دور جودة الخدمة في تحقيق رضا الزبائن: دراسة ميدانية على مستوى المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية في ولاية باتنة

The role of service quality in achieving customer satisfaction, a field study on the National Railway Transport Company in Batna

مرزوقي عبد المؤمن*

مخبر الأمن الإنساني، جامعة باتنة 1، الجزائر

abdelmoumen.merzougui@univ-batna.dz

تاريخ الإرسال: 2023/02/03 تاريخ القبول: 2023/04/07 تاريخ النشر: 2023/04/22

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة طبيعة العلاقة بين جودة الخدمة من خلال أبعادها الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الضمان والتعاطف) على رضا الزبائن على مستوى المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية (ناحية باتنة)، وذلك باستخدام نموذج الأداء الفعلي Servperf. وقد شارك في هذه الدراسة 212 مستفيد من خدمات المؤسسة، ولقد أجري تحليل الارتباط واختبار Khi deux لاختبار العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون وقد أفضت النتائج إلى أن هناك علاقة ارتباط إيجابية متوسطة بين بعدي الملموسية والاعتمادية مع رضا الزبون، في حين أن هناك علاقة ارتباط إيجابية قوية تربط أبعاد جودة الخدمة المتمثلة في الإستجابة، الضمان والتعاطف مع رضا الزبون.

علاوة على ذلك، أظهرت نتائج إختبار كروسكال واليس وإختبار مان ويتني للتعرف على طبيعة الفروق، أنه كانت هناك فروق معنوية بين الأقدمية في استعمال خدمات المؤسسة وتقييم الزبائن لجودة الخدمة.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة، رضا الزبون، نموذج الأداء الفعلي Servperf.

Abstract :

This study aimed to examine the relationship between service quality through its five dimensions (tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy) on customer satisfaction at National railway transport company (province of Batna), using the real performance model Servperf. A total of 212 current users of SNTF services participated in this study. Correlation analysis and Khi-deux test were conducted to test the relationship between service quality and customer satisfaction. Results indicated that there is a moderate positive correlation between the two dimensions of tangibility and reliability with customer satisfaction, and on the other hand, there is a strong positive correlation linking the service quality dimensions of responsiveness, assurance and empathy with customer satisfaction .

Moreover, the results of the Kruskal Wallis and Mann-Whitney test showed that there were significant differences between the seniority in using the company's services and customers' evaluation of service quality.

Key words: Service quality, Customer satisfaction, Performance model Servperf.

JEL Classification: M31, C39.

* مرسل المقال: مرزوقي عبد المؤمن (*Abdelmoumen.merzougui@univ-batna.dz*)

المقدمة:

يجب على أي مؤسسة تسعى إلى التنافس، أن تأخذ بمحمل الجد متطلبات ورغبات الزبائن المتغيرة وغير المتجانسة وقوة المنافسة في سوقها، فكلما كانت المنافسة مفتوحة كلما زاد عدد العملاء المتطلبين بما يخص الأداء والجودة. كما يجب أيضا أن تعلق أهمية كبيرة على أدوات الإدارة الحديثة على غرار التسويق، وهذا الأخير هو عامل رئيسي للنجاح لأنه لا يسمح للمؤسسة فقط بإرضاء عملائها بشكل أفضل، وتوقع احتياجاتهم ورغباتهم ، ولكن يسمح لها بالحفاظ على مكانتها في السوق.

فيما يتعلق بالسوق الجزائرية، فقد عرفت العديد من التغييرات بسبب الانتقال إلى الاقتصاد المفتوح مما أدى إلى تحرير تجارتها، وعرف قطاع الخدمات تطورا كبيرا واشتدت فيه المنافسة، ولا تقتصر هذه الأخيرة على القطاع الخاص فقط كما يظنه الكثيرون، بل أصبحت مؤسسات القطاع العام أيضا مطالبة أكثر من أي وقت مضى أن تقوي تنافسيتها من خلال منتجات وخدمات وعمليات ذات جودة عالية، تمكنها من تفادي خطر منافسة القطاع الخاص أو المؤسسات الأجنبية أو حتى منتجات الإحلال.

في هذا السياق، أصبحت الجودة عنصرًا أساسيًا في سوق تسود فيه المنافسة، وتجدر الإشارة إلى أن الجودة بالنسبة للمؤسسة هي مقاربة شاملة تشمل جميع هؤلاء الفاعلين والشركاء والتي من خلالها يتم تعبئة جميع الوظائف بحثًا عن الأداء ورضا العملاء. يجب على المؤسسة إذن مراعاة عملائها بقدر منافستها، فالعرض اليوم أكبر من الطلب، والعميل أكثر تطلبًا، ويجب على المؤسسات السعي الدائم لتحسين خدماتها.

وقد أصبح قياس ومتابعة رضا الزبون عن جودة الخدمات المقدمة له أمرا ضروريا لتلك المؤسسات التي تسعى للإستمرار في نشاطها والتميز عن منافسيها والعمل على تحسينها باستمرار، حيث أن رضا الزبون يعتبر مدخلا للحفاظ عليه، والذي لا يتحقق بدوره إلا بضمان خدمات ترقى لتطلعاته، وذلك بمراعاة تلك الجوانب المتعددة والتي في مجملها تؤدي إلى جودة الخدمة كما يتطلع لها الزبون.

إشكالية الدراسة: على ضوء ماسبق يمكن صياغة التساؤل الرئيسي التالي: ما طبيعة العلاقة بين جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية SNTF ورضا زبائنها؟ ويتفرع عن السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بجودة الخدمة وكيف يتم قياسها؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية (ناحية باتنة) ومستوى رضا زبائنها؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الزبائن لجودة الخدمات المقدمة لهم من طرف المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية (ناحية باتنة) باختلاف الخصائص الديموغرافية الخاصة بهم؟
- هل تقدم المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية خدمة ذات جودة عالية لزبائنها؟

قصد الإجابة على التساؤلات المطروحة، قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى : هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية (ناحية باتنة) ومستوى رضا زبائنها.؛

الفرضية الثانية: هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الزبائن لجودة الخدمات المقدمة لهم من طرف المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية (ناحية باتنة) باختلاف الخصائص الديموغرافية الخاصة بهم؛

الفرضية الثالثة: تقدم المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية خدمة ذات جودة عالية لزبائنها.

الدراسات السابقة:

دراسة مولود حواس ورابح حمودي (2013)،أهمية جودة الخدمات في تحقيق ولاء المستهلك (دراسة حالة خدمات الهاتف النقال للوطنية للإتصالات الجزائر)، مقال منشور في مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 03:

هدفت الدراسة إلى البحث في اهمية جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة الوطنية للإتصالات الجزائر (wta) لخدمات الهاتف النقال في تحقيق ولاء زبائنها في ولاية البويرة، واستندت لبدراسة إلى نموذج Servperf لقياس مستوى الجودة المدركة. ومن بين النتائج التي خلصت إليها الدراسة، أن مستوى جودة خدمات الهاتف النقال التي تقدمها المؤسسة كانت متوسطة بشكل عام من وجهة نظر زبائنها، غير أنه كان لجانب الموثوقية أعلى درجات القياس؛ وإختلاف درجات إهتمام المستهلك بأبعاد الجودة، حيث أشارت النتائج أن الزبائن يولون الأهمية الكبرى لجوهر الخدمة، ويليها في المرتبة الثانية بعد الموثوقية، ومن ثم على التوالي بعد التعاطف، الاستجابة، الاعتمادية وفي المرتبة الأخيرة بعد الملموسية. وأشارت نتائج الانحدار المتعدد إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية معنوية بين أبعاد جودة خدمات الهاتف النقال (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الموثوقية، التعاطف، جوهر الخدمة المقدمة) وولاء مشتركي خدمات الوطنية للاتصالات الجزائر، حيث أكدت النتائج أن أبعاد جودة الخدمة لها أثر إيجابي يفسر مانسبته 37 بالمئة من التغيرات في ولاء الزبائن.

دراسة Nitin Seth and S.G. Deshmukh (2005), Service Quality-Models : A review :International Journal of Quality and Reliability Management, Vol. 22, N°9,

هدفت هذه الدراسة إلى إجراء تقييم نقدي لنماذج جودة الخدمة المختلفة وتحديد مجالات للبحث المستقبلي بناءً على التحليل النقدي للأدبيات. وتدرس الورقة بشكل نقدي 19 نموذجًا مختلفًا لجودة الخدمة تمت الإشارة إليها في أدبيات الدراسة. وهدفت المراجعة النقدية لنماذج جودة الخدمة المختلفة إلى استخلاص الارتباط بينها ، وتسليط الضوء على مجالات البحث المستقبلية. ومن النتائج المتوصل إليها، أن المراجعة النقدية لنماذج الخدمة المختلفة كشفت أن نتائج جودة الخدمة وقياسها تعتمد على نوع إعدادات الخدمة، الظرف، الوقت والحاجة... الخ. بالإضافة إلى ذلك ، حتى توقعات العملاء تجاه خدمات معينة تتغير أيضًا فيما يتعلق بعوامل مثل الوقت ، والزيادة في عدد المواجهات مع خدمة معينة ، والبيئة التنافسية.

دراسة مزيان التاج (2015)، تطبيق نموذج (ServQual) لقياس وتقييم جودة الخدمة (دراسة تطبيقية في المركز الإستشفائي الجامعي ومستشفى الأم والطفل تلمسان)، مقال منشور في المجلة الجزائرية للإقتصاد والإدارة، العدد 6:

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مستوى أداء وجودة الخدمات الصحية في المركز الإستشفائي الجامعي ومستشفى الأم والطفل بتلمسان، وذلك باستخدام مقياس جودة الخدمة Servqual الذي وضع من قبل "بارسورمان" وآخرون (Parasuraman. A). وتوصلت هذه الدراسة إلى أن المستجوبين قد اتفقوا على تواضع الخدمات بالمؤسستين فقد عبر كل المستجوبين باتجاهات إيجابية نحو عبارات الاستبيان في عشرين عبارة باستثناء العبارة الثانية (طبيعة الهياكل، قاعات المرضى وأماكن الانتظار والاستقبال ومكاتب الأطباء والموظفين الحالية أنها لا تتلاءم مع توقعات المرضى). وعلى ضوء الدراسات السابقة، نسعى من خلال دراستنا الحالية إلى إعتماد نموذج الأداء الفعلي Servperf الذي نراه أكثر ملاءمة ويفضي إلى نتائج دقيقة والذي يتميز بسهولة تطبيقه، لتقييم جودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى لنقل التجربة إلى المؤسسة العمومية الإقتصادية في الجزائر، من خلال دراسة حالة المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، وتقييم جهود هذه الأخيرة لتطوير جودة خدماتها، ومدى رضا زبائنها عنها ومعرفة طبيعة العلاقة بينهما من خلال الأساليب الإحصائية المناسبة لذلك.

I. المقاربة النظرية للدراسة:

سنحاول فيما يلي عرض مجموعة من المفاهيم التي لها علاقة بموضوع دراستنا قبل الشروع في عرض إجراءات ونتائج الدراسة الميدانية، من خلال التطرق لمفهوم جودة الخدمة وأبعادها وأهم نماذج قياسها، وفي الأخير محاولة تسليط الضوء على العلاقة التي تربطها برضا الزبون.

1. مفهوم الخدمة:

تأتي كلمة الخدمة "Service" من الكلمة اللاتينية Servus ، والتي تعني العبد، ولكنها لا تعني ضمنيًا علاقة هيمنة ، فهي ببساطة الاستماع إلى العميل مع الحفاظ على العلاقة القائمة على الاحترام المتبادل. (Eiglier, 1996, p07)

وفقًا لـ Langlois و Tocquer ، فإن "الخدمة هي تجربة زمنية يعيشها العميل أثناء تفاعله مع موظفي المؤسسة أو مادة وتقنية" يبدو من خلال هذا التعريف، أن أي تجربة يقوم بها العميل مع الموظفين من المؤسسة أو بدعمها المادي Support physique في لحظة معينة يعتبر بمثابة خدمة ". (Langlois, 1992, p21)

من جانبهم عرف كل من Kotler و Dubois وآخرون "الخدمة على أنها نشاط أو تقديم تخضع بشكل أساسي للتبادل غير المادي ولا تؤدي إلى أي نقل للملكية. قد تكون الخدمة مرتبطة أو لا ترتبط بمنتج مادي". (Kotler, 2000, p443).

2. مفهوم جودة الخدمة:

يجب أن تحظى جودة الخدمة باهتمام أصحاب القرار وتأخذ بعدا استراتيجيا في المؤسسة، من أجل تحقيق ولاء العملاء لها ولتحديد احتياجات أو توقعات العملاء الجدد بسرعة، لأنه إذا لم يكن العملاء راضين عن الجودة التي يتلقونها، فقد يقررون التخلي عن خدمات المؤسسة لصالح المنافسة.

" تشمل الجودة جميع خصائص المنتج أو الخدمة التي تؤثر على قدرتها على تلبية الاحتياجات الصريحة أو الضمنية". (Kotler, 2015, p173). بشكل عام ، جودة الخدمة هي الفرق بين توقعات العميل للخدمة وإدراك الجودة بعد استهلاك الخدمة. لذلك ، يمكننا القول أن جودة الخدمة هي تلك العلاقة بين المزايا التي تم الحصول عليها بالفعل أثناء استهلاك الخدمة والفوائد المتوقعة.

3. أبعاد جودة الخدمة:

عند قيام الفرد بشراء سلعة معينة فإنه يستخدم ملامح ملموسة للحكم على جودتها، بينما عندما يقوم بطلب خدمة فإنه لا يجد سوى القليل من هذه الملامح المادية للحكم على جودتها. وقد تمكن Parasuraman وزملائه من استخلاص خمسة أبعاد لجودة الخدمة بعد سلسة من الاختبارات باستخدام أسوب التحليل العاملي (Factor Analysis) وأطلق على هذه الأبعاد تسمية نموذج Servqual لقياس جودة الخدمة. (ثابت ،2006، ص289-296). وتتمثل الأبعاد الخمس لجودة الخدمة في ما يلي:

1.3. الجوانب المادية: تعتبر الجوانب المادية مهمة لتحقيق جودة عالية للخدمة، وتشتمل على الفضاءات والتسهيلات المادية والأدوات والتجهيزات المستعملة لتقديم الخدمة، وكذا مظهر الموظفين في المؤسسة، كونهم مقدمي الخدمة وواجهة المؤسسة.

2.3. الإعتمادية: تتمثل في قدرة المؤسسة على تقديم الخدمة المطلوبة بالظبط وفقا لمواصفات معينة؛ أي مدى التطابق بين ما تعتقده المؤسسة أن الزبون يرغب به، وما يتوقعه الزبون حقا.

3.3. الإستجابة: الإستجابة مهمة لتحقيق جودة عالية للخدمة، وتتمثل في أداء موظفي المؤسسة وقدرتهم على تلبية رغبات الزبائن بسرعة وتقليص وقت الإنتظار، وكونهم على استعداد دائم للاستجابة الفعالة لطلبات ورغبات الزبائن المتغيرة.

4.3. الأمان (الضمان): يتمثل الضمان في جودة الخدمة في الأمن من المخاطر والشك وضمان سرية بيانات الزبون، ويعكس الثقة بين الزبائن والمؤسسة والأمان في التعامل.

5.3. التعاطف: يتجلى التعاطف في جودة الخدمة في الاهتمام والعناية الشخصية التي توليها المؤسسة لزبائنها، ويتحقق ذلك من خلال تلك العلاقة الطيبة التي يبنيها موظفي المؤسسة مع زبائنها، والتي تسمح للموظفين أن يفهموا أكثر حاجات الزبائن ومتطلباتهم وإزالة الحواجز بينهم.

4. نماذج قياس جودة الخدمة:

هناك العديد من نماذج قياس جودة الخدمة في المؤسسات، وتختلف هذه النماذج حسب الأبعاد المشكلة والمعبرة عن جودة الخدمة، نقدم فيما يلي بعضا من هذه النماذج ومن ثم سنقوم باختيار وتحديد النموذج الذي نراه مناسبا لدراستنا الميدانية.

1.4. نموذج الجودة الفنية والجودة الوظيفية (Gronroos 1984): من أجل أن تمتلك المؤسسة تنافسية قوية وأن تتموقع وتتميز بالنسبة لمنافسيها، يجب أن تمتلك فهما واسعا لكيفية إدراك الزبائن للجودة وكذا الطرق التي تتأثر بها، فإدارة جودة الخدمة المدركة تستدعي من المؤسسة أن تربط بين الجودة المتوقعة والجودة المدركة بهدف تحقيق رضا الزبون. وقد حدد الباحث ثلاث أبعاد أو عناصر لجودة الخدمة وهي: الجودة الفنية، الجودة الوظيفية والصورة. , (Nitin 2005, p916)

2.4. نموذج الفجوة (the gap) SERVQUAL: ينسب هذا النموذج إلى (parasuraman 1985)، ويستند إلى توقعات الزبائن لمستوى جودة الخدمة وإدراكاتهم لمستوى أداء الخدمة المقدمة لهم فعلا، ومن ثم تحديد مدى التطابق أو الفجوة بين التوقعات والإدراكات وذلك باستخدام الأبعاد الخمسة للخدمة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف) .

ويقوم هذا النموذج على أساس الفجوات التي يمكن من خلالها تحديد أوجه القصور في تقديم الخدمة ذات المستوى العال من الجودة، وتتمثل هذه الفجوات في: (نجم، 2010، ص283)

في نموذج الفجوات الخمس يتم تغطية هذه الخصائص باستبيان يتكون من 22 عبارة تتعلق بالتوقعات التي تمثل المستوى المثالي والمرغوب لجودة الخدمة، و22 عبارة أخرى تتعلق بالتصورات التي تمثل مستوى الأداء الفعلي للخدمة في المؤسسة (نجم، 2010، ص282)، ويتم تحديد الفجوة بمقارنة الإثنين معا من خلال العناصر الخمسة السالفة الذكر.

3.4. نموذج الأداء الفعلي (SERVPERF): تمكن (Cronin and Taylor 1992) من تطوير نموذج جديد سمي بنموذج الأداء الفعلي أو نموذج الاتجاه، حيث يقوم على فكرة مبسطة وهي أنه يجب قياس جودة الخدمة بطريقة لا تختلف عن قياس الاتجاهات (Attitudes)، ومنه فإن القياس يجب أن يتركز فقط على اتجاهات المستفيدين من الخدمة نحو مستوى الأداء الفعلي لهذه الخدمة. وقد استخدم الباحثان في نموذجهما الجديد نفس الأبعاد الخمسة والعناصر التي تتكون منها (22 عبارة)، والتي سبق تطويرها من خلال نموذج (Servqual) كما أن المقياس لم يتغير بحيث تم الإعتماد على مقياس ليكرت للموافقة وعدم الموافقة على العبارات الواردة في النموذج (ثابت، 2006، ص304).

5. الرضا وجودة الخدمة:

يعرّف KOTLER و DUBOIS وآخرون الرضا على أنه: "ذلك الانطباع الإيجابي أو السلبي الذي يشعر به العميل تجاه تجربة الشراء و / أو الاستهلاك. فهو ينتج عن مقارنة العميل لتوقعاته حول المنتج أو الخدمة وأدائهما المدرك ". (KOTLER, 2006, p172). وتعرفه الجمعية الفرنسية للتقييس AFNOR "الرضا هو رأي العميل الناتج عن الفجوة بين إدراكه للمنتج أو الخدمة المستهلكة وتوقعاته".

وفقًا لمعيار ISO 9000 ، "الرضا هو إدراك العميل لمستوى الرضا عن توقعاته". (ISO 9001, 2015)

وبالتالي فإن الرضا هو الاستجابة الصحيحة لتوقعات العملاء، لذلك يجب أن تكون محددة جيدًا ومفهومة ومتابعة جيدًا من قبل المؤسسة. ومن الشائع أن نقول أن العميل راضٍ عن جودة الخدمة أو المنتج، ففي الواقع الرضا والجودة مرتبطان ارتباطًا وثيقًا، ولقد دمجت معايير ISO وهي معايير الجودة، منذ بداية هذا القرن فكرة إرضاء العملاء في تعريفها وتوجهها. ووفقًا لـ LAUDOYER "تتكون جودة المنتج أو الخدمة من جميع خصائصها وجوانبها التي يمكن للعميل تقديرها والتي ترضي متطلباته وهذا مقابل سعر معين".(LAUDOYER, 2002, p57) إذن هناك ارتباط بين جودة العرض (خدمة أو سلعة) ورضا العملاء ، فالمستوى العالي من الجودة يؤدي عمومًا إلى مستوى عال من الرضا. وتتمثل الفوارق بين الجودة والرضا في النقاط التالية: (LOVELOCK , 2008, p382)

– يعتبر كل من الرضا والجودة المدركة تقييمات ذاتية لتجربة هذه الخدمة، وتستند هذه التقييمات على مقارنة بين الأداء المدرك ومعيار مرجعي معقد ومتغير ؛

– الرضا هو تجريبي بشكل أساسي ومرتبط جزئيًا بمشاعر العميل، في حين أن الحكم على الجودة لا ينطوي بالضرورة على التجربة الشخصية وينتج من عملية معرفية؛

– اعتمادًا على البعد الزمني المدروس ونموذج إتجاهات العملاء، يمكن أن يكون الارتباط السببي بين المفهومين صحيحًا في كلا الاتجاهين.

II.المقاربة التطبيقية للدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى معرفة أثر جودة الخدمة في المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية على رضا الزبائن. ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بمجموعة من الإجراءات؛ تشمل المنهج المستخدم ومجتمع وعينة الدراسة، ودراسة صدق أداة الدراسة من خلال بعض الاختبارات الاحصائية للتأكد من اعتدالية البيانات وثبات أداة الدراسة، وتحليل النتائج لاحقا والإجابة عن فرضيات الدراسة.

1. منهج الدراسة: بغية تحقيق أهداف الدراسة قمنا باتباع المنهج الوصفي التحليلي، والذي يقوم أساسا على تناول الظاهرة المدروسة ومحاولة تفسيرها كما هي، وجمع البيانات المتعلقة بها، وتبويبها وتحليلها وصولا لنتائج واقعية دون تدخل الباحث في مجرياتها، وإصدار التعميمات وعرض العلاقات.

2. مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع زبائن المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لنقل المسافرين بناحية باتنة، حيث تم استخدام أسلوب العينة التحكمية وذلك بتوزيع 250 إستمارة استقصاء على زبائن المؤسسة الوطنية لنقل عبر السكك الحديدية على مستوى ولاية باتنة، وتم استرداد 225 إستمارة، وبعد مراجعتها للتأكد من صحتها تم استبعاد 13 استمارة لعدم إكتمال الإجابة عن كل الأسئلة فيها، وتم الإعتماد في الأخير على 212 إستمارة صالحة للتحليل الإحصائي أي بنسبة تقدر بـ 84% من مجموع الإستبيانات الموزعة.

3. الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم الإعتماد في هذه الدراسة على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية Spss 25 في التحليل الإحصائي،حيث تم إستخدام الأساليب الإحصائية المتمثلة في المتوسط الحسابي، الإنحراف المعياري، معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha لقياس ثبات أسئلة الأداة؛ معامل الإرتباط للرتب الخاص بالمتغيرات الوصفية Spearman، إختبار Kolmogrov– Smirnov للتأكد إعتمادية من البيانات، إختبار Khi Deux للإستقلالية؛ اختبار كروسكال واليس Kruskal Wallis واختبار مان ويتني Mann Whitney.

4. إعتدالية توزيع البيانات: لتحديد مدى ملاءمة البيانات واختيار الاساليب الاحصائية الملائمة، فقد تم استخدام إختبار كولموجروف سميرنوف لعينة واحدة K-S One Sample Test ، وذلك لمعرفة إن كانت اجابات افراد العينة على عبارات الاستبيان تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، ومنه امكانية تطبيق اختبارات معلمية.

جدول 01: نتائج اختبار كولموجروف –سميرنوف

رقم العبارة	رمز العبارة	قيمة Z	مستوى المعنوية	رقم العبارة	رمز العبارة	قيمة Z	مستوى المعنوية
1	Tangi 1	3.514	0.000	13	Respon 3	3.981	0.000
2	Tangi 2	4.184	0.000	14	Respon 4	3.438	0.000
3	Tangi 3	3.750	0.000	15	Assur 1	3.967	0.000
4	Tangi 4	4.099	0.000	16	Assur 2	3.099	0.000
5	Tangi 5	4.061	0.000	17	Assur 3	4.160	0.000
6	Relia 1	3.801	0.000	18	Assur 4	4.349	0.000
7	Relia 2	4.018	0.000	19	Assur 5	4.056	0.000
8	Relia 3	3.995	0.000	20	Empath 1	4.028	0.000
9	Relia 4	3.839	0.000	21	Empath 2	3.773	0.000
10	Relia 5	4.094	0.000	22	Empath 3	3.872	0.000
11	Respon 1	3.707	0.000	23	Empath 4	3.985	0.000
12	Respon 2	2.957	0.000	24	Empath 5	4.165	0.000

المصدر: من إعداد الباحث إعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أن مستوى الدلالة بلغت (0.000) وهي أقل من (0.05) وهذا ما يؤكد أن جميع البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، وهذا ما يستدعي إجراء الاختبارات اللامعلمية (اللابارامترية) لتحليل إتجاهات افراد العينة للوصول إلى النتائج المرجوة.

5. صدق وثبات أداة الدراسة:

من الصفات الأساسية التي يجب توفرها في أداة جمع البيانات قبل الشروع في إستخدامها هي خاصية الصدق والثبات، ويوجد العديد من الأساليب والتوجهات للتأكد من صدق أداة الدراسة. ولتحقيق هذا الغرض قمنا بعرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين المختصين في مجال التسويق وإدارة الأعمال وكذا على مسؤولين على مستوى المؤسسة محل الدراسة للتحقق من صحتها ومطابقتها للواقع وللأسس العلمية، وذلك بعد شرح أبعادها والأهداف التي نسعى من خلالها الوصول إليها. وقد تم إعداد الإستبيان حسب نموذج (SERVPERF) والذي يقيس إدراكات الزبائن لمستوى الأداء الفعلي للخدمة المقدمة من قبل المؤسسة، وذلك باعتماد 24 فقرة تعكس الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة حسب النموذج.

يقصد بثبات الأداة درجة الإتساق الداخلي فيما بين بنود الأداة وإمكانية الحصول على نفس النتائج أو نتائج قريبة منها فيما لو كررت الدراسة على عينة أخرى وفي أوقات مختلفة، ويتم عادة التأكد منه من خلال معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha ؛

جدول 02: نتائج إختبار ثبات الدراسة ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha لأبعاد جودة الخدمة

أبعاد جودة الخدمة	عدد العبارات	معامل Cronbach's Alpha
الملموسية	5	0.669
الاعتمادية	5	0.780
الاستجابة	4	0.687
الأمان (الضمان)	5	0.710
التعاطف	5	0.848
المجموع	24	0.887

المصدر: من إعداد الباحث إعتمادا على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول بأن قيم معامل ألفا كرونباخ بالنسبة لكل بعد من أبعاد جودة الخدمة قد فاقت 0.6 النسبة المقبولة إحصائيا، حيث قدر معامل ألفا كرونباخ الإجمالي بـ 0.887 وهي نسبة ممتازة جدا تدل على ثبات الأداة المستخدمة في هذه الدراسة وبالتالي إمكانية الاعتماد عليها في الدراسة الميدانية.

6. التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة :

بعد التطرق إلى المنهجية المتبعة في الدراسة الميدانية، نحاول في ما يلي تحليل اتجاهات أفراد العينة حول أداء الخدمة المقدمة لهم من طرف المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية، والتي تترجم بأبعاد جودة الخدمة الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف)، وكذا مستوى رضاهم عن الخدمات المقدمة.

1.6.التحليل الوصفي لجودة الخدمة:

سنقوم بعرض التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول العبارات الأربعة والعشرين 24 والتي تعبر عن اتجاهاتهم حول أداء الخدمة المقدمة لهم من طرف المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية /ناحية باتنة.

يوضح الجدول الآتي المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن مدى توفر مؤشرات جودة الخدمة الكلية التي تقدمها المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية قطاع نقل المسافرين لناحية باتنة.

جدول 03: تقييم جودة الخدمة الكلية لمؤسسة SNTF قطاع نقل المسافرين لناحية باتنة

الرقم	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	درجة الموافقة
01	الملموسية TANGIBLES	3.92	0.62	جيدة
02	الاعتمادية RELIABILITY	3.95	0.63	جيدة
03	الاستجابةRESPONSIVENESS	3.51	0.76	جيدة
04	الأمان (الضمان)ASSURANCE	3.91	0.66	جيدة
05	التعاطفEMPATHY	3.95	0.79	جيدة
06	جودة الخدمة الكلية	3.85	0.58	جيدة

المصدر: من إعداد الباحث إعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن جميع أبعاد جودة الخدمة الخمسة حازت على درجة تقييم جيدة من طرف أفراد العينة بمتوسط حسابي إجمالي قدر بـ3.85 وبإنحراف معياري إجمالي قدره 0.58 . ويعتبر تقييم الزبائن لبعد الاستجابة (بمتوسط حسابي قدره 3.51) هو الأدنى مقارنة بالأبعاد الأخرى (الملموسية، الاعتمادية، الضمان والتعاطف) والتي كانت نسب تقييمها متقاربة، ولكن في الأخير يمكننا القول أن المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية بناحية باتنة إستطاعت أن تقدم خدمات ذات جودة عالية.

2.6. تحليل البيانات الخاصة برضا الزبائن:

قمنا بطرح سؤال مباشر للزبائن حول مدى رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة لهم من طرف المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية ، والجدول الموالي يوضح نتائج التحليل الوصفي من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة على مدى رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة لهم من طرف المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية.

جدول 04: نتائج التحليل الوصفي لرضا الزبائن عن جودة الخدمة المقدمة لهم

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الرضا
درجة الرضا عن جودة الخدمة المقدمة للزبائن	3.55	0.89	جيدة

المصدر: من إعداد الباحث حسب نتائج الإستبيان

يتبين من خلال الجدول أن درجة رضا الزبائن كانت جيدة وهذا ما يؤكده المتوسط الحسابي الذي قدر بـ 3.55 بانحراف معياري 0.89 يدل على عدم تشتت اجابات أفراد العينة عن المتوسط الحسابي.

7. الإجابة عن الأسئلة والتحقق من فرضيات الدراسة:

سنقوم فيما يلي باختبار فرضيات الدراسة من أجل تأكيدها أو رفضها مع عرض النتائج وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لكل فرضية.

1.7.إختبار الفرضية الأولى: تنبثق من الفرضية الرئيسية الأولى خمسة فرضيات فرعية، تمثل في مجملها الفرضية الرئسية والتي تمثل الأبعاد الخمس لجودة الخدمة، وسنقوم باختبار كل فرضية على حدى.

الفرضية الرئيسية الأولى : هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية (ناحية باتنة) ومستوى رضا زبائنها.

وينبثق عن هذه الفرضية خمسة فرضيات (5) فرعية، وهي كالتالي:

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الملموسية في جودة الخدمات ورضا زبائن المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية؛
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الاعتمادية في جودة الخدمات ورضا زبائن المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك؛
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الاستجابة في جودة الخدمة ورضا زبائن المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك؛
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الأمان في جودة الخدمة ورضا زبائن المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية؛
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد التعاطف في جودة الخدمات ورضا زبائن المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية.

لغرض اختبار هذه الفرضيات الفرعية التي تنبثق من الفرضية الرئيسية الأولى، نقوم أولا باختبار khi Deux لقياس مدى وجود علاقة أو إستقلالية بين متغيرين نوعيين (المتغير المستقل والتابع). ومن ثم نقوم باختبار معامل الإرتباط سبيرمان Spearman حسب الرتب لقياس الإرتباط بين متغيرين في حال البيانات التي لا تخضع للتوزيع الطبيعي.

أ. اختبار الفرضية الفرعية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الملموسية في جودة الخدمات ورضا زبائن المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية.

جدول رقم 05: نتائج إختبار Khi deux X^2 لاختبار العلاقة بين الملموسية ورضا الزبون

الفرضية الفرعية	قيمة مربع كاي x^2	درجة الحرية ddl	قوة العلاقة بين المتغيرين V de carmer	مستوى المعنويةsig
الملموسية ورضا الزبون	330.42	52	0.62	0.000

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن مستوى المعنوية المحسوبة 0.000 أقل من 0.05 وبالتالي نرفض وجود إستقلالية بين بعد الملموسية ورضا الزبون.

جدول 06: معامل الارتباط سبيرمان بين بعد الملموسية ومستوى رضا الزبون

البعد	معامل الارتباط R	معامل التحديد R Square	مستوى المعنوية	درجة الحرية
الملموسية ورضا الزبون	0.64	0.42	0.000	1

المصدر: من إعداد الباحث إعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح لنا من الجدول أن هناك علاقة ارتباط إيجابية متوسطة (المجال بين 0.50 – 0.70) بين الملموسية في جودة خدمات مؤسسة النقل عبر السكك الحديدية بناحية باتنة ورضا الزبائن عنها، حيث قدر معامل الارتباط R بـ 0.64 ، ومعامل التحديد R2 قدر بـ 0.42 . وهذا يعني أن المتغير المستقل (الملموسية في جودة الخدمة) يفسر 42 % من التغير الحاصل في المتغير التابع (رضا الزبائن) والباقي راجع إلى عوامل أخرى.

ومن خلال النتائج السابقة يمكن أن نؤكد على وجود علاقة ارتباط إيجابية متوسطة بين بعد الملموسية ورضا الزبون أي كلما توفرت الامكانيات المادية وتحسن الفضاء الذي تقدم فيه ومن خلاله الخدمة كلما زاد رضا الزبائن، ومنه نقبل الفرضية الفرعية الأولى.

ب. إختبار الفرضية الفرعية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد االاعتمادية في جودة الخدمات ورضا زبائن المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية.

جدول 07: نتائج إختبار Khi deux X^2 لاختبار العلاقة بين الإعتمادية ورضا الزبون

الفرضية الفرعية	قيمة مربع كاي x^2	درجة الحرية ddl	قوة العلاقة بين المتغيرين V de carmer	مستوى المعنويةsig
الاعتمادية ورضا الزبون	240.436	56	0.53	0.000

نلاحظ من خلال الجدول أن مستوى المعنوية المحسوبة 0.000 أقل من 0.05 وبالتالي نرفض وجود إستقلالية بين بعد الإعتمادية ورضا الزبون.

جدول رقم 08: معامل الارتباط سبيرمان بين بعد الإعتمادية ومستوى رضا الزبون

البعد	معامل الارتباط R	معامل التحديد R Square	مستوى المعنوية	درجة الحرية
الاعتمادية ورضا الزبون	0.63	0.39	0.000	1

المصدر: من إعداد الباحث إعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح لنا من الجدول أن هناك علاقة ارتباط إيجابية متوسطة (المجال بين 0.50 – 0.70) بين الاعتمادية في جودة خدمات مؤسسة النقل عبر السكك الحديدية بناحية باتنة ورضا الزبائن عنها، حيث قدر معامل الارتباط R بـ 0.63 ، ومعامل التحديد R2 قدر بـ 0.39 .وهذا يعني أن المتغير المستقل (الاعتمادية في جودة الخدمة) يفسر 39 % من التغير الحاصل في المتغير التابع (رضا الزبائن) والباقي راجع إلى عوامل أخرى.

ومن خلال النتائج السابقة يمكن أن نؤكد على وجود علاقة ارتباط إيجابية متوسطة بين بعد الإعتمادية ورضا الزبون، أي كلما كانت المؤسسة قادرة على تقديم الخدمة المطلوبة بالضبط كما يتطلع إليها الزبون حقا وأن تفي المؤسسة بوعودها بدقة ومن دون أخطاء كلما زاد رضا الزبائن، ومنه نقبل الفرضية الفرعية الثانية.

ت. إختبار الفرضية الفرعية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الاستجابة في جودة الخدمات ورضا زبائن المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية.

جدول رقم 09: نتائج إختبار Khi deux X^2 لاختبار العلاقة بين الإستجابة ورضا الزبون

الفرضية الفرعية	قيمة مربع كاي x^2	درجة الحرية ddl	قوة العلاقة بين المتغيرين V de carmer	مستوى المعنويةsig
الاستجابة ورضا الزبون	433.339	56	0.71	0.000

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن مستوى المعنوية المحسوبة 0.000 أقل من 0.05 وبالتالي نرفض وجود إستقلالية بين بعد الاستجابة ورضا الزبون.

جدول 10: معامل الارتباط سبيرمان بين بعد الاستجابة ومستوى رضا الزبون

البعد	معامل الارتباط R	معامل التحديد R Square	مستوى المعنوية	درجة الحرية
الاستجابة ورضا الزبون	0.75	0.56	0.000	1

المصدر: من إعداد الباحث إعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح لنا من الجدول أن هناك علاقة ارتباط إيجابية قوية (المجال بين 0.70 – 0.85) بين الاستجابة في جودة خدمات مؤسسة النقل عبر السكك الحديدية بناحية باتنة ورضا الزبائن عنها، حيث قدر معامل الارتباط R بـ 0.75 ، ومعامل التحديد R2 قدر بـ 0.56 .وهذا يعني أن المتغير المستقل (الاستجابة في جودة الخدمة) يفسر 56 % من التغير الحاصل في المتغير التابع (رضا الزبائن) والباقي راجع إلى عوامل أخرى.

ومن خلال النتائج السابقة يمكن أن نؤكد على وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية بين بعد الاستجابة ورضا الزبون أي كلما كان موظفو المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية بناحية باتنة على استعداد دائم للاستجابة الفعالة والسريعة لطلبات ورغبات الزبائن المتغيرة كلما زاد رضا الزبائن، ومنه نقبل الفرضية الفرعية الثالثة.

ث. إختبار الفرضية الفرعية الرابعة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الضمان في جودة الخدمات ورضا زبائن المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية.

جدول 11: نتائج إختبار Khi deux X^2 لاختبار العلاقة بين الأمان (الضمان) ورضا الزبون

الفرضية الفرعية	قيمة مربع كاي x^2	درجة الحرية ddl	قوة العلاقة بين المتغيرين V de carmer	مستوى المعنويةsig
الضمان ورضا الزبون	406.777	60	0.69	0.000

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن مستوى المعنوية المحسوبة 0.000 أقل من 0.05 وبالتالي نرفض وجود إستقلالية بين بعد الأمان ورضا الزبون.

جدول 12: معامل الارتباط سبيرمان بين بعد الأمان (الضمان) ومستوى رضا الزبون

البعد	معامل الارتباط R	معامل التحديد R Square	مستوى المعنوية	درجة الحرية
الضمان ورضا الزبون	0.73	0.54	0.000	1

المصدر: من إعداد الباحث إعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح لنا من الجدول أن هناك علاقة ارتباط إيجابية قوية (المجال بين 0.70 – 0.85) بين الأمان في جودة خدمات مؤسسة النقل عبر السكك الحديدية بناحية باتنة ورضا الزبائن عنها، حيث قدر معامل الارتباط R بـ 0.73 ، ومعامل التحديد R2 قدر بـ 0.54 .وهذا يعني أن المتغير المستقل (الأمان في جودة الخدمة) يفسر 54 % من التغير الحاصل في المتغير التابع (رضا الزبائن) والباقي راجع إلى عوامل أخرى.

ومن خلال النتائج السابقة يمكن أن نؤكد على وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية بين بعد الأمان ورضا الزبون أي كلما ترسخت الثقة بين الزبائن والمؤسسة والأمان في التعامل كلما زاد رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة لهم، ومنه نقبل الفرضية الفرعية الرابعة.

ج. إختبار الفرضية الفرعية الخامسة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد التعاطف في جودة الخدمات ورضا زبائن المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية.

جدول 13: نتائج إختبار Khi deux X^2 لاختبار العلاقة بين التعاطف ورضا الزبون

الفرضية الفرعية	قيمة مربع كاي x^2	درجة الحرية ddl	قوة العلاقة بين المتغيرين V de carmer	مستوى المعنويةsig
التعاطف ورضا الزبون	447.577	64	0.72	0.000

نلاحظ من خلال الجدول أن مستوى المعنوية المحسوبة 0.000 أقل من 0.05 وبالتالي نرفض وجود إستقلالية بين بعد التعاطف ورضا الزبون.

جدول 14: معامل الارتباط سبيرمان بين بعد التعاطف ومستوى رضا الزبون

البعد	معامل الارتباط R	معامل التحديد R Square	مستوى المعنوية	درجة الحرية
التعاطف ورضا الزبون	0.73	0.53	0.000	1

المصدر: من إعداد الباحث إعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح لنا من الجدول أن هناك علاقة ارتباط إيجابية قوية (المجال بين 0.70 – 0.85) بين التعاطف في جودة خدمات مؤسسة النقل عبر السكك الحديدية بناحية باتنة ورضا الزبائن عنها، حيث قدر معامل الارتباط R بـ 0.73 ، ومعامل التحديد R2 قدر بـ 0.53 .وهذا يعني أن المتغير المستقل (التعاطف) يفسر 53 % من التغير الحاصل في المتغير التابع (رضا الزبائن) والباقي راجع إلى عوامل أخرى.

ومن خلال النتائج السابقة يمكن أن نؤكد على وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية بين بعد التعاطف ورضا الزبون أي كلما أولت المؤسسة الاهتمام والعناية الشخصية اللازمين بزبائنها، ونجحت في بناء علاقة طيبة بين موظفيها وزبائنها كلما زاد رضاهم عن الخدمات التي تقدمها لهم، ومنه نقبل الفرضية الفرعية الخامسة.

ح. إختبار الفرضية الرئيسية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية (ناحية باتنة) ورضا زبائنها.

من أجل اختبار الفرضية الرئيسية الأولى نقوم بدراسة العلاقة بين الأبعاد الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الضمان والتعاطف) مجتمعة كمتغير مستقل ورضا الزبون كمتغير تابع، أين سنقوم بتطبيق إختبار Khi deux للتأكد من وجود علاقة بين المتغير المستقل والتابع من عدمها أي وجود إستقلالية، ومن ثم نقوم باختبار معامل الإرتباط سبيرمان Spearman حسب الرتب لقياس الإرتباط بين متغيرين في حال البيانات التي لا تخضع للتوزيع الطبيعي.

جدول 15: نتائج إختبار Khi deux X^2 لاختبار العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون

الفرضية الفرعية	قيمة مربع كاي x^2	درجة الحرية ddl	قوة العلاقة بين المتغيرين V de carmer	مستوى المعنويةsig
جودة الخدمة ورضا الزبون	744.869	352	0.93	0.000

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن مستوى المعنوية المحسوبة 0.000 أقل من 0.05 وبالتالي نرفض وجود إستقلالية بين جودة الخدمة ورضا الزبون، ونقبل بوجود علاقة قوية بينهما.

جدول 16: معامل الارتباط سبيرمان بين جودة الخدمة ومستوى رضا الزبون

البعد	معامل الارتباط R	معامل التحديد R Square	مستوى المعنوية	درجة الحرية
جودة الخدمة ورضا الزبون	0.83	0.70	0.000	1

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح لنا من الجدول أن هناك علاقة ارتباط إيجابية قوية (المجال بين 0.70 – 0.85) بين جودة خدمات مؤسسة النقل عبر السكك الحديدية بناحية باتنة ورضا الزبائن عنها، حيث قدر معامل الارتباط R بـ 0.83 ،

ومعامل التحديد R2 قدر بـ 0.70 وهذا يعني أن المتغير المستقل (جودة الخدمة) يفسر 70 % من التغير الحاصل في المتغير التابع (رضا الزبائن) والباقي راجع إلى عوامل أخرى.

ومن خلال النتائج السابقة يمكن أن نؤكد على وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية بين جودة الخدمة ورضا الزبون، ومنه نقبل الفرضية الرئيسة الأولى.

2.7. إختبار الفرضية الثانية: هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الزبائن لجودة الخدمات المقدمة لهم من طرف المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية بناحية باتنة باختلاف الخصائص الديموغرافية الخاصة بهم.

وينبثق عن هذه الفرضية الرئيسية ثلاثة فرضيات فرعية وهي كالتالي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الزبائن لجودة الخدمات المقدمة لهم تعزى لمتغير السن.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الزبائن لجودة الخدمات تعزى لمتغير المستوى التعليمي.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الزبائن لجودة الخدمات المقدمة لهم تعزى لمتغير الأقدمية في استعمال خدمات المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية SNTF.

وللتحقق من هذه الفرضيات قمنا باختبار كروسكال واليس(Kruskal wallis) للفروق في مستوى إتجاهات أفراد العينة حول جودة الخدمات المقدمة لهم من طرف المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية حسب سنهم، مستواهم التعليمي وكذا أقدميتهم في استعمال خدمات المؤسسة.

يهدف اختبار كروسكال واليس والذي يقابله تحليل التباين الأحادي one way anova في الإختبارات البارامترية (المعلمية)، إلى التحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات جميعها في آن واحد بدلا عن اجراء مقارنات ثنائية، وهو من الإختبارات اللابارامترية لمقارنة الفروق بين متوسطات عدة عينات أو مجموعات مستقلة. وكانت النتائج كالتالي:

أ. إختبار الفرضية الفرعية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الزبائن لجودة الخدمات المقدمة لهم تعزى لمتغير السن. حيث تبين نتائج التحليل ما يلي:

جدول 17 : إختبار Kruskal wallis لتقييم جودة الخدمة حسب متغير السن

المجموعات	N	متوسط الرتب	قيمة H	درجات الحرية	مستوى المعنوية sig
من 16 إلى 30 سنة	81	107.85	0.883	3	0,830
من 31 إلى 40 سنة	82	101.91			
من 41 إلى 50 سنة	34	111.88			
أكثر من 50 سنة	15	112.07			

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول يتبين أن قيمة H تساوي 0.883 عند مستوى دلالة 0.830 وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، بمعنى أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف

المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية بناحية باتنة تعزى لمتغير السن ، بمعنى أن الزبائن أفراد العينة رغم اختلاف سنهم إلا أنهم يملكون نفس الإنطباع والإدراك لجودة الخدمة المقدمة لهم من طرف مؤسسة SNTF، وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الأولى.

ب. إختبار الفرضية الفرعية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الزبائن لجودة الخدمات المقدمة لهم تعزى لمتغير المستوى التعليمي. حيث تبين نتائج التحليل ما يلي:

جدول 18 : : إختبار Kruskal wallis لتقييم جودة الخدمة حسب متغير المستوى التعليمي

المجموعات	N	متوسط الرتب	قيمة H	درجات الحرية	مستوى المعنوية sig
أقل من ثانوي	34	113.10	2.800	2	0.247
ثانوي	56	115.60			
جامعي	122	100.48			

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول يتبين أن قيمة H تساوي 2.80 عند مستوى دلالة 0.247 وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، بمعنى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية بناحية باتنة تعزى لمتغير المستوى التعليمي ، بمعنى أن الزبائن أفراد العينة رغم اختلاف مستواهم التعليمي إلا أنهم يملكون نفس الإنطباع والإدراك لجودة الخدمة المقدمة لهم من طرف مؤسسة SNTF، وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الثانية.

أ. **إختبار الفرضية الفرعية الثالثة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الزبائن لجودة الخدمات المقدمة لهم تعزى لمتغير الأقدمية في استعمال خدمات المؤسسة.حيث تبين نتائج التحليل ما يلي:

جدول 19: : إختبار Kruskal wallis لتقييم جودة الخدمة حسب متغير الأقدمية في خدمات المؤسسة

المجموعات	N	متوسط الرتب	قيمة H	درجات الحرية	مستوى المعنوية sig
أقل من سنتين	93	110.09	18.803	3	0.000
من 3 إلى 6 سنوات	68	83.99			
من 7 إلى 10 سنوات	24	143.52			
11 سنة فأكثر	26	114.31			

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول يتبين أن قيمة H تساوي 18.803 وهي دالة إحصائيا لأن قيمة sig تساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، مما يستدعي إجراء إختبار المقارنات البعدية. بمعنى أنه توجد هناك فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية بناحية باتنة تعزى لمتغير الأقدمية في استعمال خدمات المؤسسة، بمعنى أن تقييم الزبائن أفراد العينة

وإدراكهم لجودة الخدمة المقدمة لهم من طرف مؤسسة SNTF تختلف حسب أقدميتهم في استعمال خدمات المؤسسة ، وبالتالي نقبل الفرضية الفرعية الثالثة.

وللتعرف على طبيعة تلك الفروق يتوجب علينا القيام بدراسة بعدية بالاستعانة ببرنامج SPSS ، بإجراء إختبار مان ويتني Mann-Whitney U test بين كل عينتين مستقلتين، وهو إختبار لامعلمي بديل للإختبارات المعلمية، يستخدم عندما تكون المستويات فترية أو نسبية ولكن لا تنطبق عليها شروط الاختبارات المعلمية، وهو يستخدم مع مجموعات مستقلة ويتعامل مع مستويات رتبية كما هو الحال بالنسبة لدراستنا هذه. ويمكن تلخيص نتائج اختبار مان ويتني للمقارنة البعدية كما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي {أقل من سنتين} و{3 سنوات – 6سنوات} لأن قيمة sig تساوي 0.004 أقل من مستوى الدلالة 0.05. والفرق لصالح مجموعة { أقل من سنتين } لأن متوسط رتبها أكبر.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي {أقل من سنتين} و{7 سنوات –10سنوات} لأن قيمة sig تساوي 0.008 أقل من مستوى الدلالة 0.05. والفرق لصالح مجموعة {7 سنوات –10سنوات} لأن متوسط رتبها أكبر من مجموعة {أقل من سنتين}.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي {أقل من سنتين} و{11 سنة فأكثر} لأن قيمة sig تساوي 0.683 أكبر من مستوى الدلالة 0.05.
- تبين أن هناك فرق ذو دلالة احصائية بين مجموعتي {3 سنوات – 6سنوات} و{7 سنوات – 10سنوات} لأن قيمة sig تساوي 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 والفرق لصالح مجموعة {7 سنوات –10سنوات} لأن متوسط رتبها هو الأكبر.
- تبين أن هناك فرق ذو دلالة احصائية بين مجموعتي {3 سنوات – 6سنوات} و{11 سنة فأكثر} لأن قيمة sig تساوي 0.033 أقل من مستوى الدلالة 0.05 والفرق لصالح مجموعة {11 سنة فأكثر } لأن متوسط رتبها أكبر من مجموعة {3 سنوات – 6سنوات}.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتي {7 سنوات –10سنوات} و{11 سنة فأكثر} لأن قيمة sig تساوي 0.053 أكبر من مستوى الدلالة 0.05.

وقد كانت أكبر درجة تقييم للزبائن الذين استخدموا خدمات المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية SNTF لمدة تتجاوز 7 سنوات وتقل عن 10 سنوات، بنسبة 4.198، وبدرجة أقل قليلا الفئتين {أقل من سنتين} و {11 سنة فأكثر} على التوالي حيث بدرجة موافقة جيدة (3.91). بينما الأفراد من الفئة الأخيرة أي الذين استخدموا خدمات المؤسسة للمدة المحصورة بين 3 و6 سنوات كانت أقل من الفئات السابقة بنسبة 3.63. والبعد الذي أثر على التقييم الكلي لجودة الخدمة لهذه الفئة هو بعد الإستجابة حيث كانت درجة الموافقة متوسطة "3.28" (حسب نتائج التحليل الإحصائي) والذي تأثر بدوره بدرجة الموافقة على العبارة الثانية "يعتبر وقت

الإنتظار في المحطات قصير وملائم" والعبارة الرابعة "في حالة تقديم شكاوى تؤخذ بجدية ويستجاب لها بسرعة" حيث كانت درجة موافقتهما ضعيفة.

3.7. إختبار الفرضية الثالثة: تقدم المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية خدمة ذات جودة عالية لزبائنها. من خلال الجدول رقم (03) الذي يوضح تقييم الزبائن لجودة الخدمة الكلية المقدمة لهم من طرف المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، يمكن القول أن المؤسسة محل الدراسة تقدم خدمة ذات جودة عالية لزبائنها، وهو ما يفسره المتوسط الحسابي(3.85) ودرجة التقييم الكلية والتي كانت "جيدة" ، وعليه نقبل صحة الفرضية الثالثة.

الخاتمة:

من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على زبائن المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية بولاية باتنة/خدمة نقل المسافرين، سنقوم بعرض النتائج التي أفضت إليها الدراسة وبعض التوصيات التي نراها مناسبة لتعزيز جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة.

- تقييم الزبائن لأبعاد جودة الخدمة المتمثلة في الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الضمان والتعاطف كان جيدا في مجمله، وكانت درجة تقييم بعد الإستجابة الأضعف بالنسبة للأبعاد الأخرى، حيث كانت درجة رضا الزبائن لا ترقى إلى التطلعات فيما يخص كل من وقت الانتظار في المحطات وكذا أوقات المغادرة والوصول، إلى جانب تقديم الشكاوى والاستجابة السريعة لها؛
- تقييم الزبائن لجودة الخدمة الكلية المقدمة لهم من طرف المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، أفضى إلى أن المؤسسة محل الدراسة تقدم خدمة ذات جودة عالية لزبائنها؛
- هناك علاقة ارتباط إيجابية متوسطة بين الملموسية في جودة خدمات مؤسسة النقل عبر السكك الحديدية ورضا الزبائن عنها؛
- هناك علاقة ارتباط إيجابية متوسطة بين الاعتمادية في جودة خدمات مؤسسة النقل عبر السكك الحديدية ورضا الزبائن عنها؛
- هناك علاقة ارتباط إيجابية قوية بين الاستجابة في جودة خدمات مؤسسة النقل عبر السكك الحديدية ورضا الزبائن عنها؛
- هناك علاقة ارتباط إيجابية قوية بين الأمان في جودة خدمات المؤسسة ورضا الزبائن عنها؛
- هناك علاقة ارتباط إيجابية قوية بين التعاطف في جودة خدمات مؤسسة النقل عبر السكك الحديدية ورضا الزبائن عنها؛
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية تعزى لمتغير السن، بمعنى أن الزبائن أفراد العينة رغم اختلاف سنهم إلا أنهم يملكون نفس الإنطباع والإدراك لجودة الخدمة المقدمة لهم من طرف مؤسسة SNTF؛

- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، بمعنى أن الزبائن أفراد العينة رغم اختلاف مستواهم التعليمي إلا أنهم يملكون نفس الإنطباع والإدراك لجودة الخدمة المقدمة لهم من طرف مؤسسة SNTF؛
- توجد هناك فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات تقييم جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الوطنية للنقل عبر السكك تعزى لمتغير الأقدمية في استعمال خدمات المؤسسة، بمعنى أن تقييم أفراد العينة وإدراكهم لجودة الخدمة المقدمة لهم من طرف مؤسسة SNTF تختلف حسب أقدميتهم في استعمال خدمات المؤسسة؛
- الأفراد الذين إستفادوا من خدمات المؤسسة للمدة المحصورة بين 3 و6 سنوات كانت درجة تقييمهم أقل من الفئات السابقة. والبعد الذي أثر على التقييم الكلي لجودة الخدمة لهذه الفئة هو بعد الإستجابة حيث كانت درجة الموافقة متوسطة والذي تأثر بدوره بدرجة الموافقة على العبارة الثانية "يعتبر وقت الإنتظار في المحطات قصير وملائم" والعبارة الرابعة "في حالة تقديم شكاوى تؤخذ بجدية ويستجاب لها بسرعة" حيث كانتا ضعيفتين.

توصيات الدراسة:

- من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها إتضح أن هناك علاقة قوية إيجابية تربط جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية برضا زبائنها، أي أن جودة الخدمات تساهم بشكل كبير في إرضاء زبائن المؤسسة والذي يعتبر بدوره ضامنا للبقاء وللتنافسية لذا فالمؤسسة مطالبة دائما بتحسين جودة خدماتها وتقييم ردود فعل زبائنها بشكل دوري لمعرفة مدى ملاءمة النهج الذي تتبعه المؤسسة ومطابقته لتطلعاتهم.
- بالرغم أن الزبائن راضون عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة لهم، إلا أنه لا يمنع تقديم بعض التوصيات التي من شأنها تحسين مستوى الجودة أكثر، خصوصا وأننا قمنا بالتحدث إلى موظفي المؤسسة على هامش هذه الدراسة للتعمق أكثر في الدراسة لمعرفة نقاط القوة ونقاط الضعف التي من شأنها أن تعيق عملية تقديم الخدمة وتضعف جودتها.
- إتضح من خلال الدراسة أن نقطة الضعف لدى المؤسسة يكمن في وقت الانتظار في المحطات وكذا أوقات المغادرة والوصول، إلى جانب تقديم الشكاوى والاستجابة السريعة لها، لهذا فنحن نقترح على المؤسسة تدريب موظفيها لتحسين سرعتهم في التعامل مع العملاء مع الحفاظ على الفعالية، وحول الإجراءات والسيناريوهات الخاصة بالشكاوى التي تواجههم كل يوم، وكذا تزويد العملاء ببطاقات شكاوى، في حالة عدم رضاهم سيسمح ذلك للمدير بالتعامل معها بشكل فعال وسريع لتفادي التأثير السلبي على جودة الخدمة الذي يمكن أن ينجم عنها.

- وقد علمنا أن هناك أسباب خارجة عن مجال تحكم المؤسسة، تتعلق بالهياكل القاعدية وشبكة السكك الحديدة الغير كافية من جهة، والمهترئة بسبب التقادم والمناخ من جهة أخرى، والتي تعيق تحرك القطار وتستوجب التوقف أو تخفيض السرعة في أماكن مختلفة الأمر الذي يؤدي إلى تذبذب وعدم ثبات أوقات الوصول والإقلاع وطول مدة السفر. لهذا فتجديدها واستحداث مسالك جديدة من مهام المؤسسة أو الدولة ممثلة بوزارة النقل، أو على الأقل تخفيف وطأة تأثيرها من خلال إتصال المؤسسة بزبائنها لشرح أسباب التأخيرات والتوقفات المتوقعة أو حين حدوثها والإعتذار على ذلك فهذا يعزز من مسؤولية المؤسسة وشفافية العملية.
- الموظفين القائمين على تقديم الخدمة والاتصال المباشر بالزبائن هم واجهة المؤسسة ورضاهم لا يعتبر أقل أهمية من رضا الزبائن، وحسب اللقاءات التي قمنا بها على هامش الدراسة الميدانية أدركنا أن المؤسسة توجه كل جهودها لإرضاء العميل الخارجي في حين أن العميل الداخلي يشكو من مجموعة من النقائص رغم حرصه على أداء وظيفته بفعالية تجاه المؤسسة وتجاه الزبون، ومن النقائص التي لمسناها هو ضعف نظام التعويضات المالي والترقية وكذا عدم تشجيع المؤسسة للاتصال المفتوح أو الاتصال الصاعد الذي يمكن الموظفين من المشاركة في قرارات المؤسسة وتقديم مقترحات وأفكار، وكلها عوامل من شأنها أن تثبط الموظفين وتؤثر سلبا على أدائهم على الأقل على المدى المتوسط أو البعيد، إن لم تتعامل معهم المؤسسة بجدية.

قائمة المراجع:

- Eiglier Pierre, Langeard Eric, « la servuction », (Paris, édition international, 1996) ;
- Kotler (P) et Dubois (B), Marketing Management ,(Paris, Ed publi-union, 10é édition, 2000) ;
- Kotler P, Keller K L., Dubois B., Manceau D, Marketing management, (Paris, Edition Pearson Education, 2006) ;
- Langlois.M, Tocquer.G, Marketing des services : le défi relationnel, (Québec, édition Boucherville, 1992) ;
- Laudoyer, G. La certification ISO9000 : un moteur pour la qualité. (Paris : Édition d'organisation,2002) ;
- Lovelock, C , Wirtz, J, Lapert, D , Maketing des services , (6eme edition Pearson,2008);
- Nitin Seth and S.G. Deshmukh, Service Quality Models : A review International Journal of Quality and Reliability Management, Vol. 22, N°9, 2005;
- Norme ISO 9001, Systèmes de management de la qualité : Exigences,(Éditions ISO,2015) ;
- ثابت عبد الرحمن ادريس، كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية، (مصر، الدار الجامعية للنشر، 2006)؛
- نجم عبود نجم، إدارة الجودة الشاملة في عصر الأنترنت، (الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010).