدمة النقل الجماعي وأساليب تقييمها.
2. الوقوف على المفاهيم الخاصة برضا الزبون وطرق قياسه.
3. توضيح التأثير الموجود ما بين جودة خدمة النقل على رضا الزبون.
4. تحديد أهم أبعاد جودة النقل الجماعي المؤثرة على الرضا لدى الزبون.
5. استخلاص أهم النتائج التي يمكن من خلالها اقتراح مجموعة من التوصيات التي تساعد مؤسسات النقل الجماعي وسيما مؤسسة ETUB على الاهتمام بأبعاد جودة النقل المناسبة لتحقيق الرضا لدى الزبون ومن ثم الاحتفاظ به.

أولا : الإطار النظري

1: الجودة في خدمة النقل الحضري الجماعي

تنص المادة رقم 28 من القانون رقم 01/13 المؤرخ في 8 أوت سنة 2001 المتعلق بتوجيه وتنظيم النقل البري أن خدمات النقل الجماعي الحضري تتم في محيط النقل الحضري بواسطة مركبات مهيأة تسير عبر الطرقات أو وسائل متحركة في مسارات خاصة بها. وتهدف على وجه الخصوص إلى الحد من اللجوء إلى النقل بواسطة مركبة خاصة (الجريدة الرسمية، 2001: 8). وبذلك، يضع القانون خدمة النقل الجماعي الحضري في خانة الخدمات العمومية المنتظمة في المادة رقم 26 من نفس القانون حيث تخضع لخط سير وتوقيت ووتيرة محددة تعلق مسبقا وتقوم بإركاب وإنزال الركاب في نقاط مبيّنة ومجسدة على مدى خطوط السير (الجريدة الرسمية، 2001: 8). ويعرف النقل بأنه على الأغلب خدمة وسيطة ووسيلة لتحقيق الهدف دون أن يكون هدفا بحد ذاته، ويكون الهدف المقصود تغييرا في الموقع سواء كان للأشخاص أو البضائع. أما خدمة النقل الحضري الجماعي للمسافرين فتعرف بأنها نشاط للخدمات ينتج منفعة في الزمان والمكان بواسطة شخص طبيعي أو معنوي يضمن التحول الفيزيائي للأشخاص في مجال المحيط الحضري على متن مركبة مخصصة ولمسافة مقبولة (www.ladocumentationfrancaise.fr).

وفي المقابل، تتعدد تعاريف جودة خدمة النقل الجماعي للأفراد بتعدد وجهات النظر لدى مستعملي هذا النوع من التنقلات، فكل شخص يقيم درجة تطابق الأداء الفعلي لخدمة النقل المقدمة له مع توقعاته لهذه الخدمة. وعموما، يقصد بجودة خدمة النقل الجماعي للبعث " أن تنقل في مقاييس أمنية كافية ". بينما تعني للبعث الآخر "دقة المواعيد والانتظام". وعليه، جودة خدمة النقل هي مجموعة المعايير الكيفية للجودة والمسؤول عنها هو المقدم للخدمة (مؤسسة النقل). كما ترتبط مباشرة مع مستوى الرضا الذي يبدیه مستعمل خدمة النقل الجماعي. وعليه، تمر جودة خدمة النقل من المفهوم "الموضوعي" إلى المفهوم "الشخصي والذاتي"، أي تتعلق بالشخص الذي يصدر الحكم (11 : HALLASSI, 2009). ومن أجل فهم جودة خدمة النقل الجماعي وعناصرها المكونة لا يكفي فهم العوامل المادية للخدمة فقط ولكن أيضا الشروط النفسية، الاجتماعية والثقافية، والتصرفات المحيطة بها.

وهناك ثلاث أطراف معنية في جودة النقل الحضري الجماعي، وهم :

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

وتتكون الجودة الكلية لنقل المسافرين من مجموعة مؤشرات يعتمد عليها الزبون للحكم على خدمة النقل المقدمة (الجودة المدركة). وهي مستوحاة من الجمعية الفرنسية للمعيارية AFNOR وأعمال المعهد الوطني للبحث حول

النقل وأمنه بفرنسا "INRETS"¹ ويحدد المعيار NF EN 13816 مؤشرات الجودة في خدمة نقل المسافرين (يمكن تطبيقها على كل صيغ النقل)، ويعتبر كأداة إدارية حيث يوضح تقسيم المسؤوليات و تجديد وتحسين كل الفاعلين المساهمين في إنتاج الخدمة، بالإضافة إلى أنه يسمح بتقديم مجموعة الفاعلين في خدمة النقل وتشجيع النقاش. كما يساعد هذا المعيار على تحسين خدمة النقل ومتابعة الالتزامات وتأمين خدمة نقل الأشخاص، بالإضافة إلى دوره الكبير على المستوى التنافسي.²

وحسب هذا المعيار تحدد AFNOR ثمانية مجموعات أو أبعاد تضم كل مؤشرات جودة خدمة النقل العمومي الجماعي كما يلي: عرض الخدمة، سهولة الوصول، المعلومة، المدة، الاهتمام بالزبون، الأمن، الأثر البيئي (AFNOR, 2002).

- **عرض الخدمة** Offre de service : يتضمن خمسة عناصر، وهي: صيغة النقل المستعملة، ويتم اختيار الصيغة حسب عدة عوامل: التواتر والطاقة الاستيعابية والاستجابة؛ شبكة النقل (التغطية الجغرافية) وتتضمن البعد بين نقاط الصعود والنزول والتكامل بين وسائل النقل والربط بين المحطات؛ الاستغلال، ويتم فيها تحديد ساعات بدأ أو انتهاء الخدمة والتواتر والطاقة الاستيعابية لوسيلة النقل؛ ملائمة الخدمة؛ اعتمادية الخدمة.
- **سهولة الوصول** Accessibilité: وتحتوي على العناصر التالية: الواجهة الخارجية التي تخص الراكبين والدرجات ومستعملي سيارة الأجرة ومالكي السيارات الخاصة؛ الواجهة، الدخول / الخروج وسهولة التنقل والوقت المستغرق؛ تذاكر السفر، الشراء يكون داخل أو خارج الشبكة؛ ركوب الأشخاص ذوي الحركة المحدودة.
- **المعلومة** Information: وتتمثل في: المعلومات العامة حول عرض الخدمة وسهولة الوصول والاهتمام بالزبون والراحة والأمن والأثر البيئي؛ معلومات حول السفر في الحالة العادية، الإشارة إلى أماكن التوقف داخل الحافلة والإشارة من الخارج (رقم الحافلة والاتجاه) وتحديد نقاط الصعود والنزول والمسار والمدة والسعر ونوع التذكرة؛ معلومات حول السفر في حالات الاختلال، حالة الشبكة وحول التعويض لوسائل النقل التعويض للمسافرين ومعالجة الشكاوى والاقتراحات والمتعة المعثور عليها.
- **المدة** Durée: وتضم: مدة السفر، ويتم فيها تحديد الوقت اللازم لبرمجة الرحلة والوقت اللازم حتى نقطة الصعود منذ نقطة النزول ووقت الانتظار في نقاط النزول والصعود والوقت اللازم لتغيير الحافلة أو الخط.
- **الاهتمام بالزبون** attention : وذلك من خلال العناصر التالية: الالتزام، التركيز على الزبون والابتكار والمبادرة؛ واجهة الزبون، الاستعلامات ومعالجة الشكاوي والتصرفات التجارية؛ الموظفين من ناحية، الجاهزية وتصرفات التجارية والكفاءات واللباس؛ مساعدة المسافرين، عند انقطاع الخدمة وللزبائن الذين يحتاجون المساعدة؛ شراء تذاكر السفر، المرونة وصيغ دفع متعددة وأسعار ممتازة وتعريفية متكاملة والنصح حول سعر التذاكر.

¹ - كلمة AFNOR هي اختصار لكلمة Association Française de Normalisation وهي الجهاز المكلف بإصدار شهادة NF

للخدمة. كما تمثل العضو الفرنسي للجنة الأوروبية للمعايرة CEN: Comité Européen de Normalisation وللإيزو ISO.

² - EN هي معيار معمول به في أوروبا ن حيث تعتبر EN29000 ترجمة لـ ISO 9000. أما NF فهي علامة أنشئت في فرنسا حسب قانون 1994 (يقابلها في مدريد العلامة NE ، حيث تمنح الجمعية الفرنسية للمعايرة (AFNOR) شهادة NF للناقلين الذين يحترمون جداول الالتزامات وشروط جودة النقل الحضري الجماعي بفرنسا. ولا تضمن العلامة NF فقط التوافق مع المعايير المعترف بها، ولكن أيضا مع مؤشرات جودة تكميلية واحتياجات الزبائن.

- **الرفاهية Confort**: وتضم: سير عمل التجهيزات في نقاط الصعود والنزول وداخل وسيلة النقل؛ حالة المقاعد فضاءات الوقوف وفي نقاط الصعود والنزول وداخل وسيلة النقل؛ شروط المناخ داخل الحافلة من حيث السيقاة والانطلاق / التوقف والعوامل الخارجية؛ شروط المناخ داخل الحافلة من ناحية التهوية والحرارة والنظافة والإنارة والرطوبة والضجيج؛ أعمال مضايقة أخرى؛ التجهيزات الثانوية، دورات المياه والمطاعم والمراكز التجارية والإعلانات وأجهزة الاتصال؛ سهولة استعمال المركبة أي سهولة التحركات ومكونات التجهيزات.
- **الأمن Sécurité**: ويضم: الحماية ضد السرقة والاعتداءات وذلك من خلال إجراءات احتياطية والإنارة وكاميرات المراقبة وتوفر رجال الأمن ونقاط نجدة ومساعدة معروفة؛ الوقاية من الحوادث بتواجد عتاد الحماية والاحتياط ضد الأخطار وتوفر رجال الحماية واعتمادية المركبات (في حالة جيدة من حيث الهيكل والمكابح...).
- **البيئة Environnement**: وتضم: التلوث بأنواعه (الهواء، الماء، الضجيج، المرئي) واهتزاز المركبة والغبار وعدم النظافة والروائح والأوساخ؛ الموارد الطبيعية من حيث استهلاك الطاقة والمساحة؛ الهياكل القاعدية، أثر الاهتزاز وتلويث الطريق واستعمال أدنى الموارد المتاحة أثر القطع بين المنطقتين.
- ويمكن تلخيص ما سبق في جدول يوضح معايير جودة خدمة النقل والتساؤلات حسب معيار NF EN 13816 .

الجدول (01) يوضح معايير الجودة في خدمة النقل الحضري الجماعي

طبيعة المعايير		التساؤلات
الفئات	البند	
1. عرض الخدمة	موجود	وجود الخدمة الفعلية (أين، كيف؟)
	التناسق	كيف يتم ذلك؟ (ماذا وكم؟)
	الكفاية	هل تحقق كل متطلبات الزبون؟
	الاعتمادية (الموثوقية)	هل خدمة النقل المقدمة توحى بالثقة؟
2. سهولة الوصول	استخدام	كيف يمكن الاستفادة من الخدمة؟
	القابلية (الوفرة)	هل الخدمة متوفرة؟
	الوصول	امن السهل الوصول للخدمة؟
3. المعلومة	البرمجة والتنفيذ	ما هي المعلومات التي يحتاجها المسافر؟
4. الوقت	المدة المحددة والمواعيد النهائية	كم من الوقت يستغرق التنقل؟
5. الاهتمام بالزبون	المقدرة	ماهي الخدمة المنتظرة؟
6. الرفاهية	الموافقة	هل الخدمة المنتظرة ستلبي إعجاب الزبون؟
7. الأمن	الأمن والسلامة	هل الخدمة المقدمة ستمتاز بالأمن؟
8. البيئة	التأثيرات على البيئة	ما الآثار المترتبة عنه؟

Source: Club D'échange D'expériences Sur Les Routes Départementales, **Pour un service routier de qualité**, (France : Editions Actions commerciales, 2002), p.1

لم تعد الخدمة العمومية للنقل الحضري الجماعي للأفراد مقتصرة فقط على التحويل المكاني للمسافرين، فالمعايير المعتمدة في قياس رضا زبائن هذه الخدمة فرضت عدة مقاييس تهدف إلى إنتاج خدمات ذات مستوى عالي تشبع حاجيات الزبون وتسعي إلى رضاه.

2: رضا الزبون في خدمة النقل الجماعي :

تتسابق معظم المنظمات الخدمية إلى تلبية رغبات الزبون المتعددة والحرص على الحصول على رضاه طلباً لولائه ليتحول بدوره إلى مسوق لخدمات المؤسسة مع زبائنها وجلب زبائن جدد باستعمال ما يعرف بالكلمة المنطوقة. وبذلك، ازدادت أهمية إرضاء الزبون بالتوازي مع عمليات البحث والاستحواذ على زبائن جدد مع ازدياد حدة المنافسة.

ويعرف الرضا عموماً على أنه شعور ينتاب الزبون نتيجة حكمه المقارن بين أداء المنتج (أو قيمته المقدمة) وبين ما كان ينتظره (<http://eeee.fr/docs/Marketing%20des%20Transports%20Publics.pdf>). وفي تعريف آخر أكثر شمولية، الرضا هو رد فعل زبون يستهلك منتج مطابق لما كان ينتظره مع الأخذ بعين الاعتبار التكاليف العامة المنظورة (http://staps.univ-lille2.fr/fileadmin/user_upload/ressources_peda). ويمثل المنتظر أمل ورجاء الزبون بأن يربح مجموعة قيم من المنتج (الاستعمال، ربح الإنتاجية، الصورة أو العلامة، الخبرة...).

وحسب AFNOR يعكس الانحراف بين الجودة المنتظرة والجودة المدركة رضا المسافرين³، حيث تترجم الجودة المنتظرة مستوى الجودة الذي يتمناه الزبون والذي يجب أن يحدد انطلاقاً من توقعات معلنة للزبون عن طريق الاستقصاءات النوعية وتوقعات مخفية للمسافرين. ولكن يجب الأخذ في الاعتبار تجزئة مستعملي خدمة النقل، حيث تختلف فتوقعاتهم للجودة حسب الزبائن المنتظمين مثل العمال والمتدربين والزبائن غير المنتظمين مثل الذين يستعملون عدة صيغ للنقل، بالإضافة إلى غير الزبائن الذي تختلف توقعاتهم مثل الأشخاص ذوي الحركة المحدودة والأشخاص الذين يقطنون مناطق لا تصلها خدمات النقل الجماعي (3 : F.KUHN, et J.KAUV, 2002).

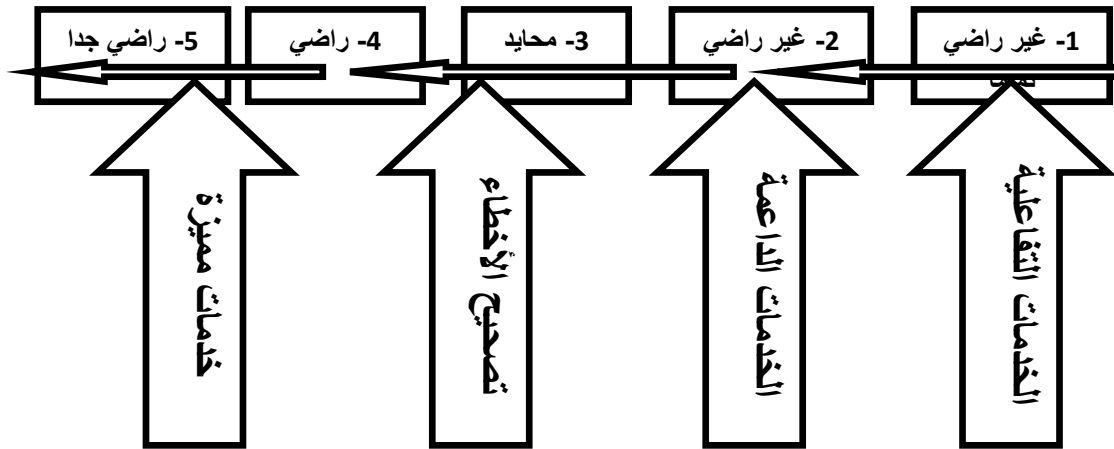
بينما تترجم الجودة المدركة مستوى الجودة التي يشعر بها المسافرين بطريقة ذاتية، حيث إدراك الجودة بالنسبة لهم يكون حسب ثلاثة مراحل، وهي (3 : F.KUHN, et J.KAUV, 2002):

- قبل السفر (التحضير له): للمؤشرات الخاصة بالمعلومات دوراً هاماً في عملية إدراك جودة خدمة النقل.
 - أثناء السفر (مراحل السفر): يتعلق إدراك الجودة بكل العوامل أو المتغيرات الخاصة بالتجهيزات الثابتة والمركبة مع عوامل الاستقبال، سهولة الوصول، الأمن والأمان، النظافة، دقة المواعيد، التغطية الجغرافية (تأمين المواصلات)، الراحة والأسعار...
 - عند نهاية السفر (نتيجة): كل المتغيرات المتعلقة بالإشارات، الاستقبال، تواجد العنصر البشري للحصول على المعلومات التي تسمح بسير ممتع للرحلة، وهي ذات أهمية للحكم على السفر ككل في آخر الرحلة.
- ومما سبق يلاحظ قوة الترابط بين الجودة والرضا، فالحديث عن أحدهما يستلزم الآخر. إذ يرى "Carnin" و "Taylor" أن رضا المستفيد يتصدر جودة الخدمة وأن نوايا الشراء لدى المستفيد ترتبط بشكل وثيق مع مستوى الرضا قياساً إلى ادراكات جودة الخدمة (العلاق والطائي، 2007: 267).

³ la norme expérimentale AFNOR XP X 50, identification des critères de qualité pour le transport des voyageurs.

وعليه، يعود رضا المستفيد إلى جودة الخدمة بالإضافة إلى عناصر أخرى مثل السعر والتكاليف العامة المدركة. وعلى المؤسسة تحسين خدماتها في حالة اتخاذها قرار الرفع من رضا زبائنهم. ويجب أن يكون هذا التحسين على مستوى الجودة الفعلية وليس على مستوى تمنيات إدارة هذه المؤسسة (center d'expertise, 2004 : 61). والشكل الموالي يوضح مستويات جودة الخدمة ورضا الزبون.

الشكل (01) مستويات جودة الخدمة والرضا



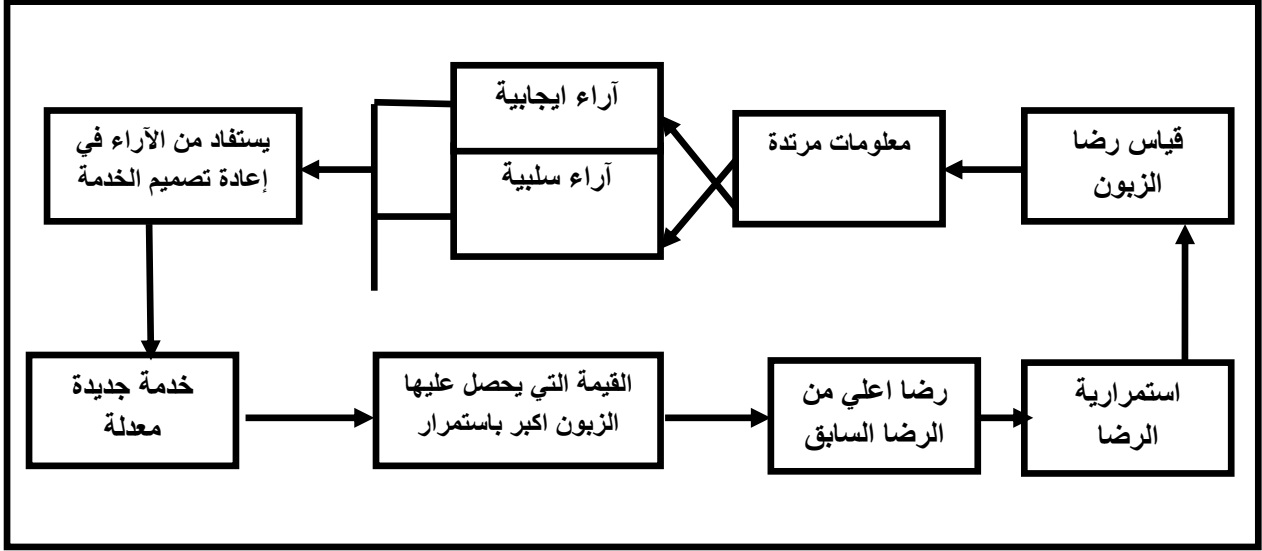
Source : center d'expertise de grands organismes, réseau d'échange sur la mesure de la satisfaction de la clientèle, la portée des résultats en mesure de la satisfaction de la clientèle (Québec : janvier 2004), p 61.

وبالإضافة إلى جودة الخدمة، هناك عوامل أخرى تؤثر على رضا الزبون قد تؤدي إلى فقدانه الكلي في حالة عدم رضاه بالرغم من اعتقاد الزبون أحيانا أن القبول بمستوى معين من عدم الرضا أقل تكلفة من التغيير الكلي للخدمة . ومن العوامل الأخرى المؤثرة على رضا الزبون ما يلي:

- خصائص الزبون: السن ، النوع، الدخل ، الحاجات، الاعتقادات، الشخصيةالخ.
 - خصائص الخدمة : أبعاد الخدمة، عمومية الخدمة، الملموسية مقابل اللاملموسية...الخ.
 - البيئة المحيطة : الظروف السياسية، الاقتصادية والاجتماعية...الخ.
 - التبادلات بين الزبون والمؤسسة : المعلومات المقدمة للزبون حول الخدمة، التجربة الداخلية للزبون مع المؤسسة، معرفة الخدمة عن طريق الكلمة المنطوقة (Bouche-a-Oreille) ومعالجة الشكاويالخ.
- وبالمقابل، على المؤسسة التي تولي اهتماما لرضا زبائنهم أن تتبع منهجية قياس رضاه حتى تتمكن من الانتقال من الذاتية إلى الموضوعية. وذلك من أجل معرفة هذا الشعور وإعطاء علامة استدلالية لتقييم أدائها الحالي ومقارنته بالمنافسين، بالإضافة إلى الكشف عن نتيجة سيرورة التحسين التي تطبقها في كل مرة. ويمكن قياس الرضا الدوري من رسم مسار توجه المؤسسة ومعرفة كفاءة وفعالية تطبيق إستراتيجياتها. ويقصد بقياس رضا الزبون الطلب منه تقييم رضاه وفق أبعاد ومؤشرات جودة الخدمة المقدمة من مؤسسة النقل الجماعي. كما يمكن

قياس رضا الزبائن المؤسسة الخدمية من معرفة آراء زبائنهم واحتياجاتهم، الأمر الذي يسمح لها معرفة الإجراءات الفعالة الواجب اتخاذها من أجل الحفاظ على زبائنهم وزيادة رضاهم. والشكل الموالي يوضح قياس رضا الزبون والتغذية المرتدة.

الشكل (02): قياس الرضا والتغذية العكسية



المصدر: عمر وصفي عقيلي، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى (عمان: دار وائل للنشر، 2001)، ص. 160.

وتتميز عملية قياس رضا زبائن الخدمة العمومية للنقل الحضري الجماعي بالحساسية، حيث تتطلب عمق السؤال (المعلومة) والتحليل وصحة النتائج. وذلك بهدف تمكين المؤسسة الخدمية من الاستفادة من هذه النتائج من أجل صنع القرار واتخاذ التدابير الخاصة بالتحسين المستمر. ويوضح الجدول الموالي مختلف المراحل الأساسية الواجب إتباعها في قياس رضا الزبون من طرف المؤسسة الخدمية.

الشكل (03) مراحل قياس رضا الزبائن



Source: Laurent HERMEL, *Mesurer la satisfaction clients*, (Paris : AFNOR, 2004), P. 29.

ومجمل القول أن التطورات الحديثة في مؤسسات النقل الجماعي تكمن في الطريقة التي تحاول بها تحقيق التواصل مع زبائنهم، حيث عادة ما تحدث تغييرات هائلة في هذه الطرق، فبينما كانت تركز مؤسسات النقل بالأمس على التسويق المعمم لكل الزبائن، تسعى هذه المؤسسات اليوم إلى بناء علاقات مباشرة ودائمة أكثر مع الزبائن. ولذلك، تذهب المؤسسات أبعد من تصميم استراتيجيات لجذب زبائن جدد، فقد تحولت هذه الجهود واستخدمت إدارة علاقة الزبون في الحفاظ بالعملاء الحاليين وبناء علاقات طويلة المدى معهم تستند إلى تعظيم القيمة والرضا عن خدماتها.

ثانيا: الدراسة الميدانية

1: الإجراءات المنهجية للدراسة

أ. مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الأفراد المتنقلة عبر الحافلات داخل مدينة باتنة. وحسب إحصائيات مديرية النقل. ونظرا لضخامة المجتمع المستهدف إضافة إلى قيود التكلفة والوقت، فقد تم استخدام طريقة العينة العشوائية المنتظمة من المستخدمين لحافلات ETUB في مدينة باتنة والتي تقدر بـ 350 مفردة، مقسمة حسب أحياء مدينة باتنة وعدد الحافلات فيها. وقد بلغت عدد الاستبيانات المستردة من قبل عينة الدراسة والصالحة للتحليل 325 استبانة.

ب. أداة جمع البيانات:

تم تقييم جودة خدمة المستخدمة من طرف مؤسسة النقل الحضري بباتنة ETUB اعتمادا على قائمة استقصاء من أجل الحصول على البيانات الأولية والتي تم إدارتها ذاتيا. وذلك بتطبيق نموذج servperf الذي يعتمد على مؤشرات للتقييم تتبع معيار NF EN 13816 . وتتكون قائمة الاستقصاء من قسمين: يحتوي الأول على البيانات المتعلقة بالخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، الدخل الشهري)؛ بينما يشتمل القسم الثاني على أسئلة تمثل الأبعاد المختلفة لمتغيرات الدراسة. وقد تم استخدام مقياس ليكرت لقياس استجابات المبحوثين لعبارات الاستبيان حسب جدول الموالي.

جدول (2) درجات مقياس ليكرت

الاستجابة	موافق جدا	موافق	موافق نوعا ما	غير موافق	غير موافق تماما
الدرجة	5	4	3	2	1

من خلال الجدول نجد أنه إذا كانت إجابة الزبون موافق جدا فهذا يقابله الدرجة 5 و هكذا بالنسبة لباقي الإجابات.

وقد تم تغريغ وتحليل الاستبيان من خلال الإصدار العشرين لبرنامج التحليل الإحصائي Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) . كما تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية: النسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري؛ الانحدار الخطي المتعدد؛ معامل ألفا كرونوباخ.

ج. صدق الأداة و ثباتها:

- **صدق الأداة:** تم التأكد من صدق الأداة من خلال عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المختصين في الجودة والنقل حيث تم تغيير وإضافة بعض الفقرات، وإعادة صياغة بعضها الآخر حتى أخذ الاستبيان شكله النهائي ثم وزع على مفردات العينة.

- **ثبات أداة الدراسة:** للتحقق من ثبات أداة الدراسة تم الاستعانة بمعامل ألفا كرونوباخ حيث بلغت قيمته (0.87) و لكون هذه القيمة أعلى من القيمة التي تقبل عندها درجة الاعتمادية و البالغة 0.60، تعتبر هذه النسبة مقبولة لأغراض البحث العلمي. وهذا يدل على تمتع الاستبانة بدرجة عالية من الثبات.

2. وصف الخصائص الديمغرافية والسلوكية لعينة الدراسة وتحليلها

تم استخدام الإحصاء الوصفي لاستخراج التكرارات والنسب المئوية لأسئلة القسم الأول من الاستبانة والمتعلقة بالخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.

جدول (3): وصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغيرات الديموغرافية	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
النوع	أنثى	135	41.5
	ذكر	190	58.5
	المجموع	325	100
الفئة العمرية	أقل من 15 سنة	6	1.8
	15-30 سنة	259	79.7
	30-45 سنة	49	15.1
	45-60 سنة	9	2.8
	60-75 سنة	2	0.6
	أكثر من 75 سنة	0	0
	المجموع	325	100
المستوى التعليمي	لم يلتحق بالدراسة	5	1.5
	ثانوي أو أقل	87	26.8
	جامعي وما فوق	233	71.7
	المجموع	325	100
المهنة	بطل	38	11.7
	طالب	168	51.8
	عامل	28	8.6
	موظف	53	16.3
	أستاذ	17	5.5
	أعمال حرة	8	5.2
	متقاعد	3	0.9
	المجموع	325	100
الدخل الشهري	أقل من 15000 دج	232	71.4
	15000 - 25000 دج	37	11.4
	25000 - 35000 دج	32	7.1
	35000 - 45000 دج	21	6.5
	45000 - 55000 دج	5	1.5
	55000 - 65000 دج	4	1.2
	أكثر من 65000 دج	3	0.9
	المجموع	325	100

المصدر: تم الاعتماد على نتائج spss

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة الذكور في عينة الدراسة بلغت (58.5%) من إجمالي عينة الدراسة، وهي أعلى من نسبة الإناث. ويشير الجدول أيضاً أن نسبة 79.7 % من الشباب ذوي الفئة العمرية 15 إلى 30 سنة. وهذا يفسره عدم إمكانية شراء سيارات خاصة، الأمر الذي يلزمهم استخدام الحافلات في تنقلاتهم. ويتضح من خلال الجدول أن المستوى الجامعي هو الذي حقق أكبر نسبة قدرت بـ(71.7%)، في حين تعتبر فئة الطلاب أكبر نسبة بـ 51.8 % وفئة الدخل الأقل من 15000 دج، الأمر الذي يلزم المؤسسة بأخذ قرارات خاصة بتحسين خدمة النقل لفئة الطلاب الشباب بتوفير لهم كل ما يتوقعونه من هذه الخدمة.

3. نتائج التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات

لاختبار فرضيات الدراسة تم استخدام نموذج الانحدار الذي يشمل متغيرات مستقلة (أبعاد جودة خدمة النقل) ومتغير تابع هو (الرضا الإجمالي) ، وقد كانت النتائج كالآتي :

■ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمتغيرات المستقلة والمتغير التابع

تم الاعتماد على مقياس ليكرت لقياس درجة موافقة المبحوثين نحو كل عبارة من عبارات الاستبيان، و يتكون هذا المقياس من 5 درجات و ذلك على النحو التالي : الدرجة 1: غير موافق تماما ؛ الدرجة 2 : غير موافق؛ الدرجة 3 : محايد؛ الدرجة 4 : موافق؛ الدرجة 5 : موافق تماما

وعند عملية التحليل للبيانات المجمعة تم تقييم المتوسطات الحسابية لإجابات الأفراد، حيث تم تقسيم المقياس إلى ثلاث مجالات لتحديد درجة الموافقة وذلك على النحو التالي: من 1 إلى اقل من 2.5 يمثل درجة الموافقة المنخفضة؛ من 2.5 إلى اقل من 3.5 يمثل درجة الموافقة المتوسطة؛ من 3.5 إلى 5 يمثل درجة الموافقة العالية.

● المتغيرات المستقلة

- تقديم الخدمة في مؤسسة ETUB

يوضح الجدول رقم (4) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لجميع عبارات البعد الأول والخاص بتقديم الخدمة لمؤسسة ETUB و ترتيبها حسب أعلى متوسط حسابي ودرجة الموافقة لكل منها.

جدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات الخدمة

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	السرعة في تقديم الخدمة	3.71	1.224	2	عالية
2	مناطق وجود حافلات ETUB مناسبة	3.66	1.126	3	عالية
3	ساعات عمل حافلات ETUB مناسبة	3.44	1.194	5	متوسطة
4	الثقة في أداء حافلات ETUB	3.85	1.197	1	عالية
5	تردد حافلات ETUB على المواقف les arrêts مناسب	3.26	1.221	6	متوسطة
6	القدرة الاستيعابية لحافلات ETUB جيدة	3.56	1.277	4	عالية
	المتوسط الحسابي العام و الانحراف المعياري العام لبعد تقديم الخدمة لمؤسسة ETUB	3.580	0.793	1	عالية

المصدر: تم الاعتماد على نتائج spss

يتضح من خلال الجدول أن المتوسطات الحسابية لبعد الخدمة تراوحت بين 3.26 و 3.85 حيث كانت أعلاها للعبارة (4) الثقة في أداء حافلات ETUB ، بينما كانت أدناها للعبارة رقم (5) تردد حافلات ETUB على المواقف les arrêts مناسب. وعليه، على مؤسسة ETUB اتخاذ قرارات خاصة بتحسين تردد حافلاتها ومحاولة السرعة في تقديم خدماتها.

- سهولة الوصول إلى خدمات ETUB

يوضح الجدول رقم (5) المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري للبعد الثاني من أبعاد الجودة والمتمثل في سهولة الوصول إلى خدمات ETUB، بالإضافة إلى درجة الموافقة.

جدول (5) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد سهولة الوصول

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
7	سهولة الوصول لمواقف حافلات ETUB	3.62	1.277	/	عالية

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة موافقون بدرجة عالية على سهولة الوصول لمواقف حافلات ETUB .

- المعلومات المقدمة من طرف مؤسسة ETUB

يوضح الجدول رقم (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع عبارات البعد الثالث (المعلومات المقدمة من طرف مؤسسة ETUB) و ترتيبها حسب أعلى متوسط حسابي ودرجة الموافقة لكل منها.

جدول (6) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد المعلومات المقدمة من طرف مؤسسة ETUB

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
8	توفر ETUB معلومات على كل خدماتها	2.29	1.317	13	ضعيفة
9	توفر ETUB معلومات على سهولة الوصول	2.42	1.270	11	ضعيفة
10	توفر ETUB معلومات الفترة الزمنية المستغرقة في التنقل	2.41	1.296	12	ضعيفة
11	توفر ETUB معلومات على السلامة المرورية	2.76	1.324	6	متوسطة
12	توفر ETUB معلومات على الأثر البيئي لحافلاتها	2.50	1.290	9	متوسطة
13	توفر ETUB معلومات في المواقف les arrêts	3.08	1.421	4	متوسطة
14	توفر ETUB معلومات على المسارات les trajets	3.56	1.269	1	عالية
15	توفر ETUB معلومات على الأسعار tarifs	3.48	1.328	2	متوسطة
16	توفر ETUB معلومات على نوع التذكرة	2.68	1.323	7	متوسطة
17	توفر ETUB معلومات الاشياء المفقودة التي وجدت	2.57	1.191	8	متوسطة
18	توفر ETUB الخدمة في كل الاوقات	2.88	1.361	5	متوسطة
19	توجد اشارات خاصة بوجهات حافلات ETUB	3.22	1.402	3	متوسطة
20	تسهل ETUB وصول الاقتراحات وشكاوى زبائن	2.48	1.118	10	ضعيفة
	المتوسط الحسابي العام و الانحراف المعياري العام لبعد المعلومات المقدمة من طرف مؤسسة ETUB	2.793	0.757	/	متوسطة

يتضح من خلال الجدول أن المتوسطات الحسابية لبعد المعلومات المقدمة من طرف مؤسسة ETUB تراوحت بين 2.29 و 3.56 حيث كانت أعلاها للعبارة (14) توفر ETUB معلومات على المسارات les trajets ، بينما كانت أدناها للعبارة رقم (8). وعليه، يجب أن تتخذ مؤسسة ETUB قرارات تخص توفير المعلومات لزبائن على خدماتها والفترة الزمنية المستغرقة في التنقل، بالإضافة إلى تسهيل وصول الاقتراحات وشكاوى زبائن.

- احترام الوقت من مؤسسة ETUB

يوضح الجدول رقم (7) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لجميع عبارات البعد الرابع (احترام الوقت من مؤسسة ETUB) وترتيبها حسب أعلى متوسط حسابي و درجة الموافقة لكل منها.

جدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد احترام الوقت من مؤسسة ETUB

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
21	انتظام الخطوط الخاصة بـ ETUB	3.70	1.222	2	عالية
22	الدقة في الوقت من طرف حافلات ETUB	3.17	1.278	3	متوسطة
23	السرعة في التنقل	3.91	1.128	1	عالية
	المتوسط الحسابي العام و الانحراف المعياري العام لبعد احترام الوقت من مؤسسة ETUB	3.591	0.959	/	عالية

يتضح من خلال الجدول أن المتوسطات الحسابية لبعد احترام الوقت من مؤسسة ETUB تراوحت بين 3.91 و 3.17 حيث كانت أعلاها للعبرة (23) السرعة في التنقل ، بينما كانت أدناها للعبرة رقم (22). وهذا ما يلزم المؤسسة أخذ قرارات خاصة بالدقة في الوقت من طرف حافلاتها.

- الاهتمام بالعميل في مؤسسة ETUB

يوضح الجدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع عبارات البعد الخامس (الاهتمام بالعميل في مؤسسة ETUB) وترتيبها حسب أعلى متوسط حسابي و درجة الموافقة لكل منها.

جدول (8) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد الاهتمام بالعميل في مؤسسة ETUB

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
24	تهتم ETUB بالعميل	3.16	1.128	5	متوسطة
25	يوجد ابتكار ومبادرات في خدمات ETUB	2.30	1.139	9	ضعيفة
26	مهارات العاملين بـ ETUB جيدة	3.42	1.079	3	متوسطة
27	تقدم ETUB المساعدة خلال التعطل في الحافلة	2.93	1.092	6	متوسطة
28	اهتمام ETUB بالعملاء المحتاجين الى المساعدة	3.24	1.264	4	متوسطة
29	تتكيف ETUB مع طلب العملاء	2.89	1.210	7	متوسطة
30	أسعار ETUB مناسبة	3.50	1.290	2	عالية
31	تقدم ETUB أسعار خاصة	2.72	1.307	8	متوسطة
32	لباس العاملين بـ ETUB مناسب	4.18	1.134	1	عالية
	المتوسط الحسابي العام و الانحراف المعياري العام لبعد الاهتمام بالعميل في مؤسسة ETUB	3.150	0.983	/	متوسطة

يتضح من خلال الجدول أن المتوسطات الحسابية لبعء الاهتمام بالعمل في مؤسسة ETUB تراوحت بين 4.18 و 2.30 حيث كانت أعلاها للعبارة (32) لباس العاملين بـ ETUB مناسب ، بينما كانت أدناها للعبارة رقم (25). وهذه النتيجة تلزم المؤسسة أخذ قرارات خاصة بالابتكار والمبادرات في خدماتها، بالإضافة إلى تقديم أسعار خاصة.

- الراحة في حافلات ETUB

يوضح الجدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع عبارات البعد السادس (الراحة في حافلات ETUB) وترتيبها حسب أعلى متوسط حسابي و درجة الموافقة لكل منها.

جدول (9) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد الراحة في حافلات ETUB

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
33	الراحة في المقاعد والمساحة الشخصية	3.60	1.330	3	عالية
34	جودة الهواء	3.33	1.289	4	متوسطة
35	النظافة في الحافلات والمواقف الخاصة بـ ETUB	3.66	1.187	1	عالية
36	تقديم الخدمة في وقت الذروة	3.61	1.271	2	عالية
	المتوسط الحسابي العام و الانحراف المعياري العام لبعء الراحة في حافلات ETUB	3.551	0.983	/	عالية

يتضح من خلال الجدول أن المتوسطات الحسابية لبعء الراحة في حافلات ETUB تراوحت بين 3.66 و 3.33 حيث كانت أعلاها للعبارة (35) النظافة في الحافلات والمواقف الخاصة بـ ETUB، بينما كانت أدناها للعبارة رقم (34). وهذا ما يلزم المؤسسة بأخذ قرارات خاصة بتحسين جودة الهواء في حافلاتها.

- الأمن في حافلات ETUB

يوضح الجدول رقم (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع عبارات البعد السابع (الأمن في حافلات ETUB) وترتيبها حسب أعلى متوسط حسابي و درجة الموافقة لكل منها.

جدول (10) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات الأمن في حافلات ETUB

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
37	توفر الحماية من الاعتداءات	2.88	1.275	2	متوسطة
38	وجود أجهزة المراقبة (كاميرا)	1.93	1.215	3	ضعيفة
39	الوقاية من الحوادث	3.33	1.310	1	متوسطة
	المتوسط الحسابي العام و الانحراف المعياري العام لبعء الأمن في حافلات ETUB	2.712	0.906	/	متوسطة

يتضح من خلال الجدول أن المتوسطات الحسابية لبعد الأمن في حافلات ETUB تراوحت بين 2.88 و 1.93 حيث كانت أعلاها للعبارة (39) الوقاية من الحوادث ، بينما كانت أدناها للعبارة رقم (38). وهذا ما يجبر المؤسسة أخذ قرارات خاصة بضرورة وجود أجهزة المراقبة (كاميرا).

- الأثر البيئي لحافلات ETUB

يوضح الجدول رقم (11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع عبارات البعد الثامن (الأثر البيئي لحافلات ETUB) وترتيبها حسب أعلى متوسط حسابي و درجة الموافقة لكل منها.

جدول (11) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات الأثر البيئي لحافلات ETUB

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
40	التلوث	3.24	1.371	1	متوسطة
41	الضجيج	3.10	1.315	2	متوسطة
42	الاهتزاز	2.98	1.326	3	متوسطة
43	الغبار والأوساخ	2.83	1.310	4	متوسطة
44	الروائح	2.82	1.310	5	متوسطة
	المتوسط الحسابي العام و الانحراف المعياري العام لبعد الأثر البيئي لحافلات ETUB	2.991	1.058	/	متوسطة

يتضح من خلال الجدول أن المتوسطات الحسابية لبعد الأثر البيئي في حافلات ETUB تراوحت بين 2.88 و 1.93 حيث كانت أعلاها للعبارة (40) التلوث ، بينما كانت أدناها للعبارة رقم (38). وهذا ما يلزم المؤسسة أخذ قرارات خاصة بإزالة الروائح والغبار والأوساخ وتخفيض الاهتزاز والضجيج.

• المتغير التابع

يوضح الجدول (12) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارة رضا المبحوثين على الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة ETUB وحساب متوسطها الحسابي والانحراف المعياري.

العبارة	التكرارات والنسب المئوية										عن رضاك مدى الخدمات المقدمة لك في حافلات ETUB		
	راض جدا		راض		نوعا ما		غير راض		غير تماما راض				
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			
		35											
		10.8											
		99											
		30.5											
		154											
		47.4											
		22											
		6.8											
		15											
		4.6											
	المتوسط الحسابي	3.36											
	الانحراف المعياري	0.935											
	درجة الرضا	متوسط											

المصدر: تم الاعتماد على نتائج spss

يلاحظ من الجدول أن مستعملي حافلات ETUB لهم رضا متوسط عن جودة خدماتها، الأمر الذي يلزم المؤسسة أخذ كل القرارات الخاصة بتحسينها حسب معيار NF EN 13816 الخاص بجودة خدمة نقل المسافرين.

■ ملخص نموذج الانحدار

من أجل اختبار قدرة النموذج على التفسير تم استخدام كل من معامل الارتباط R ، معامل التحديد R^2 ومعامل التحديد المعدل R^{-2} ، الذي يقدم تفسير أدق وأقرب للصحة نظرا لوجود أكثر من متغير مستقل، وهذا ما يبينه الجدول الموالي.

الجدول (13) ملخص نموذج الانحدار

معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	معامل التحديد المعدل R^{-2}	الخطأ المعياري
0.600	0.360	0.344	0.757

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج spss

يوضح الجدول أعلاه بأن معامل الارتباط هو (0.600) مما يدل على وجود علاقة ارتباط متوسطة و طردية بين كل من المتغيرات المستقلة (أبعاد الجودة) والمتغير التابع (الرضا الإجمالي). كما بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.360) وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة تفسر معا ما نسبته 36% من التباين في المتغير التابع (الرضا الإجمالي) أما النسبة المتبقية من التباين والمقدرة ب 64% فتعود إلى عوامل أخرى غير المدروسة.

■ اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

من أجل اختبار الفرضية الرئيسية نحتاج إلى وضع فرضيتين هما: فرضية العدم والفرضية البديلة، على اعتبار أن فرضية العدم خاضعة للاختبار أي أنها قد تكون غير صحيحة، مما يتطلب وضع الفرضية البديلة. فرضية العدم H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المستخدمة من طرف مؤسسة النقل الحضري بباتنة ETUB على رضا الزبون.

الفرضية البديلة H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المستخدمة من طرف مؤسسة النقل الحضري بباتنة ETUB على رضا الزبون.

الجدول (14) : تحليل تباين الانحدار ANOVA

مجموع مربع التباين	درجات الحرية	متوسط مربع التباين	مربع قيمة المحسوبة	F	مستوى المعنوية
101.975	8	12.747	22.232	0.000	
181.182	316	0.57			
283.157	324				

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج spss

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة F تقدر بـ (22.232) وقيمة مستوى المعنوية المحسوب المقابلة لها بلغت (0.000) ، أي أن قيمة F معنوية إحصائياً، ويعني هذا رفض الفرضية الرئيسية الصفرية وقبول الفرضية الرئيسية البديلة القائمة على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للجودة إجمالاً على الرضا.

■ اختبار الفرضيات الجزئية

إن اختبار فيشر قد يكون مضللاً لكونه يختبر معنوية النموذج إجمالاً، ومن أجل اختبار الفرضيات الجزئية فقد تم اعتماد اختبار T، لاختبار معنوية كل معلمة من معاملات النموذج على حدا، وذلك عند مستوى معنوية $\alpha=5\%$ ، والجدول أدناه يوضح ذلك.

الجدول (15) اختبار معنوية معاملات الانحدار وفقاً لإحصائية _T_

البيانات	B معاملات الانحدار	الخطأ المعياري	BETA	T	مستوى المعنوية (SIG)
الثابت	0,640	0,227		2,825	0,005
تقديم الخدمة	0.388	0,078	0,329	4,955	0,000
سهولة الوصول	0.086	0,037	0,120	2,318	0,021
المعلومات	-0.080	0,072	-0,065	-1,109	0,268
احترام الوقت	0.045	0,064	0,046	0,703	0,482
الاهتمام بالزبون	0.218	0,088	0,167	2,463	0,014
الراحة	0.130	0,061	0,137	2,127	0,034
الأمن	0.000	0,059	0,000	-0,006	0,996
الأثر البيئي	-0.021	0,043	-0,024	-0,490	0,625

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج spss

ومن أجل تفسير نتائج الجدول أعلاه، لابد من تفصيل دقيق للفرضيات الجزئية الواجب اختبارها والتي سيتم عرضها فيما يلي:

- الفرضية الأولى:

Ho: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين تقديم الخدمة المستخدمة من طرف مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5 %.

H₁: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين تقديم الخدمة المستخدمة من طرف مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5 %.

يوضح الجدول أعلاه بأن قيمة معامل الانحدار بالنسبة للمتغير المستقل (تقديم الخدمة) بلغت (0.388) والقيمة المعيارية المقابلة لها هي (0,329) وقيمة T المقابلة لهذه الأخيرة (4,955) وهي معنوية إحصائياً، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية المحسوب (SIG) القيمة (0,000) وهي أقل من قيمة مستوى المعنوية المعتمد (0.05) أو 5 % . وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين تقديم الخدمة المستخدمة من طرف مؤسسة ETUB على رضا الإجمالي للزبون.

-الفرضية الثانية :

Ho: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين سهولة الوصول إلى خدمات مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5%.

H₁: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين سهولة الوصول إلى خدمات مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5%.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن قيمة معامل الانحدار بالنسبة للمتغير المستقل (سهولة الوصول) بلغت (0.086) والقيمة المعيارية المقابلة لها هي (0,120) وقيمة T المقابلة لهذه الأخيرة (2,318) وهي معنوية إحصائياً، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية المحسوب (SIG) القيمة (0,021) وهي أقل من قيمة مستوى المعنوية المعتمد (0.05) أو 5 % . وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة القائمة على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين سهولة الوصول إلى خدمات مؤسسة ETUB على رضا الزبون.

-الفرضية الثالثة:

Ho: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعلومات المقدمة من مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5%.

H₁: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعلومات المقدمة من مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5%.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة معامل الانحدار بالنسبة للمتغير المستقل (المعلومات) بلغت (-0.080) والقيمة المعيارية المقابلة لها هي (-0,065) وقيمة T المقابلة لهذه الأخيرة (-1,109) وهي غير معنوية إحصائياً، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية المحسوب (SIG) القيمة (0,268) وهي أكبر من قيمة مستوى المعنوية المعتمد (0.05) أو 5 % . وهذا يعني قبول الفرضية الصفرية التي تنص على أنه لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعلومات المقدمة من مؤسسة ETUB على رضا الزبون.

- الفرضية الرابعة:

Ho: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين احترام الوقت من مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5%.

H₁: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين احترام الوقت من مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5 % .

يبين الجدول أعلاه أن قيمة معامل الانحدار بالنسبة للمتغير المستقل (احترام الوقت) بلغت (0.045) والقيمة المعيارية المقابلة لها هي (0,046) وقيمة T المقابلة لهذه الأخيرة (0,703) وهي غير معنوية إحصائياً، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية المحسوب (SIG) القيمة (0,482) وهي أكبر من قيمة مستوى المعنوية المعتمد (0.05) أو 5 %. وهذا يعني قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

- الفرضية الخامسة:

Ho: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الاهتمام بالعمل في مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5%.

H1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الاهتمام بالعمل في مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5%.

يشير الجدول أعلاه أن قيمة معامل الانحدار بالنسبة للمتغير المستقل (الاهتمام بالزبون) بلغت (0.218) والقيمة المعيارية المقابلة لها هي (0,167) وقيمة T المقابلة لهذه الأخيرة (2,463) وهي معنوية إحصائياً، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية المحسوب (SIG) القيمة (0,014) وهي أقل من قيمة مستوى المعنوية المعتمد (0.05) أو 5 %. وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة..

- الفرضية السادسة:

Ho: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الراحة في حافلات مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5%.

H1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الراحة في حافلات مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5%.

يشير الجدول أعلاه أن قيمة معامل الانحدار بالنسبة للمتغير المستقل (الراحة) بلغت (0.130) والقيمة المعيارية المقابلة لها هي (0,137) وقيمة T المقابلة لهذه الأخيرة (2,127) وهي معنوية إحصائياً، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية المحسوب (SIG) القيمة (0,034) وهي أقل من قيمة مستوى المعنوية المعتمد (0.05) أو 5 %. وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة.

- الفرضية السابعة:

Ho: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الأمن في حافلات مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5%.

H1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الأمن في حافلات مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5%.

يشير الجدول أعلاه أن قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل (الأمن) بلغت (0.000) والقيمة المعيارية المقابلة لها هي (0,000) وقيمة T المقابلة لهذه الأخيرة (-0,006) وهي غير معنوية إحصائياً، حيث بلغت قيمة

مستوى المعنوية المحسوب (SIG) القيمة (0,996) وهي أكبر من قيمة مستوى المعنوية المعتمد (0.05) أو 5 %. وهذا يعني قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

-الفرضية الثامنة:

Ho: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الأثر البيئي لخدمات مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5%.

H1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الأثر البيئي لخدمات مؤسسة ETUB على رضا الزبون عند مستوى معنوية 5%.

يشير الجدول أعلاه إلى أن قيمة معامل الانحدار بالنسبة للمتغير المستقل (الأثر البيئي) بلغت (-0.021) والقيمة المعيارية المقابلة لها هي (-0,024) وقيمة T المقابلة لهذه الأخيرة (-0,490) وهي غير معنوية إحصائياً، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية المحسوب (SIG) القيمة (0,625) وهي أكبر من قيمة مستوى المعنوية المعتمد (0.05) أو 5 %. وهذا يعني قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة.

ومما سبق يمكن تشكيل نموذج الانحدار الخطي على النحو التالي:

$$\text{الرضا الإجمالي} = 0.388 (\text{تقديم الخدمة}) + 0.086 (\text{سهولة الوصول}) - 0.080 (\text{المعلومات}) + 0.045 (\text{احترام الوقت}) + 0.218 (\text{الاهتمام بالزبون}) + 0.130 (\text{الراحة}) + 0.000 (\text{الأمن}) - 0.021 (\text{الأثر البيئي}) + 0.640$$

د. اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05 بين الخصائص الديموغرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، الدخل) وهدف تتقل مستعملي حافلات ETUM والرضا الإجمالي.

جدول (16) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

المتغير (الخصائص الديموغرافية)	F المحسوبة	مستوى المعنوية	النتيجة
النوع	4.240	0.040	توجد فروق
الفئة العمرية	3.633	0.007	توجد فروق
المستوى التعليمي	7.056	0.01	توجد فروق
المهنة	0.573	0.752	لا توجد فروق
الدخل الشهري	1.092	0.367	لا توجد فروق

المصدر: تم إعداده بالاعتماد على نتائج spss

يوضح الجدول 16 أن تقبل الفرضية البديلة بالنسبة لكل من النوع والمستوى التعليمي والفئة العمرية، في حين تقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود فروق بالنسبة لكل من المهنة والدخل الشهري.

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج

أكدت نتائج الدراسة وجود أثر لجودة خدمات مؤسسة النقل الحضري الجماعي ETUB على رضا الزبون، وذلك من وجهة نظر مستعملي الحافلات بمدينة باتنة. وقد تم ذلك من خلال جمع البيانات من عينة عشوائية منتظمة تقدر بـ 350 مفردة عن طريق استبانة تم تصميمها لهذه الغاية. كما استخدمت الدراسة الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية لتفسير بياناتها واختبار فرضياتها الخاصة بالتحليل والكشف عن علاقات التأثير المباشرة بين المتغير المستقل الرئيسي (أبعاد الجودة: تقديم الخدمة، سهولة الوصول، المعلومات، احترام الوقت، الاهتمام بالزبون، الراحة، الأمن والأثر البيئي) والمتغير التابع (الرضا).

وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

1. وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للجودة خدمات مؤسسة ETUB إجمالاً على رضا الزبون بمدينة باتنة.
2. أن تقييم الجودة في مؤسسات النقل الجماعي ولا سيما مؤسسة ETUB هو أسلوب تحليلي من أجل اتخاذ قرارات خاصة بتحسين خدماتها وكسب رضا الزبون.
3. وجود انحرافات ما بين معيار NF EN 13816 الخاص بجودة خدمة نقل المسافرين والجودة المستخدمة في مؤسسة ETUB.
4. رضا متوسط من طرف مستعملي حافلات ETUB عن جودة خدماتها، الأمر الذي يلزم المؤسسة أخذ كل القرارات الخاصة بتحسينها حسب معيار NF EN 13816 الخاص بجودة خدمة نقل المسافرين.
5. عدم رضا مستعملي حافلات ETUB عن تردد حافلاتها والسرعة في تقديم خدماتها.
6. عدم رضا مستعملي حافلات ETUB عن الكيفية التي يتم من خلالها تقديم خدماتها وسهولة الوصول إليها.
7. عدم رضا مستعملي حافلات ETUB عن الدقة في أوقات خدماتها.
8. عدم رضا مستعملي خدمات مؤسسة ETUB عن الفترة الزمنية المستغرقة في التنقل وعدم وصول الاقتراحات والشكاوى لها.
9. بالرغم من اعتبار توفير المعلومات عن خدمة النقل للزبون من بين أهم مؤشرات قياس جودة الخدمة، غير أن مؤسسة ETUB لا تهتم بخلق منفعة المعلومات لدى الزبون.
10. عدم اهتمام مؤسسة ETUB بالزبون وبراحته ووقته أدى إلى عدم رضا الزبون عن جودة خدماتها.
11. عدم رضا مستعملي خدمات مؤسسة ETUB عن الأمن في حافلاتها.

12. عدم رضا مستعملي خدمات مؤسسة ETUB عن الروائح والغبار والأوساخ وتخفيض الاهتزاز والضجيج الموجود في حافلاتها.
13. أظهرت الدراسة أيضا وجود فروق في الرضا بسبب اختلاف (النوع، الفئة العمرية والمستوى التعليمي)، بينما لا توجد فروق في الرضا لدى مستعملي حافلاتها تعزى إلى (المهنة والدخل الشهري). وقد يعود ذلك إلى اختلاف آرائهم وأهدافهم.

ثانيا: التوصيات

- أوصت الدراسة مؤسسات النقل الحضري الجماعي ولا سيما مؤسسة ETUB بباتنة – الجزائر بعدد من التوصيات، أهمها:
1. إدراك المؤسسة أهمية تقييم جودة خدماتها من وجهة نظر مستعملي الحافلات دون التقليل من أهمية التقييم الداخلي.
 2. ضرورة التعرف على الأبعاد المعتمدة من طرف الزبون في تقييم جودة خدمة النقل الجماعي.
 3. قياس رضا مستعملي خدمة النقل الجماعي بصفة دورية.
 4. محاولة استجابة المؤسسة لتغيرات حاجات وتوقعات الزبائن من خدمة النقل.
 5. ضرورة استخدام معيار NF EN 13816 الخاص بجودة خدمة نقل المسافرين من طرف مؤسسة ETUB كأسلوب تحليلي لاتخاذ القرارات الخاصة بتحسينها.
 6. وجوب اتخاذ قرارات خاصة بالاهتمام بعملية تقديم الخدمة وسهولة الوصول إلى خدمة المؤسسة من طرف الزبون.
 7. وجوب اتخاذ قرارات خاصة بالاهتمام بالعمل وتوفير المعلومات عن خدماتها، بالإضافة إلى احترام الوقت المبرمج للرحلة.
 8. وجوب اتخاذ قرارات خاصة بتوفير الراحة والأمن، بالإضافة إلى محاولة تخفيض الأثر البيئي لحافلاتها.

المراجع

1. بشير عباس العلق، حميد عبد النبي الطائي، 2007، تسويق الخدمات: مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي. دار زهران للنشر والتوزيع، عمان.
2. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2001/08/08، العدد 44، " قانون رقم 13/01 يتضمن نقل الأشخاص عبر الطرقات"، الجزائر.
3. عمر وصفي عقيلي، 2001، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى. دار وائل للنشر، عمان.
4. AFNOR. 2002. Norme européenne NF EN 13816 : Transport, logistique et services transport public de voyageurs, Définition de la qualité de service, objectifs et mesures. Publié par AFNOR, France.
5. Center d'expertise de grands organismes. 2004. réseau d'échange sur la mesure de la satisfaction de la clientèle ,la portée des résultats en mesure de la satisfaction de la clientèle. Québec .
6. HERMEL Laurent. 2004. Mesurer la satisfaction clients. Paris, AFNOR.
7. HALLASSI Rédha. 2009. la qualité de service dans les transports collectifs: étude comparative entre la France et l'Algérie. Travail de fin d'études pour l'obtention d'un certificat d'études supérieures (CES), spécialité: transport et territoires, promotion 54, ENTPE: Léon, France.
8. KUHN. F, et KAUV. J. 2002. La qualité de service des réseaux de transport urbain. Synthèse de l'institut national de la recherche sur les transport et leur sécurité. Arcueil, France.
9. LE MARKETING DES TRANSPORTS COLLECTIFS URBAINS, <http://eeea.fr/docs/Marketing%20des%20Transports%20Publics.pdf>, consulté le : 22/02/2013.
10. SATISFACTION DU CLIENT ET CRM, http://staps.univ-lille2.fr/fileadmin/user_upload/ressources_peda/licence/licence_management/marketing_yann.pdf, consulté le : 22/02/2013.
11. Transports urbains : quelles politiques pour demain ? <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/034000532/0000.pdf> , consulté le : 19/02/2013.

