

واقع رضا الزبون عن النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز دراسة استطلاعية لعينة من أصحاب المولدات الأهلية في مدينة الموصل

الباحث: معد حازم علي السعدون
كلية الادارة والاقتصاد
جامعة الموصل
maadalsadoon@yahoo.com

أ.م.د. عامر إسماعيل حديد
كلية الادارة والاقتصاد
جامعة الموصل
hadidamer@yahoo.com

المستخلص:

يهدف البحث إلى بيان رضا الزبون عن النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز والمتمثلة ببعض أبعاده وهي (الكلفة، الوقت، الإعتمادية، الإستجابة، الجودة).

تم إجراء تحليل للبيانات التي تم الحصول عليها من الميدان المبحوث وهو جمعية التحدي للمولدات في مدينة الموصل، وكان مجتمع العينة (٢٦٠٠) مولدة كهربائية أهلية موزعة على جميع مناطق مدينة الموصل، بإستخدام استماراة الاستبانة التي تعد الاداة الرئيسية والتي تم توزيعها على (٨٠) مبحوث (ممثلين للمولدات الأهلية في مدينة الموصل)، من أصل (٨٠) بالاعتماد على ما يوفره البرنامج الإحصائي (SPSS) من اساليب احصائية لاختبار الفرضيات الرئيسية والتي تنص على وجود رضا لدى الزبائن عن النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز، وتم التوصل الى عدة استنتاجات التي اكدت بوجود رضا للزبائن عن النقل اللوجستي مع وجود فروق للرضا على مستوى ابعد الدراسة، وفي ضوء ذلك سعى الباحثان نحو تقديم التوصيات والمقترنات التي تخص البحث بما يحقق أكبر فائدة للميدان المبحوث.

الكلمات المفتاحية: النقل اللوجستي، رضا الزبون.

The reality of Customer Satisfaction with the Logistical Transportation of Gas Oil Products An exploratory study of a sample of private generators in Mosul

Assist. Prof. Dr. Amer Ismail Hadid
College of Administration and Economics
University of Mosul

Researcher: Maad hazim ali alsadoon
College of Administration and Economics
University of Mosul

Abstract:

The research aims to show the customer's satisfaction with the transportation of the gas oil product, which is represented in some of its dimensions (cost, time, reliability, response, quality).

An analysis was made of the data obtained from the researched field, which is the Challenge Association for Generators in the city of Mosul. The sample community was (2600) civil generators distributed across all areas of the city of Mosul. Using the questionnaire form that is the main tool and was distributed to (80) respondents (Representatives of private generators in the city of Mosul), out of (80), depending on what the statistical program (SPSS) provides for statistical methods to test the main hypotheses, which states that there is satisfaction among customers about the logistical transport of the gas oil product. Several conclusions have been reached that confirmed

In the presence of customer satisfaction with the logistical transport, and there are differences of satisfaction on the dimension of the study, and in light of this, the researchers sought to provide recommendations and proposals related to research in order to achieve the greatest benefit to the research field.

Keywords: Logistical transportation, Customer satisfaction.

تمهيد:

إن رضا الزبون هو من أولويات مقدمي خدمة النقل اللوجستي، وهو يسعى من خلال ما يتميز به من خدمة عن منافسيه إلى تحويل رضا الزبون إلى ولاء الزبون لكي يتمكن من زيادة حصته السوقية والحفاظ على مكانة كبيرة في السوق الان وفي المستقبل، حيث تمثل خدمة النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز في محافظة نينوى وهي محور البحث إلى الإحتفاظ بالزبائن الحاليين وجلب زبائن جدد والاعتناء بهم لغرض إستدامة العمل معهم والحصول على رضا الزبائن (أصحاب المولادات) لخدمة النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز.

وسيتم في هذا البحث تناول رضا الزبون عن نشاط النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز التي سيحصل عليها وبين ما تم الحصول عليه فعلاً، والتضحيات (المادية والمعنوية) التي يبذلها الزبون في الحصول على خدمة النقل اللوجستي، حيث تناول المبحث الأول منهجة البحث، اما المبحث الثاني فقد تناول الإطار النظري للبحث، وبخصوص المبحث الثالث فقد تناول الجانب العملي للبحث، اما المبحث الرابع فقد تطرق الى الاستنتاجات والمقررات.

المبحث الأول: منهجة البحث

اولاً. مشكلة البحث: من خلال الزيارات الميدانية التي قام بها الباحثان على عدد من المولادات الأهلية مدينة الموصل وفي (جمعية التحدي للمولادات) الرسمية والمسؤولة عن المولادات في مدينة الموصل والتي تمثل أصحاب المولادات في ديوان محافظة نينوى، وجمعية إسكان أصحاب المولادات في مدينة الموصل، تبين وجود العديد من المشاكل الا ان أبرزها تمثل بالنقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز، وبالتالي انعكست هذه المشكلة على رضا الزبائن والممثلين بأصحاب المولادات الأهلية في مدينة الموصل والبالغ عددها (٢٦٠٠ مولدة) والذين يمثلون مجتمع البحث، وقد كان هناك شبه اتفاق بين الزبائن على قلة الاهتمام بالنقل اللوجستي لهذا المنتوج والذي يمكن ان ينعكس سلباً على بعد الخدمة والآثار السلبية المترتبة عليها، وهنا تظهر مشكلة البحث في التساؤلات الآتية:

١. ما مدى تحقيق ابعد النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز لرضا الزبون (أصحاب المولادات)؟
٢. ما هو توقع وإدراك الزبون لأبعد النقل اللوجستي في مدينة الموصل؟
٣. هل تحقق رضا الزبون (أصحاب المولادات) عن النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز في مدينة الموصل؟

ثانياً. أهمية البحث: يمكن أن نحدد أهمية البحث من أهمية متغيراته وكالآتي:

١. تجلّى أهمية البحث من خلال الموضوع الذي تناولته وهو رضا الزبون (أصحاب المولادات) والنقل اللوجستي، والذي يعالج موضوعاً في غاية الأهمية لارتباطه المباشر بالحياة اليومية للمواطنين في مدينة الموصل.
٢. اسهام البحث في بيان أهمية النقل اللوجستي التي تناولتها فضلاً عن رضا الزبون.

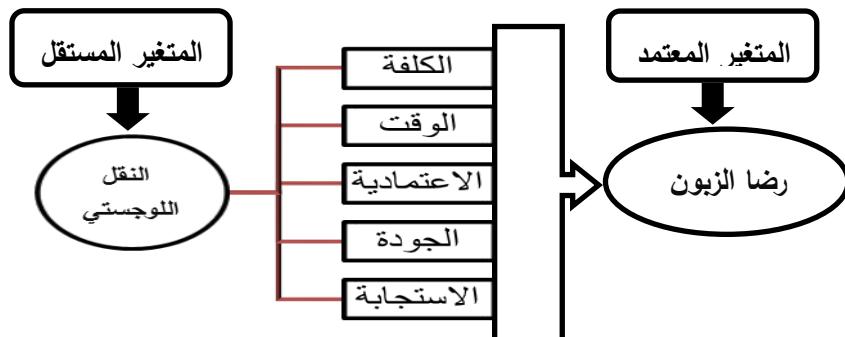
٣. تشخيص واقع رضا الزبون (أصحاب المولدات) عن النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز في مدينة الموصل.
٤. المساهمة في نشر التوجهات الحديثة لأبعد النقل اللوجستي من أجل بناء علاقات طويلة الأمد بين الزبون والجهة المجهزة من جهة، وتحقيق المنافع لجميع الأطراف من جهة أخرى.
٥. تقديم نتائج واقعية عن النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز في مدينة الموصل.
٦. بيان قدرة النقل اللوجستي من خلال ابعاده بالشكل الصحيح في الوصول الى التوزيع الأمثل لمنتج زيت الغاز في مدينة الموصل، بحيث يمكن تعليم الآية النقل هذه لتصبح معتمدة من قبل الجهات الرسمية.

ثالثاً. أهداف البحث:

١. تحقيق رضا الزبون عن اللوجستي لمنتج زيت الغاز في مدينة الموصل.
٢. تقييم مدى إسهام كل بعد من ابعاد النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز في مدينة الموصل لتحقيق رضا الزبون (أصحاب المولدات).
٣. سعي البحث في الوصول الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات لتحسين عملية النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز في مدينة الموصل.
٤. توضيح ابعاد النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز الأكثر تأثيراً في رضا الزبون (أصحاب المولدات).

٥. تحديد مستوى اهتمام مصادر التجهيز لمنتج زيت الغاز برضاء الزبون (أصحاب المولدات) وتسليم أكبر قيمة ممكنة.
٦. تحليل وتحديد متطلبات تحقيق ابعاد النقل اللوجستي لرضاء الزبون (أصحاب المولدات) لتفعيلها والاستفادة من مميزاتها.

رابعاً. المخطط الإجرائي للبحث: بين المخطط الإفتراضي للبحث تكوين فكرة كافية عن البحث فضلاً عن توضيح رضا الزبون عن النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز، وكما في الشكل التالي:



الشكل (١): يوضح أنموذج البحث الاجرائي

المصدر: إعداد الباحثان.

خامساً. فرضيات البحث: صيغت فرضيات البحث بناءً على انموذج البحث الاجرائي والموضع في الشكل (١).

الفرضية الرئيسية: يؤثر النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز في تحقيق رضا الزبون (أصحاب المولدات). والتي تتبع منها الفرضيات الفرعية الآتية:

١. يؤثر بعد (الكلفة) للنقل اللوجستي على رضا الزبون (أصحاب المولدات).
٢. يؤثر بعد (الوقت) للنقل اللوجستي على رضا الزبون (أصحاب المولدات).
٣. يؤثر بعد (الاعتمادية) للنقل اللوجستي على رضا الزبون (أصحاب المولدات).
٤. يؤثر بعد (الاستجابة) للنقل اللوجستي على رضا الزبون (أصحاب المولدات).
٥. يؤثر بعد (الجودة) للنقل اللوجستي على رضا الزبون (أصحاب المولدات).

المبحث الثاني: الإطار النظري للبحث

أولاً. النقل اللوجستي:

❖ **المفهوم:** نظراً لكون أول ظهور لمصطلح اللوجستيك كان في الميدان العسكري لذلك يمكن توضيح التعريف العسكري للنقل اللوجستي، حيث إن تعريف النقل لغة " هو نقل الشيء بمعنى حوله من موضع إلى موضع آخر أو تحول من مكان لأخر ويعني الطريق المختصر" (الإمام، ٢٠١٩: ١١)، و"نقل ينقل نقلأً" (بوزيدي، ٢٠١٢: ٩). واصطلاحاً "يعني حمل الأشخاص، والمتاع، والحيوانات، والسلع، والثروات، والمعارف، من موضع أو مكان إلى آخر، بالوسائل المتباعدة النوع والسرعة ومرنة وأمان وفي أقل وقت. وفق المقومات المتاحة والمحددة الداعمة أو المعوقات كتحديات" (صورية، ٢٠١٧: ١٢)، وقد تناول الكتاب والباحثين العديد من التعريفات التي غطت مفهوم النقل اللوجستي ويمكن توضيح ذلك من الجدول أدناه:

الجدول (١): يوضح مفهوم النقل اللوجستي

| الباحث | السنة | المفهوم | ت |
|----------------|-------|---|---|
| الزبيدي | ١٩٨٧ | خدمة غير مادية وذي منافع اقتصادية ولسد حاجات الجمهور او لدعم الاقتصاد الوطني، او ما يقدم للأفراد مقابل او بدونه. | ١ |
| Fabbe | ٢٠٠٥ | وظيفة النقل اللوجستي هي وظيفة الرجل الأكثر نبلًا لهذا ينظر إلى النقل بأنه كما مكون من مكونات البنية الأساسية للاقتصاد الوطني وركيزة أساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة في أي بلد. | ٢ |
| Philip Kotler | ٢٠٠٩ | نشاط أو منفعة يقدمها طرف لطرف آخر وت Kovf أساسا غير ملموسة ولا يتربّ عليها أي ملكية، فتقديم الخدمة ي Kovf مرتب بموجب مادي أو لا يكون. | ٣ |
| حامد | ٢٠١٥ | نقل البضائع بواسطتين مختلفتين على الأقل ومن وسائل النقل اللوجستي على أساس عقد النقل في مكان ما حيث يتسلم متعهد النقل البضائع في حيازته وحتى وصولها إلى المكان المحدد لها لتسليمها إلى الجهة الأخرى. | ٤ |
| بوختاله وآخرون | ٢٠١٧ | يعتبر النقل اللوجستي ذلك النشاط الذي يهدف إلى تحقيق نقل وتسهيل انتقال المنتجات والأشخاص من مكان إلى آخر بوسائل النقل المختلفة. | ٥ |

المصدر: اعداد الباحثان.

❖ **الأهمية:** وأشار (فاتح، ٢٠١١: ١٨) إلى أن أهمية النقل اللوجستي تكمن في النقاط التالية:

١. اعتبارات التكلفة العالمية: تمثل الأنشطة اللوجستية أهمية بالغة على المستوى الاقتصادي للدول، حيث تشير الإحصاءات إلى أن ١٩٪ من الثروة القومية في الولايات المتحدة الأمريكية يستثمر في الأنشطة اللوجستية، وأن هذه الأنشطة تستخدم حوالي ١٣٪ من قوة العمل هناك. ومن بين هذه الأنشطة نشاط النقل، حيث إن الإحصاءات تشير إلى أن تكاليف لوجستيك النقل وحده يبلغ حوالي ٥٪ من الإنتاج العالمي أي حوالي ٢٠٠٠ مليار دولار (الحجازي، ٢٠٠٠: ١٨).

٢. طول خطوط الإمداد والتوزيع: إن الاتجاه نحو العولمة في الصناعة وكذلك الاهتمام بالتسويق الدولي أصبح يعتمد إلى حد كبير على الأداء اللوجستي، لهذا تزايد الاهتمام بالأنشطة اللوجستية داخل كل منظمة أعمال وخاصة تلك الشركات متعددة الجنسيات أو الشركات كبيرة الحجم التي لا يقتصر إنتاجها على الأسواق المحلية وذلك بسبب تكلفة خطوط الإمداد والتوزيع الطويلة (ادريس، ٢٠٠٣: ٢٩).

٣. اللوجستيك مهم للإستراتيجية: تبذل الشركات وقتاً طويلاً وجهداً كبيراً في سبيل إيجاد السبل التي يمكن أن تميز منتجاتها عن غيرها من المنافسين. أي إن إستراتيجية التمايز وخاصة في التكلفة (أسعار المنتجات) تتوقف إلى حد كبير على الأداء الجيد للأعمال اللوجستية من حيث التكلفة وخدمة العملاء، فالشركات التي نجحت في إدراك التمييز في الخدمة اللوجستية تكون قادرة على بناء ميزة تفضيلية مقارنة بالشركات المنافسة لها، (ادريس، ٢٠٠٣: ٢٩).

٤. اللوجستيك يضيف قيمة ذات دلالة للعميل: مما لا شك فيه أن أي سلعة أو خدمة لا تتمتع إلا بقيمة قليلة عندما لا تكون متاحة للعملاء المحتملين في الوقت والمكان المناسبين. ولكن عندما تبذل المنظمة جهوداً متميزة في سبيل توفير هذه المنتجات أو الخدمات لعملائها الحاليين والمحتملين في الوقت والمكان المناسبين من خلال تجهيز الطلبات والمعلومات والتخزين والنقل وغيرها فإن ذلك سوف يزيد من القيمة المضافة إلى هذه الخدمات بالنسبة للعملاء. فرضاً العميل يتوقف بصفة أساسية على الاطمئنان إلى توفير المنتجات من خلال انسابتها وتدفقها بواسطة الأنشطة اللوجستية المختلفة (مصطفى والعبد، ٤: ٢٠٠٢).

٥. تزايد رغبة العملاء في الحصول على استجابة مناسبة وسريعة: إن نجاح سلاسل الأكل السريع أو الجاهز، توصيل الطلبات للمنازل، انتشار ماكينات الصرف الآلي، والإقبال على استعمال الانترنت والبريد الإلكتروني في السنوات الأخيرة جعل العملاء يتوقعون الحصول على احتياجاتهم ورغباتهم من السلع والخدمات في وقت قصير. إضافة إلى ذلك فإن تطور أنظمة المعلومات، وعمليات التصنيع الآلي، والمرونة في الإنتاج والتنمية، ساعد المنظمات على إتباع ما يعرف بالإنتاج ذو الحجم الكبير، وكذلك التسويق ذو الحجم الكبير. (ميلي، ٢٠٠٩: ١٦).

٦. ثانياً. أبعاد رضا الزبون عن النقل اللوجستي: هناك العديد من الأبعاد التي يمكن أن تحددها بالآتي:
❖ التكلفة (COST): يعتبر بعد التكلفة من أهم الأبعاد تأثيراً لدى الزبائن والذي يعد من الأولويات التي يبحث عنها كل زبون إلى جانب الأبعاد الأخرى، حيث أشار (Schacke, 2001: 30)، إلى أن التكلفة تشتمل على العوامل التالية:

١. زيادة الوعي بالتكلف، بما في ذلك القدرة على تحديد تكاليف الأجزاء الصغيرة بشكل متزايد عملياً الإنتاج/التوزيع، ومزيد من المعلومات حول تكاليف البدائل، والتي قد تؤدي إلى إستعداد أكبر لنقل كميات معينة، على سبيل المثال مستودعات التوزيع.

٢. وفورات الحجم الناتجة عن توحيد المنتجات، والتمييز في الأسعار لصالح أكبر الزبائن (خصوصيات الحجم)، خطوط الإنتاج الأسرع، التكاليف العالية للعتبة التكنولوجيا الجديدة، وزيادة قدرة الشركات الكبيرة على امتصاص التقلبات في الطلب. حيث يذهب نحو الاتجاه السائد في أوروبا إلى الإنماج في عدد أقل من الشركات الكبيرة في العمل.
٣. التغيرات الجغرافية في سوق العمل والتي تؤثر على التكاليف. ولا تشمل فقط المقارنة في تكاليف الأجور ولكن أيضاً مرونة العمل والإنتاجية والجودة. قبول العمل بدوام جزئي، تعدد المهارات، وتختلف ساعات العمل، وعدم الأمان في العمل والأجر المرتبط بالأداء إلى حد كبير بينها.
٤. الاختلافات في تكلفة رأس المال. كما يصبح رأس المال أكثر فائدة، ويصبح أي اختلافات "سياسية" على نحو متزايد -نتيجة لمبادرات السياسة العامة لزيادة القدرة التنافسية وتأمين الوظائف وحماية المناطق المحرومة من خدمة النقل اللوجستي.

❖ **الوقت (TIME):** يشير (منصور، ٢٠٠١: ٦٠)، إلى أن الوقت يؤثر في مقدرة الناقل لمنتج زيت الغاز على تقديم الخدمة الفعالة للزبائن، حيث يمثل الوقت المستغرق في نقل المنتج من محطة الشحن (المستودعات) إلى الزبائن (أصحاب المولادات) أحد المعايير المستخدمة في المفاضلة بين وسائل النقل المختلفة ومن الملاحظ إن هناك علاقة طردية بين طبيعة الوسيلة من حيث السرعة ومعدل الأجر الذي تتضمنه نظير أداء الخدمة.

وتؤكدنا لذلك فقد أشار (Zeng, T., Hu, D., & Huang, G. 2013: 409)، إلى أن وقت النقل هو الوقت الذي تستغرقه السيارة السلعية من الشحنة إلى الوجهة، أي الوقت الذي تستغرقه للعبور، بما في ذلك وقت النقل بين نقاط الالقاء، ووقت تحويل أوضاع النقل التي تحدث في نقاط الالقاء، ووقت الإنتظار بسبب تأثير تاريخ الشحن.

❖ **الاعتمادية/الموثوقة (Reliability):** يشير مفهوم الإعتمادية إلى مدى الثقة والقدرة لنقل منتوج زيت الغاز على تحقيق الإنظام في عملية الإمدادات ويؤثر كل من عامل الوقت والإعتمادية على تكلفة التخزين بما فيها تكلفة الفرص البيعية التي تم فقدانها لعدم توافر السلعة، إضافة إلى تأثيره على مستوى الخدمة المقدمة للزبائن، ويؤثر ذلك في مجموعه على درجة كفاءة نظام الإمداد (عبد القادر، ٢٠١٨: ٣٤).

وتؤكدنا لذلك فقد أشار (Tian, Y., & Vanga, R, 2020: 1)، إلى أن الموثوقة في مجال النقل اللوجستي لا تمارس تأثيراً قوياً على سلوك الزبائن فحسب بل تؤثر أيضاً بشكل كبير على مكانة النافعين وحصتهم السوقية في بيئة التنافس.

❖ **الاستجابة (Responsibility):** وهي وجود الإرادة لمساعدة الزبائن وتزويدهم فوراً بخدمة النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز، ومن أجل التفوق ببعد الاستجابة يجب على الناقل أن يكون واثقاً من صورة المعالجة لتسليم الخدمة ومعالجة الطلبات من نقطة رؤية الزبون أكثر منها من نقطة رؤية الناقل، والمعايير الخاصة بالسرعة والمدة المحددة التي تعكس رؤية لإجراءات الداخلية المطلوبة والتي ربما تختلف كثيراً عن متطلبات الزبون للسرعة والمدة (شياع، ٢٠١٤: ٩٥). حيث إن الاستجابة في تقديم الخدمة تنهي حالة القلق والشك الذي يتولد لدى الزبون في الإنتظار وعدم الحصول على الخدمة في الزمان والمكان اللذين يرغب بهما، حيث إن للفترة التي يضطر الزبون

أن ينتظراً تؤثراً على الطريقة التي يدرك الزبون فيها جودة الخدمة ويشكل إنطباعاته عنها، فالإنطباعات الأولى مهمة جداً في الطريقة التي يشكل المرء فيها فكرته عن الخدمة برمتها، بغض النظر عن مدى نجاح الخدمة بعد الانتظار (حسين وعبد، ٢٠١٣: ١٠٣).

❖ **الجودة (QUALITY):** إن لجودة خدمة النقل اللوجستي درجة كبيرة من الأهمية وذلك يعود إلى تزايد أعداد مقدمي الخدمات لنقل منتج زيت الغاز وتنامي حدة المنافسة بينها حيث لم يعد يكفي تقديم خدمات بجودة اعتيادية، وإنما تقديم خدمات متميزة تختلف عما يقدمه الآخرون، وأيضاً توسيع قاعدة العملاء، وإن جودة الخدمات كما يدركها العملاء هي إتجاه يعتمد على عملية تراكمية بعيدة المدى. وتاكيداً لذلك فقد اشار (Kalidas, M. G. 2020: 776)، حيث أدرك قطاع الخدمات إن جودة الخدمة هي أحد المصادر الرئيسية لاكتساب الميزة التنافسية وللبقاء كمنافس ناجح في السوق وقد أكد العديد من الباحثين الآخرين على أهمية الجودة في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. وفقاً لذلك، فمن الواضح إن مفهوم جودة الخدمة من المواضيع التي ازداد الاهتمام بها في صناعة الخدمات. ومع ذلك، قام (Zeithaml et al., 2004) بتوسيع فكرة Parasuraman بشأن الجودة لتشمل العلاقة بين جودة الخدمة والزبون التي يجب أن يتوقعهما من الناقل الذي يقدم خدمات عالية الجودة، بينما يقارن الرضا التصورات بما يتوقعه المستهلكون عادةً فيما يتعلق بهذه الدراسة، فإن وسائل النقل التي يستخدمها الناقل هي خدمة يتم تعريف جودتها من خلال تصور الزبون على إنها الخدمة التي تلبي توقعات زبائن محددين، والتي تؤدي في النهاية إلى رضاهم. في هذه الحالة، يكون الزبون مستفيداً، لذلك عندما يصبح الزبون راضياً عن خدمة النقل، ينظر إلى الخدمة على أنها جيدة وعالية الجودة والعكس صحيح.

الجدول (٢): تسقيط أبعاد النقل اللوجستي

| نوع الباحث | الأبعاد | بيانات المجموع | | | | | | | | | |
|-----------------|---------|----------------|--------|--------|-----------|------------|-------|---------|-------|---------|----------|
| | | السمعة | الجودة | القيمة | الاستجابة | الاعتمادية | الوقت | التكلفة | النحو | التعاطف | الملموسة |
| المجموع | ١ | ٨ | ١٣ | ٨ | ٢٢ | ٢٦ | ٢٨ | ٢٠ | ٢٣ | ٢٧ | ٧ |
| الأهمية النسبية | ٢ | %٤٣ | %٤٧ | %٣٧ | %١٣ | %٢٢ | %١٣ | %١٥ | %٣٨ | %٤٥ | %١٢ |

المصدر: اعداد الباحثان.

يشير الجدول الى ما تناوله الكتاب والباحثون من ابعاد النقل اللوجستي بشكل متبادر و كان عددهم (٦٠) باحثاً كما مبين في الملحق رقم (٣) الا ان الباحثان سيقومون بتناول كافة الأبعاد باعتبار ان البيانات مختلفة فيمكن لبعد ما ذو أهمية في بيئه معينة والعكس صحيح، لذلك ولكيلا يغفل الباحثان عن أي بعد، تم تناول جميع الأبعاد في البحث والتحليل للوقوف على مدى تأثيرها.

ثالثاً. رضا الزبون:

❖ **المفهوم:** حيث عرفت المنظمة الدولية للمواصفات والمقاييس (ISO) رضا الزبون: على أنه وجهة نظر حول درجة اشباع رغباته بالنسبة لتوقعاته لمختلف السلع والخدمات التي استحوذ عليها.

الجدول (٣): يبين المفاهيم الخاصة برضاء الزبون لعدد من الكتاب والباحثين

| الرَّسَة | السَّنَة | الْتَّعِيرُ | ت |
|--------------------------------------|----------|---|---|
| Kotler | ١٩٩٧ | إحساس الزبون بالمتنة أو خيبة الأمل الناتجة عن مقارنته لأداء المنتوج المقدم له بتوقعاته السابقة عن هذا المنتوج. | ١ |
| داودي الإمام | ٢٠١٤ | هو المستخدم النهائي للخدمة، وتنثر قراراته بعوامل داخلية مثل (الشخصية والمعتقدات والأساليب، والدلوافع والذاكرة) وبعوامل خارجية مثل (الموارد وتأثيرات العائلة وجماعة القصيل والأصدقاء). | ٢ |
| عبد الغني وجمال الدين | ٢٠١٨ | هو ذلك الشخص الطبيعي (الأفراد) أو معنوي (المؤسسات) القادر على الدفع من أجل الحصول على السلع أو الاستفادة من عدة خدمات من قبل الموردين أو المنتجين. | ٣ |
| Wei, Q., Shi, X., Li, Q., & Chen, G. | ٢٠٢٠ | قام بتقسيم الرضا إلى فئتين، على سبيل المثال، الرضا عن السمة (على سبيل المثال، الرضا المتصور لسمة منتج معينة) والرضا العام (على سبيل المثال، بشأن البيئة، وموظفي المبيعات، وعملية الجودة والمعاملات، إلخ). | ٤ |
| Devi, M. A., & Prakash, A | ٢٠٢٠ | يتم تعريف رضا الزبائن كنسبة تعكس مستوى السعادة للزبائن مقابل السلع والخدمات التي يحصلون عليها، ومدى توفرها وإمكانيتها لتلبية حاجاتهم ورغباتهم. | ٥ |

المصدر: من إعداد الباحثان على وفق ما عكسته الأدبيات أعلاه.

مما تقدم نستنتج أن رضا الزبون هو مدى تطابق الخدمة الفعلية مع توقعات الزبون ومن مضامين المفاهيم السابقة نجد أن أغلب التعريف ركزت على:

أ. رضا الزبون هو شعور أو إحساس بالسعادة أو خيبة الأمل من خدمة النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز.

ب. رضا الزبون هو نتيجة مقارنة الأداء المدرك للمنتج أو الخدمة مع توقعات الزبون لجودة خدمة النقل لمنتج زيت الغاز.

❖ **الأهمية:** يشير (خليف ومرجان، ٢٠١٨: ١٠٩)، إن أهمية رضا الزبون تتبع من المطابقة الأولية ومن ثم مقابلة احتياجات الزبائن، حيث إن قيمة المنتج الذي يتم إنتاجه تكون قليلة إذا ما أخذ بالإعتبار ما يرغب به الزبون. ولذلك فإن إقناع الإدارة والعاملين فيها بتوجيهه الاهتمام نحو الزبون يعد مطلباً أساسياً، وكذلك على الناقل أن يوفر قاعدة بيانات عن الزبائن ومتطلباتهم واحتياجاتهم، إلا أن التركيز على الزبون وتحقيق رضاه وتلبية احتياجاته هو الهدف الرئيس لأي مقدم خدمة وهذا ما يراه أغلب الباحثين حيث يؤكدون على أن الرضا والاحتفاظ بالزبون يتحقق بالخدمات النموذجية ذات الجودة العالمية، ويجب على الناقل أن يسأل وبصورة مستمرة كيف يستطيع أن يزيد من رضا الزبون وولائه؟ أي بمعنى آخر كيف تكسب الزبون؟

وتؤكدنا لذلك فقد أشار (Wei & Chen, 2020: 1449) حيث يعتبر رضا الزبائن أحد المحددات المهمة لإعادة الشراء وشفافيتهم وولائهم، وهو مرتبط بالأرباح طويلة الأجل، حيث تساهمن الدراسات حول رضا الزبائن في الإبتكار والتحسين المستمر للمنتجات والخدمات، وبالتالي

تعزيز إنطباع الشركة والعلامة التجارية. وتأكيداً لما سبق فقد أشار (أبو فزع، ٢٠١٥: ٢٢)، حيث يسحوز رضا الزبون على أهمية كبيرة في سياسة أي ناقل يقدم خدمة النقل لمنتوج زيت الغاز ويعد من أكثر المعايير فاعلية للحكم على أدائها لاسيما عندما تكون هذه المؤسسة متوجهة نحو الجودة. لذلك يجب التركيز على الأمور الآتية لأنها الوسيلة المعتبرة عن رضا الزبون بالنسبة لأداء الناقلين وكالاتي:

١. إذا كان الزبون راضيا عن أداء الناقل فإنه سيتحدث للأخرين مما يولد زبائن جدد.
 ٢. إذا كان الزبون راضيا عن الخدمة المقدمة إليه، فإن قراره بالعودة إليه سيكون سريعا.
 ٣. إن رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه من قبل الناقل سيقال من احتمال توجه الزبون إلى ناقل آخر منافس، حيث إن الناقلين الذين يهتمون برضاء الزبون ستكون لديهم القدرة على حماية أنفسهم من المنافسين ولا سيما فيما يخص المنافسة على الأسعار.
 ٤. إن رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه سيقوده إلى التعامل مع الناقل في المستقبل مرة أخرى ويمثل رضا الزبون تغذية عكسية للناقلين فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه مما يقود الناقل إلى تطوير خدماته المقدمة إلى الزبون النهائي، وبالإمكان قياس رضا الزبون من خلال تحديد حصته السوقية.
- رابعاً. **خصائص تحقيق رضا الزبون:** حيث أشار (Razaka, A., & Abdul. 2020: 30)، على أنه يمكن تصنيف الغلاف الجوي كما ذكره كوتلر على بأنه الأجزاء المحيطة التي تسعى في الوقت نفسه إلى خلق نوايا إيجابية وإقناع الزبون وجذبه. حيث يعتبر أن الإدارة الجيدة هي التخطيط والأجزاء الممتازة والمعدات والمنشآت التي يتم تنظيمها وصيانتها بشكل جيد، وخدمة الزبائن، كلها جزء من خلق الأجزاء التي تؤدي إلى إرضاء الزبائن الذين يعودون ضروريين من أجل التنافس الآن وفي المستقبل.

المبحث الثالث: الجانب العملي

يتناول هذا المبحث الجانب العملي للبحث من محورين حيث يتمثل المحور الأول في وصف وتشخيص متغيرات الدراسة باستخدام عدد من الأدوات الإحصائية متمثلة بـ (التوزيعات التكرارية، النسب المئوية، الاوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، نسبة الاستجابة، معامل الاختلاف)، بالإضافة إلى اختبار فرضيات الدراسة للتحقق من صحتها في المحور الثاني، حيث إن عملية جمع البيانات والمعلومات اللازمة عن الميدان المبحوث تتطلب اختيار أدوات وطرائق مناسبة للوصول إلى أدق النتائج واقربها واقعية، لذلك إنتم الباحث المقابلات الشخصية مع مدير جمعية التحدي ومدير جمعية إسكان أصحاب المولدات الأهلية في مدينة الموصل، وكذلك ممثلي المولدات الأهلية في مدينة الموصل البالغ عددهم (٨٠) ممثل والذين يمثلون جميع المولدات الأهلية في مدينة الموصل، وكذلك تم الاعتماد على إستماراة الإستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات وقياس أبعاد الدراسة، وباستخدام برنامج (SPSS)، وللتعرف على درجة اتفاق وعدم اتفاق أفراد عينة الدراسة تجاه متغير دون آخر، فقد منحت بدائل الاستجابة على مقياس (ليكرت) الخماسي، حيث توضح الجداول أدناه محاور الجانب العملي من الدراسة وكما يأتي:

المحور الأول:

أولاً. وصف وتشخيص إجابات المبحوثين لإجمالي الأبعاد:

**الجدول (٤): التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة
ومعامل الاختلاف لأبعاد البحث الاجمالية**

| المتغيرات | ت | % | تفق بشدة | تفق | محايد | لا تتفق | لا تتفق بشدة | الوسط | الحسابي | الانحراف المعياري | نسبة الاستجابة | معامل الاختلاف |
|--------------|----|-----|----------|-----|-------|---------|--------------|-------|---------|-------------------|----------------|----------------|
| الكلفة | 28 | 35% | 30 | 38% | 13 | 16% | 5 | 6% | 4 | 5% | 78.35% | 22.48% |
| الوقت | 21 | 26% | 31 | 38% | 20 | 25% | 6 | 8% | 2 | 3% | 75.90% | 25.43% |
| الاعتمادية | 47 | 59% | 22 | 28% | 10 | 12% | 1 | 1% | 0 | 0% | 88.75% | 11.34% |
| الجودة | 25 | 31% | 33 | 41% | 18 | 23% | 4 | 5% | 0 | 0% | 79.75% | 20.41% |
| الاستجابة | 25 | 31% | 41 | 51% | 11 | 14% | 3 | 4% | 0 | 0% | 82.10% | 17.74% |
| المؤشر الكلي | 29 | 36% | 31 | 39% | 14 | 90% | 4 | 5% | 1 | 2% | 80.97% | 19.48% |

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد الى نتائج برنامج SPSS.

تشير النتائج الواردة في الجدول (٤) الى ان إجابات الأفراد المبحوثين عن العبارات التي تخص نسبة الاستجابة (إجمالي الأبعاد) فقد اشارت نتائج التحليل الى وجود تفاوت نحو الاتفاق لمؤشرات هذه الأبعاد والتي تشمل (التكلفة، الوقت، الاعتمادية، الجودة، الاستجابة)، اذ كان لم يبعد (الاعتمادية) نسبة الاستجابة الأكبر، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٤,٤٣٧٥) وبانحراف معياري (٥٠,٣١٦) وبنسبة استجابة (٨٨,٧٥٪) وبمعامل اختلاف (٠,٥٠٣١٦)، وبنسبة استجابة (١١,٣٤٪)، وقد جاءت قيم الأوساط الحسابية للمتغيرات المتبقية اقل من ذلك، وكانت اقل نسبة استجابة لم يبعد (الوقت) حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣,٧٩٥٠) وبانحراف معياري (٩٦٥٠,٥٪) وبنسبة استجابة (٩٠,٧٥٪) وبمعامل اختلاف (٤٣,٤٢٪)، وهذا يؤكد على اهمية ابعاد النقل اللوجستي في تحقيق رضا الزبون.

ثانياً. وصف وتشخيص واقع إجابات المبحوثين حول كل بعد من أبعاد البحث:

١. الكلفة: تشير النتائج الواردة في الجدول (٥) الى ان إجابات الأفراد المبحوثين عن العبارات التي تخص نسبة الاستجابة لبعد (التكلفة) فقد اشارت نتائج التحليل الى وجود تفاوت نحو الاتفاق لمؤشرات هذا البعد والتي تشمل (X5-X1)، اذ كان له (X3) مشكلات النقل والتوزيع تؤدي الى زيادة التكلفة) نسبة الاستجابة الأكبر، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٤,٥٧٥٠) وبانحراف معياري (٤,٤٩٧٤٦) وبنسبة استجابة (٩١,٥٪) وبمعامل اختلاف (٨٧,١٠٪)، وقد جاءت قيم الأوساط الحسابية للمتغيرات المتبقية اقل من ذلك، وكانت اقل نسبة استجابة له (X5) وهي (يتمنى نقل منتوج زيت الغاز باعتماد منظومة تخفيط بأقل التكاليف) حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٢,٨٦٢٥) وبانحراف معياري (٧٦١٤,١٠٪) وبنسبة استجابة (٥٧,٢٥٪) وبمعامل اختلاف (٣٧,٥٩٪)، وهذا يؤكد على اهمية القيام باختيار وسيلة النقل الافضل والتي من شأنها ان تقلل تكاليف نقل منتوج زيت الغاز للزبائن الى ادنى حد ممكن.

الجدول (٥): التوزيعات التكرارية والاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة ومعامل الاختلاف لبعد الكلفة

| معامل الاختلاف | نسبة الاستجابة | الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | الا نحراف بـشـدة | لا اتفق | | محايد | | تفق | | اتفـقـ بشـدة | | المتغيرات | |
|-------------------|-------------------|----------------------|------------------|------------------------|---------|-----|-------|-----|-----|-----|--------------|-----|-----------|--------------|
| | | | | | % | ت | % | ت | % | ت | % | ت | % | |
| 18.34% | 81.75% | 0.74958 | 4.0875 | 0% | 0 | 1% | 1 | 20% | 16 | 48% | 38 | 31% | 25 | x1 |
| 31.42% | 74.00% | 1.16271 | 3.7000 | 6% | 5 | 10% | 8 | 19% | 15 | 38% | 30 | 28% | 22 | x2 |
| 10.87% | 91.50% | 0.49746 | 4.5750 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 44% | 35 | 56% | 45 | x3 |
| 21.03% | 87.25% | 0.91740 | 4.3625 | 0% | 0 | 10% | 8 | 0% | 0 | 34% | 27 | 56% | 45 | x4 |
| 37.59% | 57.25% | 1.07614 | 2.8625 | 16% | 13 | 13% | 11 | 40% | 32 | 28% | 22 | 3% | 2 | x5 |
| 22.48% | 78.35% | 0.88066 | 3.9175 | 5% | 4 | 6% | 5 | 16% | 13 | 38% | 30 | 35% | 28 | المؤشر الكلي |

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد الى نتائج برنامج SPSS.

٢. الوقت: تشير النتائج الواردة في الجدول (٦) الى ان إجابات الأفراد المبحوثين عن العبارات التي تخص نسبة الاستجابة لبعد (الوقت) فقد اشارت نتائج التحليل الى وجود تفاوت نحو الاتفاق لمؤشرات هذا البعد والتي تشمل (X10-X6)، اذ كان لـ (X7) (الوقت دوراً كبيراً في نشاط النقل ولمنتوج زيت الغاز حصراً) نسبة الاستجابة الأكبر، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٤,٢٢٥٠) وبانحراف معياري (٣٣,٩٩٣٣٣) وبنسبة استجابة (٨٤,٥%) وبمعامل اختلاف (٥١,٢٣%)، وقد جاءت قيم الاوساط الحسابية للمتغيرات المتبقية اقل من ذلك، وكانت اقل نسبة استجابة لـ (X8) وهي (يخضع نشاط النقل لزيت الغاز للظروف الملائمة من حيث الإجراءات والزمن) حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٥٢٥٠,٣٥) وبانحراف معياري (٥١,٧٦٧٥) وبنسبة استجابة (٥٠,٧٠%) وبمعامل اختلاف (٤٥,٢٧%)، وهذا يؤكد على اهمية القيام باتخاذ كافة الإجراءات التي من شأنها ان تقلل زمن وصول منتوج زيت الغاز للزبون.

الجدول (٦): التوزيعات التكرارية والاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة ومعامل الاختلاف لبعد الوقت

| معامل الاختلاف | نسبة الاستجابة | الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | الا نحراف بـشـدة | لا اتفق | | محايد | | تفق | | اتفـقـ بشـدة | | المتغيرات | |
|-------------------|-------------------|----------------------|------------------|------------------------|---------|-----|-------|-----|-----|-----|--------------|-----|-----------|--------------|
| | | | | | % | ت | % | ت | % | ت | % | ت | % | |
| 30.24% | 73.50% | 1.11122 | 3.6750 | 6% | 5 | 8% | 6 | 23% | 18 | 40% | 32 | 24% | 19 | X6 |
| 23.51% | 84.50% | 0.99333 | 4.2250 | 3% | 2 | 0% | 0 | 3% | 2 | 51% | 41 | 44% | 35 | X7 |
| 27.45% | 70.50% | 0.96751 | 3.5250 | 0% | 0 | 19% | 15 | 25% | 20 | 41% | 33 | 15% | 12 | X8 |
| 20.67% | 80.00% | 0.82677 | 4.0000 | 0% | 0 | 0% | 0 | 34% | 27 | 33% | 26 | 34% | 27 | X9 |
| 26.10% | 71.00% | 0.92641 | 3.5500 | 0% | 0 | 11% | 9 | 41% | 33 | 29% | 23 | 19% | 15 | X10 |
| 25.43% | 75.90% | 0.96505 | 3.7950 | 3% | 2 | 8% | 6 | 25% | 20 | 38% | 31 | 26% | 21 | المؤشر الكلي |

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد الى نتائج برنامج SPSS.

٣. الاعتمادية: تشير النتائج الواردة في الجدول (٧) الى ان إجابات الأفراد المبحوثين عن العبارات التي تخص نسبة الاستجابة لبعد (الاعتمادية) فقد اشارت نتائج التحليل الى وجود تفاوت نحو الاتفاق لمؤشرات هذا البعد والتي تشمل (X15-X11)، اذ كان لـ (X14) (الكمية المجهزة من

منتج زيت الغاز لا تكفي لتشغيل المولدة لمدة شهر) نسبة الاستجابة الأكبر، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٥,٠٠٠) وبانحراف معياري (٠) وبنسبة استجابة (%) ١٠٠ وبمعامل اختلاف (%)، وقد جاءت قيم الأوساط الحسابية للمتغيرات المتبقية اقل من ذلك، وكانت اقل نسبة استجابة لـ (X15) وهي (يتمتع الناقلين بالأمانة والمصداقية) حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣,٨٨٧٥) وبانحراف معياري (٠,٨٢٦٧) وبنسبة استجابة (%) ٧٧,٧٥ وبمعامل اختلاف (%) ٢١,٢٦، وهذا يؤكد على الدور الإيجابي للناقل الأهلي لمنتج زيت الغاز من خلال تحقيق حاجات ورغبات الزبائن بشكل متميز.

الجدول (٧): التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة ومعامل الاختلاف لبعد الاعتمادية

| معامل الاختلاف | نسبة الاستجابة | انحراف المعياري | الوسط الحسابي | المتغيرات | لا اتفق بشدة | | لا اتفق | | محلياً | | اتفق | | اتفق بشدة | |
|-------------------|-------------------|--------------------|------------------|--------------|--------------|---|---------|---|--------|----|------|----|-----------|----|
| | | | | | % | ت | % | ت | % | ت | % | ت | % | ت |
| 3.85% | 99.25% | 0.19118 | 4.9625 | X11 | 0% | ٠ | 0% | ٠ | 0% | ٠ | 4% | ٣ | 96% | ٧٧ |
| 20.24% | 78.00% | 0.78917 | 3.9000 | X12 | 0% | ٠ | 3% | ٢ | 29% | ٢٣ | 45% | ٣٦ | 24% | ١٩ |
| 15.97% | 88.75% | 0.70878 | 4.4375 | X13 | 1% | ١ | 0% | ٠ | 6% | ٥ | 40% | ٣٢ | 53% | ٤٢ |
| 0.00% | 100 % | 0.00000 | 5.0000 | X14 | 0% | ٠ | 0% | ٠ | 0% | ٠ | 0% | ٠ | 100% | ٨٠ |
| 21.26% | 77.75% | 0.82667 | 3.8875 | X15 | 1% | ١ | 3% | ٢ | 25% | ٢٠ | 49% | ٣٩ | 23% | ١٨ |
| 11.34% | 88.75% | 0.50316 | 4.4375 | المؤشر الكلي | 0% | ٠ | 1% | ١ | 12% | ١٠ | 28% | ٢٢ | 59% | ٤٧ |

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد الى نتائج برنامج SPSS.

٤. الجودة: تشير النتائج الواردة في الجدول (٨) الى ان إجابات الأفراد المبحوثين عن العبارات التي تخص نسبة الاستجابة لبعد (الجودة) فقد اشارت نتائج التحليل الى وجود تقاويم نحو الاتفاق لمؤشرات هذا البعد والتي تشمل (X36-X40)، اذ كان لـ (X38) (استمرارية التعامل مع الناقل يستند الى جودة الخدمة التي يقدمها) نسبة الاستجابة الأكبر، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٤,٣٨٧٥) وبانحراف معياري (٠,٥١٤٣) وبنسبة استجابة (%) ٨٧,٧٥ وبمعامل اختلاف (%) ١١,٧٥، وقد جاءت قيم الأوساط الحسابية للمتغيرات المتبقية اقل من ذلك، وكانت اقل نسبة استجابة لـ (X40) وهي (نسبة الفاقد والأضرار أثناء عمليات النقل والتوزيع والمناولة قليلة) حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣,٦٢٥٠) وبانحراف معياري (١,١١٨٠٣) وبنسبة استجابة (%) ٧٢,٥٠ وبمعامل اختلاف (%) ٣٠,٨٤، وهذا يؤكد على جودة الخدمة التي يقدمها الناقلين الحاليين للزبائن والالتزام معهم بمعايير الجودة المتفق عليها وعدم الغش او التلاعب بالمنتج أثناء عملية النقل.

الجدول (٨): التوزيعات التكرارية والاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة ومعامل الاختلاف لبعد الجودة

| معامل الاختلاف | نسبة الاستجابة | الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | لا اتفق بشدة | لا اتفق | | محايد | | اتفق | | اتفق بشدة | | المتغيرات | |
|-------------------|-------------------|----------------------|------------------|--------------|---------|-----|-------|-----|------|-----|-----------|-----|-----------|--------------|
| | | | | | % | ت | % | ت | % | ت | % | ت | | |
| 19.49% | 75.25% | 0.73336 | 3.7625 | 0% | 0 | 3% | 2 | 34% | 27 | 49% | 39 | 15% | 12 | X36 |
| 21.67% | 79.75% | 0.86410 | 3.9875 | 0% | 0 | 3% | 2 | 30% | 24 | 34% | 27 | 34% | 27 | X37 |
| 11.75% | 87.75% | 0.51543 | 4.3875 | 0% | 0 | 0% | 0 | 1% | 1 | 59% | 47 | 40% | 32 | X38 |
| 20.09% | 83.50% | 0.83855 | 4.1750 | 0% | 0 | 3% | 2 | 20% | 16 | 35% | 28 | 43% | 34 | X39 |
| 30.84% | 72.50% | 1.11803 | 3.6250 | 3% | 2 | 15% | 12 | 28% | 22 | 28% | 22 | 28% | 22 | X40 |
| 20.41% | 79.75% | 0.81389 | 3.9875 | 0% | 0 | 5% | 4 | 23% | 18 | 41% | 33 | 31% | 25 | المؤشر الكلي |

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد الى نتائج برنامج SPSS.

الجدول (٩): التوزيعات التكرارية والاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة ومعامل الاختلاف لبعد الاستجابة

| معامل الاختلاف | نسبة الاستجابة | الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | لا اتفق بشدة | لا اتفق | | محايد | | اتفق | | اتفق بشدة | | المتغيرات | |
|-------------------|-------------------|----------------------|------------------|--------------|---------|----|-------|-----|------|-----|-----------|-----|-----------|--------------|
| | | | | | % | ت | % | ت | % | ت | % | ت | | |
| 16.86% | 83.25% | 0.70160 | 4.1625 | 0% | 0 | 5% | 4 | 3% | 2 | 64% | 51 | 29% | 23 | X26 |
| 22.39% | 79.00% | 0.88447 | 3.9500 | 0% | 0 | 3% | 2 | 34% | 27 | 30% | 24 | 34% | 27 | X27 |
| 21.51% | 76.00% | 0.81753 | 3.8000 | 0% | 0 | 6% | 5 | 26% | 21 | 49% | 39 | 19% | 15 | X28 |
| 14.28% | 88.00% | 0.62844 | 4.4000 | 0% | 0 | 3% | 2 | 0% | 0 | 53% | 42 | 45% | 36 | X29 |
| 14.48% | 84.25% | 0.60991 | 4.2125 | 0% | 0 | 0% | 0 | 10% | 8 | 59% | 47 | 31% | 25 | X30 |
| 17.74% | 82.10% | 0.72839 | 4.1050 | 0% | 0 | 4% | 3 | 14% | 11 | 51% | 41 | 31% | 25 | المؤشر الكلي |

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد الى نتائج برنامج SPSS.

٥. الاستجابة: تشير النتائج الواردة في الجدول (٩) الى ان إجابات الأفراد المبحوثين عن العبارات التي تخص نسبة الاستجابة بعد (الاستجابة) فقد اشارت نتائج التحليل الى وجود تفاوت نحو الاتفاق لمؤشرات هذا البعد والتي تشمل (X26-X30)، اذ كان له (X29) (تطور العلاقة بين الناقل والزبون كلما ازدادت المرونة وسرعة الاستجابة في التعامل بينهما) نسبة الاستجابة الأكبر، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٤,٤٠٠٠) وبانحراف معياري (٤,٦٢٨٤٤) وبنسبة استجابة (٨٨,٠٠%) وبمعامل اختلاف (٢٨,٤١%)، وقد جاءت قيم الاوساط الحسابية للمتغيرات المتبقية اقل من ذلك، وكانت اقل نسبة استجابة له (X28) وهي (يمتلك الناقل اسطول نقل يمكنه من تجاوز الكثير من العقبات والمشاكل التي يمكن ان تواجهه) حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣,٨٠٠٠) وبانحراف معياري (٥٣,٧٥١٨٠) وبنسبة استجابة (٧٦%) وبمعامل اختلاف (٥١,٢١%)، يؤكّد على أهمية سرعة الاستجابة التي يتميز بها الناقل لمنتج زيت الغاز عند الطلب والمرونة العالية التي يمتلكها لتلبية حاجات ورغبات الزبائن.

المحور الثاني اختبار الفرضيات: بهدف اختبار فرضية البحث الرئيسية والفرضيات الفرعية المتبعة منها أستلزم الأمر الاستعانة بعدد من الاختبارات الإحصائية منها اختبار (One-Sample T-test)

ولأجل التعرف الى المزيد من النتائج التي يقدمها اختبار (One-Sample T-test) يمكن الاستعانة بالجداول ادناه لتوضيح ذلك:

أ. القياس على المستوى العام: بالنظر الى نتائج (One-Sample T Test) الاجمالية الواردة في الجدول (١٠) حيث تبين ان معدل قيمة (T) المحسوبة لجميع الابعاد بلغت (١٩,١١٦٨) وهي أكبر من القيم الجدولية البالغة (١,٩٨٧) في مستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا يؤكد أهمية ابعاد النقل اللوجستي في تحقيق رضا الزبون وهو ما يطابق الفرضية الرئيسية، مما يعكس توفر جميع الابعاد في نشاط النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز، وبذلك تقبل الفرضية الرئيسية.

الجدول (١٠): يوضح القيم الاجمالية لنتائج اختبار (T)

| الدالة | قيمة T | | الانحراف | المتوسط | المتوسط | العدد | المحاور |
|---------------|-------------------------|----------|----------|---------|---------|-------|--------------------------|
| | الجدولية | المحسوبة | المعياري | المحكي | الحسابي | | |
| دالة إحصائيةً | ١,٩٨٧ (٠,٠٥) (٧٩) | ١٨,٧٠٥ | ٢,٢١٧٥٦ | ١٥ | ١٩,٦٣٧٥ | ٨٠ | الكلفة |
| دالة إحصائيةً | | ١١,٧٥٨ | ٢,٩٩٥١٢ | ١٥ | ١٨,٩٣٧٥ | | الوقت |
| دالة إحصائيةً | | ٣٣,١٧٩ | ١,٩٣٤٢٠ | ١٥ | ٢٢,١٧٥٠ | ٨٠ | الاعتمادية/ الموثوقية |
| دالة إحصائيةً | | ١٨,٩٠٢ | ٢,٦١٤٣٥ | ١٥ | ٢٠,٥٢٥٠ | | الاستجابة |
| دالة إحصائيةً | | ١٣,٠٤٠ | ٣,٣٧٨١٧ | ١٥ | ١٩,٩٢٥٠ | ٨٠ | الجودة |
| دالة إحصائيةً | | ١٩,١١٦٨ | ١٣,١٣٩٤ | ٧٥ | ١٠١,٢٠٠ | | الدرجة الكلية |

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد الى نتائج برنامج SPSS.

ب. القياس على مستوى الابعاد:

١. الكلفة COST: بالنظر الى نتائج (One-Sample T Test) الواردة في الجدول (١١) حيث تبين ان قيمة (T) المحسوبة لبعد الكلفة بلغت (١٨,٧٠٥) وهي أكبر من القيم الجدولية البالغة (١,٩٨٧) في مستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا مؤشر يعكس إن الناقلين يقدمون خدمات النقل اللوجستية بتكاليف مناسبة للزبائن (أصحاب المولدات الاهلية) وان هناك رضا عالٍ من قبلهم عن كلفة خدمة النقل، فضلاً عن القيمة التي يحصلون عليها مقابل ما يقدمونه من تصحيات مالية، مما يعكس دالة واضحة على أهمية توفر بعد الكلفة في النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز وهذا يقود الى قبول الفرضية الفرعية الأولى.

الجدول (١١): يوضح نتائج اختبار (T) لبعد الكلفة

| الدالة | قيمة T | | الانحراف | المتوسط | المتوسط | العدد | المحور |
|---------------|-------------------------|----------|----------|---------|---------|-------|--------|
| | الجدولية | المحسوبة | المعياري | المحكي | الحسابي | | |
| دالة إحصائيةً | ١,٩٨٧ (٠,٠٥) (٧٩) | ١٨,٧٠٥ | ٢,٢١٧٥٦ | ١٥ | ١٩,٦٣٧٥ | ٨٠ | الكلفة |

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد الى نتائج برنامج SPSS.

٢. الوقت **TIME**: بالنظر الى نتائج (One-Sample T Test) الواردة في الجدول (١٢) حيث تبين ان قيمة (T) المحسوبة لبعد الوقت بلغت (١١,٧٥٨) وهي أكبر من القيم الجدولية البالغة (١,٩٨٧) في مستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا مؤشر يعكس إن الناقلين يقدمون خدمات النقل اللوجستية بالوقت المناسب وان الزبائن لديهم مستوى رضا عالٍ، بالإضافة الى ذلك قلة الوقت المستغرق لوصول منتج زيت الغاز من المستودعات النفطية الحكومية أو من الأسواق التجارية الى الزبائن عند القيام بعملية النقل اللوجستي، مما يعكس دلالة واضحة على أهمية توفر بعد الوقت في النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز وهذا يقود الى قبول الفرضية الفرعية الثانية.

الجدول (١٢): يوضح نتائج اختبار (T) لبعد الوقت

| الدالة | قيمة T | | الانحراف المعياري | المتوسط المحكي | المتوسط الحسابي | العدد | المحور |
|---------------|-------------------------|----------|-------------------|----------------|-----------------|-------|--------|
| | الجدولية | المحسوبة | | | | | |
| دالة إحصائيةً | ١,٩٨٧ (٠,٠٥) (٧٩) | ١١,٧٥٨ | ٢,٩٩٥١٢ | ١٥ | ١٨,٩٣٧٥ | ٨٠ | الوقت |

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد الى نتائج برنامج SPSS.

٣. الاعتمادية (**RELIABILITY**): بالنظر الى نتائج (One-Sample T Test) الواردة في الجدول (١٣) حيث تبين ان قيمة (T) المحسوبة لبعد الاعتمادية/الموثوقية بلغت (٣٣,١٧٩) وهي أكبر من القيم الجدولية البالغة (١,٩٨٧) في مستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا مؤشر يعكس إن مستوى الرضا عن الناقلين جيد من خلال الثقة المتبادلة مع زبائنهم، فضلاً عن تكرار التعامل والأمانة والمصداقية التي يتعامل بها الناقلين أدت الى رفع درجة الاعتمادية والموثوقية الى مستوى عالٍ، مما يعكس دلالة واضحة على أهمية توفر بعد الاعتمادية في النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز وهذا يقود الى قبول الفرضية الفرعية الثالثة.

الجدول (١٣): يوضح نتائج اختبار (T) لبعد الاعتمادية/الموثوقية

| الدالة | قيمة T | | الانحراف المعياري | المتوسط المحكي | المتوسط الحسابي | العدد | المحور |
|---------------|-------------------------|----------|-------------------|----------------|-----------------|-------|--------------------------|
| | الجدولية | المحسوبة | | | | | |
| دالة إحصائيةً | ١,٩٨٧ (٠,٠٥) (٧٩) | ٣٣,١٧٩ | ١,٩٣٤٢٠ | ١٥ | ٢٢,١٧٥٠ | ٨٠ | الاعتمادية/ الموثوقية |

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد الى نتائج برنامج SPSS.

٤. (الاستجابة) (**RESPONSIBILITY**): بالنظر الى نتائج (One-Sample T Test) الواردة في الجدول (١٤) حيث تبين ان قيمة (T) المحسوبة لبعد الاستجابة بلغت (١٨,٩٠٢) وهي أكبر من القيم الجدولية البالغة (١,٩٨٧) في مستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا مؤشر يعكس بإن هناك رضا عن سرعة استجابة لخدمات النقل اللوجستية، مما يعكس دلالة واضحة على أهمية توفر بعد الاستجابة في النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز وهذا يقود الى قبول الفرضية الفرعية الرابعة.

الجدول (١٤): يوضح نتائج اختبار (T) بعد الاستجابة

| الدالة | قيمة T | | الانحراف | المتوسط | المتوسط | العدد | المحور |
|---------------|-------------------------|----------|----------|---------|---------|-------|-----------|
| | المحسوبة | الجدولية | المعياري | المحكي | الحسابي | | |
| دالة إحصائيةً | ١,٩٨٧ (٠,٠٥) (٧٩) | ١٨,٩٠٢ | ٢,٦١٤٣٥ | ١٥ | ٢٠,٥٢٥٠ | ٨٠ | الاستجابة |

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد الى نتائج برنامج SPSS.

٥. الجودة (QUALITY): بالنظر الى نتائج (One-Sample T Test) الواردة في الجدول (١٥) حيث تبين ان قيمة (T) المحسوبة لبعد الجودة بلغت (١٣,٠٤٠) وهي أكبر من القيم الجدولية البالغة (١,٩٨٧) في مستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا مؤشر يعكس رضا الزبائن عن جودة الخدمة التي يقدمها الناقلين، فضلاً عن امتلاك الناقلين لمعايير الكفاءة من خلال تقليل نسبة الفاقد والاضرار اثناء نشاط النقل، مما يعكس دلالة واضحة على أهمية توفر بعد الجودة في النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز وهذا يقود الى قبول الفرضية الفرعية الخامسة.

الجدول (١٥): يوضح نتائج اختبار (T) بعد الجودة

| الدالة | قيمة T | | الانحراف | المتوسط | المتوسط | العدد | المحور |
|---------------|-------------------------|----------|----------|---------|---------|-------|--------|
| | المحسوبة | الجدولية | المعياري | المحكي | الحسابي | | |
| دالة إحصائيةً | ١,٩٨٧ (٠,٠٥) (٧٩) | ١٣,٠٤٠ | ٣,٣٧٨١٧ | ١٥ | ١٩,٩٢٥٠ | ٨٠ | الجودة |

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد الى نتائج برنامج SPSS.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والمقترحات

أولاً. الاستنتاجات: يتضمن هذا المحور الحصيلة الفكرية والتطبيقية للبحث التي يعبر عنها بصياغة استنتاجاتها المستندة الى الجانب النظري، والأخرى المستندة الى نتائج التحليل الاحصائي، اتضحت من وصف أبعاد متغيرات البحث وتشخيصها إن:

١. **الوقت:** يدل بعد الوقت في النقل اللوجستي على شعور الزبائن (أصحاب المولدات) بدرجة نسبية من الرضا تجاه المستقبل لنشاط النقل اللوجستي في مدينة الموصل ، ومن الامور التي ينبغي الاشارة اليها التأخير وشحة المعلومات نتيجة الظروف الأمنية التي مرت مدينة الموصل ، فالناقلين أصبحت مهمتهم أصعب بسبب انقطاع وضيق طرق النقل البري المتوفرة وكذلك الزبائن (أصحاب المولدات) بسبب وصول منتوج زيت الغاز في أوقات غير ملائمة في بعض الأحيان . فضلاً عما تقدم فإن للوقت أثر كبير في جودة الخدمة التي يقدمها الزبائن ، مما يؤثر على نسبة رضاهم عن نشاط النقل اللوجستي .

٢. **الكلفة:** أما بعد الكلفة فقد بينت النتائج إن ما يمتلكه الزبائن (أصحاب المولدات) من خبرة ومعرفة ومهارة في مجال عملهم مكنهم من الوصول الى أقل الكلف أثناء العمل وتقليل الهدر في المجالات التي تقع تحت سيطرتهم ، ويمكن أن تزداد الكلف أو نقل نتيجة للعوامل الداخلية او الخارجية والتي تؤثر على بيئة العمل ، حيث ان للكلف دور مهم عند اختيار الناقل المناسب والحصول على منافع توازي التضحيات التي يقدمها الزبون مقابل خدمة النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز .

٣. الاعتمادية/الموثوقية: شكل بُعد الاعتمادية/الموثوقية نسبة مرتفعة خصوصاً عند فقرة (قلة كمية المنتوج المجهزة للزبائن) والتي لا تكفي لأكثر من (٥) أيام تشغيل للمولدة الواحدة فقط اما باقي الأيام فيتم شراء منتوج زيت الغاز من السوق السوداء من قبل أصحاب المولدات الاهلية في مدينة الموصل، حيث إن الاعتمادية او الموثوقية هي عنصر أساسي في خدمة النقل اللوجستي لكي تستمر وتتكرر عمليات النقل لمنتج زيت الغاز من أماكن التجهيز الى أماكن الاستهلاك.

٤. الاستجابة: كانت النسبة عالية عند الاستبيان عن سرعة الاستجابة لنشاط النقل اللوجستي الذي يقوم بتجهيز الزبائن (أصحاب المولدات) بوقود زيت الغاز من الأسواق السوداء (مصفى كار وغيرها) حيث أظهرت النتائج رضا الزبائن عن هذا البعد.

٥. الجودة: جاء بعد الجودة بنسبة مرتفعة وتشير الى جودة منتوج زيت الغاز الذي يتم الحصول عليه من خدمة النقل اللوجستية، حيث يؤدي الحصول على منتوج عالي الجودة الى زيادة رضا الزبائن عن خدمة النقل اللوجستي وبناء علاقات عمل بعيدة المدى، وتتضمن الجودة هنا جودة المنتوج حسب ما تم الاتفاق عليه.

ثانياً. المقترفات: بناءً على الاستنتاجات التي توصل إليها الباحثان، لابد من تقديم عدد من المقترفات بهدف الإرتقاء بواقع رضا الزبون عن النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز في مدينة الموصل بشكل خاص والعراق بشكل عام، لذلك سيتم تسليط الضوء في هذا البحث على أهم المقترفات التي يقترحها الباحثان وكالآتي:

١. معالجة الكلف العالية لنقل منتوج زيت الغاز عن طريق وضع خطط نقل برية تعمل على سهولة النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز الى الزبائن (أصحاب المولدات).

٢. العمل على تقليص وقت إيصال منتوج زيت الغاز الى الزبائن (أصحاب المولدات) للحصول على المنفعة الزمانية من خلال وصول المنتوج في الوقت المناسب.

٣. العمل على زيادة كميات زيت الغاز المجهزة للزبائن (أصحاب المولدات) لأنها لا تكفي صاحب المولدة الا أيام قليلة لا تتجاوز خمسة أيام تشغيل للمولدة خلال الشهر الواحد.

٤. العمل على تقوية العلاقات بين مقدمي خدمة النقل اللوجستي والزبائن (أصحاب المولدات) لتجاوز الكثير من العقاب اثناء عملية النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز.

٥. يجب ان تتتوفر في مقدمي خدمة النقل اللوجستي الإمكانيات الالزمة التي تمكّنهم من الحصول على منتوج ضمن معايير الجودة التي يطمح اليها الزبون وبنسبة فقد واضرار قليلة جداً.

المصادر

اولاً. المصادر العربية:

١. أبو فزع، عاصم رشاد محمد، (٢٠١٥)، اختبار العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون وقيمة الزبون: دراسة مقارنة بين المصارف الإسلامية والمصارف التجارية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

٢. ادريس، ثابت عبد الرحمن، (٢٠٠٣)، مقدمة في إدارة الأعمال اللوجستية الإمداد والتوزيع المادي، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.

٣. الإمام، داودي (٢٠١٤)، التسويق بالعلاقات ودوره في تنمية رضا الزبون، دراسة حالة مؤسسة جازى، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.

٤. الحجازي، عبيد علي أحمد، (٢٠٠٠)، اللوجستيك كبديل للميزة النسبية، منشأة المعارف، الإسكندرية: مصر.
٥. الزبيدي، كمال عودة، (١٩٨٧)، دور الكلفة في تعبير الخدمة-دراسة تطبيقية في المنشآة العامة لنقل المسافرين، رسالة ماجستير غير منشورة، بغداد، العراق.
٦. بوختالة، سمير، زرقون، محمد، بن عمارة، نوال، (٢٠١٧)، الواقع وافق تطوير قطاع النقل في الجزائر ودوره في التنمية الاقتصادية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد ٦، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
٧. بوزيدي، مسعودة، (٢٠١٢)، سياسات تخطيط النقل الحضري في إطار ضوابط التنمية المستدامة: دراسة حالة مدينة الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر.
٨. حامد، مريم فرج محمد، (٢٠١٥)، أثر اللوجستيات في الميزة التنافسية للنقل بالحاويات في ميناء بورتسودان ١٩٩٥ الى ٢٠١٤م، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
٩. حسين، هالة فاضل، عبود، سالم محمد، (٢٠١٣)، تأثير أبعاد جودة الخدمة في درجة تفضيل المستهلك للشراء (الأسواق، المولات أنموذجاً)، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد ٥، العدد ١، جامعة بغداد، العراق.
١٠. خليف، رسل زمان، & مرجان، مجبل رفيق، (٢٠١٨)، تأثير ادارة اللوجستيك في متطلبات ادارة الجودة الشاملة (دراسة تطبيقية في الشركة العامة للصناعات النسيجية والجلدية/معمل الالبسة الرجالية في النجف الاشرف)، مجلة كلية الادارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية، جامعة النجف، العراق.
١١. شياع، عبد الأمير عبد الحسين، الموسوي، رحيم عبد محمد، (٢٠١٤)، أثر عناصر ابعد جودة الخدمة المصرية على سلوك الزبائن في اختيار المصارف التجارية، مجلة الادارة والاقتصاد جامعة بغداد، المجلد ٣ العدد ١٠، بغداد، العراق.
١٢. عباس، عبد القادر، (٢٠١٨)، وظيفة النقل في شبكة الامداد: دراسة حالة ميناء مستغانم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر.
١٣. عبد الغني، ولقدادة، جمال الدين، بن قدور، (٢٠١٨)، أثر جودة الخدمات على رضا الزبائن دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA-سعيدة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة د. الطاهر مولاي سعيدة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
١٤. فاتح، حواس، (٢٠١١)، النقل والامداد: دراسة حالة الشركة الوطنية للنقل البري SNTR وحدة باتنة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.
١٥. مصطفى، نهال فريد، العبد، جلال إبراهيم، (٢٠٠٤)، إدارة اللوجستيات، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.
١٦. منصور، حمادة فريد (٢٠٠١)، وظيفة النقل في شبكة الامداد، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، مصر.

١٧. ملي، نجلاء غرابي حرم، (٢٠٠٩)، النقل شبه الحضري بولاية عنابة واقع وافق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الأرض والجغرافيا والتهيئة العمرانية، جامعة منوري، قسنطينة، الجزائر.

ثانياً. المصادر الأجنبية:

1. Abd Razaka, A., Shamsudinb, M. F., & Abdul, R. M. (2020). The Influence of Atmospheric Experience on Theme Park Tourist's Satisfaction and Loyalty in Malaysia, International Journal of Innovation, Creativity and Change, Vol 6, No. 9.
2. Devi, M. A., & Prakash, A. (2020). CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY TOWARDS FACES AND COLORBAR COMPANY. International Journal of Scientific Research, Vol. 8, No. 12.
3. Kalidas, M. G. (2020). A Study on Service Quality and satisfaction of passengers towards Rail transport, with special reference to Southern division of Indian Railways. Our Heritage, Vol. 68, No. 1.
4. Kotler, Philip, (1997), Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation & Control, 5th Ed, New Delhi, Prentice-Hall, Inc., India.
5. Schacke, I. (2001). Freight logistics and transport systems in Europe. European Council of Applied Sciences and Engineering Report, Paris, France.
6. Tian, Y., Wang, Q., Li, H., & Vanga, R. (2020). Assessment of Flight Block Time Reliability under Different Delay Time Windows: A Case Study. IEEE Access, Vol 8.
7. Wei, Q., Shi, X., Li, Q., & Chen, G. (2020, January). Enhancing Customer Satisfaction Analysis with a Machine Learning Approach: From a Perspective of Matching Customer Comment and Agent Note. In Proceedings of the 53rd Hawaii International Conference on System Sciences.
8. Zeng, T., Hu, D., & Huang, G. (2013). The transportation mode distribution of multimodal transportation in automotive logistics. Procedia-Social and Behavioral Sciences, Vol. 96.
9. Fabbe-Costes, N. (2005). La gestion dynamique des supply chains des entreprises virtuelles. Revue française de gestion, (3), 151-166.