

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

الباحث: معد حازم علي السعدون
كلية الإدارة والاقتصاد
جامعة الموصل

maadalsadoon@yahoo.com

أ.م.د. عامر إسماعيل حديد
كلية الإدارة والاقتصاد
جامعة الموصل

hadidamer@yahoo.com

المستخلص:

يهدف البحث إلى بيان رضا الزبون عن النقل اللوجستي لمنتوج زيت الغاز والمتمثلة ببعض أبعاده وهي (الكلفة، الوقت، الاعتمادية، 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 استمارة الاستبانة التي تعد الاداة الرئيسة والتي تم توزيعها على (٨٠) مبحوث (ممثلين المولدات الاهلية في مدينة الموصل)، من أصل (٨٠) بالاعتماد على ما يوفره البرنامج الإحصائي (SPSS) من اساليب احصائية لاختبار الفرضيات الرئيسة والتي تنص على وجود رضا لدى الزبائن عن النقل اللوجستي لمنتوج زيت الغاز، وتم التوصل الى عدة استنتاجات التي اكدت بوجود رضا للزبائن عن النقل اللوجستي مع وجود فروق للرضا على مستوى ابعاد الدراسة، وفي ضوء ذلك سعى الباحثان نحو تقديم التوصيات والمقترحات 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 الى تحويل رضا الزبون الى ولاء الزبون لكي يتمكن من زيادة حصته السوقية والحفاظ على مكانة كبيرة في السوق الان وفي المستقبل، حيث تمثل خدمة النقل اللوجستي لمنتوج زيت الغاز في محافظة نينوى وهي محور البحث الى الإحتفاظ بالزبائن الحاليين وجلب زبائن جدد والاعتناء بهم لغرض إستدامة العمل معهم والحصول على رضا الزبائن (أصحاب المولدات) لخدمة النقل اللوجستي لمنتوج زيت الغاز.

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

المبحث الأول: منهجية البحث

اولاً. مشكلة البحث: من خلال الزيارات الميدانية التي قام بها الباحثان على عدد من المولدات الأهلية مدينة الموصل وفي (جمعية التحدي للمولدات) الرسمية والمسؤولة عن المولدات في مدينة الموصل والتي تمثل أصحاب المولدات في ديوان محافظة نينوى، وجمعية إسكان أصحاب المولدات في مدينة الموصل، تبين وجود العديد من المشاكل الا ان أبرزها تتمثل بالنقل اللوجستي لمنتوج زيت الغاز، وبالتالي انعكست هذه المشكلة على رضا الزبائن والمتمثلين بأصحاب المولدات 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 المنتج والذي يمكن ان ينعكس سلبا على بعد الخدمة والاثار السلبية المترتبة عليها، وهنا تظهر مشكلة البحث في التساؤلات الآتية:

١. ما مدى تحقيق ابعاد النقل اللوجستي لمنتوج زيت الغاز لرضا الزبون (أصحاب المولدات)؟
٢. ما هو توقع وإدراك الزبون لأبعاد النقل اللوجستي في مدينة الموصل؟
٣. هل تحقق رضا الزبون (أصحاب المولدات) عن النقل اللوجستي لمنتوج زيت الغاز في مدينة الموصل؟

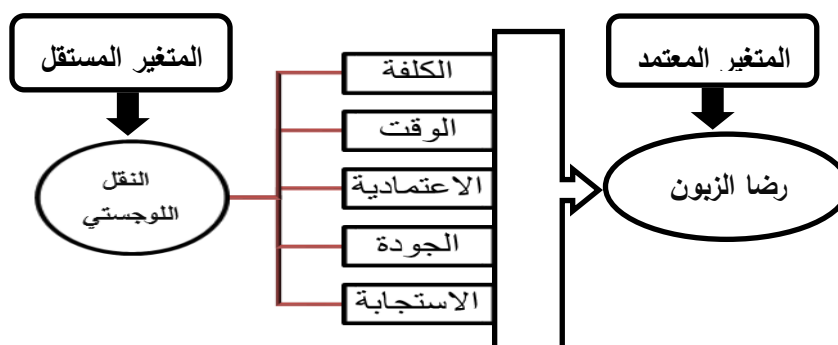
ثانياً. أهمية البحث: يمكن أن نحدد أهمية البحث من أهمية متغيراته وكالاتي:

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

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

ثالثاً. أهداف البحث:

١. تحقيق رضا الزبون عن اللوجستي لمنتوج زيت الغاز في مدينة الموصل.
 ٢. تقييم مدى إسهام كل بعد من ابعاد النقل اللوجستي لمنتوج زيت الغاز في مدينة الموصل لتحقيق رضا الزبون (أصحاب المولدات).
 ٣. سعي البحث في الوصول الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات لتحسين عملية النقل اللوجستي لمنتوج زيت الغاز في مدينة الموصل.
 ٤. توضيح ابعاد النقل اللوجستي لمنتوج زيت الغاز الأكثر تأثيراً في رضا الزبون (أصحاب المولدات).
 ٥. تحديد مستوى إهتمام مصادر التجهيز لمنتوج زيت الغاز برضا الزبون (أصحاب المولدات) وتسليم أكبر قيمة ممكنة.
 ٦. تحليل وتحديد متطلبات تحقيق ابعاد النقل اللوجستي لرضا الزبون (أصحاب المولدات) لتفعيلها والاستفادة من مميزاتها.
- رابعاً. المخطط الإجرائي للبحث: بين المخطط الافتراضي للبحث تكوين فكرة كافية عن البحث فضلاً عن توضيح رضا الزبون عن النقل اللوجستي لمنتوج 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 والموضح في الشكل (١).

الفرضية الرئيسية: يؤثر النقل اللوجستي لمنتوج زيت الغاز في تحقيق رضا الزبون (أصحاب المولدات). والتي تنبثق 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 لغةً "هو نقل الشيء بمعنى حوله من موضع إلى موضع آخر أو تحول من مكان لآخر ويعني الطريق المختصر" (الإمام، ٢٠١٩: ١١)، و"نقل ينقل نقلاً" (بوزيدي، ٢٠١٢: ٩). واصطلاحاً "يعني حمل الأشخاص، والمتاع، والحيوانات، والسلع، والثروات، والمعارف، من موضع أو مكان إلى آخر، بالوسائل المتباينة النوع والسعة والسرعة، عبر المسافات والأبعاد المتباينة، وفق أقصر وأيسر السبل الممكنة وأقلها تكلفة، بسرعة ومرونة وأمان وفي أقل وقت. وفق المقومات المتاحة والمحددات الداعمة أو المعوقات كتحديات" (صورية، ٢٠١٧: ١٢)، وقد تناول الكتاب والباحثين العديد من التعاريف التي غطت مفهوم النقل اللوجستي ويمكن توضيح ذلك من الجدول ادناه:

الجدول (١): يوضح مفهوم النقل اللوجستي

ت	الباحث	السنة	المفهوم
١	الزبيدي	١٩٨٧	خدمة غير مادية وذو منافع اقتصادية ولسد حاجات الجمهور او لدعم الاقتصاد الوطني، او ما يقدم للأفراد بمقابل او بدونه.
٢	Fabbe	٢٠٠٥	وظيفة النقل اللوجستي هي وظيفة الرجل الأكثر نبلا لهذا ينظر الى النقل بانه كما مكون من مكونات البنية الأساسية للاقتصاد الوطني وركيزة أساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة في أي بلد.
٣	Philip Kotler	٢٠٠٩	نشاط أو منفعة يقدمها طرف لطرف آخر وتكوف أساسا غير ملموسة ولا يترتب عليها أي ملكية، فتقديم الخدمة يكوف مرتبط بمنتج مادي أو لا يكون.
٤	حامد	٢٠١٥	نقل البضائع بواسطة 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.
٥	بوختاله واخرون	٢٠١٧	يعتبر النقل اللوجستي ذلك النشاط الذي يهدف إلى تحقيق نقل وتسهيل انتقال المنتجات والأشخاص من مكان إلى آخر بوسائل النقل المختلفة.

المصدر: اعداد الباحثان.

- ❖ **الأهمية:** وأشار (فاتح، ٢٠١١: ١٨) الى ان أهمية النقل اللوجستي تكمن في النقاط التالية:
١. اعتبارات التكلفة العالية: 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 ١٠,٥% 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 التميز 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. فرضا العميل يتوقف بصفة أساسية على الاطمئنان إلى توفير المنتجات من خلال انسيابها وتدفعها بواسطة الأنشطة اللوجستية المختلفة (مصطفى والعبد، ٢٠٠٤: ٢٢).
 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 والتنميط، ساعد المنظمات على إتباع ما يعرف بالإنتاج ذو الحجم الكبير، وكذلك التسويق ذو الحجم الكبير. (ميلي، ٢٠٠٩: ١٦).
- ❖ ثانياً. أبعاد رضا الزبون عن النقل اللوجستي:** هناك العديد من الأبعاد التي يمكن ان نحددها 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 إن التكلفة تشتمل على العوامل التالية:
١. زيادة الوعي بالتكاليف، بما في ذلك القدرة على تحديد تكاليف الأجزاء الصغيرة بشكل متزايد عملية 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، والتميز في الأسعار لصالح أكبر الزبائن (خصومات الحجم)، خطوط الإنتاج الأسرع، التكاليف العالية للعتبة التكنولوجية الجديدة، وزيادة قدرة الشركات الكبيرة على امتصاص التقلبات في الطلب. حيث يذهب نحو الاتجاه السائد في أوروبا إلى الاندماج 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، وستصبح 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 لمنتوج زيت الغاز على تقديم الخدمة الفعالة للزبائن، حيث يمثل الوقت المستغرق في نقل المنتج من محطة الشحن (المستودعات) إلى الزبائن (أصحاب المولدات) أحد المعايير المستخدمة في المفاضلة بين وسائل النقل المختلفة ومن الملاحظ إن هناك علاقة طردية بين طبيعة الوسيلة من حيث السرعة ومعدل الأجر الذي تتقاضاه نظير أداء الخدمة.

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

❖ **الاعتمادية/الموثوقية (Reliability):** يشير مفهوم الاعتمادية إلى مدى الثقة والقدرة لناقل منتج زيت الغاز على تحقيق الانتظام في عملية الإمدادات ويؤثر كل من عامل الوقت والاعتمادية 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).

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

❖ **الاستجابة (Responsibility):** وهي وجود الإرادة لمساعدة الزبائن وتزويدهم فوراً بخدمة النقل اللوجستي لمنتوج 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 للإجراءات الداخلية المطلوبة والتي ربما تختلف كثيراً عن متطلبات الزبون للسرعة والمدة (شياح، 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 ينتظرها تؤثر كثيراً على الطريقة التي يدرك الزبون فيها جودة الخدمة وبشكل إنطباعاتها عنها، فالإنطباعات الأولى مهمة جداً في الطريقة التي يشكل المرء فيها فكرته عن الخدمة برمتها، بغض النظر عن مدى نجاح الخدمة بعد الانتظار (حسين وعبود، 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. وتأكيداً لذلك فقد أشار (Kalidas, M. G. 2020: 776)، حيث أدرك قطاع الخدمات إن جودة الخدمة هي أحد المصادر الرئيسية لاكتساب الميزة التنافسية والبقاء 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 يتوقعها 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 تلبّي 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 إنها جيدة وعالية الجودة والعكس صحيح.

الجدول (٢): تسقيط أبعاد النقل اللوجستي

ت	الأبعاد الباحث	التكلفة	الوقت	الاعتمادية	الاستجابة	القيمة	الجودة	السعة	المسؤولية الاجتماعية	التعاطف	الملموسية	الاجراءات
١	المجموع	٢٠	٢٨	٢٦	٢٢	٨	١٣	٨	٩	٢٣	٢٧	٧
٢	الأهمية النسبية	٢٣%	٤٧%	٤٣%	٣٧%	١٣%	٢٢%	١٣%	١٥%	٣٨%	٤٥%	١٢%

المصدر: اعداد الباحثان.

يشير الجدول الى ما تناوله الكتاب والباحثون من ابعاد النقل اللوجستي بشكل متباين وكان عددهم (٦٠) باحثاً كما مبين في الملحق رقم (٣) الا ان الباحثان سيقومون بتناول كافة الابعاد باعتبار ان البيانات مختلفة فيمكن لبعد ما ذو أهمية في بيئة معينة والعكس صحيح، لذلك ولكيلا يغفل الباحثان عن أي بعد، تم تناول جميع الابعاد 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 استحوز عليها.

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

ت	الدراسة	السنة	التعريف
١	Kotler	١٩٩٧	إحساس الزبون بالمتعة أو خيبة الأمل الناتجة عن مقارنته لأداء المنتج المقدم له بتوقعاته السابقة عن هذا المنتج.
٢	داودي الامام	٢٠١٤	هو المستخدم النهائي للخدمة، وتتأثر قراراته بعوامل داخلية مثل (الشخصية والمعتقدات والأساليب، والدوافع والذاكرة) وبعوامل خارجية مثل (الموارد وتأثيرات العائلة وجماعة التفضيل والأصدقاء).
٣	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.
٤	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).
٥	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.

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 التعاريف 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 تنبع من المطابقة الأولية ومن ثم مقابلة إحتياجات الزبائن، حيث إن قيمة المنتج الذي يتم إنتاجه تكون قليلة إذا ما أخذ بالإعتبار ما يرغب به الزبون. ولذلك فإن إقناع الإدارة والعاملين فيها بتوجيه 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 إحتياجاته هو الهدف الرئيس لأي مقدم خدمة وهذا ما يراه أغلب الباحثين حيث يؤكدون على أن الرضا والاحتفاظ بالزبون يتحقق بالخدمات النموذجية ذات الجودة العالية، ويجب على الناقل أن يسأل وبصورة مستمرة كيف يستطيع أن يزيد من رضا الزبون وولائه؟ أي بمعنى آخر كيف تكسب الزبون؟

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

تعزيز إنطباع الشركة والعلامة التجارية. وتأكيداً لما سبق فقد أشار (أبو فزع، ٢٠١٥: ٢٢)، حيث يستحوذ 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 المعبرة عن رضا الزبون بالنسبة لأداء الناقلين وكالاتي:

١. إذا كان الزبون راضيا عن أداء الناقل فإنه سيتحدث للآخرين 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 سيقول من احتمال توجه الزبون إلى ناقل اخر منافس، حيث إن الناقلين الذين يهتمون برضا 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 الأجواء المحيطة التي تسعى في الوقت نفسه إلى خلق نوايا إيجابية وإقناع الزبون وجذبه. حيث يعتبر أن الإدارة الجيدة هي التخطيط والأجواء الممتازة والمعدات والمنشآت التي يتم تنظيمها وصيانتها بشكل جيد، وخدمة الزبائن، كلها جزء من خلق الأجواء التي تؤدي إلى إرضاء الزبائن الذين يعدون 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 الى اختبار فرضيات الدراسة للتحقق من صحتها في المحور الثاني، حيث إن عملية جمع البيانات والمعلومات اللازمة عن الميدان المبحوث تتطلب إختيار أدوات وطرائق مناسبة للوصول إلى أدق النتائج واقربها واقعية، لذلك إعتد 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 إستمارة 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 والاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة ومعامل الاختلاف لأبعاد البحث الاجمالية

المتغيرات	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة		الانحراف المعياري	نسبة الاستجابة	معامل الاختلاف
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			
الكلفة	28	35%	30	38%	13	16%	5	6%	4	5%	3.9175	78.35%	22.48%
الوقت	21	26%	31	38%	20	25%	6	8%	2	3%	3.7950	75.90%	25.43%
الاعتمادية	47	59%	22	28%	10	12%	1	1%	0	0%	4.4375	88.75%	11.34%
الجودة	25	31%	33	41%	18	23%	4	5%	0	0%	3.9875	79.75%	20.41%
الاستجابة	25	31%	41	51%	11	14%	3	4%	0	0%	4.1050	82.10%	17.74%
المؤشر الكلي	29	36%	31	39%	14	17%	4	5%	1	2%	4.0485	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 (لإجمالي الأبعاد) فقد اشارت نتائج التحليل الى وجود تفاوت نحو الاتفاق لمؤشرات هذه الأبعاد والتي تشمل (الكلفة، الوقت، الاعتمادية، الجودة، الاستجابة)، اذ كان لبعدها (الاعتمادية) نسبة الاستجابة الأكبر، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٤,٤٣٧٥) وبانحراف معياري (٠,٥٠٣١٦) وبنسبة استجابة (٨٨,٧٥%) وبمعامل اختلاف (١١,٣٤%)، وقد جاءت قيم الأوساط الحسابية للمتغيرات المتبقية اقل من ذلك، وكانت اقل نسبة استجابة لبعدها (الوقت) حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣,٧٩٥٠) وبانحراف معياري (٠,٩٦٥٠٥) وبنسبة استجابة (٧٥,٩٠%) وبمعامل اختلاف (٢٥,٤٣%)، 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 لبعدها (التكلفة) فقد اشارت نتائج التحليل الى وجود تفاوت نحو الاتفاق لمؤشرات هذا البعد والتي تشمل (X5-X1)، اذ كان لـ (X3) (مشكلات النقل والتوزيع تؤدي الى زيادة التكلفة) نسبة الاستجابة الأكبر، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٤,٥٧٥٠) وبانحراف معياري (٠,٤٩٧٤٦) وبنسبة استجابة (٩١,٥%) وبمعامل اختلاف (١٠,٨٧%)، وقد جاءت قيم الأوساط الحسابية للمتغيرات المتبقية اقل من ذلك، وكانت اقل نسبة استجابة لـ (X5) وهي (يتم نقل منتوج زيت الغاز باعتماد منظومة تخطيط بأقل التكاليف) حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٢,٨٦٢٥) وبانحراف معياري (١,٠٧٦١٤) 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 أدنى حد ممكن.

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

المتغيرات	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة		الانحراف المعياري	نسبة الاستجابة	معامل الاختلاف
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			
x1	25	31%	38	48%	16	20%	1	1%	0	0%	0.74958	81.75%	18.34%
x2	22	28%	30	38%	15	19%	8	10%	5	6%	1.16271	74.00%	31.42%
x3	45	56%	35	44%	0	0%	0	0%	0	0%	0.49746	91.50%	10.87%
x4	45	56%	27	34%	0	0%	8	10%	0	0%	0.91740	87.25%	21.03%
x5	2	3%	22	28%	32	40%	11	13%	13	16%	1.07614	57.25%	37.59%
المؤشر الكلي	28	35%	30	38%	13	16%	5	6%	4	5%	0.88066	78.35%	22.48%

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) (للوقت دورا كبيرا في نشاط النقل ولمنتوج زيت الغاز حصرا) نسبة الاستجابة الأكبر، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٤,٢٢٥٠) وبانحراف معياري (٠,٩٩٣٣٣) وبنسبة استجابة (٨٤,٥%) وبمعامل اختلاف (٢٣,٥١%)، وقد جاءت قيم الأوساط 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 (٣,٥٢٥٠) وبانحراف معياري (٠,٩٦٧٥١) وبنسبة استجابة (٧٠,٥٠%) وبمعامل اختلاف (٢٧,٤٥%)، 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

المتغيرات	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة		الانحراف المعياري	نسبة الاستجابة	معامل الاختلاف
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			
X6	19	24%	32	40%	18	23%	6	8%	5	6%	1.11122	73.50%	30.24%
X7	35	44%	41	51%	2	3%	0	0%	2	3%	0.99333	84.50%	23.51%
X8	12	15%	33	41%	20	25%	15	19%	0	0%	0.96751	70.50%	27.45%
X9	27	34%	26	33%	27	34%	0	0%	0	0%	0.82677	80.00%	20.67%
X10	15	19%	23	29%	33	41%	9	11%	0	0%	0.92641	71.00%	26.10%
المؤشر الكلي	21	26%	31	38%	20	25%	6	8%	2	3%	0.96505	75.90%	25.43%

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

منتوج زيت الغاز لا تكفي لتشغيل المولدة لمدة شهر) نسبة الاستجابة الأكبر، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٥,٠٠٠) وبانحراف معياري (٠) ونسبة استجابة (١٠٠%) وبمعامل اختلاف (٠%)، وقد جاءت قيم الأوساط الحسابية للمتغيرات المتبقية أقل من ذلك، وكانت أقل نسبة استجابة لـ (X15) وهي (يتمتع الناقلين بالأمانة والمصادقية) حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣,٨٨٧٥) وبانحراف معياري (٠,٨٢٦٦٧) ونسبة استجابة (٧٧,٧٥%) وبمعامل اختلاف (٢١,٢٦%)، وهذا يؤكد على الدور الإيجابي للناقل الأهلي لمنتوج زيت الغاز من خلال تحقيق حاجات ورغبات الزبائن بشكل متميز.

الجدول (٧): التوزيعات التكرارية والوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة ومعامل الاختلاف لبعدها الاعتمادية

المتغيرات	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الاستجابة	معامل الاختلاف
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت				
X11	96%	77	4%	3	0%	0	0%	0	0%	0	4.9625	0.19118	99.25%	3.85%
X12	24%	19	45%	36	29%	23	3%	2	0%	0	3.9000	0.78917	78.00%	20.24%
X13	53%	42	40%	32	6%	5	0%	0	1%	1	4.4375	0.70878	88.75%	15.97%
X14	100%	80	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	5.0000	0.00000	100 %	0.00%
X15	23%	18	49%	39	25%	20	3%	2	1%	1	3.8875	0.82667	77.75%	21.26%
المؤشر الكلي	59%	47	28%	22	12%	10	1%	1	0%	0	4.4375	0.50316	88.75%	11.34%

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 لبعدها (الجودة) فقد اشارت نتائج التحليل الى وجود تفاوت نحو الاتفاق لمؤشرات هذا البعد والتي تشمل (X40-X36)، 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 (٠,٥١٥٤٣) ونسبة استجابة (٨٧,٧٥%) وبمعامل اختلاف (١١,٧٥%)، وقد جاءت قيم الأوساط الحسابية للمتغيرات المتبقية أقل من ذلك، وكانت أقل 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) ونسبة 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 بالمنتوج اثناء عملية النقل.

الجدول (٨): التوزيعات التكرارية والاطواس الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة ومعامل الاختلاف لبعء الجودة

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

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد الى نتائج برنامج SPSS.

الجدول (٩): التوزيعات التكرارية والاطواس الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة ومعامل الاختلاف لبعء الاستجابة

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

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 لبعء (الاستجابة) فقد اشارت نتائج التحليل الى وجود تفاوت نحو الاتفاق لمؤشرات هذا البعد والتي تشمل (X26-X30)، اذ كان لـ (X29) (تتطور العلاقة بين الناقل والزبون كلما ازدادت المرونة وسرعة الاستجابة في التعامل بينهما) نسبة الاستجابة الأكبر، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٤,٤٠٠٠) وبانحراف معياري (٠,٦٢٨٤٤) وبنسبة استجابة (٨٨,٠٠%) وبمعامل اختلاف (١٤,٢٨%)، وقد جاءت قيم الاوساط الحسابية للمتغيرات المتبقية اقل من ذلك، وكانت اقل نسبة استجابة لـ (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 (٠,٨١٧٥٣) وبنسبة استجابة (٧٦%) وبمعامل اختلاف (٢١,٥١%)، يؤكد على أهمية سرعة الاستجابة التي يتميز بها الناقل لمنتوج زيت الغاز عند الطلب والمرونة العالية التي يمتلكها لتلبية حاجات ورغبات الزبائن.

المحور الثاني اختبار الفرضيات: بهدف اختبار فرضية البحث الرئيسة والفرضيات الفرعية المنبثقة 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 بالجدول 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 لمنتوج زيت الغاز، وبذلك تقبل الفرضية الرئيسية.

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

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

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 ان الناقلين يقدمون خدمات النقل اللوجستية بتكاليف مناسبة للزبائن (أصحاب المولدات الاهلية) وان هنالك رضا عالٍ من قبلهم عن كلفة خدمة النقل، فضلاً عن القيمة التي يحصلون عليها مقابل ما يقدمونه من توضيحات مالية، مما يعكس دلالة واضحة على أهمية توفر بعد الكلفة في النقل اللوجستي لمنتوج زيت الغاز وهذا يقود الى قبول الفرضية الفرعية الأولى.

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

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

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 لُبعد 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، ممّا 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

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

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 لُبعد 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 والمصادقية التي يتعامل بها الناقلين أدت الى رفع درجة الاعتمادية والموثوقية الى مستوى عالٍ، ممّا 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

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

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 لُبعد الاستجابة بلغت (١٨,٩٠٢) وهي أكبر من القيم الجدولية البالغة (١,٩٨٧) في مستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا مؤشر يعكس بأن هنالك رضا عن سرعة استجابة لخدمات النقل اللوجستية، ممّا 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) لبعد الاستجابة

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

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 لمنتوج زيت الغاز وهذا يقود الى قبول الفرضية الفرعية الخامسة.

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

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

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، اتضح 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 الأوضاع 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 فأن 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 تقل 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 لمنتوج زيت الغاز.

٣. **الاعتمادية/الموثوقية:** شكل بُعد الاعتمادية/الموثوقية نسبة مرتفعة خصوصاً عند فقرة (قلة كمية المنتج المجهزة للزبائن) والتي لا تكفي لأكثر من (٥) أيام تشغيل للمولدة الواحدة فقط أما باقي الأيام فيتم شراء منتج زيت الغاز من السوق السوداء من قبل أصحاب المولدات الأهلية في مدينة الموصل، حيث إن الاعتمادية أو الموثوقية هي عنصر أساسي في خدمة النقل اللوجستي لكي تستمر وتتكرر عمليات النقل لمنتج زيت الغاز من أماكن التجهيز إلى 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 إلى جودة منتج زيت الغاز الذي يتم الحصول عليه من خدمة النقل اللوجستية، حيث يؤدي الحصول على منتج عالي الجودة إلى زيادة رضا الزبائن عن خدمة النقل اللوجستي وبناء علاقات عمل بعيدة المدى، وتتضمن الجودة هنا جودة المنتج حسب ما تم الاتفاق عليه.

ثانياً. المقترحات: بناءً على الاستنتاجات التي توصل إليها الباحثان، لابد من تقديم عدد من المقترحات 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 المبحث على أهم المقترحات التي يقترحها الباحثان وكالاتي:

١. معالجة الكلف العالية لنقل منتج زيت الغاز عن طريق وضع خطط نقل برية تعمل على سهولة النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز إلى الزبائن (أصحاب المولدات).
٢. العمل على تقليص وقت إيصال منتج زيت الغاز إلى الزبائن (أصحاب المولدات) للحصول على المنفعة الزمانية من خلال وصول المنتج في الوقت المناسب.
٣. العمل على زيادة كميات زيت الغاز المجهزة للزبائن (أصحاب المولدات) لأنها لا تكفي صاحب المولدة إلا لأيام 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 أثناء عملية النقل اللوجستي لمنتج زيت الغاز.
٥. يجب أن تتوفر في مقدمي خدمة النقل اللوجستي الإمكانيات اللازمة التي تمكنهم من الحصول على منتج ضمن معايير الجودة التي يطمح إليها الزبون وبنسبة فاقد واضرار قليلة جداً.

المصادر

أولاً. 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 الأعمال، 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 جازي، 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 تسعير الخدمة-دراسة تطبيقية في المنشأة العامة لنقل المسافرين، رسالة ماجستير غير منشورة، بغداد، العراق.
٦. بوختالة، سمير، زرقون، محمد، بن عمارة، نوال، (٢٠١٧)، واقع وافاق 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 أنموذجا)، 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. شياح، عبد الأمير عبد الحسين، الموسوي، رديم عبد محمد، (٢٠١٤)، أثر عناصر ابعاد جودة الخدمة المصرفية على سلوك الزبائن في اختيار المصارف التجارية، مجلة الإدارة 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، ولدقادة، جمال الدين، بن قدور، (٢٠١٨)، أثر جودة الخدمات على رضا الزبون 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. ميلي، نجلاء غرابي حرم، (٢٠٠٩)، النقل شبه الحضري بولاية عنابة واقع وافاق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الأرض والجغرافيا والتهيئة العمرانية، جامعة منتوري، 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.