

جامعة غرداية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
في الميدان : العلوم الاقتصادية ، علوم التسيير والعلوم التجارية
الشعبة: علوم تجارية
التخصص : تسويق صناعي
من إعداد الطالب: نواصر أحمد

بعنوان :

مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود
بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية
دراسة عينة اصحاب المركبات بولاية غرداية

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2019/06/18

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الصفة	الإسم واللقب	
رئيسا	(أستاذ محاضر ب جامعة غرداية)	شنيبي عادل
مشرفا ومقررا	(أستاذ محاضر أ بجامعة غرداية)	شنيبي حسين
مناقشا	(أستاذ محاضر ب بجامعة غرداية)	بهاز لويزة
مناقشا	(أستاذ محاضر ب بجامعة غرداية)	محموي محمد لخضر

السنة الجامعية: 2019 / 2018م

جامعة غرداية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
في الميدان : العلوم الاقتصادية ، علوم التسيير والعلوم التجارية
الشعبة: علوم تجارية
التخصص : تسويق صناعي
من إعداد الطالب: نواصر أحمد

بعنوان :

مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود
بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية
دراسة عينة اصحاب المركبات بولاية غرداية

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2019/06/18

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الصفة	الإسم واللقب	
رئيسا	(أستاذ محاضر ب جامعة غرداية)	شنيبي عادل
مشرفا ومقررا	(أستاذ محاضر أ بجامعة غرداية)	شنيبي حسين
مناقشا	(أستاذ محاضر ب بجامعة غرداية)	بهاز لويزة
مناقشا	(أستاذ محاضر ب بجامعة غرداية)	محموي محمد لخضر

السنة الجامعية: 2019 / 2018م

الإهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين

أهدي هذا العمل إلى:

من ربنتي وأنارت دربي وأعانتني بالصلوات والدعوات، إلى أعلى إنسانة في هذا الوجود

امي الحبيبة

إلى من عمل بكد في سبيل يعلمني معنى الكفاح وأوصلني إلى ما أنا عليه

أبي الكريم أدامه الله لي

إلى إخوتي : مصطفى . كمال . لمية . زينب .

الشكر

كن عالما ، فإن لم تستطع فكن متعلما ، فإن لم تستطع فأحب العلماء

فإن لم تستطع فلا تبغظهم.

أخص بالتقدير و الشكر " الأستاذ شنيبي حسين " الذي تفضل بالإشراف على

هذا البحث فجزاه الله خيرا و الذي لم يبخل علينا بالنصح و الإرشاد

و إلى جميع الأساتذة عبر المشوار الجامعي

كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى كل من وقف إلى جانبي من قريب أو بعيد

و إلى كل من زودني بالمعلومات لإتمام هذا البحث و إلى جميع الزملاء عبر المشوار

الدراسي

ملخص : باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات ، ومن أجل ذلك حاولنا معالجة الإشكالية التالية : ماهو مستويات الرضا عند المستهلكين من كفاءة خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات ؟ ولالإجابة عن هذه الإشكالية قمنا بدراسة عينة عددها 210 مفردة من اصحاب المركبات على مستوى محطات التزود بالوقود والزيوت .

ولالإجابة على إشكالية الدراسة، اعتمدنا في دراستنا على استبيان تضمن أسئلة متعلقة بمحورين ، كل محور يصب في فرضية من فرضيات الدراسة وقد تم توزيعه على مستوى محطات التزود بالوقود والزيوت ، بحيث تمت الدراسة في بولاية غرداية ، وقد اعتمدنا في التحليل معلومات الاستبان على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وبرنامج معالج الجداول الالكترونية (EXCEL) ولاختبار الفرضيات استخدمنا اختبار فرق المتوسطين (Independent_Samples t_test) ومعامل الارتباط برسون ومعامل الانحدار الخطي البسيط واختبار الفروق انوفا . وفي الأخير خلصت دراستنا إلى مجموعة من النتائج أهمها ان هناك رضى متوسط للمستهلكين عن خدمات محطات الوقود من التصنيف العالمي لكن مقارنة مع دول اخرى تبقى الجزائر متأخرة في مواكبة التطور الحاصل.

الكلمات المفتاحية : رضا المستهلكين ، تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت ، المعايير الدولية.

Résumé:

Le but de cette étude est de clarifier le niveaux de satisfaction des consommateurs de classification de service de station d'essence et Huiles pour véhicules et nous avons donc tenté de résoudre les problèmes suivants : Quels sont les niveaux de satisfaction des consommateurs à l'égard de l'efficacité des stations d'essence et huiles. Pour répondre à ce problème, nous avons étudié un échantillon de propriétaires de véhicules au niveau des stations d'essence et Huiles. Afin d'analyser l'étude et de trouver une solution au problème posé, nous avons adopté un questionnaire comportant des questions relatives à deux axes, chacun reposant sur une hypothèse d'hypothèse, distribué aux clients de la Fondation Condor, alors que l'étude a été menée à Ghardaïa. En analysant les données du questionnaire, nous avons utilisé le programme SPSS et le tableur Excel et pour tester les hypothèses, nous avons utilisé le test t_test Independent_Samples. Enfin, notre étude a abouti à un certain nombre de résultats, le plus important étant qu'il y a une satisfaction moyenne pour les consommateurs de services des stations d'essence en Algérie Du classement mondial Mais par rapport à d'autres pays, l'Algérie est en retard dans suivre le rythme du développement.

Les mots clé : Satisfaction du consommateur ; Classification des services d'essence et Huiles ; Normes internationales.

قائمة المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
III	الإهداء
IV	الشكر
V	ملخص
VI	قائمة المحتويات
VIII	قائمة الجداول
IX	قائمة الأشكال البيانية
X	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
6	الفصل الأول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة
8	المبحث الأول : الادبيات النظرية
29	المبحث الثاني : الدراسات السابقة السابقة لموضوع الدراسة.
36	الفصل الثاني : دراسة الحالة
37	المبحث الأول: عموميات حول محطات الوقود
45	المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية (الطريقة و الإجراءات)
77	خاتمة
82	قائمة المصادر والمراجع
86	الملاحق
103	الفهرس

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
17	محددات جودة الخدمة	(1_I)
33	المقارنة بن الدراسات السابقة	(2 -I)
46	الإحصائيات الخاصة باستمارة الاستبيان	(1-II)
48	مضمون الإستبيان	(2 - II)
49	متغيرات الدراسة	(3 - II)
50	مقياس ليكارت الحماسي	(4 - II)
50	مقياس التحليل	(5 - II)
52	معاملات الثبات لمعدل كل محور من محاور الدراسة مع المعدل الكلي لجميع فقرات الاستبيان	(6 - II)
52	معاملات الارتباط بين معدل كل محور مع المعدل الكلي لجميع فقرات الاستبيان	(7 - II)
54	نتائج اختبار كولموجروف- سمرنوف في توزع البيانات	(8 - II)
55	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	(9 - II)
56	توزيع أفراد العينة حسب العمر	(10 - II)
57	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	(11 - II)
58	توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية	(12 - II)
59	توزيع أفراد العينة حسب الفئة المهنية الاجتماعية	(13 - II)
61	تصورات المستجوبين نحو فقرات محور رضا عند المستهلكين مرتبة حسب الأهمية	(14 - II)
63	تصورات المستجوبين لمحور جودة الخدمات مرتبة حسب الأهمية	(15 - II)
64	تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد " تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة النقل " مرتبة حسب الأهمية	(16 - II)
65	تصورات المستجوبين نحو فقرات تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وصاية البلدية " مرتبة حسب الأهمية	(17 - II)

66	تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد " تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود و الزيت من قبل وزارة البيئة " مرتبة حسب الأهمية	(18 - II)
67	تصورات المستجوبين للمتغيرين مرتبة حسب الأهمية	(19 - II)
68	قيمة معامل الالتواء لمختلف متغيرات الدراسة	(20 - II)
69	نتائج اختبار (T).	(21 - II)
69	نتائج اختبار (T)	(22 - II)
71	معامل ارتباط بيرسون و مستوى الدلالة لدرجات ارتباط متغيرات الدراسة	(23 - II)
72	تحليل التباين ومدى صلاحية النموذج لإختبار الفرضية	(24 - II)
73	نتائج تحليل T-Test للعينات المستقلة لفحص أثر متغير الجنس في رضا المستهلكين	(25 - II)
74	تحليل التباين الأحادي لفحص اثر المتغيرات الشخصية و الوظيفية	(26 - II)

قائمة الأشكال البيانية

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
10	نموذج الرضا حسب (olivier)	(1-I)
16	مفهوم جودة الخدمة	(2-I)
55	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	(1-II)
56	توزيع أفراد العينة حسب العمر	(2_II)
57	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	(4_II)
58	توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية	(5_II)
59	توزيع أفراد العينة حسب الفئة المهنية الاجتماعية	(6_II)

قائمة الملحق

رقم الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
87	دفتر الشروط	(01)
89	قائمة المحكمين	(02)
90	الاستبيان	(03)
94	نتائج برنامج SPSS	(04)

مقابلة

أ. توطئة

صاحب التطور الذي شهده العالم مستوى حجم ونشاطات المؤسسات الاقتصادية ، فانتقلت من كونها مؤسسات صغيرة ذات معاملات بسيطة إلى مؤسسات ضخمة ذات عمليات متشعبة كبيرة الحجم، تنفصل فيها الملكية عن التسيير.

إن دور التسويق في تطوير جودة الخدمة يعد دورا مهما، فحاجات وتوقعات العملاء تعد عوامل مهمة في تقييم جودة الخدمة والحكم عليها. إلا أن تحديد وتوصيف الجودة وقياسها يعد أمرا ليس من السهل على مؤسسات الخدمات فعله وممارسته كما هو الحال في المؤسسات الإنتاجية إذ يوجد هناك العديد من المشاكل والتحديات التي لا بد لمؤسسة الخدمات من التعامل معها.

تلعب جودة الخدمة دورا مهما في تصميم منتج الخدمة وتسويقه حيث إنها ذات أهمية لكل من مقدمي الخدمات والمستفيدين، وقد ازداد إدراك مؤسسات الخدمة لأهمية ودور تطبيق مفهوم الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية. فقد أصبح موضوع تطبيق إدارة الجودة الشاملة الموضوع الأكثر استحواذا واهتماما في مؤسسات الأعمال في العقد الأخير. كما أن مواضيع الجودة والقضايا المتعلقة بها استحوذت على اهتمام الكثير من رجال الأعمال والحلقات والمؤتمرات العلمية.

وفي ظل الاضطراب البيئي لم يعد اهتمام المؤسسة محصور في تعظيم الربح إنما الاهتمام بكيفية الاحتفاظ و اكتساب المكانة التي تسمح لها بالبقاء والاستمرار في السوق في غضون الصراع والتنافس الجديد، لتحقيق رضا الزبائن ، والاقتراب منه والبحث عما يريدونه مستقبلا ولهذا أصبحت المؤسسة حساسة للتغيرات التي تحدث في رغبات ومتطلبات الزبائن .

ومن جهة أخرى فإن عملية التسويق بالعلاقات يتركز على أطر مهمة تتمثل في الجودة، إدارة المعرفة، دراسة حاجات ورغبات الزبائن وكذلك المصلحة المشتركة بين الأطراف المتفاعلة في هذا النطاق

ب. إشكالية البحث:

كما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

عند أي مستوى من الرضا لدى المستهلكين وصل تصنيف خدمات التزود بالوقود و الزيوت للمركبات في الجزائر نسبة للمعايير الدولية ؟

- الأسئلة الفرعية :

من أجل معالجة مختلف جوانب الإشكالية تم تقسيمها إلى الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما مستوى رضا المستهلكين من الخدمات المقدمة في محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في

الجزائر؟

- 2- ما مستوى تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية؟
- 3- ماهو أثر مستويات الرضا من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية ؟
- 4- ماهي فروق حول مستويات الرضا تعزى للمتغيرات الشخصية و الوظيفية "الجنس، العمر ، المؤهل العلمي، الحالة العائلية ، الفئة المهنية الاجتماعية " ؟

ت. الفرضيات :

بغرض الإلمام بميثيات الموضوع ومحاولة الإجابة عن الإشكالية الرئيسية قمنا بالاستعانة بمجموعة من الفرضيات المبدئية حاولنا إثبات صحتها من خطئها ، وهي كالتالي:

الفرضية الرئيسية:

- هناك رضا المستهلكين متوسط من الخدمات المقدمة في محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر من وجهة نظر افراد عينة الدراسة .
- الفرضيات الفرعية:
- تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر مقبول نسبيا بالنسبة للمعايير الدولية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة .
- توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $0.05 \leq \alpha$ بين رضا المستهلكين وبين تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر و ذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة".
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $0.05 \leq \alpha$ في إجابات أفراد عينة الدراسة حول رضا المستهلكين تعزى للمتغيرات الشخصية و الوظيفية "الجنس، العمر ، المؤهل العلمي، الحالة العائلية ، الفئة المهنية الاجتماعية "

ث. مبررات اختيار الموضوع :

إن اختيار موضوع البحث له أسباب موضوعية وأخرى ذاتية وهي كالتالي:

باعتبار التطورات الهائلة والحاصلة في مجال التسويق الصناعي من دراسات حول سلوك المستهلك منه فإن كل المؤسسات تسعى للبقاء والاستمرار في ظل التنافس الشرس في الأسواق الوطنية أو الدولية حيث تظهر الاستراتيجيات التسويقية لكل مؤسسة في أهمية دراسة رضا المستهلك إضافة إلى تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية.

- ✓ قيمة وأهمية موضوع الجودة في خدمات محطات الوقود في ظل التحولات العالمية المتسارعة.
- ✓ من خلال اطلاعنا على الواقع وجدنا تطور سريع لمفهوم رضا و جودة الخدمات .
- ✓ محاولة لفت اهتمام مسؤولي محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر إلى دور دراسة تقيّمها بالنسبة للمعايير الدولية .
- ✓ الميول الشخصي للبحث في هذا النوع من المواضيع بهدف تحكّم أكثر في جودة الخدمات و رضا المستهلك .

ث. - أهمية الدراسة :

ترجع أهمية الدراسة الى كون أن جودة الخدمات و رضا المستهلك أداة فعالة في تحدد الوجه التسويقية وكفاءة تسويق الصناعي ، و ذلك في ظل بيئة تنافسية شديدة تسعى كل مؤسسة الى تحقيق أفضل أداء من أجل الاستمرار في نشاطها ، كما تعمل على ادارة التسويق على تبني قيم المجتمع او تركز ثقافة جديد تكون في طابع اجتماعي .

ج. - أهداف الدراسة:

- إبراز أهمية دراسة جودة الخدمات خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية .
- إظهار الدور الذي تلعبه عملية خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية في المساعدة على تقديم معلومات هام حول المزيج التسويقي ونظام التسويق وكفاءة التسويق الصناعي .
- تسليط الضوء على ما هو مدروس نظريا و مقارنته بما هو موجود فعليا .
- التوصل الى نتائج و صياغة توصيات .

ح. - حدود البحث :

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة في جانبها النظري على دراسة مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية.

الحدود البشرية: استهدف اصحاب المركبات داخل محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في غرداية .

الحدود المكانية والزمنية: أجريت الدراسة على عينة من مرتادي محطات الوقود في ولاية غارداية ، من

12 مارس الى 30 افريل 2019

خ. - صعوبات الدراسة:

من بين أهم الصعوبات والعراقيل التي صادفناها في هذه الدراسة:

- صعوبة دراسة محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية.
- صعوبات ميدانية أثناء القيام بدراسة الحالة.
- عدم الجدوية في تعبئة الاستبيان نظرا لصعوبة التواصل لزيائن محطات الوقود .

د. - منهج الدراسة والأدوات المستخدمة:

بهدف معالجة موضوع الدراسة، استخدمنا المنهج الوصفي بالنسبة للجزء النظري من خلال استخلاصه من أهم الدراسات والكتب والرسائل ، أما بالنسبة للجزء التطبيقي استخدمنا فيه دراسة حالة حيث تمت معالجته باستخدام الاستبيان حسب ما جاء في الجزء النظري للدراسة، وقد تم الاعتماد في التحليل على بعض الطرق الإحصائية ونماذج التنبؤ (مثل أدوات الإحصاء الوصفي) SSPS نسخة 20.

ذ. - هيكل الدراسة:

تم تناول موضوع مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية في فصلين ، وكل فصل مكون من ثلاث مباحث.

- الفصل الأول تناولنا فيه مفاهيم عامة حول جودة الخدمات الرضا عند المستهلكين ودراسات سابقة حول الموضوع وقسمناه إلى مبحثين ، المبحث الأول تطرقنا فيه إلى ماهية جودة الخدمات و الرضا المستهلك ، أما المبحث الثاني تناولنا فيه الدراسات السابقة حول الموضوع .
- أما الفصل الثاني تطرقنا الى الدراسة الميدانية ، حيث في المبحث الأول تناولنا الطريقة والإجراءات المتبعة في الدراسة الميدانية ، أما المبحث الثاني فتناولنا نتائج الدراسة الميدانية، تفسيرها ومناقشتها و تطرقنا إلى اختبار الفرضيات .

الفصل الأول:
الأدبيات النظرية
و الدراسات السابقة

تمهيد :

أدى التحول من الاقتصاد التقليدي إلى الاقتصاد الرقمي القائم على استخدام الإنترنت في زيادة مطالب وطلبات المستهلكين، والذي يعني فيما يعنيه الحاجة لتخصيص وقت وجهد أكبر لهم. كما ساهم ذلك التحول في جعل هؤلاء المستهلكين أكثر حساسية لعنصر الوقت وأعلى قدرة في الحصول على كم ضخم من المعلومات، بالإضافة لتنامي درجة ما يمكن أن يشار إليه بالفردانية *individualistic*، والتي تعني الاهتمام ب والعناية بكل عميل بصورة فردية.

كما أن مواضيع الجودة والقضايا المتعلقة بها استحوذت على اهتمام الكثير من رجال الأعمال والحلقات والمؤتمرات العلمية. وأصبح العملاء أيضا أكثر إدراكا واهتماما بالجودة، وبالتالي ظهرت مؤسسات تعني وتهتم بمراقبة جودة الخدمات من جميع النواحي. لذلك فإن القرارات التسويقية الأساسية يجب أن تركز على جودة منتج الخدمة بقدر ما هي مشكلة تسويق، فهناك معروض سلعي كبير البدائل متعددة تتنافس جميعها على حيازة قبول ورضى المستهلك النهائي أو الزبون الصناعي.

و عليه سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق الى رضا عند المستهلكين وإبراز أهميته وخصائصها بالإضافة إلى توضيح مفهوم جودة الخدمات وبيان أهميتها وهذا ضمن المبحث الأول. أما المبحث الثاني فنحاول من خلاله عرض لأهم الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة والتعليق عليها،

المبحث الأول: الأدبيات النظرية.

يعد رضا العميل المقياس الأساسي لتمييز المؤسسات الخدمية وزيادة ربحيتها، فعلى المؤسسات التي تسعى للنجاح الرفع من مستوى جودة خدماتها لاستقطاب العملاء، كما تعتبر الجودة هي من تصنع رضا العميل.

المطلب الأول : الرضا عند المستهلكين .

يرى بيتر دراكر - وهو واحد من رواد علم الإدارة في العالم - أن الغرض الأساسي لأي منظمة أعمال إنما نجده يتمثل في محاولة خلق وإيجاد المستهلكين، ثم السعي حينئذ لإرضاء هؤلاء المستهلكين. فعلى الرغم من وجوب تحرك الشركات لجلب وتحقيق النقود، إلا إن دراكر يؤكد على أنه في الوقت الذي تعتبر فيه مهمة تحقيق النقود شيئاً هاماً.¹

1- تعريف رضا المستهلك يستعرض هذا أهم المفاهيم المتعلقة بالرضا، من خلال ابرز أهميته وكذا مراحل تحقيقه وكذا علاقته بالقيمة المدركة للزبون.

- هناك عدة تعاريف الرضا المستهلك نذكر منها:

حاول العديد من المؤلفين تقديم تعريف للرضا وسنقوم فيما يلي باستعراض أهم تلك التعاريف وكذا إظهار أهمية الرضا كعامل أساسي على المؤسسة قياسه إذا ما رغبت في معرفة مكانة خدماتها وجودتها. يمكن تعريف الرضا بأنه شعور بالراحة الذي ينتج عن المقارنة بين التوقعات القبلية وتجربة الاستهلاك². كما عرف الرضا بأنه الحالة العقلية للإنسان التي يشعر بها عندما يحصل على مكافأة كافية مقابل التضحية بالنقود والمجهود³.

- وقد اشتقت كلمة الرضا satisfaction من اصل لاتيني لكلمتين هما satis بمعنى كافي، faction بمعنى عمل اي تعبر كلمة الرضا عن مدى تقديم الشيء بالشكل الذي يجعله يصل الى حد الكفاية⁴.
- اما عن تعريف هذا المفهوم نجد ان هناك عدة تعريفات من بينها على سبيل المثال : يرى البعض ان الرضا عبارة عن "حالة عاطفية تحدث لتقييم خبرات التفاعل السابقة" ان رضا المستهلك هو "مدى

1 - محمد عبد العظيم ابو النجا ، سلوك المستهلك ، ط1، الدار الجامعية ، كلية التجارة الاسكندرية ، مصر ، 2015 ، ص45.

2 Lendrevie Lévy Lindon, **Mercator: Théorie et pratique du Marketing**, 7^{ème} édition, Edition DALLOZ, 2003, P 911.

3- عائشة مصطفى المياوي، سلوك المستهلك: المفاهيم و الاستراتيجيات، الطبعة الثانية، مكتبة عين الشمس، القاهرة، 1998، ص 121-122.

4 - تامر حامد صفوت الشرنوبى، تأثير درجة رضا العميل على ولائه للمتجر، ط1 ، دار ومطبعة الاتحاد التعاونى، القاهرة، مصر ، 2005، ص 64.

الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة

الحكم على اداء المنتج وتحديد نقاط القوة والضعف له وتقدير ما اذا كان المنتج مناسباً ام لا بالنسبة للاستخدام، وينتج من هذا التقييم اما الشعور بالترفضيل او عدم التفضيل بالنسبة لهذا المنتج او الشركة"¹.

أما lindre vie و lindon : اقترح هذا التعريف " الرضا هو حالة نفسية بعد الشراء و الاستهلاك للمنتوج أو الخدمة، و التي تترجم إلى سلوك قصير المدة ناتج عن الاختلاف بين توقعات (رغبات) الزبون و الأداء المتوقع و المحتمل : الرضا متوقف أيضا على موقف الزبون المسبق حول الخدمة أو علامة المنتج"².

من خلال هذه التعاريف نستنتج أن رضا المستهلك هو سلوك ناتج عن عملية مقارنة بين أداء المحصل من طرف المستهلك جراء اقتناؤه سلعة أو استفادته من خدمة معينة، ورغباته التي كان يرغب في الحصول عليها أو تحقيقها.

إن رضا المستهلك ليست عملية مادية محسوسة يمكن قياسها قياسا ماديا، وإنما هي عبارة عن شعور بالقبول والرضا يترجمه المستهلك عن طريق مجموعة من السلوكيات، ويتحدد بثلاثة خصائص أساسية هي :

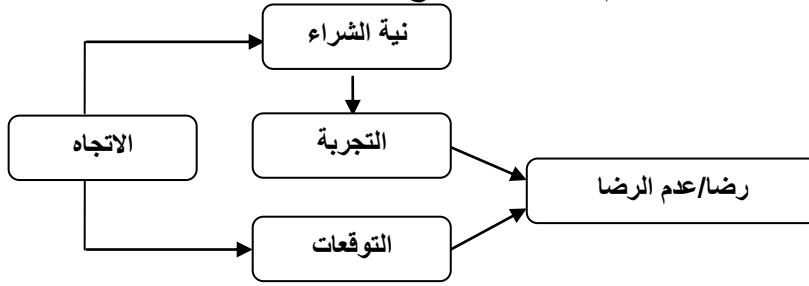
1. الذاتية: الرضا ذاتي، يتعلق بطبيعة الشخص العميل، وتعلق بشعوره وإحساسه اتجاه الخدمة المقدمة.
 2. النسبية: رضا العميل نسبي، لأنه متغير حسب مستويات الرغبات المختلفة لدى العملاء.
 3. التطور: رضا العميل متطور عبر الزمن، وذلك تبعا لتطور وتغير رغباته، من جهة، وكذلك لدورة استعمال المنتج أو الخدمة.
- يعرف الرضا أيضا بأنه الناتج النهائي للتقييم الذي يجريه المستهلك لعملية تبادل معينة³.
- حسب kotler فأن رضا الزبون يتوقف على أداء المنتج نسبة إلى توقعات الزبون.
- بصفة عامة يمكن القول أن رضا الزبون هو حالة نفسية يشعر بها الزبون عند مقارنة الأداء الفعلي للمنتج على توقعاته وتميز بين ثلاث حالات :
- الأداء الفعلي > التوقعات ← عدم الرضا.
 - الأداء الفعلي = التوقعات ← رضا الزبون.
 - الأداء الفعلي < التوقعات ← ابتهاج الزبون.
- ويمكن تمثيل نموذج الرضا في الشكل التالي :

1 - حنان يسرى سيد امام، دراسة اثر التعليم المقدم للعميل من الشركة على درجة ولائه، رسالة ماجستير ، بكلية تجارة جامعة القاهرة قسم ادارة الاعمال، القاهرة مصر، 2012، ص 5

2 - Youssef bouskia, le système de contrôle intérieur, CNEPnews, 2004, p.25.

3 - حميد الطائي، بشير العلاق، تسويق الخدمات، ط5، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 250.

الشكل رقم(01-I): نموذج الرضا حسب (olivier)



Source: Lendrevie Lévy Lindon, Mercator: Théorie et pratique du Marketing, 7^{ème} édition, Edition DALLOZ, 2003, P 859.

يستحوذ رضا الزبون على أهمية كبيرة في سياسة أي مؤسسة ويعد من أكثر المعايير فعالية للحكم على أدائها لاسيما عندما تكون هذه المؤسسة متوجهة نحو الجودة، وهناك من أكد على الأمور الآتية لأنها الوسيلة المعبرة عن رضا الزبون بالنسبة لأداء المؤسسة¹:

- إذا كان الزبون راضيا عن أداء المؤسسة فإنه ستحدث إلى الآخرين مما يولد زبائن جدد .
- القرار بالعودة وتكرار الشراء يكون سريعا في حالة الرضا .
- المؤسسة التي تهتم برضا الزبون ستكون لديها القدرة على حماية نفسها من المنافسين ولاسيما ما يخص المنافسة السعرية .
- يمثل رضا الزبون تغذية عكسية للمؤسسة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه مما يقودها إلى تطوير خدماتها المقدمة له .
- يعد رضا الزبون دليلا لتخطيط الموارد التنظيمية وتسخيرها لخدمة رغبات الزبون وطموحاته في ضوء آرائه .
- الكشف عن مستوى أداء العاملين في المؤسسة ومدى حاجاتهم إلى البرامج التدريبية مستقبلا .

2- أهمية رضا المستهلك:

تحقق حالة الرضا جملة من المزايا المستهلك والمؤسسة في نفس الوقت منها²:

- حالة الرضا تعتبر ميزة في حد ذاتها المستهلك كونها تعبر عن حالة من الاستقرار النفسي اتجاه موضوع معين؛

1 - يوسف الطائي، هاشم فوزي عباس العبادي، إدارة العلاقة مع الزبون، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 223-224.

2- كشيده حبيبة ، استراتيجيات رضا العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة ،قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق خدمات، جامعة البليدة2، سنة 2013، ص 56.

الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة

- تدفع مستويات الرضا العالية المستهلك إلى تكرار عملية الشراء مما يعني تكرار المعاملات التي تربط المؤسسة بالمستهلك وبالتالي يمكن أن تنشأ علاقة واتصال دائم بينهما؛
إذا كان الزبون راضيا عن أداء المؤسسة فإنه سيتحدث إلى الآخرين مما يولد زبائن جدد¹
إذا كان الزبون راضيا عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المنظمة فإن قراره بالعودة إليها يكون سريعا .
رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المؤسسة سيقبل من احتمال توجه الزبون إلى المؤسسات أخرى أو منافسة.
إن المؤسسة التي تم برضا الزبون ستكون لديها القدرة على حماية نفسها من المنافسين ولاسيما فيما يخص منافسة السعرية.
يمثل رضا الزبون تغذية عكسية للمؤسسة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه مما يقود المؤسسة إلى تطوير خدماتها المقدمة إلى المستهلك.

إن المؤسسة التي تسعى إلى قياس رضا الزبون تتمكن من تحديد حصتها السوقية .

3- مراحل تحقيق رضا المستهلك

يمكن تحقيق رضا المستهلك من خلال ثلاث مراحل وهي²:

أولاً. فهم حاجات المستهلك: أي يجب على المسوقين أن يكونوا على اتصال بالزبائن الحاليين والمحتملين، حيث يعتبر فهم حاجات الزبون الخطوة الأولى والأساسية في صياغة نظام لقياس رضا الزبون أو تشكيله، والذي يتطلب من المسوقين مراقبة السمات التي يهتم بها الزبون والبقاء دائما في حالة يقظة نحو كافة العناصر الجديدة التي يمكن أن تؤثر في رضاه؛

ثانياً. التغذية العكسية للمستهلك : وتعد الخطوة الثانية لتحقيق رضا الزبون والمتمثلة في وسائل المسوقين لتعقب آراء الزبائن في الأداء الحالي للمؤسسة لمعرفة مدى تلبيتها لتوقعات الزبائن. ويتم ذلك من خلال الأدوات التالية:

أ. نظام الشكاوي والمقترحات: وهو مجموعة ترتيبات تقوم بها المؤسسة المهتمة بالزبون كخطوط الهواتف المباشرة التي تهيئها مجاناً (الخطوط الساخنة)، إضافة إلى صناديق الشكاوي والمقترحات التي تضعها المؤسسة في صالة الانتظار، فضلا عن تخصيص صفحات على شبكة الانترنت أو البريد الإلكتروني لتسهيل الاتصال وكذا تدفق المعلومات للمؤسسة التي تمكنها من الرد السريع لحل المشاكل؛

1 - مزيان عبد القادر ، أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية ، فرع التسيير الدولي للمؤسسات تخصص تسويق الدولي ، جامعة ابو بكر بلقايد تلمسان ، سنة 2012، ص100.

2 - يوسف الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي، مرجع سبق ذكره، ص 228.

ب. مسوحات رضا المستهلك: تتمكن المؤسسات من الحصول على مقاييس مباشرة لرضا الزبون من خلال إجراء مسوحات بين فترة وأخرى، أين تقوم بتوزيع استبيانات أو إجراء اتصالات هاتفية لعينة عشوائية من الزبائن الحاليين للتعرف على آرائهم؛

ج. التسويق الخفي: بعض المؤسسات تقوم بتأجير أشخاص يمثلون الزبون ويقومون بشراء منتجات المؤسسة ومنتجات منافسيها لغرض تأثير نقاط القوة والضعف القائمة في عملية الشراء لدى المؤسسة ومنافسيها، ويختبرون الخدمة التي يتلقونها كي يروا كيف تكون المعاملة وتتم المعالجة ويبنوا مواطن القوة والضعف في التقييم والأداء؛

د. تحليل خسارة المستهلك: ينبغي على المؤسسات أن تتصل بالزبائن الذين توقفوا عن شراء السلع أو الخدمات أو الذين تحولوا إلى مقدم منتج أو خدمة آخر لمعرفة سبب حصول ذلك، ومن الضروري أيضا مراقبة معدلات خسارة الزبائن فإذا تزايدت هذه المعدلات يعد ذلك دليلا على فشل تلك المؤسسات في إرضاء زبائنهم؛

ثالثا. قياس رضا المستهلك: تبني عملية قياس رضا الزبون على مراجعة المعلومات المتعلقة به، وقد يكون تجميع هذه المعلومات نشطا أو خاملا، لذلك ينبغي على الإدارة تحديد مصادر المعلومات المتعلقة بالزبون سواء كانت داخلية أو خارجية ومن أمثلتها: شكاوي الزبائن، الآراء الراجعة حول سمات المنتج، عمليات الحصر والاستقصاء، الاتصال المباشر بالزبون، التعاقد من الباطن لتجميع وتحليل البيانات؛ و تتم عملية قياس رضا الزبون من خلال توضيح أهداف الجهد القياسي، تصميم البحث الذي يؤدي إلى قضايا مفيدة وذات مغزى للزبون والمنهجية المتبعة، اختيار العينة وتصميم استمارة الاستبانة، جمع البيانات وتحليلها.

3. العلاقة بين رضا المستهلك وقيمة المستهلك¹

يعتبر رضا الزبائن أفضل مؤشر للاستدلال على جودة الخدمة، و كذا سلوك إعادة الشراء، و قد اعتبرت نماذج الجودة التقليدية أساس للحكم على رضا الزبون، من خلال نوعية الفرق بين التوقعات والأداء الفعلي، وقد وجهت مؤخرا العديد من الانتقادات لتلك النماذج، حيث أظهر العديد من الباحثين حقيقة تأثير الزبون بالسعر، و أن تقييم رضا الزبون يجب أن يتم على أساس ما تحصل عليه مقابل ما دفع، حيث أكد كل من Sheth, Howard، و Kotler أن الرضا يعتمد على القيمة. فلا يجب النظر فقط لما تقدمه المؤسسة لزبائنهم بل أيضا يجب التركيز على التضحية التي قدمها الزبائن لذلك.

1-Christian Grönroos, Annika Raval, " The value concept and relationship marketing", European Journal of Marketing, Vol.30, No.2, 1996, p20.

و اعتبر آخرون أن الجودة المدركة هي سابقة لها تأثير إيجابي على القيمة المدركة، حيث اعتبروا الجودة على أنها مكون فرعي من القيمة الإجمالية، حيث يرى كل من Bolton و Drew أن " القيمة هي أكثر ثراء و قياس أكثر شمولاً من تقييم جودة الخدمة"¹؛ وبالتالي يتحقق رضا الزبون عندما تكون الفوائد أو المنافع الإجمالية أكبر من التضحيات والعكس.

4- طرق تنمية الرضا عند المستهلك²

1-4 وسائل تعزيز رضا المستهلك : هناك العديد من الوسائل والأدوات التي تعمل على تعزيز رضا المستهلك وتضمن خدمة الاحتفاظ به وجعله زبوناً مالياً لأطول فترة زمنية ممكنة ومن هذه الوسائل:

أ- التعامل مع الشكاوى التي يقدمها الزبون في حالة معاناة من أي نوع من الفشل وقد اعتبر (levelock) المعلومات الواردة عن شكاوى الزبائن بأنها مدخل إلى إدارة الجودة لما تتجه من معلومات التي تهتم بالزبائن، وتسبب حالة عدم الرضا لديهم، مما يعني مصدراً للتغذية العكسية للمؤسسة، تساعد على تطور العمل ومعالجة أسباب عدم الرضا، وهذا يحقق إمكانية العمل بطريقة صحيحة مستقبلاً ويجول دون تحول الزبائن إلى مصادر أخرى منافسة للحصول على المنتج.

ب- أهمية بناء العلاقات الاجتماعية مع الزبائن وبشكل خاص، وباعتبارهم أصدقاء لإدارة المؤسسة والعاملين فيها مع الاستمرار، والتعرف على الزبائن واحتياجاتهم والعمل على فهمها وإشباعها بشكل يضمن رضا الزبون، وقد ساهمت وسائل الاتصال الحديثة وخاصة الانترنت بصفقتها وسيلة اتصال متفاعلة باتجاهين في تفعيل العلاقة بين المؤسسة وزبائنها.

ج- القيام بشكل دوري بإجراء دراسات مسحية وطرح أسئلة مختلفة لقياس حالات تكرار الشراء، والتي تكون عالية إذا كان مستوى الرضا مرتفعاً.³

4-2 القياس المستمر :

الخطوة الأخيرة لتحقيق الرضا تتمثل بقيام المؤسسة بإنشاء برنامج خاص لقياس رضا الزبائن كنظام (Cosmtumer Satisfaction Matrices).(CSM) الذي يقدم اجراء التشبع لرضا الزبون طوال الوقت بدلاً من معرفة مدى تحسين اداء المنظمة في وقت معين⁴.

1 -Raquel Sánchez-Fernández, M. Ángeles Iniesta-Bonillo, "The concept of perceived value: a systematic review of the research", *marketing theory*, Vol(7), No(4), 2007, P 430.

2 -بيون صلاح الدين، دور المزيج الترويجي في تحقيق رضا الزبون -"دراسة عينة من زبائن مؤسسة موبيليس على مستوى ولاية المسيلة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، فرع العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف - المسيلة، سنة 2017، صص 19-20.

3 - إبراهيم محمد عبيدات، سلوك المستهلك مدخل إستراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2004، صص 138.

4-عاصم رشاد و محمد ابو فرح، اختبار العلاقة بين جودة الخدمة، رضا الزبون وقيمة الزبون دراسة مقارنة بين المصارف الاسلامية والمصارف التجارية في الاردن، مذكرة ماجستير، كلية الاقتصاد، تخصص التسويق، جامعة الاردن، سنة 2015، صص 20.

المطلب الثاني : جودة خدمات محطات التزويد بالوقود .

لطالما اعتبرت الجودة احد الركائز الأساسية في تحسين أداء المؤسسة بشكل عام والمؤسسات الخدمية بشكل خاص فضلا عن دورها في تعزيز القيم والمعتقدات والسلوكيات لدى العاملين في المؤسسة من اجل التوجه نحو تطبيق إدارة الجودة .

تلعب جودة الخدمة دورا مهما في تصميم منتج الخدمة وتسويقه حيث إنها ذات أهمية لكل من مقدمي الخدمات والمستفيدين، وقد ازداد إدراك مؤسسات الخدمة لأهمية ودور تطبيق مفهوم الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية. فقد أصبح موضوع تطبيق إدارة الجودة الشاملة الموضوع الأكثر استحوذا واهتماما في مؤسسات الأعمال في العقد الأخير.

1- مفهوم جودة الخدمات.

هناك عدة تعاريف للثقافة نذكر منها:

عرّف شاين E.SHEIN الثقافة على أنها صياغة لمجمل الفرضيات الأساسية التي يتم إبدعها، تكشفها وتشكلها من طرف جماعة ما، محاولة من خلال ذلك حل المشاكل المتعلقة بالتكيف مع المحيط والاندماج الداخلي¹ .

و من خلال ردفيلد R.Redfield لتعريفه للثقافة على أنها مجموعة من المفاهيم والمدركات المتفق أو المصطلح عليها في المجتمع، وتنتقل عن طريق الوراثة عبر الأجيال ، كما أنها إنعكاس في الفن و الفكر و أوجه النشاط لتكسب الجماعات صفات وخواص مميزة تختلف عن بعضها البعض².

كما وصف رامدوم Ramdom الثقافة على أنها طرق و أنماط في الحياة التي يتم بناؤها و تطويرها من قبل جماعة من الناس ويتم توارثها من جيل إلى جيل³.

من جهة أخرى عرّف لينتون Linton الثقافة بأنها: " مجموعة من السلوكيات التي تتعلمها الكائنات الإنسانية في أي مجتمع و في جميع الفئات من الكبار الذين تنتقل منهم إلى الصغار"⁴.

ويرى روسو Rousseau الثقافة بأنها: " شبكة معقدة من القيم والاعراف التي تعتبر دليل الفرد في سلوكياته وتعتبر عن مجموعة من المعتقدات"⁵.

1- سومر نعيمة، الإدارة ما بين الثقافة تكيف النموذج أم تكيف الموظف، دراسة حالة المؤسسة اليابانية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه جامعة الجزائر، 2009-2010، ص09.

2- بوشامخ خولة، دور الثقافة المقاولاتية في إنشاء مؤسسات مصغرة، دراسة حالة الوكالة الوطنية لدعم و تشغيل الشباب، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، سنة 2014 ص08.

3- دحماني زهيرة، الثقافة التنظيمية ونمو المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، دراسة حالات من المؤسسات الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد بوقرة بومرداس / 2010 ص04 .

4- حميد دليل، دور ثقافة المؤسسة في التغيير التنظيمي، دراسة حالة مؤسسة المياه سيدي الكبير، مذكرة لنيل شهادة الماجستير جامعة سعد دحلح البليدة، 2007، ص47.

2 -zorlu senyucel & ventus publishing APS . Managing the human Resource in the 21 st Century.2009 p44

• مفهوم جودة الخدمات :

نشاط أو منفعة يستطيع أي طرف تقديمها لطرف آخر ومن المهم أنها غير أو هي تلك النتيجة التي يتم الحصول عليها بواسطة أنشطة ناشئة من التداخل بين المؤسسة والعملاء.¹

تعرف جودة الخدمة على أنها "جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة من طرف العملاء أو التي يدركونها في الواقع الفعلي وهي المحدد لرضي المستهلك أو عدم رضاه تغيير في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسية للمنظمات التي تزيد تقرير مستوى النوعية في خدماتها"².

كما يمكن تعريف الجودة على أنها "الجودة التي تشتمل على البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديم الخدمة ذات الجودة العالية، ويتكون الجانب الإجرائي من النظم والإجراءات المحددة لتقديم المنتجات أو الخدمات. أما الجانب الإنساني أو الشخصي للخدمة فهو كيف تتفاعل مع العملاء"⁴

ولأن الخدمة عادة ما تتضمن عناصر ملموسة وأخرى غير ملموسة، فقد جرت محاولات جادة للتمييز بين المعايير الموضوعية لقياس الجودة الخدمة، وتلك المعايير التي تعتمد على الإدراكات الاجتهادية للمستفيدين من يقول أن لجودة الخدمة بعد ان اثنان، هما:

1 - الجودة الفنية Technical quality.

2 - الجودة الوظيفية Functional quality.

وكلاهما مهمان بالنسبة للمستفيد من الخدمة.

وكذلك تعرف جودة الخدمة من خلال الأبعاد الثلاثة الخاصة بالخدمات نوجزها فيما يلي:⁵

❖ **البعد الفني:** والذي يتمثل في تطبيق العلم والتكنولوجيا لمشكلة معينة.

❖ **البعد الوظيفي(غير فني) :** وهي الكيفية التي يتم فيها عملية ثقل الجودة الفنية إلى العميل وتتمثل في

ذلك التفاعل النفسي والاجتماعي بين مقدم الخدمة والعميل الذي يستخدم الخدمة

❖ **الإمكانيات المادية:** وهي المكان الذي تؤدي فيه الخدمة .

1 - اياد شوكت منصور، ادارة خدمة العملاء، دار كنوز للمعرفة العلمية، ط1 الاردن، سنة 2008، ص119.

2- مامون سليمان دراركة، ادارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن، سنة 2015، ص181.

3- اياد شوكت منصور، ادارة خدمة العملاء، مرجع سبق ذكره، ص119.

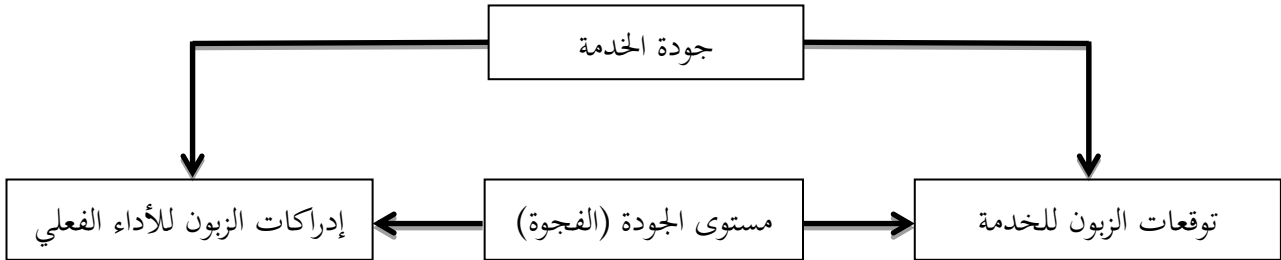
4 - هاني حامد اضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، ط5، الاردن، سنة 2009، ص503.

6 - قاسم نايف علوان المحيوي، ادارة الجودة الشاملة في الخدمات، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، الاردن عمان، سنة 2006، ص90.

الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة

كما يعبر عن جودة الخدمة على أنها " معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة"، وذلك على النحو الذي يعرضه التالي:¹

الشكل رقم (I-02): مفهوم جودة الخدمة



المصدر: قاسم نايف علوان الميماوي، ادارة الجودة الشاملة في الخدمات، مرجع سبق ذكره، ص91

ويمكن التعبير عنها رياضيا كالتالي:

جودة الخدمة: إدراك الزبون للأداء الفعلي - توقعات الزبون لمستوى الأداء وفي ضوء المعادلة السابقة يمكن تصور ثلاثة مستويات للخدمة وهي:

أ. **الخدمة العادية:** وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتساوى إدراك الزبون لأداء الخدمة مع توقعاته المسبقة لها.

ب. **الخدمة الرديئة:** وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتدنى الأداء الفعلي للخدمة عن مستويات التوقعات بالنسبة لها.

ج. **الخدمة المتميزة:** وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يفوق أو يتجاوز الأداء الفعلي توقعات الزبائن بالنسبة لها.

يقصد بجودة الخدمة "جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة، أي التي يتوقعها العملاء أو التي يدل كونها في الواقع الفعلي وهي المحدد لرضى المستهلك أو عدم رضاه، وتعتبر في الوقت نفسه من الأولويات

1- قاسم نايف علوان الميماوي، مرجع سبق ذكره، ص91

الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة

الرئيسية للمنظمات التي تزيد تعزيز مستوى النوعية في خدماتها "ويمكن الإشارة إلى مجموعة من المحددات لجودة الخدمة وهي¹.

1. المحدد المادي: وهي الأمور المرتبطة بالمرافق والتسهيلات المقدمة في المطاعم والاستراحات مثلا: ملابس الموظفين في المطاعم وشركات الطيران.
2. المحدد المرتبط بالاستجابة: وهو رغبة واستعداد وقدره موظفي المنظمة على تقديم الخدمة المناسبة للعملاء مثل الاستجابة الفورية لموظفي الطوارئ في المستشفيات.
3. المحدد المرتبط بالثقة: وهو قدرة المنظمة على انجاز الخدمة التي وعدت بها بشكل دقيق وثابت.
4. تأكيد الثقة المتبادلة : وتعود إلى المعرفة وحسن الضيافة من قبل الموظفين وقدرتهم على زرع الثقة بينهم وبين مستلمي الخدمة (الزبائن).
5. المحدد المرتبط بالعناية : وتعود إلى الرعاية وتركيز الخدمة على أساس فردي من خلال الزبائن.

الجدول (01-I) : محددات جودة الخدمة

المؤشر	البيان
الجوانب الملموسة	<ul style="list-style-type: none"> • جاذبية المظهر الخارجي للمؤسسة • التصميم الداخلي للمؤسسة • جاذبية الأجهزة والمعدات المستخدمة في أداة الخدمة • المظهر اللائق لمقدمي الخدمة
الاعتمادية	<ul style="list-style-type: none"> • الوفاء بتقديم الخدمة في الموعد المحدد • تقديم الخدمة بشكل صحيح (عدم حدوث الأخطاء) • معلومات دقيقة وصحيحة
الاستجابة	<ul style="list-style-type: none"> • السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة • الإستجابة الفورية لحاجات الزبائن • الرد الفوري على الاستفسارات والشكاوى
الضمان	<ul style="list-style-type: none"> • الشعور بالأمان في التعامل • الثقة بمقدمي الخدمة

مامون سليمان الدراركة، مرجع سبق ذكره، ص12. ¹

الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة

التعامل	<ul style="list-style-type: none">• تحلي مقدمي الخدمة بالأدب وحسن التعامل• فهم ومعرفة احتياجات الزبائن• ملائمة ساعات العمل• اللطف في التعامل مع الزبائن
---------	--

المصدر : عبد القادر مزيان، أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق دولي، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان - الجزائر - 2012 ص 45.

2- أنواع خدمات محطات الوقود

محطات البنزين وظيفتها الأساسية هي تزويد المركبات بالمشتقات النفطية المختلفة من بنزين وديزل وكذلك مادة الكاز المستعمل للتدفئة في الشتاء والكهرباء للسيارات الكهربائية وبعض الكازيات تقدم خدمات اضافية مثل غسيل السيارات وغيار الزيت او اصلاح السيارات وبعض الكازيات الموجودة على الطرق السريعة يوجد فيها بقالة ومطعم يقدم بعض الأطعمة الخفيفة

وقودها من بنزين او سولار او غاز طبيعي ، فيتم ملئ السيارات بالوقود لتستطيع السير كما انه يتم تقديم العديد من الخدمات في محطات البنزين ومنها غسيل السيارات من الداخل و من الخارج ، كما يتم رفع العربات المستعملة المعروضة للبيع تحت اشراف مهندس مختص للكشف عن عيوبها و يتم بها بيع زيوت السيارات و اكسسوارات السيارات و مستلزمات النظافة الخاصة بالعربات.¹

2-1 عناصر المحطة محطة الوقود:

- توفير دورتي مياه خاصة بالرجال وأخرى خاصة بالنساء ومزودة بمصدر لمياه الشرب .
- توفير مصلى للنساء والرجال.
- العناية بالنظافة العامة في جميع مرافق المشروع.
- التقيد بشروط السلامة العامة .
- الإدارة .
- الخدمات . (مشاجب عمال ، دورات مياه .. الخ).
- كافتيريا أو ركن للبيع.
- مصلى .

1 - المواقع <https://ujeeb.com>، تم الاطلاع عليه يوم 2019/05/15 على ساعة 10.20 .

- صراف.

- محل لبيع بعض اكسسوارات السيارات.

- محل لبيع عبوات بتروولية.

- مستودع لقطع الغيار.

- خزانات البترول.

- ورشة صيانة سريعة.

- مواقف سيارات.

- إسعافات أولية.

ولا تقتصر خدمات محطات الوقود على تزويد وسائل النقل بالوقود فقط ، بل إنها تقدم الكثير من الخدمات الأخرى إلى الجمهور ، تشمل تلك الخدمات تغيير زيوت المحركات ، والمرشحات ، والفرامل ، والبطاريات ، وإصلاح واستبدال الإطارات ، وبعضها يقدم خدمة غسيل وتشحيم السيارات ، وبعضها يحتوي على ورشة لإصلاح الأعطال الصغيرة بالسيارات ، والبعض الآخر يحتوي على مطاعم تقدم الوجبات السريعة والمشروبات الساخنة والباردة ، ومراكز للتسوق والترفيه ، وشراء الصحف وإجراء الاتصالات الهاتفية . و لا يقتصر رواد محطات الوقود على شريحة معينة من المجتمع، بل تشمل مختلف شرائح المجتمع .

وتمثل محطات الوقود نقطة الالتقاء الأخيرة مع المستهلك النهائي لأهم المنتجات البترولية المكرره، ومنها يحصل ذلك المستهلك النهائي على حاجته من الوقود

2-2 أنواع المحطات:

- المحطات الواقعة داخل المخططات الهيكلية المعتمدة للمدن و القرى.

- المحطات الواقعة على الطرق الإقليمية .

3- أهمية جودة الخدمات محطات الوقود

ثانيا :محطات الوقود:

تعتبر محطات الوقود من ضمن القطاعات الخدمية الحيوية في أي بلد ، وتنتشر هذه لمحطات داخل المدن والقرى وعلى الطرق السريعة من أجل تزويد المركبات من مختلف الأنواع والأحجام بما تحتاجه محركات هذه المركبات من وقود البنزين ووقود الديزل ، وفي هذا الجزء سيتم استعراض مختلف العوامل التي تتعلق بعمل وأداء هذه المحطات

الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة

بشكل عام مع التركيز على المشاكل البيئية التي قد تتسبب فيها هذه المحطات إذا لم يتم أصحابها أو المشرفون عليها باتخاذ الإجراءات اللازمة لحماية البيئة المحيطة بمحطاتهم¹.

ثانيا : أهمية محطات الوقود :

حبا لله - تعالت قدرته - الأرض ، ومن عليها من مخلوقات ، بمعين لا ينضب من الطاقة النظيفة الرخيصة ألا وهي الشمس ، فكان الإنسان في العصور الأولى يحصل على الطاقة الحرارية من الشمس ، وهده الله إلى النار فاستخدم أخشاب الأشجار وحطبها للحصول على الدفء ، وطهي الطعام ، ومع تطوره از دادت حاجته للطاقة ، فاستخدم الزيوت النباتية والدهون الحيوانية ، إلى أن وصل إلى الثورة الصناعية التي ظهرت في أوروبا في القرن الثامن عشر الميلادي ، وأبرز اختراعاتها المحرك البخاري حيث استخدمت الأشجار والفحم الحجري لتوليد الطاقة . إلا أن الإنسان لم يكتف بها، فألهمه الله تعالى في النصف الثاني من القرن التاسع عشر الميلادي استخدام البترول كوقود للحصول على الطاقة ، بداية في أمريكا ثم انتشر استخدامه في أوروبا أثناء الحرب العالمية الثانية ، وحل محل الفحم الحجري بسبب سهولة استعماله في وسائل لنقل ولنظافته في الاحتراق .

أصبحت المركبات عنصرا مهما في حياتنا واستخداماتها تتسع من يوم لآخر ، فأصبح لا بد من شق طرق جديدة، وإنشاء محطات التوزيع الوقود وخدمة هذه المركبات. في وقتنا الحاضر! أصبحت وسائل النقل: سيارات وقطارات وطائرات ، وسفن من أهم عصب التقدم والتطور لأي بلد ، فلا يستطيع أي بلد مواكبة التقدم ودفع عجلة التنمية فيه دون أن تكون هناك وسائل نقل فعالة ، وأهمها هي المركبات من سيارات ، وشاحنات ... إلخ ، وهذه تحتاج إلى خدمات أهمها التزود بالوقود ، من هنا برزت أهمية محطات الوقود في أي بلد . فهذه المحطات تقوم بتزويد ملايين المركبات والشاحنات والآليات بما تحتاجه من وقود مثل : البنزين والديزل لتشغيل محركاتها .

ولقد انتشرت في العالم الكثير من محطات الوقود سواء داخل المدينة أو على الطرق البرية السريعة التي تربط المدينة ببعضها البعض . وكنتيجة طبيعية للتطور الذي شهدته العالم في شتى المجالات: الاقتصادية والاجتماعية، والعمرائية، والزراعية والصناعية ، زاد الطلب على المركبات والشاحنات بمختلف أنواعها وأحجامها مما تطلب زيادة في عدد محطات الوقود.

¹ - علي محمد القحطاني ، التلوث البيئي الناجم عم محطات الوقود في مدينة الدمام ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم ، تخصص الحماية وطرق السلامة ، جامعة نايف ، السعودية ، سنة 2005، ص ص 10-11.

المطلب الثالث : تقييم مستويات الرضا من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود بالنسبة للمعايير الدولية
1- نموذج المملك العربية السعودية :

ضمن برنامج تحسين محطات الوقود ومراكز الخدمة على الطرق الإقليمية خدمة مميزة ومرافق خاصة في أول محطة وقود نموذجية تُفتتح على طريق الهجرة¹
افتتح السعودية أولى المحطات النموذجية بطريق الهجرة السريع، والتي تتبع لأحدى الشركات الوطنية. وذلك ضمن برنامج تحسين محطات الوقود ومراكز الخدمة على الطرق الإقليمية والسريعة، بإشراف وزارة الشؤون البلدية والقروية والهئية العامة للسياحة والتراث الوطني والجهات ذات العلاقة.

وتتميز المحطة النموذجية بالمرافق والخدمات المتكاملة للسيارات وزوار المحطة وذلك لتوفير أفضل الخدمات لرواد وزوار الأماكن المقدسة في مكة المكرمة والمدينة المنورة. وتشمل بيع وقود البنزين والديزل ، ومركز بترومين إكسبرس لتغيير زيوت المركبات والصيانة السريعة وخدمات الإطارات، ومتجر لمبيعات التجزئة، وعدة مطاعم للوجبات السريعة ، ومقاهي طلبات السيارات، وخدمات الصراف الآلي ، وكذلك مسجدين كبيرين يتسعان لحوالي 500 مصلي في وقت واحد، ونزل فندقي صغير.

وهذا بالإضافة إلى مرافق الخدمات الشخصية ودورات المياه بمستوى الترتيب والنظافة على مدار الساعة ، وتوفر هذه المحطة وجميع الخدمات والمرافق المخصصة لذوي الاحتياجات الخاصة حسب المعايير الدولية وتماشياً مع برنامج تحسين محطات الوقود ومراكز الخدمة على الطرق.

أ- افتتاح 4 محطات وقود نموذجية بطريقي "الرياض - الدمام" و "القصيم - المدينة"²

(4) محطات وقود متطورة تطبق اللوائح والمعايير البلدية منها (3) محطات بطريق (الرياض - الدمام) السريع وذلك ضمن برنامج تحسين وتطوير محطات الوقود الذي تتبناه الوزارة لتقديم خدمات مميزة للمستفيدين وبجودة عالية داخل وعلى الطرق السريعة الرابطة بين المدن. وبأتي افتتاح هذه المحطات في إطار برنامج شامل أعدته الوزارة لتحسين وضع مراكز الخدمة ومحطات الوقود على الطرق الإقليمية ويهدف إلى الارتقاء بجودة الخدمة المقدمة في تلك المحطات ومراكز الخدمة على الطرق الإقليمية في المدة المحددة بقرار مجلس الوزراء الموقر حيث تضم المحطات المتطورة خدمات متعددة مثل السوبر ماركت وخدمة السيارات والمقاهي والمطاعم العالمية (فاست فود) والمساجد المميزة والنظيفة. لافتة أن جميع هذه المحطات مطابقة للوائح والمعايير البلدية.

وأوضحت الوزارة أن عدد الشركات المؤهلة لإدارة وتشغيل وصيانة محطات الوقود ومراكز الخدمة على الطرق الإقليمية بين مناطق ومدن المملكة المختلفة بلغ (17) شركة بينها شركات عالمية وفقاً لأسس ومعايير وضوابط

1- [اطلع عليه يوم 2019/05.18](https://www.almowaten.net/2019/05/18) على الساعة 12.53 [مقالة منشور](https://www.almowaten.net/2019/05/18) -

2- [اطلع عليه يوم 2019/05.19](http://www.aleqt.com/2019/04/22/article_1585296.html) على ساعة 01.20 http://www.aleqt.com/2019/04/22/article_1585296.html

الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة

التأهيل المعتمدة. مؤكدة أنه يجري حالياً تأهيل العديد من الشركات المحلية والعالمية للدخول للسوق السعودي والاستثمار فيه. وأشارت الوزارة إلى أن دخول شركات عالمية ضمن الشركات المعتمدة يأتي في إطار سعي الوزارة إلى التوسع في استقطاب الاستثمارات الأجنبية لتحقيق أهداف رؤية المملكة 2030 والمتمثلة في رفع نسبة الاستثمارات الأجنبية المباشرة من إجمالي الناتج المحلي من 3.8% إلى المعدل العالمي 5.7%. مؤكدة أن الهدف من زيادة عدد الشركات المؤهلة هو إيجاد منافسة إيجابية بين الجهات المشغلة لهذه المواقع بتقديمها لخدمات مميزة للمستفيدين وبجودة عالية. مشددة على ضرورة الاهتمام بجودة المنتج في كافة المحطات لضمان تقديم الخدمات المتميزة للمسافرين والعابرين لكافة الطرقات الرابطة بين المدن والمحافظات. وأوضحت الوزارة أن طريق (الرياض - الدمام) وطريق (القصيم - المدينة المنورة) يأتيان كأولوية ضمن (8) طرق إقليمية تم تحديدها بناء على أهمية الطريق وكثافة مستخدميه بالإضافة إلى ارتباط الطريق بالوصول للحرمين الشريفين.

وضعت وزارة الشؤون البلدية والقروية في السعودية قائمة اشتراطات لمحطات الوقود، أهمها إعادة تصميم المحطات القديمة المهترئة، إضافة إلى تصنيفها لمحطات الوقود إلى 4 فئات، بهدف وضع خطة استراتيجية لتطوير وتأهيل تلك المحطات بالشكل الملائم.

واشترطت اللائحة الجديدة التزام المحطات بتوفير العديد من الخدمات حسب كل فئة، تشتمل على المساجد والتموينات وبيع وإصلاح الإطارات وأجهزة خدمة مجانية، مثل تعبئة الهواء والماء ودورات المياه ومحلات للقهوة ومطعم، بشرط عدم استخدام مصادر لهب، إضافة إلى الخدمات الاختيارية الأخرى التي تشتمل على قطع غيار السيارات والصرافات الآلية وآليات نقل السيارات المعطلة والنشاطات الترفيهية. والفنادق والموتيلات يذكر أن عند إقامة محطات الوقود على مواقع داخل المخططات الهيكلية المعتمدة للمدن والقرى فإنه يلزم مراعاة اشتراطات من بينها، تحديد المواقع الحكومية المخصص استثمارها محطة وقود من قبل البلدية وفق ما لديها من أنظمة وتعليمات وبما لا يتعارض مع اشتراطات هذه اللائحة.

وبينت الوزارة أن المحطات لا بد أن تكون بعيدة عن المصانع والمدارس وقصور الأفراح والمستشفيات بحيث يفصل موقع المحطة عن هذه المنشآت مسافة لا تقل عن 25 متراً، سواء كانت شارعاً أو أرضاً مخططة أو غيرها، ويلزم الحصول على موافقة الجهات الأمنية قبل الموافقة على التصريح بإقامة المحطة في حالة كون الموقع يبعد عن حدود المنشآت العسكرية أو مهابط الطائرات مسافة تقل عن 1000 متر من حدود موقع

ب- محطات وقود بالسعودية ستبدأ تقديم خدمات التعبئة الذاتية والدفع الإلكتروني¹

يعتزم عدد من الشركات العاملة في قطاع محطات الوقود بالمملكة إطلاق الخدمة الذاتية لتعبئة البنزين والدفع الإلكتروني في جميع محطاتها خلال أيام.

يعتزم عدد من الشركات العاملة في قطاع محطات الوقود إطلاق الخدمة الذاتية لتعبئة البنزين والدفع الإلكتروني في جميع محطاتها خلال أيام، وذلك في خطوة لتنفيذ خطة حلول الدفع الذكية للتزود بالوقود.

1 [اطلع عليه يوم 2019/05.19](https://arabic.arabianbusiness.com/content/343907) على ساعة 06.33 - <https://arabic.arabianbusiness.com/content/343907>

الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة

وأكد أن الخدمة الذاتية لتعبئة البنزين والدفع الإلكتروني سترفع من جودة الخدمة المقدمة في المحطات، وذلك نتاج التوفير في التكلفة والتخلص من العمالة، وتجنب حالات السرقة، إضافة إلى إمكانية تعبئة البنزين حال السفر أو الحالات الطارئة دون الحاجة لانتظار عمال المحطة.

وأشار إلى أن عدداً من شركات الوقود شرعت في تطبيق أنظمة ذكية ورقمية في محطاتها كالشرائح الإلكترونية لتكون بديلاً عن التعامل النقدي والفواتير، وذلك لتقديم الخدمات الآمنة المريحة غير النقدية للعملاء.

ج - التحول كلياً في مفهوم محطات بيع الوقود

تعمل أرامكو السعودية في خدمات بيع الوقود بالتجزئة عالمياً منذ عقود من خلال شراكاتها على مستوى العالم مع كبرى شركات النفط العالمية. وتُعد «موتيفا» في الولايات المتحدة، و«شوا-شيل» في اليابان، و«إس أويل» في كوريا الجنوبية، و«فوجيان» و«سينوبيك» في الصين أمثلة على حضور أرامكو السعودية في مجال خدمات بيع الوقود بالتجزئة مع وجود أكثر من 11000 محطة عاملة على مستوى العالم. ووضعت هذه التجربة العالمية الشركة في مكانة تؤهلها للدخول بثقة كبيرة إلى السوق السعودي، وتقديم أفضل الممارسات من جميع أنحاء العالم. وعندما تقدّم ريتلكو تجربة نوعية للعملاء، وتوفر أنواع وقود عالية الجودة، وخدمات متميزة للعملاء على مستوى جودة عالمي؛ فسوف ترفع بذلك سقف المعايير، وتقدّم خدمات راقية للعملاء من كافة شرائح المجتمع. ومن جهته، ذكر كبير الإداريين التنفيذيين لشركة ريتلكو، الأستاذ مُجد القحطاني، أن أحد العوامل الرئيسة والمهمة لنجاح ريتلكو سيكون تركيزها على العملاء، دون أن يقتصر ذلك على تحقيق توقعات العملاء فقط، بل رفع مستوى توقعاتهم التي يطمحون إليها في محطات الوقود في المملكة. وقال: «نحن نسعى للانتقال والتحول كلياً في مفهوم محطات بيع الوقود لدى العملاء مما يعرفونه عن المحطات التقليدية الآن باعتبارها مكاناً للتوقف والحصول على خدمة ومغادرتها سريعاً، إلى وجهة للخدمات يقدرها المسافرون على الطرق السريعة الرئيسة أثناء تواجدهم على الطريق ذاهبين إلى أعمالهم أو عائدين إلى بيوتهم»، وأضاف القحطاني: «ولا شك أن التركيز على الجودة وخدمة العملاء هو الأمر الذي يمكن أن تضيفه ريتلكو إلى قطاع البيع بالتجزئة في المملكة، فهذا مستوى من الخدمة، لا يُمثل هدفاً لأرامكو السعودية فحسب، بل هو هدف المملكة من خلال رؤية 2030 التي ركزت على جودة الحياة».

"نسعى للانتقال والتحول كلياً في مفهوم محطات بيع الوقود لدى العملاء مما يعرفونه عن المحطات التقليدية الآن باعتبارها مكاناً للتوقف والحصول على خدمة ومغادرتها سريعاً، إلى وجهة للخدمات يقدرها المسافرون على الطرق السريعة الرئيسة أثناء تواجدهم على الطريق ذاهبين إلى أعمالهم أو عائدين إلى بيوتهم."

2- نموذج دولة قطر :

أ- محطات الوقود والخدمات¹

تعتبر شركة "وقود" الموزع الوحيد للوقود في دولة قطر. تمتلك شركة "وقود" خدمات مميزة حيث تقدم لعملائها الأفضل في مجال خدمة العملاء والاحتياجات اليومية ويتلقى موظفينا تدريباً على الأبداع والتميز في الخدمة والإهتمام بالعملاء منذ لحظة وصولهم للمضخة من خلال توفير خدمة ودية ، وسريعة، وفعالة وتشمل خدماتنا الاستثنائية خدمات العناية بالمركبات و الصيانة ومتاجر "سدره". يعدد الوقود هو من صميم أعمال شركة "وقود" وأنشطتها وكل أنواع البنزين لدينا خالية من الرصاص ولذلك دولة قطر هي الدولة الخليجية الأولى التي تحولت إلى استخدام البنزين الخالي من الرصاص كلياً. كما يحتوي الديزل على أقل نسبة من مادة الكبريت في المنطقة.

ب- الخدمة محطات

أماكن المحطات تقدم محطات وقود خدمة متميزة وعالية الجودة لكل عملائنا متاجر سدره

تلبيةً لاحتياجات عملائنا، تتميز محطاتنا بمتاجر سدره

خدمة العناية بالسيارات

تقدم وقود خدمات تصليح السيارات وتغيير الإطارات وتبديل الزيوت، وغيرها

توزيع البنزين

تقدم وقود خدمة توزيع البنزين للعديد من المناطق داخل قطر

الوقود السائل.

افتتحت قطر للوقود "وقود" محطتين جديدتين إحداها ثابتة في منطقة الغرافة، والأخرى متنقلة في

بوفسييلة، ليصل عدد محطاتها الإجمالي إلى 76 محطة ثابتة و متنقلة.

لقطر للوقود خطة استراتيجية تهدف إلى زيادة العدد الإجمالي للمحطات العاملة إلى 130 محطة ثابتة و متنقلة بحلول عام 2020.

وتبلغ مساحة محطة الغرافة (15000 متر مربع)، وتحتوي على 4 خطوط تتضمن 12 مضخة لتعبئة

الوقود لخدمة مرتادي منطقة الغرافة والمناطق المجاورة لها، وقد تم زيادة عدد المضخات للتعزيز من جودة

الخدمة وتقليل الزحام الناتج عن إغلاق كثير من المحطات الاهلية في الآونة الأخيرة.²

1 - http://www.woqod.com/AR/Fuel_Retail/Pages/default.aspx على ساعة 06.33 2019/05.19 اطلع عليه يوم

2 - <https://www.al-sharq.com/article> ، على ساعة 08.23 2019/05.19 اطلع عليه يوم

الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة

وقد وضعت وقود خططاً استراتيجية منذ تأسيسها وآخرها الخطة الخمسية 2016 – 2020 والتي تهدف الى تغطية معظم مناطق الدولة من محطات الوقود، بحيث يصل عددها الى 100 محطة، إضافة الى توسيع شبكات توزيع الغاز المنزلي وتنويع استخدامات الغاز الطبيعي وتحديث الخدمات الأخرى وزيادة مساهمة الشركة في النشاطات الاجتماعية والثقافية والرياضية، وذلك انطلاقاً من رؤية قطر 2030 باعتبار قطر للوقود شريكاً رئيسياً في مسيرة التنمية الشاملة التي تشهدها دولة قطر¹.

نظام الدفع الالكتروني "وقودي" هو نظام لضبط ومراقبة مشتريات الافراد والمؤسسات ومنع التلاعب في الفواتير، ويعتمد هذا النظام على شريحة الكترونية يتم تركيبها من قبل "قطر للوقود" في مكان تعبئة الوقود للسيارة وتقوم الشريحة بتسجيل قيمة مشتريات العميل ورقم السيارة ويتم ارسال المطالبات المالية نهاية كل شهر الى حساب العميل المعتمد لدى وقود. ويلقى النظام ترحيباً من قبل عملائنا الذين أفادوا بأنه يمنع التلاعب في الفواتير من قبل السائقين والذين كانوا يعانون منه سابقاً نظراً لأن النظام الجديد يتم تلقائياً دون علم أو تدخل السائق.

تعتبر تجربة مراكز فاحص الذكية ناجحة بكل المعايير حيث تعمل 3 مراكز جديدة وهناك مشاريع تحت الانشاء لإقامة 5 مراكز أخرى، وتعمل هذه المراكز بنظام النافذة الواحدة حيث يقوم العميل بفحص المركبة ودفع الغرامات (إن وجدت) والتأمين على السيارة (إذا رغب في ذلك) واستخراج استمارة التجديد بفترة زمنية قصيرة في حدود 20-30 دقيقة فقط. وقد أظهرت استطلاعات الراي التي نقوم بها مدى رضا العملاء عن خدمات هذه المراكز، وهذا ما لمسناه من ردود إيجابية وتعليقات في الصحف اليومية عن جودة وسرعة الخدمة المقدمة.

نحن حريصون جداً على الحفاظ على البيئة المحلية نظراً لطبيعة النشاط الذي نمارسه والمتعلق بالمنتجات البترولية والبتوتاجاز والبيتومين وغيره، لذلك قمنا باستخدام أحدث الأساليب والمعايير العالمية للتعامل مع القضايا البيئية مثل تركيب أنظمة استعادة الأبخرة Vapour Recovery Units في المحطات، وأنظمة إعادة تدوير المياه في مغاسل السيارات وغير ذلك من وسائل الحفاظ على البيئة المحلية، ولدينا إدارة مستقلة للسلامة والجودة والبيئة تتعامل مع قضايا البيئة المحلية.

1 - [اطلع عليه يوم 2019/05.19](https://arabic.arabianbusiness.com/business09.26) على ساعة 09.26 <https://arabic.arabianbusiness.com/business09.26>

-2

نموذج دولة الولايات المتحدة:

أ- خدمة محطة

تقارير NACS¹، جمعية الراحة وتجارة الوقود بالتجزئة، أن هناك أكثر من 150,000 محطة وقود في جميع أنحاء الولايات المتحدة.

تقوم العديد من الدول بتقييم معدلات الضريبة المرتفعة وتستخدم العائدات لميزانية صندوقها العام. على سبيل المثال، تقوم عشر دول في أوروبا وبلجيكا وفنلندا وفرنسا وألمانيا واليونان وإيطاليا وهولندا والنرويج والسويد والمملكة المتحدة بتقييم أكثر من 3 دولارات كضرائب على كل غالون من البنزين، وفقاً لمؤسسة الضرائب.

الجمع بين الرحلات. خطط جيداً وكن معقولاً بشأن مقدار قيادتك. الحفاظ على تجنب الرحلات غير الضرورية، والجمع بين المهمات، واستخدام السيارات.

تسريع بسلاسة. Jackrabbit يبدأ تستهلك ضعف الوقود كما يبدأ تدريجياً. أيضاً، وتيرة القيادة الخاصة بك. البقاء بسرعة ثابتة أفضل من تسريع وتباطؤ باستمرار. ابطئ. كلما زادت سرعة قيادتك، زاد استخدام البنزين. القيادة بسرعة 65 ميلاً في الساعة بدلاً من 55 ميلاً في الساعة تقلل من استهلاك الوقود بحوالي ميلين للجالون.

الحفاظ على سيارتك. قم بضبط سيارتك بانتظام، والحفاظ على نظافة فلتر الهواء، وتأكد من تضخيم الإطارات بشكل صحيح. يمكن لضبط المحرك تحسين الاقتصاد في استهلاك الوقود للسيارات بمعدل ميل واحد للغالون الواحد؛ يمكن للإطارات ذات الحجم المنخفض أن تقلل من هذا المبلغ. لا تقم بتسخين سيارتك لفترة طويلة في الصباح البارد. يقول الخبراء إن سيارتك لا تحتاج إلا إلى 30 ثانية من الإحماء قبل أن تتمكن من البدء في القيادة في فصل الشتاء. تبرد سيارتك بمسؤولية في الأيام الحارة. يمكن أن يؤدي الاستخدام الأقل لمكيف الهواء لديك إلى تحسين الاقتصاد في استهلاك الوقود بمقدار يصل إلى ميلين للغالون، لكن مكيفات الهواء الحالية تنتج جرّاً أقل على محرك سيارتك من القيادة باستخدام النوافذ لأسفل. أيضاً، يجب عليك تنظيف سيارتك - ليس فقط سيجعلها تبدو أكثر جمالاً، ولكن تقليل الوزن يمكن أن يزيد من كفاءة استهلاك الوقود.

يمكن للمركبات الأكثر كفاءة في استهلاك الوقود توفير البنزين. يمكن لمركبة عالية الكفاءة في استهلاك الوقود أن تقلل من استخدام البنزين إلى النصف أو أكثر. كم يعتمد على السيارة وعادات القيادة والاحتياجات. إذا كانت السيارة الأقل كفاءة في استهلاك الوقود تتطلب 20 جالوناً من البنزين أسبوعياً مقارنة بـ 10 جالونات للمركبة عالية الكفاءة في استهلاك الوقود، فيمكن توفير أكثر من 500 جالون من البنزين سنوياً.

اطلع عليه يوم 2019/05.19 على ساعة 10.42 <https://translate.google.com/translate> - 1

الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة

يحتوي الإيثانول على طاقة أقل للغالون الواحد من البنزين. وفقًا لإدارة معلومات الطاقة ، فإن محتوى الطاقة من الإيثانول يقل بنسبة 33٪ عن البنزين النقي. تحتوي معظم البنزين على حوالي 10٪ من الإيثانول ، لكن بعض الخلط العالي قد يكون مشكلة بالنسبة للمحركات وقد يؤدي إلى إلغاء الضمان. تأكد من مراجعة دليل مالك سيارتك قبل التعبئة.

تم افتتاح أول محطة ذاتية الخدمة في عام 1947 في ولاية كاليفورنيا. الخدمة الذاتية نمت حقا في شعبية في 1970s. بحلول عام 1993 ، وهو آخر عام توفرت فيه البيانات ، شكلت الخدمة الذاتية 88 في المائة من جميع المبيعات في الولايات التي كانت قانونية فيها.

بدأت فكرة نشر الأسعار في الكسور في ثلاثينيات القرن الماضي ، عندما فتحت محطات خدمة "مخفضة" وشجع أصحابها أسعارها على لافتاتها في المقدمة. للتأكيد على الخصم ، قام هؤلاء المستقلون بتسعير منتجاتهم على شكل كسور ، وأحيانا بفواصل زمنية قدرها 2/1 سنت ، ولكن في 10/9. تقوم بتسليم الوقود إلى محطة خدمة من محطة السائبة التي يتم توفيرها بواسطة خط أنابيب أو محطة بحرية. اعتبارًا من 1 يناير 2017 ، هناك 137 مصفاة تعمل في الولايات المتحدة. من المصافي ، يتم نقل المنتجات إلى المحطات الطرفية بواسطة البارجة أو الشاحنة أو الأنابيب . يتم نقل غالبية المنتج بواسطة خطوط أنابيب تحت الأرض وتخزينه في صهاريج تخزين كبيرة فوق الأرض في 1303 موقعًا في جميع أنحاء البلاد. وتسمى هذه المواقع المحطات. شاحنات النقل ، المصممة بشكل خاص لحمل المنتجات البترولية بأمان ، تلتقط المنتج في المحطة وتوصيله إلى صهاريج التخزين تحت الأرض في محطات الخدمة. تشير الملفات التاريخية لواجهة برمجة التطبيقات إلى أن أول محطة "تعبئة" افتتحت في سياتل عام 1907 من قبل شركة Standard Oil of California ، والتي أصبحت الآن شركة شيفرون الأمريكية. تضمنت محطة "الملء" خرطومًا قام بتوزيع البنزين مباشرة في المركبة من خزان مرتفع. اخترع تشارلز دوريا عربة الخيول التي تعمل بالبنزين في عام 1893 ، ولكن كان هناك عدد قليل من أصحابها في تلك السنوات الأولى. لقد اشتروا البنزين من المستودعات السائبة ، وغالبًا ما يكون ذلك في خمسة حاويات سعة غالون. تم تحويل هذه الصناعة في عام 1908 عندما قام هنري فورد بإنتاج أول طراز T ، وبدأت العديد من مواقع البيع بالتجزئة في بيع البنزين عند المنعطف. تم افتتاح أول محطة خدمة "للقيادة" في الأول من ديسمبر عام 1913 في بيتسبيرج بولاية بنسلفانيا.¹

أقر الكونغرس العنوان الفرعي الأول لقانون الحفاظ على الموارد واستعادتها في عام 1984 ، والذي طلب من وكالة حماية البيئة الأمريكية وضع برنامج شامل لحماية وكشف وتصحيح الإطلاقات من صهاريج التخزين تحت الأرض. تم تنظيم مكتب EPA للخزانات تحت الأرض لتطوير المعايير الفنية ، وتم إصدار

اطلع عليه يوم 2019/05.19 على ساعة 10.42 - <https://translate.google.com/translate> - 1

هذه اللوائح في 4 سبتمبر 1988. تم توفير الحد الأدنى لمرحلة مدتها 10 سنوات من المتطلبات ، لذلك كان لابد من إكمال العمل بحلول ديسمبر 1998. نشرت وكالة حماية البيئة اللوائح المنقحة لخزان التخزين تحت الأرض في عام 2015.

ب- توجد ضوابط صارمة على الجودة في كل خطوة

في المصفاة ، حيث يتم تكرير النفط الخام إلى البنزين والديزل والمنتجات البترولية الأخرى ، تجري شركة إكسون موبيل اختبارات للتحقق من أن الوقود لدينا يلي أو يفوق منشئ المحرك ومواصفات الصناعة نحن اختبار الوقود مرة أخرى لأنه يدخل خط الأنابيب أو البارجة للتسليم إلى المحطة. في المحطة ، يتم حقن المواد المضافة الخاصة بنا بدقة حيث يتم تعبئة كل شاحنة توصيل ، مما يضمن جودة وقودنا.

أخيراً ، تحتوي موزعات الوقود في محطات الخدمة التي تحمل علامة إكسون وموبيل على مرشحات مدمجة لتوفير التنظيف النهائي قبل دخول الوقود مباشرة إلى خزان سيارتك. يلتزم الوقود لدينا بالمعايير الحكومية السارية.

بعد أن يتم تسليم أنواع الوقود لدينا إلى محطات Exxon و Mobil ، نقوم بمسحها بانتظام للتأكد من أنها تحتوي على النوع والمبلغ المناسبين من إضافات المنظفات لدينا ، وأنها تلي المعايير الفيدرالية والولائية والمحلية المعمول بها. جودة الوقود.

توفر محطات Exxon و Mobil المحلية الخاصة بك عدة أنواع مختلفة من الوقود Synergy TM تعرف على درجاتنا المختلفة من البنزين والديزل عالي الجودة وتعرف على الخيار الأفضل لسيارتك¹.

اطلع عليه يوم 2019/05.19 على ساعة 10.42 <https://translate.google.com/translate> - 1

المبحث الثاني : الدراسات السابقة

لقد تم تناول موضوع مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية، وهذا نظرا لأهميتها في رضا المستهلك و تأثيرها على عملية التسويق. وعليه سنحاول عرض موجز لأهم الدراسات والأبحاث ذات الصلة بموضوع الدراسة وذلك حسب التسلسل التاريخي لها من الأحدث إلى الأقدم وتقسيمها حسب الدراسات العربية والدراسات الأجنبية.

المطلب الأول : الدراسات العربية

1- دراسة عبد الحفيظ محمد الأمين والتي كانت تحت عنوان " دور التسويق في كسب

الزبون دراسة حالة مؤسسة مولاي للمشروبات الغازية. " مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة الجزائر، 2008-2009.

حيث قام الباحث بطرح اشكاليته والمتمثلة في " في ظل سعي المؤسسات الجزائرية نحو التطوير في أسواقها بكسب زبائنها فهل لإدارة التسويق دور في تحقيق ذلك " وهدفت هذه الدراسة لإبراز دور إدارة التسويق داخل المؤسسة من خلال مهامها المساعدة في تحقيق النجاح، ا إدارة التسويق والدور الذي تلعبه بالمساعدة في الحصول . لهذا هدفت الدراسة إلي معرفة أهم الأنشطة التي تقوم علي الميزة التنافسية للمؤسسة.

وقد خلصت الدراسة في الأخير إلي مجموعة من النتائج و التوصيات منها:

- ضرورة وجود إدارة تسويق موجهة بالزبون لتفعيل عمل المؤسسة في أسواقها.
- وضع هيكل تنظيمي علي أساس الزبون يعطي صورة أوضح عن أكبر الزبائن المساهمين في ربحية المؤسسة.
- مهمة هذه الإدارة تكريس التوجه نحو الزبون وذلك لمعرفة جوانب النقص في عملية إشباع حاجاته والسعي نحو تحقيقها بما يضمن رضاه.

- إعطاء الجانب التسويقي المكانة التي تليق به و التخلي تدريجيا عن الأنماط الكلاسيكية لإدارة الأنشطة التسويقية.

- ضرورة وجود إدارة تسويقية موجهة بالزبون مدرجة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة بكل أبعادها التبادلية والعلائقية.

- وجوب أن تكون مهام هذه الاداره التوفيق بين تنظيم مختلف أنشطتها التسويقية وعن صياغة المزيج التسويقي ووضع الخطط الإستراتيجية التسويقية من جهة أخرى .

2- دراسة ياسين محمود يوسف بعنوان : (واقع ممارسات التسويق بالعلاقات وأثرها

في بناء الولاء كما يراها عملاء البنوك التجارية في محافظة اربد بالأردن) رسالة ماجستير ، كلية الاقتصاد و العلوم الادارية ، جامعة اليرموك ، الاردن ، سنة 2010

الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة

هدفت الدراسة إلى الكشف عن الدور الذي يقوم به التسويق بالعلاقات في بناء الولاء عند عملاء البنوك التجارية ، كما هدفت أيضا إلى الكشف عن الجهود التي تبذلها المؤسسة المصرفية في الحفاظ علي الزبون و العمل ذا المفهوم ودراسة طبيعة العلاقة وتفسيرها ، وقد توصل الباحث في دراسته إلى أن التعاطف كان العنصر الأبرز في العملية ككل تليه الثقة و الالتزام ، وأظهرت الدراسة أيضا أن هناك تأثير لعناصر التسويق بالعلاقات علي ولاء الزبائن و أن الاتصال هو المؤثر الرئيسي علي الولاء لدي الزبائن يليه عنصر التعاطف ثم عنصر الالتزام ، أما فيما يخص المتغيرات الديموغرافية فقد كان التأثير من ناحية الدخل الشهري علي عناصر الثقة ، الالتزام ، التبادل ، كذلك وجود تأثير لعدد سنوات التعامل مع البنك علي مفهوم التسويق بالعلاقات.

وفي الأخير خرج الباحث بمجموعة من التوصيات منها ضرورة أن تقوم المؤسسات المصرفية بعملية التطوير التسويقية وكذلك التوجه بالزبون وبناء علاقات تكون مبنية علي الثقة والاحترام المتبادل . المستمر لاستراتيجيا وإعطاء الزبون قيمة أكبر داخل المؤسسة.

3- دراسة سامر أحمد قاسم وسليمان: (العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء دراسة ميدانية على المشافي الخاصة في مدينة اللاذقية) مجلة جامعة تشرين . المجلد 37 العدد (3) 2015 .

تناولت هذه الدراسة إظهار العلاقة بين جودة الخدمة و رضا العملاء عن الخدمات المقدمة في المشافي الخاصة بسوريا

وهدفت إلى تحليل واقع الخدمة الصحيحة في المشافي في السورية الخاصة بمدينة اللاذقية انطلاقا من الإشكالية التالية

ما هو مستوى الخدمة الصحية في المشافي من حيث توفر الأبعاد الأساسية المملوسة التعاطف ، وسرعة الإستجابة ، والتأكيد و الضمان ، والموثوقية و المصدقية ؟

ما هو أثر أبعاد جودة الخدمة الصحيحة على رضا العملاء ؟

ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع استبيان وزع على 105 زبون من المرضى الذين ارتاد و المشافي الخاصة في مدينة اللاذقية وتم اختيارها بطريقة العينة الميسرة و توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

-يوجد إدراك جيد لمحور الملموسة و التعاطف وسرعة الإستجابة و التأكيد و الضمان، وإدراك متوسط الموثوقية، وكذا الرضا العميل بين أفراد عينة البحث.

-وجود أثر ايجابي لكل من (التعاطف و التأكيد و الضمان و الموثوقية)

في رضا العميل بوصفه متغيرا تابعا. بينما لم تؤثر الملموسة و سرعة الإستجابة في رضا العميل.

عند تطلعنا لهذه الدراسة نجد أنها تتشابه مع الدراسة الحالية فكاهما يتحدثان عن جودة الخدمة الا ان دراسة الباحثين ركزت أكثر عن تحليل واقع الخدمة المقدمة في المشافي الصحية وعلاقتها برضا العملاء على اختلاف

الدراسة الحالية التي تبحث في الدور الذي تساهم به جودة خدمة المطارات من خلال أبعادها في تعزيز رضا المشتري الصناعي من جهة أخرى الدراسة الأولى كانت بمدينة اللاذقية بسوريا أما دراستنا فهي بالجزائر .

4- دراسة مُجدّ خيثر و أسماء مرابي(بعنوان العلاقة التفاعلية بين ابعاد جودة الخدمة و رضا الزبون بالمؤسسة " في مجلة الزيادة لإقتصاديات الأعمال جامعة خميس مليانة المجلد 03 في عددها 4، سنة 2017 .

حيث ركزت أهداف هذه المقالة على دراسة العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة و رضا الزبون في المنظمة، وكانت اشكالية الدراسة تتمحور حول السؤال التالي:

كيف تؤثر أبعاد جودة الخدمة في رضا الزبون في المنظمة؟

وقد توصلت الدراسة إلى النقاط التالية :

- الإتفاق على وجود علاقة أكيدة بين جودة الخدمة و رضا الزبون
- يحتاج الزبون إلى الخبرة مع الخبرة لكي يحدد الرضا بينما يمكن إدراك الجودة من دون خبرة فعلية .
- تتضح العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون في صورة نوايا الشراء.
- كما خلصت الدراسة إلى أن مؤشرات جودة الخدمة تعتمد على معايير ومواصفات تضعه المؤسسة وهو يعبر عن حقيقة ملموسة ، بالمقابل مؤشرات الرضا الزبون تعتمد على قاعدة حساسة يصعب لمسها (إدراك الزبون)
- تأثير الملموسة ، التعاطف و الأمان على رضا الزبون
- تأثير الإستجابة و الإعتمادية على رضا الزبون، حيث أن درجة ودقة و سرعة الإستجابة لها تأثير في رغبات الزبون وكسب رضاه.

. المطلب الثاني : الدراسات الأجنبية

1- دراسة (Talluru S, Prasad G) سنة 2003 بعنوان:

Satis fadiom of mobile Banking in Bangladish using astructural aquation model

هدفت هذه الدراسة إلى فهم وتقييم العلاقة بين جودة الخدمة ورضا المستهلك لاستخدام الهاتف المحمول في الخدمات المصرفية من خلال النموذج المعاملة الهيكلية ولتحقيق أهداف الراسة ثم إعدادا استبيان استكشافي منظم لجميع البيانات لتحديد المشاركين في بنغلاديش ، كما استخدم طريقة أخذ العينات الملائمة لتحديد المشاركين المحتملين ف هذه الدراسة و تم اختيار 240 استبيان من الاستبيانات الموزعة وقد اظهر ريد النتائج التحليل الذي استخدم(PLS-SEM) المربعات الهيكلية الجزئية ذات المربعات الصغرى أن هناك تأثيرات

الجانبية وكبيرة لجميع بيانات جودة الخدمة وهي (الملموسة و الموثوقية و الاستجابة والتأكد والتعطف) على رضا العملاء لاستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول خصوصا الاستجابة لها تأثير قوي على رضا العملاء علاوة على ذلك الملموسة كلا أقل التركيز على جميع أبعاد جودة الخدمة مع التركيز بشكل خاص على الاستجابة و الموثوقية لتحسين رضا العملاء وتنطوي هذه الدراسة على العديد من الآثار بالنسبة للباحثين والسلطة المصرفية وواضعي السياسات و الوكالات كما يساعد هذا التأثير البنوك على فهم وتطوير الاستراتيجيات بالإضافة إلى السياسات لتحسين الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في بنغلاديش.

2- دراسة (Talluru S, Prasad G) سنة 2003 بعنوان:

study Hospital Administration. Satisfaction: A comparative Patient" Journal of the Academy

وقد هدفت هذه الدراسة إلى البحث في محددات رضا المرضى وتبين من خلال البحث إلى أن المريض يتوقع خلال إقامته في المؤسسة الصحية ثلاثة أمور أساسية وهي: العلاج ، الرعاية و الراحة ، وأن محددات رضاه هي على التوالي:

- الموثوقية: وتعني قدرة المستشفى على أداء خدمات بإتقان ودقة .
- سرعة الاستجابة: وتعني رغبة العاملين في مساعدة المرضى وتقديم الخدمة فور الحاجة إليها .
- سلوك العاملين: ويقصد به مدى امتلاك العاملين تصرفات اللياقة والكياسة في التعامل الذي يساعد على منح الثقة للمريض.
- الاهتمام: ويعني إبداء الموظفين ومختلف الطاقم الطبي والشبه الطبي الاهتمام والتعاطف مع المرضى خلال مدة الإقامة.
- بنية المستشفى: ويقصد به التركيبة المادية للمستشفى وكل ما يتعلق بالتجهيزات والمعدات واستخدام التكنولوجيات الحديثة في العلاج والاتصال بشكل جيد.

3-دراسة(Adinolfi)، سنة 2003 بعنوان:

Total quality Management <TQM> in Public Health case: A Study of Italian and Irish Hospitals ; Total Quality management Magazine, Vol(14), No(2)

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات الرعاية الصحية في كل من إيطاليا و إيرلندا ودورها الحقيقي في هذه المؤسسات ، كما تطرق الباحث من خلال التطبيق على (14) مؤسسة صحية في كل من البلدين إلى دراسات تبني هذه المؤسسات لنموذج كنجي في إدارة الجودة الشاملة،

الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة

واتضح من خلال الدراسة أنه هناك حاجة أكبر لفهم (TQM) لتطبيقها بصورة أفضل وأعمق وأنه على المعنيين القيام بدراسات أخرى ل(TQM) من خلال التطرق إلى متغيرات بحثية أخرى مثل : التغيير في المسؤولين وقياس درجة فعاليتها.

4-دراسة (Sandra Bertezene) ، سنة 2015 بعنوان:

"Les demarches qualities dans les hôpitaux Français"

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها:

ما هي منهجيات تحسين الجودة التي تسمح بزيادة جودة العلاج والخدمات ، وقادرة على إشباع حاجات المريض، في إطار عملية الاعتماد وقيود الموازنات؟
وركزت الباحثة في دراستها على عيوب الجودة في المؤسسات الصحية وحاولت طرح طرق جديدة نحو منهجية تحسين الجودة . استطاعت الدراسة تحديد جميع جوانب الوجود على مستوى المؤسسات محل الدراسة ، إلا أن نتائجها تبقى محصورة في إطار المؤسسات الحاصلة على شهادة الاعتماد فقط.

المطلب الثالث: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

ولكي نستطيع المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة قمنا بتحديد مجموعة من النقاط التي تساعدنا للوصول الى القيمة المضافة في هذا البحث لإطراء الدراسات السابقة وفتح المجال لدراسات أخرى تدخل ضمن التخصص.

الجدول رقم (I-02) المقارنة بن الدراسات السابقة

المجال	الدراسة الحالية	الدراسات السابقة
الهدف	تهدف الدراسة الى معرفة مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية ؟	يوجد بعض الاختلاف في الدراسات السابقة إلا أن الهدف الرئيسي واحد وهو جودة الخدمات رضا المستهلك
الإشكالية	حاولت الدراسة الحالية معالجة الإشكالية التالية: ما مستوى رضا المستهلكين من خدمات المقدمة في محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر ؟	حاولت مختلف الدراسات السابقة توضيح اهمية خدمات الجودة في مختلف القطاعات .

الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة

شملت الدراسات السابقة مختلف المؤسسات الاقتصادية (تجارية ، صناعية ، مالية ...) كما تنوعت كذلك فترة الدراسة بين دراسة وأخرى.	شملت الدراسة الحالية استهداف اصحاب المركبات في ولاية غرداية خلال سنة 2019.	فترة ومكان الدراسة
تنوع مجتمع وعينة الدراسة في الدراسات السابقة حيث اشتمل على المؤسسات الاقتصادية في مختلفا القطاعات (التجارية - الصناعية و المالية)	يتمثل مجتمع الدراسة استهداف اصحاب المركبات لولاية غرداية .	المجتمع
غلب كذلك على معظم الدراسات السابقة الأسلوب الوصفي التحليلي وذلك من خلال الاعتماد على المؤشرات وتقرير التي تساعد معرفة اثر خدمات الجودة على رضا.	اعتمدنا في الدراسة الحالية على المنهج الوصفي والتحليل في الدراسة الميدانية التي أجريت على مستوى محطات الوقود وذلك من اجل معالجة الموضوع .	المنهجية
غلب على معظم الدراسات أسلوب تحليل الجداول والنسب والتقرير وحتى الإستبيان التي لها علاقة بالموضوع ما يظهر اختلاف دراستنا والدراسات السابقة في هذا الجانب .	تم الاعتماد على الاستبيان كوسيلة رئيسية لجمع المعلومات بشكل منظم ودقيق بالإضافة الى مقابلة المستجوبين عينة الدراسة من أجل التوضيح و إزالت اللبس في الأسئلة إن وجد.	الجانب التطبيقي و الميداني

المصدر : من إعداد الطالب وفق الدراسات السابقة

خلاصة الفصل :

حاولنا في هذا الفصل توضيح مفهوم رضا المستهلك ، و تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر تقيم مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية ، إضافة إلى تحليل بعض الدراسات السابقة المرتبطة بالموضوع.

فمن خلال الدراسة ، قمنا بتقسيم هذا الفصل الى مبحثين حيث المبحث الأول قسمناه إلى ثلاث مطالب ،المطلب الاول عرضنا فيه تعريف الرضا عند المستهلكين وأهميتها و طرق تنمية الرضا عند المستهلك ، أما المطلب الثاني تطرقنا فيها الى تعرف جودة الخدمات انواع الخدمات محطات الوقود ، وبالنسبة للمطلب الثالث فخصصناه إلى تقييم مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية.

أما المبحث الثاني فكان خاص بالدراسة السابقة حيث تم تقسيمه الى ثلاث مطالب ، المطلب الاول الدراسة العربية أما المطلب الثاني فكان خاصة بالدراسة باللغة الأجنبية من خلال ثلاث دراسات وبالنسبة الى المطلب الثالث فكان عبارة عن حوصلة الى الفرق بين دراستنا الحالية ومختلف الدراسات السابقة .

الفصل الثاني: دراسة الحالة

تمهيد :

قد تناولنا في الجانب النظري مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية ، نظرا لأهمية الرضا عند المستهلكين في توجه التسويقي لمحطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر .

ورغبة منا في إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيق قمنا بدراسة ميدانية في محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات بقرية وهذا نظرا أهمية محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الحياة اليومية لأصحاب المركبات .

و بما أن الكفاءة جودة خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات تظهر في الرضا عند المستهلكين بالنسبة للمعايير الدولية.

ولإلمام أكثر بالدراسة الميدانية ارتأينا أن نتناولها من خلال مبحثين ، المبحث الأول نتعرض فيه إلى مجتمع وعينة الدراسة ، وعلى بيانات الدراسة الميدانية بشقيها الثانوية والأولية. وسوف نتطرق إلى طريقة تصميم قائمة الاستبيان بدءا بمرحلة الإعداد إلى هيكل الاستبيان ، بالإضافة إلى التعريف بمتغيرات الدراسة وذلك في المطلب الأول. أما المطلب الثاني سوف نتطرق فيه إلى الأدوات الإحصائية والقياسية المستخدمة. والبرامج المستخدمة في معالجة البيانات المجمعة من الاستبيان. والمبحث الثاني الذي نتناول فيه ثلاثة مطالب ، المطلب الأول نعرض فيه نتائج الدراسة الميدانية ، أما المطلب الثاني فنحاول من خلاله تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية. والمطلب الأخير خاص بمناقشة نتائج الدراسة.

وكان تقسيم هذا الفصل كالتالي:

المبحث الأول : الطريقة والإجراءات المتبعة في الدراسة الميدانية.

المبحث الثاني : نتائج الدراسة الميدانية، تفسيرها ومناقشتها .

المبحث الأول: عموميات حول محطات الوقود

سننتظر في هذا المبحث إلى تقديم عام محطات الوقود من أجل تحقيق أهداف الدراسة، حيث سيتم تطرق الى تطور تعداد محطات الوقود في الجزائر ، وكذا دفتر الشروط.

المطلب الأول : تقديم عام حول محطات الوقود

توجد ثلاث أنواع من محطات الوقود التابعة لمجمع نפטال ، منها 386 محطة التسيير المباشر وهي ملكية نפטال ، و 301 محطة التسيير الحر وهي ملكية نפטال تسيير عن طريق الخواص ، وتوجد 1491 نقاط البيع المعتمدة، وبالتالي مجموعها الاجمالي وصل اليوم الى 2178 محطة ، وفي حال تم تزويد المجمع بقطع ارضية مخصصة لبناء محطات بنزين سوف نقوم بإنشاء أكثر من 100 محطة في غضون خمس أو ست سنوات.

اليوم بلغ عدد عمال شركة نפטال حوالي 31 الف و 200 موظف ، وفي حال تم ادراج نشاطات جديدة خاصة بالقطاع سوف تكون هناك مناصب شغل تتاح للشباب .

لضمان تلبية الطلب المتزايد على الوقود و المنتجات النفطية لتحسين مختلف الخدمات المقدمة للمواطنين عبر محطات التوزيع، و ذلك من خلال تنفيذ برنامج شامل لتأهيل و تجديد محطات التوزيع الجاري حاليا عبر كامل ولايات القطر الوطني.

وفضلا عن ذلك فان أشغال التهيئة و التجديد متواصلة بمحطتي "القواتين" و "قصر حلين" موضحا أن شركة نפטال برجت أيضا مشروعين إضافيين لتهيئة محطتين بمدينة افلو .

للأرقام حول محطات توزيع الوقود العملية قال الوزير البلاد تحصي حاليا 2.440 محطة لتوزيع الوقود منها 660 محطة تابعة لشركة نפטال و 1.800 محطة تابعة للخواص.

لحد الان توجد 10 محطات متنقلة ، وبالشراكة مع كل من شركة ماجي و شركة سي أر ميتال ، سوف نصل الى 100 محطة متنقلة ، وهي موجهة بالدرجة الاولى لولايات الجنوب ، فبعد استيرادنا لهذه المحطات ، أصبحت هذه الاخيرة تصنع بالجزائر بالشراكة مع المؤسستين المذكورتين .

قاعات مطالعة ومطاعم فاخرة للوافدين

تشهد العديد من محطات الوقود بالجزائر العاصمة عمليات تهيئة، حيث تم غلقها مؤقتا من أجل عصرنتها وهذا بعد الخدمات التي كانت تقدمها في السابق نظرا لقدمها واهتراء البعض منها، هذه العملية التي استحسنها أصحاب المركبات واستأؤوا من عدم توفير البديل ما تسبب في تشكل طوابير بمحطات الوقود الأخرى.

أكدت شركة نפטال أن محطات الوقود بالجزائر العاصمة تعرف عمليات تهيئة وعصرنة من أجل مضاعفة قدرات التخزين فمعظم المحطات أصبحت قديمة تحتاج إلى مشاريع تهيئة، وقال إن الشركة تعزم إنشاء محطات كبرى تقدم خدمات رفيعة مزودة بمرافق عمومية أخرى مثل المكتبات والمطاعم.

أن عدد محطات الوقود بالجزائر العاصمة قد تجاوز المئة محطة، وإذا ما قمنا بجولة على مستوى العاصمة بما فيها البلديات المتواجدة بغرب العاصمة، نجد أن عددها كافٍ وقد تجاوز المئات، وعليه فإن العاصمة لا تحتاج إلى فتح محطات جديدة للوقود لأن الموجودة قادرة بدورها على تغطية حاجات الزبائن، مضيفا أن مؤسسة نפטال تسعى إلى فتح محطات وقود متعددة الخدمات، وبحسب نفس المسؤول فإن المشكل القائم والمتمثل في الازدحام المسجل على مستوى محطات الوقود الذي يلزم الزبائن على الوقوف في طوابير طويلة على مدار أيام السنة لأجل التزود بالوقود مرتبط بتوسع حظيرة السيارات في السنوات الأخيرة، مشيرا إلى أن عدد المركبات ارتفع لكن مقابل هذا يجب إعداد استراتيجية لمواجهة هذا العدد الهائل وتنظيم محطات الوقود والقضاء على الطوابير الطويلة، مؤكدا أن سبب غلق بعض محطات الوقود منها المتواجدة على مستوى عين البنيان متعلق بأصحابها وليس بمؤسسة نפטال، ويجري إنجاز وحدات تخزين عديدة لتدعيم 50 مركزا تتوفر عليه المؤسسة عبر التراب الوطني.

1- عصرنة كل محطات البنزين بالعاصمة

تعرف الكثير من محطات البنزين بالجزائر العاصمة مشاريع تهيئة جزئية وأخرى تم غلقها نهائيا لكي يتم إعادة تهيئتها وعصرنتها على غرار محطة الوقود بحي الشمس الضاحكة بشوفالي ومحطة حي 5 جويلية ببلدية باب الزوار التي تم غلقها من أجل إعادة تهيئتها وعصرنتها، حيث أكد جمال شرود المكلف بالاتصال لدى شركة نפטال أن محطات الوقود بالجزائر العاصمة ستستفيد جميعها من مشروع تهيئة نظرا لقدمها فقد أصبحت لا تقدم خدمات جيدة نظرا للوضع الذي أصبحت عليه وبالتالي تزويدها بأحدث التقنيات مثل الدفع الإلكتروني وهذا من أجل مضاعفة قدرات التخزين.

2- محطات وقود 5 نجوم في الجزائر

كلفتم شركة نפטال الجزائرية المتخصصة في توزيع الوقود مكثبي دراسات أحدهما فرنسي بإعداد دراسة حول تطوير 30 محطة وقود في الجزائر العاصمة وهران قسنطينة عنابة حاسي مسعود وفي الطريق السيار، وبدأت الشركة في تحويل محطات الوقود هذه إلى واجهة للشركة في إطار سياسة تسويقية جديدة، ولقد جاء هذا المشروع على خلفية الملاحظة التي قدمها الوزير الأول عبد المالك سلال وعاتب نوعية الخدمات التي أصبحت تقدمها بعض محطات الوقود وهو ما دفع مجلس إدارة الشركة لتخصيص مبلغ 200 مليار دينار لتطوير منشأتها، حيث

خصصت نفطال جزءا من الـ 200 مليار دج من أجل اقتناء آلات تغذية بالوقود حديثة، كما تقرر تمويل البرنامج في مشاريع تتواصل خمس سنوات مقبلة، وأوضح مدير عام نفطال في وقت سابق أن هذه البرنامج سيركز خاصة على عصرنة محطات الخدمات بالطريق السريعة لضمان مستعملي الطريق خدمات تكون وفق المعايير الدولية، وأكد أن الأولوية ستكون الرفع من طاقات تخزين الوقود وذلك من خلال إنجاز مراكز تخزين وتوزيع جديدة للاستجابة للاحتياجات المتزايدة على الوقود.

3- المواطنون يستحسنون مشاريع التهيئة ولكنهم مستأوون من عدم توفير البديل

عبر العديد من مستخدمي الطرق عن استيائهم من قرار غلق بعض محطات البنزين التي يقبلون عليها بعد قرار غلقها من أجل تهيئتها، حيث عاتبوا عن قرار غلقها مؤقتا دون إعلامهم مسبقا وكذا توفير البديل من أجل تخفيف الضغط على المحطات القريبة والتي أصبحت تشهدا اكتظاظا رهيبا بسبب غلق المحطات من أجل تهيئتها، وفي المقابل استحسن البعض الآخر من المواطنين تهيئة محطات الوقود من أجل عصرنتها، التي كانت تقدم خدمات سيئة، حيث اعتبروها مشروعا يعود بالمنفعة العامة.

4- محطات وقود مزودة بمكاتب ومطاعم فاخرة

أعلنت شركة نفطال عن مشروع إنجاز محطات ذات خدمات خارج الوقود، حيث أكد جمال شردود المكلف بالإعلام بشركة نفطال «للمحور اليومي» أن الشركة برمجت إنجاز محطات خدمات خارج الوقود، حيث خصصت فيها مرافق عمومية أخرى مثل المقاهي ومكتبة ومطاعم وهذا في الطرق السريعة والسيارة والمدن الكبرى، و هذا من أجل مضاعفة قدرات التخزين وتحسين الخدمات التي تلي طلبات المواطن المتزايدة وكذا تخفيف الضغط الذي تعرفه الكثير من المحطات بالمدن الكبرى .وأضاف شردود أن شركة نفطال برمجت إنجاز حوالي 80 محطة في آفاق 2020 وتطمح إلى إنجاز 56 في حدود سنة 2030 على المستوى الوطني.

5- حملات تحسيسية لتشجيع استعمال الغاز الطبيعي

ستقوم شركة نفطال بحملات تحسيسية لترويج مزايا استعمال الغاز الطبيعي واستبداله بالوقود الذي يعرف سعره ارتفاعا مقارنة بالغاز الطبيعي الذي هو أكثر اقتصادا وصديقا للبيئة، ناهيك عن الإيجابيات التي تمتاز بها، وفي هذا الشأن سيتم الترويج لإستعمال الغاز الطبيعي وقودا من خلال مخطط اتصال بالإمكانات الوطنية من الغاز الطبيعي ملائمة وتعد دافعا لتشجيع اللجوء الى هذا النوع من الوقود، وتتطلب العملية إقبال المستعملين على اقتناء وتركيب أجهزة خاصة بسياراتهم، فمؤسسة «نفطال» اقتنت عددا رمزيا من هذه الأجهزة بهدف الترويج. هذه العملية التي تهدف بشكل خاص السيارات الكبيرة وحافلات النقل الحضري والشاحنات لا سيما تلك المخصصة

لجمع النفايات في البداية لكن الوضع الحالي وبارتفاع سعر الوقود تم تعميم العملية على السيارات السياحية والنفعية.

تسعى شركة نפטال الى فتح أول محطة نموذجية للتموين بـ«الغاز الطبيعي كوقود» أين كانت التجربة الأولى بالروبية الجزائر العاصمة والثانية بمقاطعة شراكة، وستزود هذه المحطة بجهاز خاص بتموين السيارات بالغاز الطبيعي ووقود إلى جانب باقي الأجهزة التي تمون بأصناف الوقود الأخرى التقليدية، وتهدف هذه العملية إلى «تحفيز» سائقي السيارات خاصة في الوسط الحضري على الإقبال على هذا النوع من الوقود النظيف من أجل المحافظة على المحيط من جهة وإحداث قيمة اقتصادية مضافة من خلال استعمال هذا المصدر الطاقوي الذي تقل تكلفته عن أنماط أخرى من الوقود يضيف نفس المسؤول.

وفق اخر احصائيات شهر نوفمبر الفارط ، تم استهلاك ما يقارب مليون و 820 الف طن من الغاز ، مقارنة بنفس الفترة من شهر نوفمبر 2017 الذي سجل نسبة استهلاك مليون و 645 طن أي بزيادة 11 بالمائة ، فيما بلغت قيمة استهلاك سيرغاز حوالي 521 الف طن مقارنة بـ 369 الف طن سنة 2017 ، أي بزيادة 41 بالمائة ، مع الإشارة الى الفارق بين سعر البنزين الذي يقدر بـ 42 دج وسعر سيرغاز الذي يقدر بـ 9 دج .

أما بالنسبة للبنزين فقد تم استهلاك ما يقارب 3 ملايين و 400 ألف طن لسنة 2018 مقارنة بـ 3 ملايين و 600 ألف طن المسجلة في 2017 ، وفيما يخص المازوت فقد تم استهلاك حوالي 8 ملايين و 350 الف طن لهذه السنة مقارنة بـ 8 ملايين و 300 الف طن لسنة 2017 ، وعن وقود الطائرات فتم استهلاك ما يقارب 524 الف طن لـ 2018 ، مقارنة بـ 530 الف طن للسنة الفارطة ، و 208 ألف طن هي نسبة استهلاك وقود البائرات لعام 2018 ، مقارنة بـ 225 الف طن لعام 2017 .

أما الزيوت فكانت نسبة استهلاكها حوالي 61 الف طن من 2018 ، و 65 الف طن من 2017 ، وعن نسبة استهلاك الزيت للسنة الجارية فقاربت 357 الف طن مقابل 350 الف طن للسنة الفارطة ، فيما تم استغلال 38 الف وحدة من المطاط لهذه السنة مقابل 48 الف وحدة لسنة 2017 .

المطلب الثاني : أبرز الخدمات التي تقدمها محطات الوقود في الجزائر .

شركة نפטال ، تسعى جاهدة من أجل توفير كل الخدمات والامتيازات للمواطنين ، وعلى غرار توفير وتعبئة قارورات الغاز ، وضعت الشركة دفتر شروط صارم يقدم كل المزايا والخدمات المرجوة ، خاصة فيما تعلق بمحطات

البنزين سواء كانت في المدن أو في الطريق السريع ، وذلك عن طريق توفير ” مختلف مراكز الصيانة ، الانترنت ، المطاعم ، المقاهي ، نظافة المراحيض .. وغيرها من الامور ” .

حقيقة شركة نפטال في الوقت الراهن تمنح الية البطاقة للشركات والمؤسسات فقط ، ونحن نعمل على تعميم استخدامها عبر القطر الوطني لكي يستطيع المواطن التعامل بها بعد توفير الشركة لكل مزايا استعمالها والامتيازات التي تقدمها له مؤسسة نפטال .

كما أن محطات نפטال يتوفر بها جهاز الدفع الالكتروني ، وتوجه المتعاملين الاقتصاديين بالشراكة مع المؤسسة لاستعمال هذا الجهاز سيساعدهم على تفادي المشاكل والمخاطر خصوصا بالنسبة للمحطات التي تحقق أو تجني مبالغ ضخمة في اليوم .

-شركة نפטال ، هي في صدد انجاز هذا التطبيق الذي يساعد المواطن في ايجاد اقرب محطات البنزين خصوصا في المناطق التي لا يعرفها ، وسيتم اطلاقه خلال سنة 2019 ، لكن قبل الشروع بالعمل في هذا التطبيق يمكن للمواطن أن يستعمل الموقع الخاص بمؤسسة نפטال ، ويوجهه للمحطات التي تكون قريبة منه¹ .

المطلب الثالث : دفتر الشروط انشاء محطات الوقود في الجزائر

مرسوم تنفيذي رقم 15-57 مؤرخ في 18 ربيع الثاني عام 1436 الموافق 8 فبراير سنة 2015، يمدد شروط وكيفيات ممارسة نشاطات تخزين و/ أو توزيع المنتجات البترولية.

- وبناء على الدستور، لا سيما المادتان 85-3 و 125 الفقرة 2 منه، الفصل الأول

احكام عامة المادة الأولى : تطبيقا لأحكام المادة 78 مكرر من القانون رقم 05-07 المؤرخ في 19 ربيع الأول عام 1426 | الموافق 28 أبريل سنة 2005، والمادة 25 من القانون رقم

08 - 04 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 | غشت سنة 2004 والمذكورين أعلاه، يهدف هذا المرسوم إلى تحديد شروط وكيفيات ممارسة نشاطات تخزين و/أو توزيع المنتجات البترولية.

المادة 2: تطبق أحكام هذا المرسوم على المنتجات البترولية المنصوص عليها في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 08-289 المؤرخ في 20 رمضان عام 1429 الموافق 20 سبتمبر سنة 2008 والمذكور أعلاه.

المادة 3: يقصد، في مفهوم هذا المرسوم، بما يأتي :

مركز تعبئة البترول الجميع : المنشأة المخصصة التخزين وتعبئة القارورات بغازات البترول الممبعة وتحتوي على:

¹ تم الاطلاع عليه يوم 2019/05/21 ، على ساعة 2.01 <https://www.tsa-algerie.com/ar/>

- قدرات تخزين هذه الغازات على السائب، - حظيرة جهاز التعبئة - حظيرة قارورات غاز البترول المميع، - مساحة تخزين القارورات، - وسائل التموين والشحن والتسليم، - المنشآت الخاصة.

الموزع : كل شخص طبيعي أو معنوي تتوفر لديه شبكة توزيع تحمل علامته التجارية الخاصة والذي يتمثل نشاطه الأساسي في التسويق بالجملة أو بالتجزئة لمنتجات الوقود و / أو منتجات غاز البترول المميع

الفصل الثاني شروط وكيفيات ممارسة نشاطات تخزين و / أو توزيع

المنتجات البترولية المادة 4: تخضع ممارسة نشاطات تخزين و / أو توزيع المنتجات البترولية، قبل قيد هذه النشاطات في السجل التجاري، للموافقة المسبقة التي يصدرها الوزير المكلف بالحروقات، بعد إبداء رأي سلطة ضبط المحروقات.

المادة 5: يخضع الحصول على الموافقة المسبقة للممارسة إلى اكتتاب دفتر الشروط النموذجي المرفق بالملحق الثالث بهذا المرسوم وتقديم الملف الذي يتضمن الوثائق المذكورة في الملحق الأول بهذا المرسوم

المادة 6: تمنح الموافقة المسبقة المذكورة في المادة 4 أعلاه، وفقا للإجراء الآتي :

يودع الملف الذي يتضمن الوثائق المذكورة في الملحق الأول بهذا المرسوم، لدى المديرية الولائية للطاقة التابع لها موقع ممارسة النشاط .

ترسل المديرية الولائية للطاقة، التابع لها موقع ممارسة النشاط، الموافقة المسبقة إلى صاحب الطلب في أجل لا تتجاوز مدته ثلاثين (30) يوما، ابتداء من تاريخ استلام الملف كاملا.

المادة 7: يشترط للممارسة الفعلية لنشاطات تخزين و / أو توزيع المنتجات البترولية، الحصول على اعتماد نهائي يصدره الوزير المكلف بالحروقات، بعد إبداء رأي سلطة ضبط المحروقات.

يسلم الاعتماد النهائي وفقا للإجراء الآتي :

يودع صاحب الطلب الملف الذي يتضمن الوثائق المذكورة في الملحق الثاني بهذا المرسوم، لدى المديرية الولائية للطاقة التابع لها موقع ممارسة النشاط.

الملحق الأول¹

ملف طلب الموافقة المسبقة يتضمن ملف طلب الموافقة المسبقة الوثائق الآتية:

1- طلب موافقة مسبقة حسب الاستمارة الواجب سحبها لدى المديرية الولائية للطاقة

2- وثيقة تعريف صاحب الطلب أو ممثله

الشرعي

3 - مخطط التنمية لمدة خمس (5) سنوات والمتضمن :

- القائمة المفصلة للاستثمارات المزمع القيام بها والجدول الزمني للإنجازات التي يجب ألا تتجاوز سنتين (2)،

- ميزانيات وحسابات النتائج التقديرية للنشاط المدة خمس (5) سنوات،

4- دفتر الشروط النموذجي المرفق بالملحق الثالث بهذا المرسوم، مؤشرا وموقعا عليه من قبل صاحب الطلب أو

ممثل الشرعي.

ملف طلب الاعتماد النهائي يتضمن ملف طلب الاعتماد النهائي الوثائق الآتية :

1- نسخة من مستخرج السجل التجاري،

2 - نسخة من عقد الملكية أو عقد امتياز القطعة الأرضية، وعند الاقتضاء، نسخة من عقد التنازل عن المنشأة،

3 - نسخة من الرخص المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على المؤسسات المصنفة،

4- بطاقة تقنية للمشروع مع تفصيل للموارد البشرية المناسبة الواجب تجنيدها. ملحق رقم 02

المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية (الطريقة و الإجراءات)

سنتطرق في هذا المبحث إلى توضيح الجوانب الخاصة بمنهجية الدراسة وإجراءاتها المتبعة من أجل تحقيق أهداف الدراسة، حيث سيتم وصف مجتمع الدراسة و عينتها، و المراحل المختلفة لتصميم أداة الدراسة التي تم الاعتماد عليها لجمع البيانات و المعلومات حول الموضوع، كم يتم أيضاً عرض مجريات التحكيم و طرق التحقق من الصدق و الثبات، وكذا عرض مختلف المعالجات الإحصائية المستخدمة للإجابة على أسئلة الدراسة و التحقق من الفرضيات.

المطلب الأول: طرق وأدوات الدراسة

1. منهجية الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى بحث مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية. وقد طبقت هذه الدراسة على اصحاب المركبات في محطات التزود بالوقود والزيت في ولاية غرادية ، ولبلوغ هذا الهدف فقد تم استخدام المنهج الوصفي لعرض الخلفية النظرية للموضوع، أما في الجانب الميداني من الدراسة فقد تم الاعتماد فيه على أسلوب دراسة الحالة وهذا من خلال تصميم الاستبيان ، وقد تم توزيع استبيانات في شكلها النهائي بغرض جمع بيانات تفيد في حل إشكالية البحث، حيث تم تجميعها ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS (Statistical Package for Social Science) النسخة رقم 20، والاستعانة أيضا ببرنامج Excel، بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات ترجمت إلى نتائج وتوصيات تدعم موضوع الدراسة.

2. مجتمع الدراسة و عينتها

يتكون مجتمع الدراسة من مختلف اصحاب المركبات الذين لهم علاقة بموضوع الدراسة وقد تم تسليط الضوء على عينة عشوائية بلغت 210 فرد .

3. أداة الدراسة

من خلال طبيعة الدراسة و طبيعة البيانات و المعلومات المراد الحصول عليها من أفراد عينة الدراسة فقد انصب الاهتمام على:

- الاستبيان: حيث تمثل الأداة الرئيسية التي تم الاعتماد عليها بحيث تم تصميمه بغرض جمع البيانات الأولية من أفراد العينة، وقد تم الاعتماد في تصميم الاستبيان على عدد من الدراسات السابقة و تم عرضه على عدد من الأساتذة المتخصصين لتحكيمه، و بعد تعديله تم توزيع 220 استبيان على أفراد عينة الدراسة، و ذلك خلال شهر مارس من سنة 2019، إذ تم استرجاع 215 استبيان، حيث تم استبعاد 5 منها نتيجة لعدم صلاحيتها للتحليل، وخلص عدد الاستبيانات الخاضعة للتحليل إلى 210 استبيان، أي ما نسبته 95.2% من إجمالي مجتمع الدراسة، و الجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول (II-01): الإحصائيات الخاصة باستمارة الاستبيان

البيان	العدد	النسبة
عدد الاستثمارات الموزعة	220	100%
عدد الاستثمارات المسترجعة	215	97.6%
عدد الإستثمارات الغير مسترجعة	5	2.4%
عدد الاستثمارات الملغاة	5	2.4%
عدد الاستثمارات المقبولة	210	95.2%

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا عن نتائج الاستبيان.

الجدول السابق يبين أن العدد الإجمالي الذي تم استعادته من الاستبيانات التي وزعت هو: (215) استبيان، وهذا العدد يشكل ما نسبته (97.6%) من العدد الموزع والبالغ (220) استبيان. و عدد الاستبيانات المستبعدة كانت (5) استبيانات في حين نجد أن الاستبيانات الخاضعة للتحليل بلغ عددها (210) بنسبة (95.2%) من أفراد عينة الدراسة، كما أن عدد الاستبيانات الغير مسترجعة بلغ (05)، أي ما نسبته (2.4%) من أفراد عينة الدراسة.

-يهدف هذا الاستبيان إلى معرفة مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية ، فقد تم إعداد الاستبيان انطلاقا من الأسئلة

والفرضيات المطروحة في بعض الاستبيانات التي تتمحور حول نفس متغيرات الدراسة والتي تم الاستئناس بها في عملية تصميمه. حيث مرّ تصميم الاستبيان قبل الشروع في عملية توزيعه بالمراحل التالية:

- إعداد استبيان أولي من أجل استخدامه في جمع البيانات والمعلومات: وهذا استنادا على مراجعة دراسات سابقة ذات صلة.

- عرض الاستبيان على المشرف من أجل تقييم مدى ملائمته لجمع البيانات، وتعديله الأولي حسب توجيهاتهم.

- تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين* والذين قاموا بتقديم النصح والإرشاد من تعديل وحذف ما يلزم.

- توزيع الاستبيان بشكله النهائي على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة، وذلك بعد أخذ الموافقة من المشرف.

وقد تم تقديم هذا الاستبيان بفقرة تعريفية حثّ فيها الموظفين على التعاون والصدق في الإجابة، حيث تم تقسيمه إلى ثلاثة أجزاء:

الجزء الأول: يحتوي على البيانات الشخصية لمجتمع الدراسة ويتكون من 6 فقرات تخص: "الجنس والعمر، المؤهل العلمي، الحالة العائلية، الفئة المهنية الاجتماعية و الدخل الفردي "قصد التعرف على خصوصيات الباحثين.

الجزء الثاني: يوضح مدى رضا المستهلكين، حيث يتكون من (10) فقرات.

الجزء الثالث: متعلق بتصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير

الدولية. و يتكون من 17 فقرة اذ يحتوي على(03) أبعاد لتصنيف خدمات محطات التزود بالوقود و الزيوت

، وكل بعد يحتوي على مجموعة من الفقرات : (05) فقرات لتقييم التصنيف حسب وزارة النقل و(06) فقرات

لتقييم التصنيف من قبل وصاية البلدية ،(06) فقرات لتقييم التصنيف من طرف وزارة البيئة .

*مجموعة الأساتذة بكلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير بجامعة غرداية (أنظر الملحق رقم 01)

الجدول رقم (II-02): مضمون الإستبيان

رقم الفقرات	البعد
(10-01)	رضا المستهلكين
(15-11)	تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة النقل
(21-16)	تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وصاية البلدية
(27-22)	تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة البيئة

المصدر: من إعداد الطالب بناءً على الإستبيان (أنظر الملحق رقم 02)

بالإضافة إلى بعض الأدوات التدعيمية التي تم الاعتماد عليها للحصول على البيانات و المعلومات اللازمة تمثلت فيما يلي:

- **المقابلة الشخصية والملاحظة:** وذلك من خلال مقابلة شخصية لبعض اصحاب المركبات بغرض إعطاء توضيحات ومعلومات تساعدنا في دراستنا، و شرح وتوضيح مضمون الاستبيان للعينة. ومن خلال الزيارات الميدانية المستمرة محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات محل الدراسة، وسمح مسؤوليها لنا بالتنقل و الاستفسار، سمحت لنا الفرصة بأخذ ملاحظات مهمة حول طريقة تقديم الخدمات ومدى اهتمام الإدارة بتصرفات العاملين، ما سيساعد لاحقاً في تفسير النتائج و التعليق عليها.

- **وثائق الدراسة:** تم الاعتماد على الوثائق الخاصة بمؤسسة نفطال والتي وفرت لنا بعض المعطيات والبيانات الضرورية للبحث، حيث تمثلت في بيانات حول وقت عمل وعدد العمل ومختلف الخدمات المقدمة بمختلف مصالحها المقدمة، وبعض معلومات حول طبيعة نشاط مؤسسة نفطال و وظائفها.

4. متغيرات الدراسة:

تم الاعتماد على متغيرين للدراسة وهما المتغير المستقل والمتغير التابع، وذلك موضح في الجدول رقم (II-03).

الجدول رقم (II-03): متغيرات الدراسة

الاسم	المتغيرات
جودة الخدمات	المتغير المستقل
رضا المستهلكين	المتغير التابع

المصدر: من إعداد الطالب

5. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

قد جرت معالجة البيانات المتحصل عليها من الاستبيان الموزع على أفراد عينة الدراسة باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعي (SPSS)، وذلك بهدف تحقيق أهداف الدراسة و الإجابة على تساؤلاتها، فقد قمنا بتفريغ وتحليل الاستبيان من خلال البرنامج الإحصائي (SPSS) الإصدار 20، وذلك باستخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- المتوسط الحسابي و الإنحراف المعياري: لتحديد أهمية الدراسة النسبية لاستجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه محاور و أبعاد الدراسة.
- التكرارات و النسب المئوية: ذلك لوصف الخصائص الشخصية و الوظيفية لأفراد العينة.
- اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) :لقياس صدق الفقرات و لقياس قوة الارتباط والعلاقة بين المتغيرين: فإذا كان المعامل قريب من (+1) فان الارتباط قوي و موجب (طردى)، وإذا كان قريب من (-1) فان الارتباط قوي و سالب (عكسي)، وكلما قرب من (0) يضعف إلى أن ينعدم.
- اختبار كولومجروف - سمرنوف (1- Sample K-S): لمعرفة مدى اتباع البيانات للتوزيع الطبيعي.
- تحليل الإنحدار : حيث يساعد هذا التحليل على معرفة العلاقة التأثيرية بين المتغير المستقل و التابع.
- الاختبار الإحصائي ANOVA لمعرفة مدى تأثير المتغيرات الشخصية و الوظيفية على متغيرات الدراسة.

- إختبار **t-test** لإختبار العينات المستقلة. لمعرفة أثر المتغير المستقل حول في متغيرات الدراسة.
- ◆ وقد كانت إجابات كل فقرة وفق مقياس ليكارت الخماسي (Likert) حيث يعتبر هذا المقياس من أكثر المقاييس شيوعا بحيث يطلب فيه من المبحوث أن يحدد درجة موافقته أو عدم موافقته على خيارات محددة وهذا المقياس مكون غالبا من خمسة خيارات متدرجة يشير المبحوث إلى اختيار واحد منها وهي خمسة خيارات كما هو موضح في الجدول رقم (04-II) حيث تم تحديد مجال المتوسط الحسابي من خلال حساب المدى ، أي أنه تم وضع مقياس ترتيبي لهذه الأرقام لإعطاء الوسط الحسابي مدلولاً باستخدام المقياس الترتيبي ، وذلك للاستفادة منها فيما بعد عند تحليل النتائج. كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم (04-II) : مقياس ليكارت الخماسي

التصنيف	موافق بشدة	موافق	موافق نوعا ما	غير موافق	غير موافق بشدة
النقاط	5	4	3	2	1
الدرجة	5-4.2	4.19-3.4	3.39-2.60	2.59-1.80	1-1.79

واستنادا إلى ذلك فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها لتفسير البيانات حسب مستوى الأهمية وذلك على النحو التالي:

الجدول رقم (05-II) مقياس التحليل

مرتفع	متوسط	منخفض
3,67 فأكثر	3,66-2,34	2,33-1

حيث تم اعتماد هذا المقياس على أساس: طول الفئة = $\frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى}}{\text{عدد المستويات}}$

$$3 = \frac{(1-5)}{3} = \frac{4}{3} = 1,33 \text{ ، حيث أن عدد المستويات} = 3$$

وبناءً عليه فإذا كانت قيمة المتوسط الحسابي لل فقرات أكبر من 3.67 فيكون مستوى مرتفعاً (ويعني موافقة عالية لأفراد العينة على العبارة) أما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي من 2.34-3.66 فيكون المستوى متوسطاً، وإذا كان المتوسط الحسابي من 1- أقل من 2.33 فيكون المستوى منخفض.

6. صدق وثبات الاستبيان:

و للتأكد من مدى صدق و صلاحية استمارة الاستبيان و كأداة لجمع البيانات اللازمة للدراسة الحالية، التي تم اختبارها ثم عرضها على عدد من المحكمين بلغ عددهم (03) من أعضاء الهيئة التدريسية بكلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير* ، وقد استجيب لآراء السادة المحكمين وتعديل ما يجب تعديله في ضوء مقترحاتهم.

ثبات أداة الدراسة: يقصد به أنه عند إعادة توزيع الاستبيان مرة ثانية على نفس أفراد العينة في فترتين مختلفتين وفي الظروف نفسها فنحصل على نفس النتائج السابقة. وفي الظروف نفسها وقد تم التحقق من ثبات الأداة باستخدام معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach للتأكد من الثبات الكلي للاستبيان ودرجة الاتساق الداخلي بين فقراته.

أ- اختبار الاتساق الداخلي لأداة الدراسة: باستخدام معامل ألفا كرونباخ، لقياس مدى ثبات محاور الاستبيان، و الإتساق الداخلي لفقراته والنتائج ممثلة في الجدول الموالي:

* أنظر الملحق رقم 01

الجدول رقم (II-06): معاملات الثبات لمعدل كل محور من محاور الدراسة مع المعدل الكلي لجميع فقرات الاستبيان.

عنوان المحور	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرومباخ
الرضا عند المستهلكين	10	0.874
تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من قبل وزارة النقل	5	0.885
تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من قبل وصاية البلدية	6	0.965
تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود و الزيت من قبل وزارة البيئة	6	0.824
جميع الفقرات	27	0.788

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03- أ)

من خلال الجدول رقم (II-06) معامل الثبات العام للاستبيان عال حيث بلغ (0.788) كما تراوحت معاملات الثبات للمحاور بين (0.741 إلى 0,965) حيث كانت أكبر من الحد الأدنى المقبول لمعامل الثبات (74%) وهذا يدل أن الاستبيان بجميع محاوره يتمتع بدرجة من الثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

ب- قياس الصدق البنائي للمجالات: حيث يبين الجدول رقم (07) معاملات الارتباط بين معدل كل محور من محاور الدراسة مع المعدل الكلي لجميع فقرات المجال.

الجدول (07-II) معاملات الارتباط بين معدل كل محور مع المعدل الكلي لجميع فقرات الاستبيان.

عنـــــــــوان المحور	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
رضا عند المستهلكين	0,844	0.00
تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة النقل	0.635	0.00
تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وصاية البلدية	0,786	0.00
تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود و الزيوت من قبل وزارة البيئة	0.750	0.00
محور جودة الخدمات	0.725	0.00

** الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.05

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03)

من خلال الجدول رقم (07-II) يتضح أن معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى معنوية (0.05) ويبين أن معاملات الارتباط كانت مرتفعة بالنسبة لكل محور، إذ أن معامل الارتباط بين المحور الثاني " جودة الخدمات " والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان كان بدرجة (0,725) وهي درجة مرتفعة. حيث أن معامل الارتباط بين البعد الأول " تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة النقل " والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان كان بدرجة (0.635) وهي درجة متوسطة.

كما أن معامل الارتباط بين البعد الثاني " تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وصاية البلدية " والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان كان بدرجة (0,786) وهي درجة مرتفعة أيضاً. أما معامل الارتباط بين البعد الثالث " تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود و الزيوت من قبل وزارة البيئة " والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان كان بدرجة (0.750) وهي أيضاً درجة مرتفعة.

أما معامل الارتباط بين المحور الأول " الأداء الوظيفي " والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان كان بدرجة (0,844) وهي أيضاً درجة مرتفعة. هذا ما يدل على تجانس الاستبيان

ج- توزيع البيانات: تم إجراء اختبار كولموجروف- سمرنوف لمعرفة هل تتبع البيانات التوزيع الطبيعي أم لا وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً، حيث قمنا بتحديد الفرضية الصفرية والبدلية كما يلي:

الفرضية الصفرية H_0 : البيانات تتبع التوزيع الطبيعي

الفرضية البديلة H_1 : البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

والجدول التالي يوضح النتائج:

الجدول رقم (08-II) نتائج اختبار كولموجروف- سمرنوف في توزع البيانات.

القسم	عنوان المحور	عدد الفقرات	قيمة Z	قيمة مستوى الدلالة
الأول	رضا عند المستهلكين	10	0.458	0.236
الثاني	جودة الخدمات	17	0.984	0.354

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03- ج)

من خلال الجدول رقم (08-II) يتضح أن قيمة Z للمحور الأول تساوي (0.458)، وأن مستوى الدلالة يساوي (0.236) أي أنها غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05)، كما يتضح أن قيمة Z للمحور الثاني تساوي (0.984)، وأن مستوى الدلالة يساوي (0.354) أي أنها غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05)، وبناءً عليه نقبل الفرضية الصفرية H_0 ونرفض الفرضية البديلة H_1 ، حيث يتجه تحليلنا نحو الطرق المعلمية.

المطلب الثاني: عرض و تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها

في هذا المطلب سيتم عرض نتائج الدراسة المتحصل عليها من خلال معالجة البيانات ببرنامج SPSS ، ثم تحليلها و مناقشتها*.

- النتائج المتعلقة بخصائص أفراد عينة الدراسة:

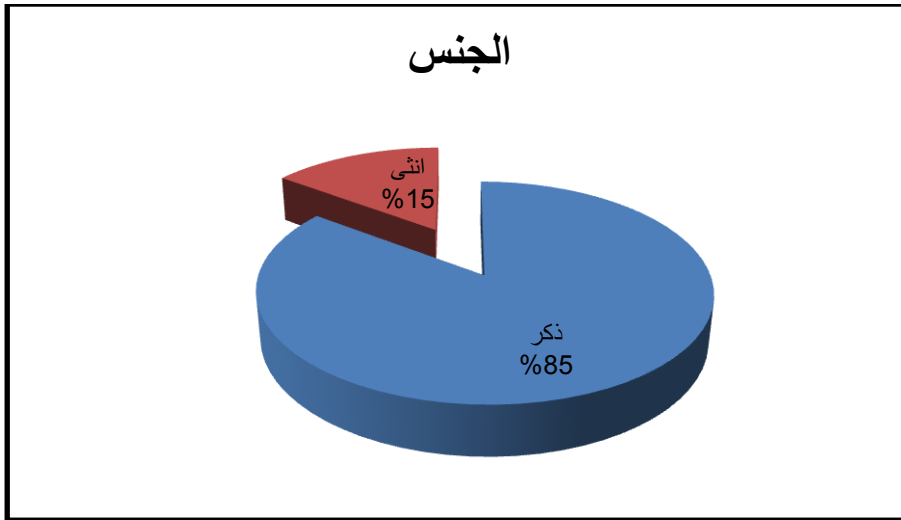
1-توزيع أفراد العينة تبعا للجنس: وهي كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (09-II) عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة %	التكرار	البيان
85.2 %	179	ذكر
14.8 %	31	أنثى
100,0 %	210	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS، (أنظر الملحق رقم 03)

الشكل رقم (02-II): توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات جدول نتائج SPSS.

*كل ما سيتم عرضه في هذا المطلب من نتائج "الجدول و الأشكال" مأخوذ من نتائج المعالجة بـ SPSS (أنظر الملحق)

حسب الجدول رقم (II-09) نلاحظ أن نسبة الذكور تبلغ (85.2%) في حين أن نسبة الإناث بلغت (14.8%) فقط وهذا يفسر اقتناء المركبات يستقطب الذكور. كما أنه يعود لطبيعة المجتمع الجزائري الاسلامي.

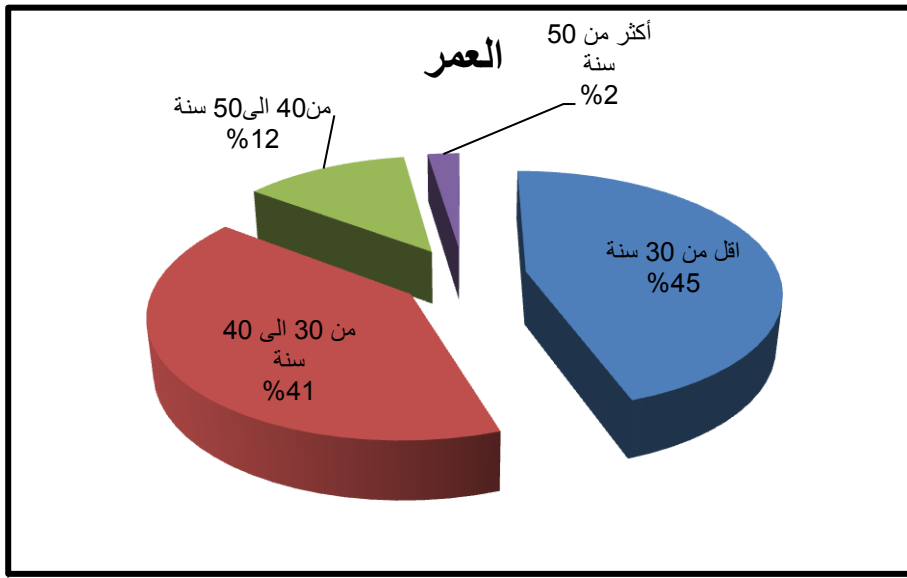
02- توزيع أفراد العينة تبعا للعمر: وهي كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (II-10) توزيع أفراد العينة حسب العمر

النسبة %	التكرار	البيان
44.8 %	94	اقل من 30 سنة
40.5 %	85	من 30 إلى 40 سنة
12.4 %	26	من 40 إلى 50 سنة
02.4 %	5	50 سنة فأكثر
100 %	210	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

الشكل رقم (II-03): توزيع أفراد العينة حسب العمر



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على جدول نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (II-10) أن هناك (94) فردا من مجتمع الدراسة من الفئة العمرية (اقل من 30 سنة أي ما نسبته (44.8%)، نجد أيضا (85) فردا من مجتمع الدراسة من الفئة العمرية (من 30 الى 40) سنة فأقل

بنسبة (40.5%)، في حين نجد (26) أفراد من الفئة العمرية (40-50) سنة بنسبة قدرت ب(12.4%) بينما نجد(5) أفراد من الفئة العمرية (أكثر من 50) سنة فأكثر بنسبة(2.4%)، وهذا يؤكد على اقتناء و سيطرة المركبات من طرف الاشخاص الاقل من 40 سنة وهذا ما يتلاءم مع طبيعة المجتمع كونهم أكثر نضج ولهم القدرات المالية لديهم القدرة على التفاعل مع المستجدات في محطات التزود بالوقود.

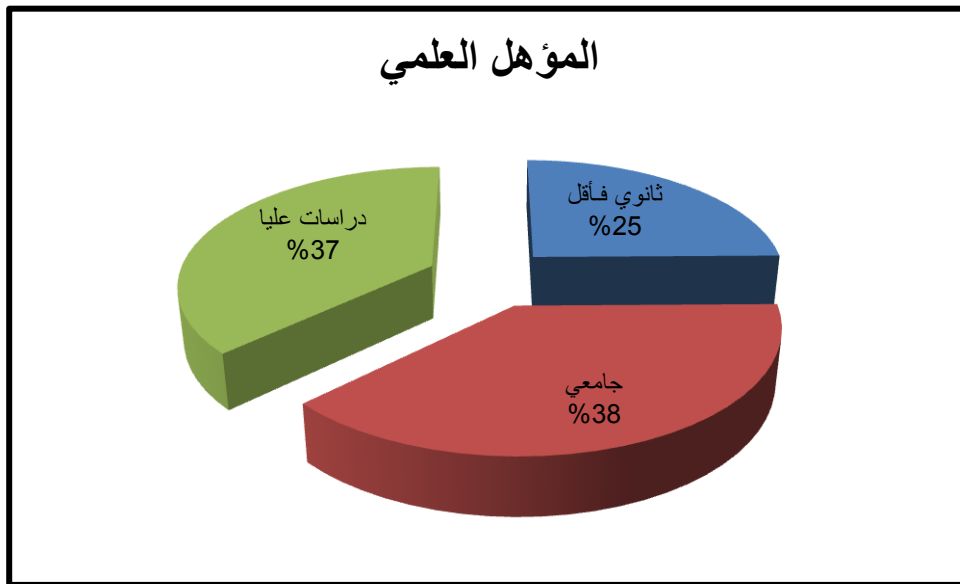
03- توزيع أفراد العينة للمؤهل العلمي: وهي كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (II-11) توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

البيان	العدد	النسبة %
ثانوي فأقل	52	24.8%
جامعي	80	38.1%
الدراسات العليا	78	37.1%
المجموع	210	100,0%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

الشكل رقم (II-04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على جدول نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (II-11) أن (80) فردا من مجتمع الدراسة هم من ذوي المستوى الجامعي أي ما نسبته (38.1%)، وتليه فئة دراسات عليا ب(78) فردا أي ما نسبته (37,1%)، بينما حلت في المركز الأخير

فئة ثانوي فاقل بتعداد (52) فرادا أي ما نسبته (24.8%)، وهذا يبرز ارتفاع المستوى التعليمي لدى مقتنين المركبات، وهذا ما من شأنه أن ينعكس بالإيجاب على نتائج الدراسة نظرا لثقافة ووعي المستجوبين للاستبيان.

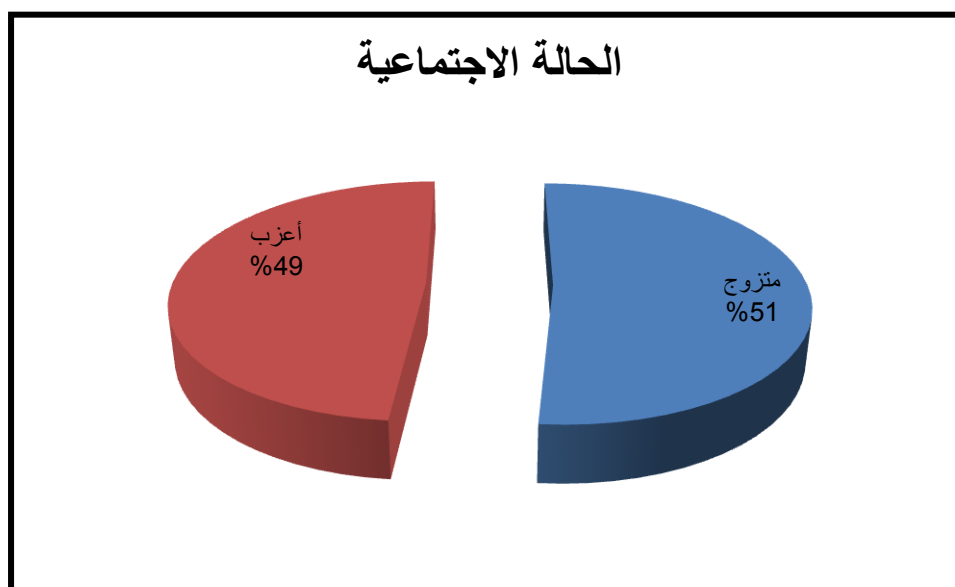
04- توزيع أفراد العينة تبعا للحالة الاجتماعية : وهي موضحة كالآتي :

الجدول رقم(II-12) توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة %	التكرار	البيان
51.4%	108	متزوج
48.6%	102	اعزب
100 %	210	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

الشكل رقم (II-05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على جدول نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (II-12) أن (108) فردا من أفراد عينة الدراسة هم متزوجين أي ما نسبته 51.4%)، وتليها (102) فردا اعزب بنسبة بلغت (48.6%) نلاحظ ان هناك تقارب كبير بين عدد العزاب و المتزوجين مما يعطي للدراسة توازنا .

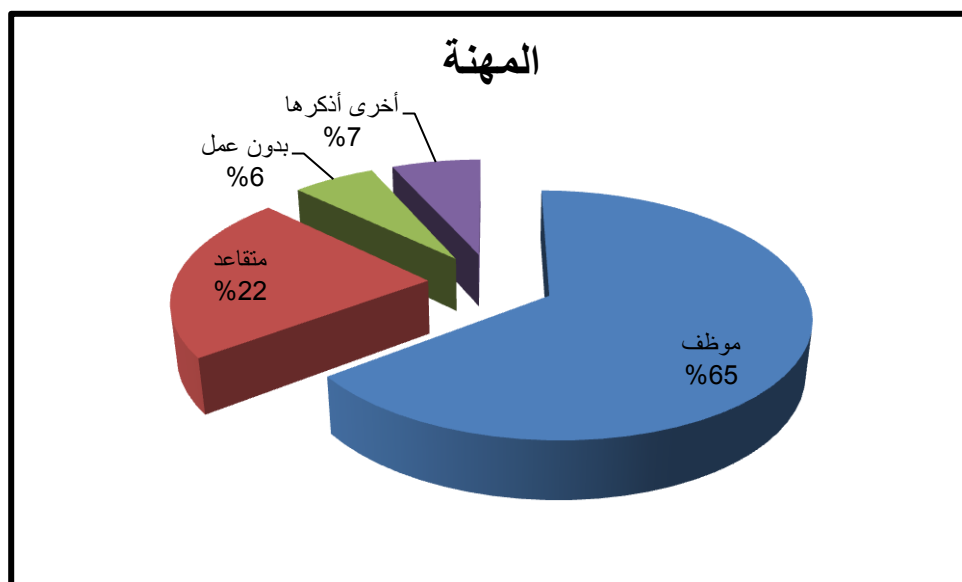
5- توزيع أفراد العينة تبعا للفئة المهنية الاجتماعية: وهي موضحة كالآتي :

الجدول رقم (II-13) توزيع أفراد العينة حسب الفئة المهنية الاجتماعية

البيان	التكرار	النسبة %
موظف	136	64.8 %
متقاعد	47	22.4 %
بدون عمل	13	6.2 %
اخرى	14	6.7 %
المجموع	210	100 %

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

الشكل رقم (II-06): توزيع أفراد العينة حسب الفئة المهنية الاجتماعية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج جدول SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

من خلال الجدول رقم (II-13) نلاحظ أن النسبة الأكبر حاز عليها الموظفون بنسبة 64.8% ، يليه المتقاعد بنسبة (22.4%)، فيما بلغت نسبة اعمال اخرى (6.7%)، بينما بدون عمل فبلغ (6.2%) فقط وهذا يفسر ان اغلب مقتنيين المركبات من طرف الفئة العاملة .

6-توزيع أفراد العينة تبعا للدخل الفردي: وهي موضحة كالآتي:

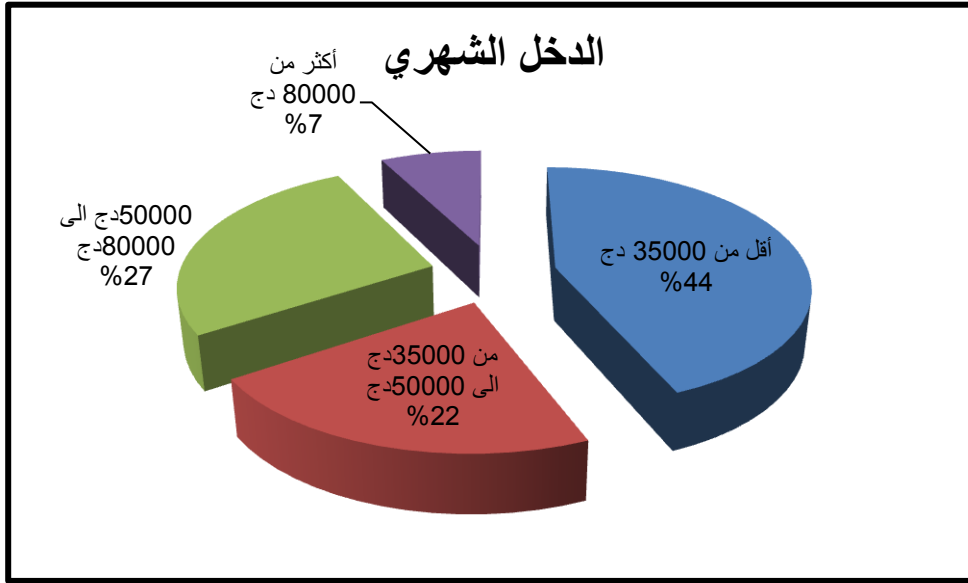
الجدول رقم (II-14) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الدخل الفردي

البيان	التكرار	النسبة %
اقل من 35000 دج	92	43.8 %
من 35000 الى 50000 دج	46	21.9 %

من 50000 إلى 80000 دج	56	26.7%
أكثر من 80000 دج	16	7.6%
المجموع	210	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

الشكل رقم (II-07): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الدخل الفردي:



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج جدول SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

من خلال الجدول رقم (II-13) نلاحظ أن النسبة الأكبر حاز عليها ذوي الدخل اقل من 35000 دج بنسبة 43.8% ، يليه ذوي الدخل من 50000 دج الى 80000 دج بنسبة (26.7%)، فيما بلغت نسبة ذوي الدخل من 35000 دج الى 50000 دج (21.9%)، بينما ذوي الدخل أكثر من 80000 دج فبلغ (7.6%)، وهذا يفسر تعدد و اختلاف دخل مقتنين المركبات.

من خلال ما سبق من نتائج تحليل الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة يتضح لنا وجود مؤشر ايجابي في أن عينة الدراسة متنوعة من حيث، الجنس، العمر، المؤهل العلمي، والحالة الاجتماعية و الحالة المهنية الاجتماعية ، و الدخل الفردي مما يساهم في الحصول على أجوبة متنوعة لأسئلة الدراسة.

- عرض وتحليل و مناقشة نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة :

يهدف هذا الجزء إلى عرض نتائج استخدام بعض الأدوات الإحصائية المتمثلة في المتوسط الحسابي، و الانحراف المعياري، في تحليل إجابات وآراء الأفراد حول ما جاء من فقرات في الاستبيان، حيث سنتناول في البداية مستوى رضا المستهلكين من خلال الإجابات الخاصة بأفراد العينة، ثم تحليل إجاباتهم المتعلقة بجودة الخدمات .

أولاً: نتائج تحليل وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول محور رضا عند المستهلكين

قصد التعرف على مستوى رضا عند المستهلكين من خلال إجابات مقتنيين المركبات، فقد تم تضمين هذا المتغير بمجموعة من الفقرات وستتناول فيما يلي ذلك:

نتائج التحليل المتعلقة بالسؤال الفرعي الأول للدراسة: " ما مستوى الرضا عند المستهلكين وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة؟"

للإجابة على هذا السؤال تم الاستعانة بالمتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبيان الأهمية النسبية للفقرات من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة و درجة موافقتهم عليها كما هو موضح في الجدول التالي

الجدول رقم (II-16) تصورات المستجوبين نحو فقرات محور رضا عند المستهلكين مرتبة حسب الأهمية

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
01	الوقت المستغرق للتزود بالوقود و الزيوت في انجاز الخدمة في المحطة سريع	3.7381	0.89815	مرتفع	7
02	تلبي الخدمات التي تقدمها محطات التزود بالوقود والزيوت حاجاتي ورغباتي	3.7429	0.97361	مرتفع	6
03	التجهيزات المتوفرة بمحطات التزود بالوقود والزيوت تناسب مستهلكيها .	4.5857	0.90970	مرتفع	1
04	يتوافر الامن بمحطات التزود بالوقود والزيوت .	3.6857	1.23594	مرتفع	8
05	يمكنني ان اصل الى محطات التزود بالوقود والزيوت بسهولة	3.5571	0.96794	متوسط	10
06	عمال محطات التزود بالوقود والزيوت مهذبون وتعاملهم اخوي ومميز مع الزبون.	4.4857	0.48150	مرتفع	2
07	تسعى محطات التزود بالوقود والزيوت باستمرار لتحسين	3.8429	1.03020	مرتفع	5

				جودة الخدمات المقدمة.	
9	متوسط	1.13764	3.6381	أنا راض عن الخدمات التي تقدمها محطات التزود بالوقود والزيوت.	08
3	مرتفع	0.37259	4.1857	أماكن توقيف السيارات والشاحنات ملائمة	09
4	مرتفع	1.15766	3.9952	التوفر الدائم للمنتجات بمحطات التزود بالوقود والزيوت.	10
/	مرتفع	0.74272	3.9167	المعدل العام	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

يبين الجدول أعلاه أن المستجوبين من أفراد عينة الدراسة قد أظهروا موافقة مرتفعة حول مستوى رضاهم عن خدمات المحطات وقد جاء المعدل العام مرتفعا حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لجميع فقرات الرضا (3.9167)، و الانحراف المعياري له قدر ب (0.74272)، حيث أن الفقرات (1-2-3-4-6-7-9-10) كان مستوى توافرها مرتفعا، أما الفقرتين (5-8) كان مدى توافرها متوسطا، ولم يوجد أي فقرة كان مستوى توافرها منخفضا، و كان أكبر قيمة للوسط الحسابي للفقرة رقم (03): "التجهيزات المتوفرة بمحطات التزود بالوقود والزيوت تناسب مستهلكيها . "محتلة بذلك المرتبة الأولى بمتوسط حسابي نسبته (4.5857)، و انحراف معياري قيمته (0.90970) وفي الرتبة الأخيرة الفقرة رقم(05): " يمكنني ان اصل الى محطات التزود بالوقود والزيوت بسهولة " بمتوسط حسابي (3.5571) و انحراف معياري قيمته (0.96794)، وهذه النتائج تدل على أن درجة مستوى رضا المستهلكين جاء مرتفعا على العموم و ذلك من وجهة نظر أفراد العينة.

2- نتائج تحليل وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول محور جودة الخدمات:

قصد التعرف على مستوى جودة الخدمات من خلال إجابات أفراد العينة ، فقد تم تضمين هذا المتغير كما ذكرنا آنفا ب 3 أبعاد (تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة النقل. تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وصاية البلدية. تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة البيئة) وستتناول لاحقا كل بعد على حدى.

-النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثاني للدراسة: " ما تصنيف خدمات محطات الوقود و الزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية ؟

للإجابة على هذا السؤال تم الاستعانة بالمتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبيان الأهمية النسبية للعبارات من وجهة نظر مقتنين المركبات ، ودرجة موافقتهم عليها، كما هو موضح بالجدول التالي

الجدول رقم (II-15) تصورات المستجوبين لمحور جودة الخدمات مرتبة حسب الأهمية

الرتبة	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البعد
03	متوسط	0.76580	3.4333	تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة النقل
01	مرتفع	0.88962	3.9262	تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وصاية البلدية
02	متوسط	0.85033	3.4452	تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة البيئة
/	متوسط	0.76580	3.5833	المعدل العام

المصدر: من إعداد الطالب بناءً على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03-د).

يبين الجدول أعلاه آراء المستجوبين من أفراد العينة محل الدراسة، قد أظهروا رأيهم حول جودة الخدمات المتمثلة بأبعاده في: (تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة النقل. تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وصاية البلدية. تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة البيئة) وقد جاء المعدل العام متوسطا حيث بلغ المتوسط الحسابي لمحور جودة الخدمات ككل (3.5833)، و الانحراف المعياري (0.76580)، إذ احتل المرتبة الأولى بعد "تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وصاية البلدية" بمتوسط حسابي (3.9262) و هي نسبة مرتفعة من حيث درجة الموافقة، في حين جاء البعد "تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة النقل" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.4333)، وهذه النتائج تؤكد أن مستوى جودة الخدمات و تصنيفها حسب البلدية و وزارة النقل و وزارة البيئة متوسطة عموما، وذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. وفيما يلي تحليل ومناقشة كل بعد على حدا.

البعد الأول: تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من قبل وزارة النقل

للتعرف على مستوى توافر المعلومات والمشاركة بها في كافة المستويات والتي تلعب دورا في زيادة جودة الخدمات، تم إقتراح 05 فقرات من (11-15) لنقيس هذا الجانب كمايلي:

جدول رقم (II-15) تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد "تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من قبل وزارة النقل " مرتبة حسب الأهمية

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
3	متوسط	1.09537	3.6333	وجود لوحات عاكسة وعلامات مرورية أرضية باستخدام الاسهم تبين مدخل ومخرج المحطة ومسار الحركة ومكان التوقف. .	01
2	مرتفع	1.18570	3.8286	احترام الاسعار الوقود.	02
4	متوسط	1.08159	3.5048	توفر اداة السلامة والحوادث في المحطة دائما.	03
1	مرتفع	1.19179	4.2857	المواقع مناسب اضافة الى وجود حائط ومكان مغطى.	04
5	متوسط	1.10581	3.2333	تتوافر محطة بجميع انواع الوقود	05
/	متوسط	0.76580	3.4333	المعدل العام	

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

يتبين من الجدول أعلاه أن المستجوبين من أفراد عينة الدراسة قد أظهروا موافقة من متوسطة الى مرتفعة حول البنود المتصلة ببعدها "تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من قبل وزارة النقل " بحيث جاءت في الرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة للفقرة رقم (04): "المواقع مناسب اضافة الى وجود حائط ومكان مغطى " فقد جاء متوسطها الحسابي (4.2857)، تليها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (02): "احترام الاسعار الوقود " وقد جاءت بمتوسط حسابي يقدر ب(3.8286)، تليها في المرتبة الثالثة الفقرة رقم(01): "وجود لوحات عاكسة وعلامات مرورية أرضية باستخدام الاسهم تبين مدخل ومخرج المحطة ومسار الحركة ومكان التوقف " فقد جاء متوسطها الحسابي (3.6333)، بينما في المرتبة الرابعة فقد جاءت الفقرة رقم (03) "توفر اداة السلامة والحوادث في المحطة دائما " بمتوسط حسابي بلغ (3.5048) و إنحراف معياري (1.08159)، أما الفقرة (05) "تتوافر

محطة بجميع انواع الوقود " فقد جاءت في المرتبة الخامسة و الاخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.2333) و انحراف معياري (1.10581)، وهذه النتائج تؤكد من وجهة نظر المستجوبين أن تقييم تصنيف خدمات المحطات من قبل وزارة النقل قد جاء متوسطا بنسبة (3.4333) لجميع الفقرات ما يدل على أن تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود و الزيوت من طرف وزارة النقل مقبول ولكن يحتاج الى تطوير اكثر.

البعد الثاني: تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من قبل وصاية البلدية:

بقصد التعرف على تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود و الزيوت من قبل وصاية البلدية ، تم صياغة 06 فقرات (16-21) والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (II-16) تصورات المستجوبين نحو فقرات تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من

قبل وصاية البلدية " مرتبة حسب الأهمية

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرقم
5	متوسط	1.14766	3.5762	توفر مختلف الخدمات من مساجد وإمكان لاستراحة ومقاهي ومطاعم .	01
3	مرتفع	0.24769	4.2143	توفر مساحات خضراء وأماكن الجلوس نظيفة ومغطاة لزبائن المحطة.	02
1	مرتفع	0.58075	4.4571	توحيد اللباس الخاص بعمال المحطة .	03
2	مرتفع	0.63866	4.3333	مستوى صيانة المضخات الوقود والمعدات المحطة جيد .	04
6	متوسط	1.22331	3.0333	توافر المحطة متاجر ومحلات قطاع الغيار السيارات و أكسيسوارت اضافة الى غسل وتشحيم السيارات.	05
4	مرتفع	1.20203	3.6762	توفر قارورات غاز البوتان في المحطة	06
/	مرتفع	0.88962	3.9262	المعدل العام	

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

يظهر الجدول أعلاه أن المستجوبين من أفراد عينة الدراسة قد أظهروا موافقة مرتفعة حول البنود المتصلة بعدد " تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من قبل وصاية البلدية " حيث ساهمت الفقرة

(03): " توحيد اللباس الخاص بعمال المحطة " في إغناء هذا البعد بحيث جاءت في الرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة ، فقد جاء متوسطها الحسابي (4.4571) ، تليها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (04): " مستوى صيانة المضخات الوقود والمعدات المحطة جيد " وقد جاءت بمتوسط حسابي يقدر ب(4.3333)، تليها في المرتبة الثالثة الفقرة رقم(02): " توفر مساحات خضراء وأماكن الجلوس نظيفة ومغطاة لزبائن المحطة " فقد جاء متوسطها الحسابي (4.2143)، أما الفقرة (06) " توفر قارورات غاز البوتان في المحطة " فقد جاءت في المرتبة (4) بمتوسط حسابي بلغ (3.6762)، و تليها الفقرة (01) " توفر مختلف الخدمات من مساجد وإمكان لاستراحة ومقاهي ومطاعم " بمتوسط حسابي يقدر ب (3.5762) و جاءت في المرتبة الأخيرة من حيث درجة الموافقة الفقرة (05): " توافر المحطة متاجر ومحلات قطاع الغيار السيارات و أكسسوارت اضافة الى غسل وتشحيم السيارات." بمتوسط حسابي (3.0333)، وهذه النتائج تؤكد من وجهة نظر المستجوبين ان تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود و الزيوت من قبل وصاية البلدية قد جاء مرتفعا بنسبة (3.9262) لجميع الفقرات ما يدل على تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود و الزيت من قبل وصاية البلدية مقبول جدا وذلك من وجهة أفراد عينة الدراسة.

البعد الثالث: تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من قبل وزارة البيئة :

بغرض التعرف على تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود و الزيت من قبل وزارة البيئة تم صياغة 06 فقرات (22-27) ، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (II-17) تصورات المستجوبين نحو فقرات بعد " تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود و الزيت من قبل وزارة البيئة " مرتبة حسب الأهمية

الترتيب	درجة الموافقة	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	الرقم
3	متوسط	1.24933	3.3571	مطابقة المطاعم والمقاهي لسلامة الصحية والبيئية	01
5	متوسط	1.18401	3.1952	توفر اقامة نظيفة في المحطة	02
2	متوسط	1.08739	3.4190	توفر موظف الاستقبال في المحطة على مدار الساعة .	03
2	متوسط	1.05160	3.4190	مدى توفر الخدمات وصلاحياتها لاستقبال الزبائن .	04

4	متوسط	1.11089	3.3524	تتوافر المحطة على مكان مخصص الاسعافات اولية ومعدات الاطفاء	05
1	متوسط	1.09428	3.5333	احترام تطبيق المناورات المبرمجة مع الحماية المدنية من اجل الحفاظ على السلامة المحطة	06
/	متوسط	0.85033	3.4452		المعدل العام

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

يتبين من الجدول أعلاه أن المستجوبين من أفراد عينة الدراسة قد أظهروا موافقة متوسطة حول البنود المتصلة بعد "تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود و الزيت من قبل وزارة البيئة " بحيث جاءت في الرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة الفقرة رقم (06): " احترام تطبيق المناورات المبرمجة مع الحماية المدنية من اجل الحفاظ على السلامة المحطة " فقد جاء متوسطها الحسابي (3.5333) ، تليها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (3 و 4): " توفر موظف الاستقبال في المحطة على مدار الساعة " " مدى توفر الخدمات وصلاحيتها لاستقبال الزبائن " وقد جاءت بمتوسط حسابي يقدر ب(3.4190)، تليها في المرتبة الثالثة الفقرة رقم(01): " مطابقة المطاعم والمقاهي لسلامة الصحية والبيئية " ثم تليها في المرتبة الرابعة الفقرة رقم (05) " تتوافر المحطة على مكان مخصص الاسعافات اولية ومعدات الاطفاء " بمتوسط حسابي (3.3524)، وجاءت في المرتبة الخامسة و الاخيرة من حيث درجة الموافقة الفقرة (02): " توفر اقامة نظيفة في المحطة " بمتوسط حسابي (3.1952) ، وهذه النتائج تؤكد من وجهة نظر المستجوبين أن نسبة تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود و الزيت من قبل وزارة البيئة قد جاء متوسطا بنسبة (3.4452) لجميع الفقرات ما يدل على مدى محدودية الخدمات رغم أهمية هذا البعد كعامل معزز و مساهم في تحقيق جودة الخدمات .

الجدول رقم (II-20) تصورات المستجوبين للمتغيرين مرتبة حسب الأهمية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المحاور
01	0.74272	3.9167	الرضا عند المستهلكين
02	0.76580	3.5833	جودة الخدمات

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

يتضح من الجدول أن المتوسط الإجمالي للرضا عند المستهلكين بلغت نسبته (3.9167) وهو أكبر من المتوسط الحسابي لجودة الخدمات الذي جاء بمتوسط حسابي قدره(3.5833).

المطلب الثالث: إختبار الفرضيات

بعد استعراض نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة حول أسئلة الدراسة بشأن بعض المحاور و الأبعاد المتعلقة برضا عند المستهلكين وجودة الخدمات ، سنقوم الآن باختبار الفرضيات التي تقيس مجموعة من العلاقات التأثيرية بين متغيرات الدراسة المستقلة و التابعة، وذلك استنادا للإجابات و النتائج المتحصل عليها.

-طبيعة توزيع متغيرات النموذج:

حتى يتم اختبار صحة فرضيات الدراسة يجب أن يخضع أبعاد نموذج الدراسة إلى التوزيع الطبيعي. ويتحقق هذا الشرط إذا ما كان معامل الالتواء (برسون) محصورا بين 3 و -3 وهذا حسب دراسة للباحث " WON " في سنة 2004.

الجدول رقم (II-21) قيمة معامل الالتواء لمختلف متغيرات الدراسة.

الجدول رقم (II-21): معامل الالتواء

المتغير	معامل الالتواء
الرضا عند المستهلكين	0,284
جودة الخدمات	0,683

المصدر: من إعداد الطالب بناءً على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

من خلال الجدول رقم (7.2) نلاحظ أن معامل الالتواء محصور بين 0,284 و 0.683 وهذا ضمن المجال $[-3,3]$ بمعنى أن توزيع هذه العينة يخضع للتوزيع الطبيعي، أي يمكن إكمال إجراء اختبار صحة الفرضيات.

اختبار الفرضية الأولى ومناقشة نتائجها:

- الفرضية الرئيسية الأولى: " هناك رضا المستهلكين متوسط من خدمات المقدمة في محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر من وجهة نظر افراد عينة الدراسة "

H_0 لا هناك رضا المستهلكين متوسط من خدمات المقدمة في محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر من وجهة نظر افراد عينة الدراسة .

H_1 هناك رضا المستهلكين متوسط من خدمات المقدمة في محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر من وجهة نظر افراد عينة الدراسة .

جدول رقم (II-22) : نتائج اختبار (T).

الخطأ المعياري	المتوسط المقياس	القيمة الاحتمالية sig	القيمة المحسوبة T	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
.051250	.416670	0.000	8.130	209	.742720	3.4167	المحور الاول

مصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على برنامج (SPSS أنظر الملحق رقم 04)

من خلال الجدول (II-22) يمكن لنا ان قيمة المتوسط الحسابي بلغت 3.416 وانحراف معياري قدر 0.742 لكل عبارات محور رضا المستهلكين للصحاب سيارات في محطات الوقود ، كما بلغت القيمة T المحسوبة 8.130 عند القيمة الاحتمالية sig 0.000 وهي اقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، مما يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول فرضية البديلة H1 التي تنص هناك رضا المستهلكين متوسط من خدمات المقدمة في محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر. من وجهة نظر افراد عينة الدراسة . اختبار الفرضية الثانية ومناقشة نتائجها:

تنص الفرضية الثانية على ما يلي: " تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر

مقبول نسبيا بالنسبة للمعايير الدولية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة .

H0 لا تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر مقبول نسبيا بالنسبة للمعايير

الدولية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة .

H1 تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر مقبول نسبيا بالنسبة للمعايير

الدولية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة .

جدول رقم (II-23) : نتائج اختبار (T).

الخطأ المعياري	المتوسط المقياس	القيمة الاحتمالية sig	القيمة المحسوبة T	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
.054900	.583330	0.000	10.625	209	.795600	3.5833	المحور الثانية

مصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على برنامج (SPSS أنظر الملحق رقم 04)

من خلال الجدول (II-22) يمكن لنا ان قيمة المتوسط الحسابي بلغت 3.5833 وبانحراف معياري قدر 0.79560 لكل عبارات محاور الدراسة تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر ، كما بلغت القيمة T المحسوبة 10.625 عند القيمة الاحتمالية 0.000 sig وهي اقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، مما يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول فرضية البديلة H1 التي تنص تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر مقبول نسبيا بالنسبة للمعايير الدولية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة .

اختبار الفرضية الثالثة ومناقشة نتائجها:

تنص الفرضية الثالثة على ما يلي : توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين رضا المستهلكين وبين تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر و ذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة".

Ho لا توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين رضا المستهلكين وبين تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر و ذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة".

H1 توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين رضا المستهلكين وبين تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر و ذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة".

أ. نتائج التحليل المتعلقة بمدى وجود العلاقة الارتباطية بين رضا المستهلكين و تصنيف خدمات

محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر : للتحقق من وجود هذه العلاقة وقياسها تم

إجراء اختبار ارتباط بيرسون بين محور رضا المستهلكين و تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود

والزيوت للمركبات في الجزائر كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (II-23) معامل ارتباط بيرسون و مستوى الدلالة لدرجات ارتباط متغيرات الدراسة

المتغير		تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت للمركبات في الجزائر
رضا المستهلكين	معامل الارتباط	
	معاملات بيرسون	0.863
	مستوى الدلالة	0,000
	العدد	210

** ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$

المصدر: من إعداد الطالب بناءً على نتائج التحليل ب SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية هامة موجبة و قوية بين رضا المستهلكين و تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت للمركبات في الجزائر ، حيث ظهرت قوة العلاقة في معامل الارتباط الذي بلغ (0.863) عند مستوى الدلالة المحسوبة (0,000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0,05). و بالتالي فإن هذه النتائج تؤكد على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بالمؤسسة محل الدراسة و ذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. منه نستنتج انه هناك علاقة ارتباط قوية بين رضا المستهلك وجودة الخدمات

ب - نتائج التحليل المتعلقة بوجود علاقة تأثير رضا المستهلكين على تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت للمركبات في الجزائر:

للتحقق من أثر رضا المستهلكين على تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت للمركبات في الجزائر تم إجراء اختبار تحليل التباين للانحدار لاختبار ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (II-24) تحليل التباين ومدى صلاحية النموذج لإختبار الفرضية

مستوى الدلالة	F المحسوبة	درجة الحرية	Beta	B	الانحراف	R ²	R	المتغير المستقل
**0,000	12.775	209-1	.241	.258	0.77	0.158	0.241	

** ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

المصدر: من إعداد الطالب بناءً على نتائج التحليل ب SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

نلاحظ من خلال الجدول أن محور خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر يؤثر معنويًا على رضا المستهلكين حيث أظهر التحليل أثر ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين ، إذ بلغ معامل التفسير (التحديد) $R^2(0,158)$ وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) أي أن محور خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر يفسر ما نسبته 15% من التباينات في المتغير التابع، وبالتالي فإن محور خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر له أهمية كبيرة نسبيًا في التأثير في هذه العلاقة، مما يدل على قوة التأثير، كما بلغت قيمة $\beta(0,24)$ ، وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر يؤدي إلى زيادة بدرجة (0,24) في رضا المستهلكين ، أي أن هناك علاقة طردية، ونظرًا لأن قيم F المحسوبة بلغت (12.775)، وبمستوى دلالة 0,000 أي أنها دالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) ، وهذا ما يثبت صلاحية النموذج. وبناءً على ثبات صلاحية النموذج ومنه نقبل الفرضية الرابعة للدراسة " توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين رضا المستهلكين وبين تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر و ذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة".

- اختبار الفرضية الرابعة ومناقشة نتائجها:
- تنص الفرضية الرابعة على ما يلي : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ في إجابات أفراد عينة الدراسة حول رضا المستهلكين تعزى للمتغيرات الشخصية و الوظيفية "الجنس، العمر ، المؤهل العلمي، الحالة العائلية ، الفئة المهنية الاجتماعية "

Ho لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ في إجابات أفراد عينة الدراسة حول رضا المستهلكين تعزى للمتغيرات الشخصية و الوظيفية "الجنس، العمر ، المؤهل العلمي، الحالة العائلية ، الفئة المهنية الاجتماعية".

H1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ في إجابات أفراد عينة الدراسة حول رضا المستهلكين تعزى للمتغيرات الشخصية و الوظيفية "الجنس، العمر ، المؤهل العلمي، الحالة العائلية ، الفئة المهنية الاجتماعية، الدخل الشهري".

وللتحقق من صحة هذه الفرضية تم إجراء اختبار t-test للعينات المستقلة، و ذلك لفحص أثر متغير الجنس في رضا المستهلكين ، ثم إجراء اختبار التباين الأحادي لفحص أثر المتغيرات الأخرى.

-نتائج التحليل المتعلقة باختبار T-Test للعينات المستقلة: تم إجراء هذا الإختبار لمعرفة هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ في إجابات أفراد عينة الدراسة حول رضا المستهلكين تعزى لمتغير الجنس. و النتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-25) نتائج تحليل T-Test للعينات المستقلة لفحص أثر متغير الجنس في رضا المستهلكين

Test t		Test de leven's sur l'égalité des variances						
sig	T	الفرضيات	sig	F	الفرضيات	العدد	متوسط الحسابي	الجنس
0.117	2.406	h ₀	0.790	0.071		179	3.3659	ذكر
0.115	2.525	h ₁				31	3.7097	أنثى

معنوي عند مستوى الدلالة 0,05

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

بالنظر إلى الجدول أعلاه ومن خلال اختبار Leven's لتجانس التباين نجد أن قيمة $F = (0.071)$ وقيمة الدلالة المعنوية $\text{sig} = (0.790)$ وهي اقل من قيمة الدلالة المعنوية المعتمدة 0,05 ، بالتالي نرفض

الفرضية وهي أن لا يوجد فروق في إجابات الذكور والإناث. وهذا ما يدعونا للوثوق بهذا الإختبار أي أنه يدل على صلاحية النموذج.

أما بالنظر إلى اختبار Test-T فإن قيمة $T = (2.406)$ وقيمة الدلالة المعنوية $sig = (0.117)$ بالنسبة للذكور أما بالنسبة للإناث نجد أن قيمة $T = (2.525)$ وقيمة الدلالة المعنوية $sig = (0.115)$ بالنسبة للإناث وهي قيمة أكبر من قيمة الدلالة المعنوية المعتمدة 0,05 مما يعني لا يوجد دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 في إجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس حول رضا المستهلكين.

-نتائج التحليل المتعلقة بالتباين الأحادي:

الجدول رقم (2-26) تحليل التباين الأحادي لفحص اثر المتغيرات الشخصية و الوظيفية

المتغير	مصدر التباين	مج المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
العمر	- بين المجموعات	6.594	5	1.319	2.292	.0470
	- داخل المجموعات	117.387	204	0.575		
	- التباين الكلي	123.981	209			
المؤهل العلمي	- بين المجموعات	.425	5	.085	.137	.9840
	- داخل المجموعات	126.356	204	.619		
	- التباين الكلي	126.781	209			
الحالة العائلية	- بين المجموعات	.199	5	.040	.155	.9780
	- داخل المجموعات	52.258	204	.256		
	- التباين الكلي	52.457	209			
الفئة المهنية الاجتماعية	- بين المجموعات	2.575	5	.515	.155	.9780
	- داخل المجموعات	159.449	204	.782		
	- التباين الكلي	162.024	209			
الدخل الشهري	- بين المجموعات	13.458	5	2.692	2.767	.0190
	- داخل المجموعات	198.466	204	.973		
	- التباين الكلي	211.924	209			

دال عندما يكون مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل ب SPSS (أنظر الملحق رقم 03).

نلاحظ من الجدول رقم (2-26) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين متوسط إستجابات أفراد عينة الدراسة في رضا المستهلكين تعزى لكل من " الدخل الشهري"، حيث بلغت قيمة F (7.041) وهي دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية .
و منه يمكننا القول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد العينة حول رضا المستهلكين تعزى للمتغيرات الوظيفية. و بالتالي يتم قبول الفرضية الرابعة . بالنسبة الدخل الشهري .

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل الإجابة على إشكالية الدراسة المتمثلة في مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية . حيث حاولنا الإجابة عليها من خلال الاعتماد على الدراسة ميدانية. إذ تناولنا في هذا الفصل مبحثين، المبحث الأول تعرضنا الشروط أنشاء محطة وقود ، والمبحث الثاني تطرقنا فيه إلى طرق وأدوات الدراسة وفيه تحليل النتائج ومناقشتها ، إذ تم إظهار مجتمع وعينة الدراسة، بالإضافة إلى إثبات صدق و وثبات أداة الدراسة و المتمثلة في الاستبيان، الذي تمّ استخدامه كأداة لتحقيق أغراض الدراسة، و ذلك باستخدام معامل الثبات ألفا كرومباخ وعرض نتائج الدراسة وتحليلها ومناقشتها. بالإضافة إلى معرفة آراء و تصورات المستجوبين وذلك من خلال حساب المتوسط الحسابي و الإنحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة، كما أنه توصلنا إلى إثبات بعض الفرضيات و نفي أخرى منها، و هذا بالاعتماد على نتائج تحليل الاستبيان، الذي تمّ تحليله بالاعتماد على برنامج الحزم الإحصائية SPSS، إذ تمّ استخدام معامل الارتباط بيرسون للتحقق من وجود العلاقة ، إضافة إلى تحليل الإنحدار البسيط و ذلك بغرض اختبار صلاحية النموذج ، كما أنه تم التطرق إلى دراسة الفروق باستخدام اختبار Anova، وذلك لمعرفة أثر المتغيرات الشخصية و الوظيفية على متغيرات الدراسة، حيث تمّ اختبار أثر الجنس على متغيرات الدراسة"رضا المستهلك " باستخدام اختبار العينات المستقلة "T-Test" والذي يوضح يفيد أيضا من التأكد من صلاحية النموذج، حيث أن هذا الإختبار يجرى على العينات المستقلة التي ليست لها علاقة ببعضها البعض أي أنها ليس لها إرتباط ببعضها مثل الجنس "الذكر و الأنثى" وهذه الإختبارات تم التوصل من خلالها إلى التأكد من صحة فرضيات الدراسة، فخلصت الدراسة بالوصول إلى نتائج و توصيات يمكن الاعتماد عليها في دراسات لاحقة.

خاتمة

إن موضوع رضا المستهلك من المواضيع التي نالت اهتمام الكثير من الباحثين في مجال التسويق ، وتبرز أهمية رضا المستهلك بالنسبة لمؤسسة الصناعية في تأثير مباشر على الوظيفة التسويقية ، من حيث كفاءة التسويق الصناعي من أجل الوصول إلى أداء تسويقي جيد لمواجهة المنافسة في السوق يعتبر دراسة رضا المستهلك امر هام من خلال معرفة رغبات الزبائن .

في دراستنا هذه حاولنا تناول موضوع رضا المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية من خلال تحقيق هدفه الرئيسي تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية في تحقيق رضا المستهلكين بشكل الذي يخدم احتياجاتهم. وللإلمام ببحوثات الموضوع تناولناه من خلال فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي وكان ذلك انطلاقا من فرضيات الدراسة. التي كنا نسعى من خلالها إلى اختبار رضا المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية. وعليه يمكن تلخيص نتائج الدراسة، والتوصيات والآفاق بالشكل التالي :

اختبار الفرضيات :

قامت دراستنا على فردية رئيسية ثلاثة فرضيات فرعية ، والمتمثلة فيما يلي :

تمثلت الفرضية الرئيسية في أنه " هناك رضا المستهلكين متوسط من الخدمات المقدمة في محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر من وجهة نظر افراد عينة الدراسة" .

حيث حاولنا إثبات هذه الفرضية من خلال أسئلة المحور الاستبيان. استخدام اختبار (T test) وفي

الأخير توصلنا إلى إثبات الفرضية. " هناك رضا المستهلكين متوسط من الخدمات المقدمة في محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر من وجهة نظر افراد عينة الدراسة. "

وبالتالي يمكن القول ان دراسة جميع نواحي رضا المستهلك يقوي من جودة خدمات المقدمة في محطات

التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر من تصنيف الدولي ودفعيها الى التطور والتقدم الحاصل على مستوى

العالم

الفرضيات الفرعية :

تمثلت الفرضية الاولى في أنه " تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في

الجزائر مقبول نسبيا بالنسبة للمعايير الدولية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة " .

حيث حاولنا إثبات هذه الفرضية من خلال أسئلة المحور الثاني الاستبيان. استخدام اختبار (T test)

وفي الأخير توصلنا إلى إثبات الفرضية. " تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر

مقبول نسبيا بالنسبة للمعايير الدولية من وجهة نظر افراد عينة الدراسة " .

تمثلت الفرضية الثانية في " توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين رضا

المستهلكين وبين تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر و ذلك من وجهة نظر أفراد

عينة الدراسة". حيث حاولنا إثبات هذه الفرضية من خلال أسئلة محاور من الاستبيان. استخدام اختبار

حيث حاولنا إثبات هذه الفرضية من خلال اختبار معامل الارتباط برسون وتحليل الانحدار الخطي البسيط.

وفي الأخير توصلنا إلى إثبات الفرضية توجد علاقة أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$

α بين رضا المستهلكين وبين تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر و ذلك من

وجهة نظر أفراد عينة الدراسة". وهذا ما أثبتته معامل الارتباط برسون و الانحدار الخطي البسيط.

تمثلت الفرضية الثالثة في أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$

في إجابات أفراد عينة الدراسة حول رضا المستهلكين تعزى للمتغيرات الشخصية و الوظيفية

"الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الحالة العائلية، الفئة المهنية الاجتماعية " حيث حاولنا إثبات

هذه الفرضية من خلال أسئلة الاستبيان. استخدام تحليل التباين الأحادي لفحص اثر المتغيرات

الشخصية و الوظيفية وفي الأخير توصلنا إلى إثبات الفرضية" توجد فروق ذات دلالة إحصائية

عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ في إجابات أفراد عينة الدراسة حول رضا المستهلكين تعزى

للمتغيرات الشخصية و الوظيفية " الدخل الشهري "

● نتائج الدراسة :

1. تكمن أهمية دراسة والاهتمام رضا المستهلكين من خلال إيصال المعلومات الضرورية من اجل وضع خطة

التسويقية المؤسسة ؛

2. إن معرفة عوامل رضا المستهلكين وسلوك المستهلك يلبي احتياجات محطات التزود بالوقود والزيوت

للمركبات في الجزائر حيث يساعدهم على بناء أساس سليم يمكن من تحسين جودة خدمات مقدمة في

محطات التزود بالوقود في الجزائر؛

3. يساعد تحسين تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر نسبة للمعايير الدولية في وتقييم قدرتها على الوفاء بالتزاماتها، وتقييم الأداء والاستقرار المالي للمؤسسة؛
4. تسهل تحسن وتطوير تصنيف جودة الخدمات وتلبية كافة الاحتياجات اصحاب السيارة والمسافرين الى رضا المستهلكين ؛
5. تلبية رغبات الاستهلاكية لزبائن يزيد من كفاءة تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر نسبة للمعايير الدولية ؛
6. معرفة القيم والعادات يسهل اتخاذ قرار استراتيجية تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر نسبة للمعايير الدولية وعلى زيادة أرباحها ؛
7. سعي دراسة سنوية لرغبات المستهلكين وتوفيرها يساعد على رضا المستهلكين ؛

● اقتراحات :

- في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، فإننا نقترح التوصيات التالية :
1. إيلاء دراسة سلوك المستهلك ورضاها من الاهتمام والدراسة لإبراز اهم النقائص من خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر نسبة للمعايير وتحسين تصنيفها ،
 2. الاعتماد بحوث التسويق في البيئة الاقتصادية الجزائرية لمواجهة مختلف التطورات الحاصلة؛
 3. ضرورة توفير الموارد البشرية والمالية الكافية في محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات بما يتماشى مع المستجدات الحديثة؛
 4. ضرورة تدريب العمال على وسائل الخدمات اضافة الى تكوين في مجال السلامة المهنية ؛
 5. الاستفادة من خبرات الشرق الاوسط المتطورة في هذا المجال ؛
 6. عدم الاستثمار وتسهيل بالنسبة بخواص من دخل البلاد او خارجه؛
 7. عمل اتفاقيات مع شركات عاملة في هذا المجال من اجل اعادة تهيئة محطات القديمة.

• آفاق الدراسة

إن موضوع رضا المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية يبقى مفتوحا للدراسات أخرى يمكن أن تساهم في إثراءه. وبذلك يمكن أن نقترح بعض الدراسات:

1. أثر تحسن جودة خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر في رضا المستهلك ؛
2. دور تحسن جودة خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر في زيادة ارباحها ؛
3. دراسة الثقافة الاستهلاكية وأثره في تحقيق رضا المستهلك ؛

قائمة المصادر

والمراجع

أولاً : المصادر والمراجع باللغة العربية

I. الكتب :

1. إبراهيم مُجَّد عبيدات، سلوك المستهلك مدخل إستراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2004.
2. اياد شوكت منصور، ادارة خدمة العملاء، دار كنوز للمعرفة العلمية، ط1 الاردن، سنة 2008.
3. تامر حامد صفوت الشرنوبى، تأثير درجة رضاء العميل على ولائه للمتجر، ط1 ، دار ومطبعة الاتحاد التعاونى، القاهرة، مصر، سنة 2005.
4. حميد الطائي، بشير العلاق، تسويق الخدمات، ط5، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
5. عائشة مصطفى المياوي، سلوك المستهلك: المفاهيم و الاستراتيجيات، الطبعة الثانية، مكتبة عين الشمس، القاهرة، 1998.
6. قاسم نايف علوان المياوي، ادارة الجودة الشاملة في الخدمات، ط 1، دار الشروق للنشر و التوزيع، الاردن عمان، سنة 2006.
7. مامون سليمان دراركة، ادارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن، سنة 2015.
8. مُجَّد عبد العظيم ابو النجا ، سلوك المستهلك ، ط1، الدار الجامعية ، كلية التجارة الاسكندرية ،مصر ،سنة 2015.
9. هاني حامد اضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، ط5، الاردن، سنة 2009.
10. يوسف حجيم الطائي، هاشم فوزي عباس العبادي، إدارة العلاقة مع الزبون، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

II. البحوث الجامعية :

1. بيون صلاح الدين، دور المزيج الترويجي في تحقيق رضا الزبون - "دراسة عينة من زبائن مؤسسة موبيليس على مستوى ولاية المسيلة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، فرع العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة مُجَّد بوضياف - المسيلة، سنة 2017.
2. بوشامخ خولة، دور الثقافة المقاولاتية في إنشاء مؤسسات مصغرة، دراسة حالة الوكالة الوطنية لدعم و تشغيل الشباب، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، سنة 2014.
3. حميد دليل، دور ثقافة المؤسسة في التغيير التنظيمي، دراسة حالة مؤسسة المياه سيدي الكبير، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر جامعة سعد دحلب البلدية، 2007.

4. حنان يسرى سيد امام، دراسة اثر التعليم المقدم للعميل من الشركة على درجة ولائه،رسالة ماجستير ، بكلية تجارة جامعة القاهرة قسم ادارة الاعمال، القاهرة مصر، سنة 2012 .
5. دحماني زهيرة، الثقافة التنظيمية ونمو المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، دراسة حالات من المؤسسات الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة أمجد بوقرة بومرداس 2010 .
6. سومر نعيمة، الإدارة ما بين الثقافة تكيف النموذج أم تكيف الموظف، دراسة حالة المؤسسة اليابانية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه جامعة الجزائر، 2010.
7. عاصم رشاد ومُجد ابوا فزع ، اختبار العلاقة بين جودة الخدمة، رضا الزبون وقيمة الزبون دراسة مقارنة بين المصارف الاسلامية والمصارف التجارية في الاردن، مذكرة ماجستير، كلية الاقتصاد ، تخصص التسويق ،جامعة الاردن ،سنة 2015.
8. علي مُجد القحطاني ، التلوث البيئي الناجم عم محطات الوقود في مدينة الدمام ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم ، تخصص الحماية وطرق السلامة ، جامعة نايف ، السعودية ،سنة 2005 .
9. كشيدة حبيبة ، استراتيجيات رضا العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة ،قسم العلوم التجارية ،تخصص تسويق خدمات، جامعة البليدة 2 ، سنة 2013 .
10. مزيان عبد القادر ، أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء ،رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية ، فرع التسيير الدولي للمؤسسات تخصص تسويق الدولي ، جامعة ابو بكر بلقايد تلمسان ، سنة 2012.

III. المواقع الالكترونية:

1. [/https://ujeeb.com](https://ujeeb.com)
2. [8.https://www.almowaten.net/](https://www.almowaten.net/)
3. http://www.aleqt.com/2019/04/22/article_1585296.html
4. <https://arabic.arabianbusiness.com/content/343907>
5. http://www.woqod.com/AR/Fuel_Retail/Pages/default.aspx
6. <https://www.al-sharq.com/article>
7. <https://translate.google.com/translate>

ثانيا : المراجع والمصادر باللغة الأجنبية :

-I الكتب :

1. Lendrevie Lévy Lindon, Mercator: Théorie et pratique du Marketing, 7^{ème} édition, Edition DALLOZ, 2003.
2. Youssef bouskia, le système de contrôle intérieur, CNEP news, 2004

-II المجلات :

1. Raquel Sánchez-Fernández, M. Ángeles Iniesta-Bonillo, "The concept of perceived value: a systematic review of the research", *marketing theory*, Vol(7), No(4), 2007.
2. zorlu senyucel & ventus publishing APS . Managing the human Resource in the 21 st Century.2009 .
3. Christian Grönroos, Annika Ravald, " The value concept and relationship marketing", *European Journal of Marketing*, Vol.30, No.2, 1996.

الملاحق

الملحق الثاني**ملف طلب الامتداد النهائي**

يتضمن ملف طلب الامتداد النهائي الوثائق الآتية :

- 1- نسخة من مستخرج السجل التجاري،
- 2- نسخة من عقد الملكية أو عقد امتياز القطعة الارضية، ومند الاقتضاء، نسخة من عقد التنازل من المنشأة.
- 3- نسخة من الرخص المتصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما التطبيقين على المؤسسات المصنفة،
- 4- بطاقة تقنية للمشروع مع تفصيل للموارد البشرية المناسبة الواجب تجهيدها.

الملحق الثالث**دفتر الشروط التمويجي المتعلق بالتعليمات التي يخضع لها سلسل الطلب الراغب في الاستفادة من المركز الفلنوني للموزع**

المادة الأولى : يهدف دفتر الشروط هذا إلى تحديد التعليمات التي يجب على صاحب الطلب اكتسابها للمصنوع على الامتداد النهائي لممارسة نشاطات تخزين و/ أو توزيع المنتجات البترولية.

المادة 2 : يفهم، في مفهوم دفتر الشروط هذا، بما يأتي :

منتجات توزيع المنتجات البترولية : المنشآت الضرورية لنشاطات بيع المنتجات البترولية بالجملة أو بالتجزئة، والتي تحتوي على الخصوم على مراكز تهيئة غاز البترول المميع وشبكات نقاط بيع الوقود وشبكات التخزين.

شبكة التوزيع : مجموع الوسائل التي تحتوي على :

- وسائل التمويل،
- قدرات التخزين،
- وسائل التسليم،
- شبكة محطات الخدمات،
- المنشآت الملحقة.

المادة 3 : يتمين على موزع المنتجات البترولية أن يتوفر لديه موظفون مؤطرون تكون لديهم كفاءات، وكبرة لا تقل من خمس (5) سنوات في المجال البترولي.

المادة 4 : يتعهد موزع غاز البترول المميع بأن تتوفر لديه، في أجل مدته خمس (5) سنوات ابتداء من تاريخ الضمول على الامتداد النهائي، ملكية قدرة تهيئة تمت علامته التجارية الخاصة وكذا حظيرة فارورات تستوعب خمسين ألف (50.000) فارورة لكل جزء من قدرة التهيئة قدرها مائة (100) فارورة في الساعة.

المادة 5 : يمكن موزع غاز البترول المميع لتلبية حاجات شبكته، أن يعون :

- بالنسبة لغازات البترول الميعة المسائية : انطلاقا من مصافي تكرير البترول أو وحدات الفصل أو لدى موزعين آخرين،

- بالنسبة لغازات البترول الميعة الحية : لدى مراكز التهيئة التي يمتلكها موزعون آخرون في إطار المناولة لخدمات التهيئة.

المادة 6 : يتمين على موزع المنتجات البترولية تزويد سلطة ضبط الحروفات، شهريا، بجميع الوثائق الإحصائية التي تبين، لا سيما مشترياته ومبيعات ومستويات مخزونات.

المادة 7 : يتمين على موزع المنتجات البترولية وضع علامته التجارية الخاصة به في نقاط البيع التابعة له وفي الوسائل وكذا في المنشآت التي يستعملها لممارسة نشاطه.

المادة 8 : يتمين على موزع المنتجات البترولية حيازة مخزونات الامن والاستغلال للمنتجات البترولية.

توزع مخزونات الامن على مستوى التراب الوطني، طبقا لمخطط يحد الوزير المكلف بالحروفات.

لا تستعمل مخزونات الامن إلا في حالة القوة القاهرة التي تصوح بها السلطات المختصة.

المادة 9 : يتمين على موزع المنتجات البترولية لممارسة نشاطه اكتساب جميع التأمينات التي تغطي الأضرار المرتبطة بالنقل ومعالجة المنتجات التي يسوقها.

المادة 10 : يتمين على موزع المنتجات البترولية المسهر على التطبيق المبرم للمعايير المعمول بها في مجال الحروفات، لا سيما تلك المتعلقة بما يأتي :

- المواصفات التقنية للمنتجات البترولية،
- تهيئة مستودعات تخزين المنتجات البترولية واستغلالها،

11	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 68	25 ربيع الثاني عام 1436 هـ 15 فبراير سنة 2015 م
- وبمقتضى القانون رقم 83-12 المؤرخ في 21 رمضان عام 1403 الموافق 2 يوليو سنة 1983 والمتعلق بالتقاعد، المدل والمتمم، لا سيما المادتان 37 و41 منه.	- القواعد المطبقة فيما يخص الامن من أخطار الحريق.	
- وبمقتضى القانون رقم 83-13 المؤرخ في 21 رمضان عام 1403 الموافق 2 يوليو سنة 1983 والمتعلق بحوادث العمل والأمراض المهنية، المدل والمتمم، لا سيما المادتان 37 و42 منه.	- محيطات الحماية. المادة 11 : يتمين على موزع المنتجات البترولية التاكيد من أن شبكته الخاصة بالتوزيع تستجيب للمعايير المنصوص عليها في التنظيم المعمول به.	
- وبمقتضى القانون رقم 90-11 المؤرخ في 26 رمضان عام 1410 الموافق 21 أبريل سنة 1990 والمتعلق بحلقات العمل، المدل والمتمم، لا سيما المواد 80 و81 و87 منه.	المادة 12 : يجب أن تكون تسمية المنتجات البترولية الموزمة مطابقة للتنظيم المعمول به.	
- وبمقتضى الأمر رقم 97-08 المؤرخ في 2 رمضان عام 1417 الموافق 11 يناير سنة 1997 والمتعلق بالخدمة القانونية للعمل.	المادة 13 : تقوم المسالخ المختصة بسلطة ضبط الحروفات، بعمليات المراقبة والتأشيم والتجارب التنظيمية، لا سيما تجارب أنظمة حماية الامن للمعدات الحتية.	
- وبمقتضى الأمر رقم 06-08 المؤرخ في 19 جمادى الثانية عام 1427 الموافق 15 يوليو سنة 2006 والمتضمن القانون الاساسي العام للتوظيف العمومية.	المادة 14 : يتمهد موزع المنتجات البترولية باحترام البنود في دفتر الشروط هذا، وكذا التنظيم المعمول به في مجال الامن والوقوع وتهيئة منشآت تخزين و/ أو توزيع المنتجات البترولية واستغلالها.	
- وبمقتضى القانون رقم 14-10 المؤرخ في 8 ربيع الاول عام 1436 الموافق 30 ديسمبر سنة 2014 والمتضمن قانون المالية لسنة 2015، لا سيما المادة 89 منه.	المادة 15 : يقوم اعموان مؤهلون من سلطة ضبط الحروفات، وحاملون الأمر بجمعة يحدد طبيمة المراقبة الواجب إجراؤها، بعمليات المراقبة الدورية للتحقق من مدى مطابقة مقاييس سير النشاطات وموافقات المنتجات البترولية.	
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 11-407 المؤرخ في 4 محرم عام 1433 الموافق 29 نوفمبر سنة 2011 الذي يعهد الاجر الوطني الاتنى المضمون.	حرر ب..... في.....	
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 14-145 المؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1435 الموافق 28 أبريل سنة 2014 والمتضمن تعيين الوزير الاول.	فري وسوق عليه	
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 14-154 المؤرخ في 5 رجب عام 1435 الموافق 5 مايو سنة 2014 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة.	مرسوم تنفيذي رقم 15 - 59 مؤرخ في 18 ربيع الثاني عام 1436 الموافق 8 فبراير سنة 2015، يحدهد العناصر المكونة للاجر الوطني الاتنى المضمون.	
- وبعد موافقة رئيس الجمهورية.	إن الوزير الاول،	
يرعسم ما يأتي :	- بناء على تقرير وزير العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي،	
المادة الاولى : تطبيقا لاحكام المادة 87 من القانون رقم 90-11 المؤرخ في 26 رمضان عام 1410 الموافق 21 أبريل سنة 1990 والمتعلق بحلقات العمل، المدل والمتمم، يهدد هذا المرسوم إلى تحديد العناصر المكونة للاجر الوطني الاتنى المضمون.	- وبناء على الدستور، لا سيما المادتان 85 و3 و125 (الفقرة 2) منه.	
المادة 2 : يتشعل الاجر الوطني الاتنى المضمون الاجر القاعدي والتحويزات والحلاوات مهما كانت طبيعتها باستثناء تلك المتعلقة بما يأتي :	- وبمقتضى القانون رقم 81-07 المؤرخ في 24 شعبان عام 1401 الموافق 27 يونيو سنة 1981 والمتعلق بالتعيين، المدل والمتمم، لا سيما المادتان 16 و17 منه.	
	- وبمقتضى القانون رقم 83-11 المؤرخ في 21 رمضان عام 1403 الموافق 2 يوليو سنة 1983 والمتعلق بالتأمينات الاجتماعية، المدل والمتمم، لا سيما المواد 22 و30 و40 و48 و73 منه.	

الملحق رقم 03: قائمة المحكمين

الجامعة	إسم الأستاذ المحكم
جامعة غرداية	الأستاذ: شنيبي حسين
جامعة غرداية	الأستاذ: بهاز لويبة
جامعة غرداية	الأستاذ: دحو سليمان

الملحق رقم 04: الاستبيان.



جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التجارية

تخصص تسويق صناعي

استمارة الاستبيان

أخي الفاضل أختي الفاضلة

في اطار التحضير لمذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر اكايمي بعنوان :

مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية للسنة الجامعية 2019/2018 ، اين تم استهداف اصحاب المركبات نضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجين منكم التفضل والتعاون لأجل بإبداء آرائكم في العبارات الواردة فيه بكل صدق، وهذا لضمان مصداقية النتائج، يرجى التكرم بالإجابة على الأسئلة التالية بتمعن بوضع إشارة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيك.

كما نحيطكم علما ونؤكد ان اجابتكم سرية وان المعلومات التي سيتم جمعها لن تستخدم الا لأغراض البحث العلمي.

شاكرين لكم مسبقا بجهودكم وحسن تعاونكم.

من اعداد الطالب : نواصر أحمد

القسم الأول : بيانات شخصية

الرجاء وضع علامة X على الاجابة المناسبة :

- الجنس : ذكر انثى
- العمر : اقل من 30 سنة من 30 الى 40 سنة من 40 الى 50 سنة أكثر من 50 سنة
- المؤهل العلمي: ثانوي فأقل جامعي دراسات عليا
- الحالة العائلية: متزوج أعزب
- الفئة المهنية الاجتماعية: موظف متقاعد
- بدون عمل - أخرى أذكرها:

- الدخل الشهري: أقل من 35000 دج من 35000 دج الى 50000 دج أكثر من 80000 دج 50000 دج الى 80000 دج

القسم الثاني : متغيرات الدراسة

أولا : أسئلة حول رضا عند المستهلك.

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	الوقت المستغرق للتزود بالوقود والزيوت في انجاز الخدمة في المحطة سريع .					
02	تلي الخدمات التي تقدمها محطات التزود بالوقود والزيوت حاجاتي و رغباتي .					
03	التجهيزات المتوفرة بمحطات التزود بالوقود والزيوت تناسب مستهلكيها .					
04	يتوافر الامن بمحطات التزود بالوقود والزيوت .					
05	يمكنني ان اصل الى محطات التزود بالوقود والزيوت بسهولة .					
06	عمال محطات التزود بالوقود والزيوت مهذبون وتعاملهم اخوي ومميز مع الزبون .					
07	تسعى محطات التزود بالوقود والزيوت باستمرار لتحسين جودة الخدمات المقدمة .					
08	أنا راض عن الخدمات التي تقدمها محطات التزود بالوقود والزيوت .					
09	أماكن توقيف السيارات والشاحنات ملائمة .					
10	التوفر الدائم للمنتجات بمحطات التزود بالوقود والزيوت .					

ثانيا : أسئلة حول تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية.

الرقم	العبارات	موافقة بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
-1						
01	وجود لوحات عاكسة وعلامات مرورية أرضية باستخدام الاسهم تبين مدخل ومخرج المحطة ومسار الحركة ومكان التوقف .					
02	احترام الاسعار الوقود .					
03	توفر اداة السلامة والحوادث في المحطة دائما.					
04	المواقع مناسب اضافة الى وجود حائط ومكان مغطى.					
05	تتوافر محطة بجميع انواع الوقود .					
-2						
تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من قبل وصاية البلدية						
01	توفر مختلف الخدمات من مساجد وإمكان لاستراحة ومقاهي ومطاعم .					
02	توفر مساحات خضراء وأماكن الجلوس نظيفة ومغطاة لزبائن المحطة.					
03	توحيد اللباس الخاص بعمال المحطة .					
04	مستوى صيانة المضخات الوقود والمعدات المحطة جيد .					
05	توافر المحطة متاجر ومحلات قطاع الغيار السيارات و أكسيسوارت اضافة الى غسل وتشحيم السيارات.					
	توفر قارورات غاز البوتان في المحطة					
-3						
تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من قبل وزارة البيئة						
01	مطابقة المطاعم والمقاهي لسلامة الصحية والبيئية .					
02	توفر اقامة نظيفة في المحطة .					
03	توفر موظف الاستقبال في المحطة على مدار الساعة .					
04	مدى توفر الخدمات وصلاحياتها لاستقبال الزبائن .					
05	تتوافر المحطة على مكان مخصص الاسعافات اولية ومعدات الاطفاء .					
06	احترام تطبيق المناورات المبرمجة مع الحماية المدنية من اجل الحفاظ على السلامة المحطة					

شكرا لتعاونكم معنا..

الملحق رقم 04 : مخرجات ssps

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ذكر	179	85.2	85.2	85.2
Valid انثى	31	14.8	14.8	100.0
Total	210	100.0	100.0	

العمر

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
أقل من 30 سنة	94	44.8	44.8	44.8
Valid من 30 الى 40 سنة	85	40.5	40.5	85.2
من 40 الى 50 سنة	26	12.4	12.4	97.6
أكثر من 50 سنة	5	2.4	2.4	100.0
Total	210	100.0	100.0	

الحالة العائلية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
متزوج	108	51.4	51.4	51.4
Valid أعزب	102	48.6	48.6	100.0
Total	210	100.0	100.0	

المؤهل العلمي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ثانوي فأقل	52	24.8	24.8	24.8
Valid جامعي	80	38.1	38.1	62.9
دراسات عليا	78	37.1	37.1	100.0
Total	210	100.0	100.0	

الفئة المهنية الاجتماعية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موظف	136	64.8	64.8	64.8
متقاعد	47	22.4	22.4	87.1
Valid بدون عمل	13	6.2	6.2	93.3
أخرى أذكرها	14	6.7	6.7	100.0
Total	210	100.0	100.0	

الدخل الشهري

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
أقل من 35000 دج	92	43.8	43.8	43.8
من 35000 دج الى 50000 دج	46	21.9	21.9	65.7
Valid 50000 دج الى 80000 دج	56	26.7	26.7	92.4
أكثر من 80000 دج	16	7.6	7.6	100.0
Total	210	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
الوقت المستغرق للتزود بالوقود والزيوت في انجاز الخدمة في المحطة سريع.	210	3.7381	.89815
تلبية الخدمات التي تقدمها محطات التزود بالوقود والزيوت حاجاتي و رغباتي.	210	3.7429	.97361
التجهيزات المتوفرة بمحطات التزود بالوقود والزيوت تناسب مستهلكيها.	210	.58574	.90970
يتوافر الامن بمحطات التزود بالوقود والزيوت.	210	3.6857	1.23594
يمكنني ان اصل الى محطات التزود بالوقود والزيوت بسهولة.	210	3.5571	.96794
عمال محطات التزود بالوقود والزيوت مهذبون وتعاملهم اخوي ومميز مع الزبون.	210	.48574	81504.
تسعى محطات التزود بالوقود والزيوت باستمرار لتحسين جودة الخدمات المقدمة.	210	3.8429	1.03020
أنا راض عن الخدمات التي تقدمها محطات التزود بالوقود والزيوت.	210	3.6381	1.13764
أماكن توقيف السيارات والشاحنات ملائمة.	210	.18574	.37259

التوفر الدائم للمنتجات بمحطات التزود بالوقود والزيوت.	210	95293.	1.15766
رضا عند المستهلكين	210	16793.	.74272
Valid N (listwise)	210		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
وجود لوحات عاكسة وعلامات مرورية أرضية باستخدام الأسمه تبين مدخل ومخرج المحطة ومسار الحركة ومكان التوقف.	210	3.6333	1.09537
احترام الاسعار الوقود.	210	3.8286	1.18570
توفر اداة السلامة والحوادث في المحطة دائما.	210	3.5048	1.08159
المواقع مناسب اضافة الى وجود حائط ومكان مغطى.	210	.28574	1.19179
تتوافر محطة بجميع انواع الوقود.	210	3.2333	1.10581
جودة الخدمات	210	3.5833	.79560
تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة النقل	210	3.4333	.76580
Valid N (listwise)	210		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
توفر مختلف الخدمات من مساجد وإمكان لاستراحة ومقاهي ومطاعم.	210	3.5762	1.14766
توفر مساحات خضراء وأماكن الجلوس نظيفة ومغطاة لزيائن المحطة.	210	.21434	.24769
توحيد اللباس الخاص بعمال المحطة.	210	.45714	80755.
مستوى صيانة المضخات الوقود والمعدات المحطة جيد.	210	.33334	38666.
توافر المحطة متاجر ومحلات قطاع الغيار السيارات و اكسيسوارت اضافة الى غسل وتشحيم السيارات.	210	3.0333	1.22331
توفر قارورات غاز البوتان في المحطة	210	3.6762	1.20203
تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وصاية البلدية	210	26293.	.88962
Valid N (listwise)	210		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
مطابقة المطاعم والمقاهي لسلامة الصحية والبيئية.	210	3.3571	1.24933
توفر اقامة نظيفة في المحطة.	210	3.1952	1.18401
توفر موظف الاستقبال في المحطة على مدار الساعة.	210	3.4190	1.08739
مدى توفر الخدمات وصلاحياتها لاستقبال الزبائن.	210	3.4190	1.05160
تتوافر المحطة على مكان مخصص الاسعافات اولية ومعدات الاطفاء.	210	3.3524	1.11089
احترام تطبيق المناورات المبرمجة مع الحماية المدنية من اجل الحفاظ على السلامة المحطة	210	3.5333	1.09428
تقيم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من قبل وزارة البيئة	210	3.4452	.85033
Valid N (listwise)	210		

الفاكروباخ رضا عند المستهلكين

Case Processing Summary

	N	%
Valid	210	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	210	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.374	10

الفاكروباخ الكلي كامل الاستبيان

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	210	100.0

Excluded ^a	0	.0
Total	210	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	27

الفاكروباخ بعد الاول تقيم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت من قبل وزارة النقل

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	210	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	210	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	5

الفاكروباخ محور ثاني جودة الخدمات

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	210	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	210	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

.741	17
------	----

الفاكروباخ بعد الثاني تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من قبل وصاية البلدية

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	210	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	210	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965.	6

الفاكروباخ بعد الثالثة تقييم تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيت من قبل وزارة البيئة

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	210	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	210	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824.	6

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	رضا عند المستهلكين	جودة الخدمات
N	210	210
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3.4167
	Std. Deviation	.74272
	Absolute	.170
Most Extreme Differences	Positive	.125
	Negative	.170
Kolmogorov-Smirnov Z	.458	.984
Asymp. Sig. (2-tailed)	236.	354.

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Correlations

	رضا عند المستهلكين	جودة الخدمات
رضا عند المستهلكين	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	210
جودة الخدمات	Pearson Correlation	.863 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	210

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	رضا عند المستهلكين ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: جودة الخدمات

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.241 ^a	.581.	.053	.77409

a. Predictors: (Constant), رضا عند المستهلكين

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7.655	1	7.655	12.775	.000 ^b
Residual	124.636	208	.599		
Total	132.292	209			

a. جودو الخدمات. Dependent Variable:
b. رضا عند المستهلكين. Predictors: (Constant),

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.703	.252		10.724	.000
رضا عند المستهلكين	.258	.072	.241	3.574	.000

a. جودو الخدمات. Dependent Variable:

Group Statistics

	الجنس	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
رضا عند المستهلكين	ذكر	179	3.3659	.74117	.05540
	انثى	31	3.7097	.69251	.12438

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
	F	Sig.	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	
رضا عند المستهلكين	Equal variances assumed	.071	.790	2.406	208	171.	-.34376-
	Equal variances not assumed			2.525	42.800	151.	-.34376-

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6.594	5	1.319	2.292	.047
العمر Within Groups	117.387	204	.575		
Total	123.981	209			
المؤهل العلمي Between Groups	.425	5	.085	.137	.984

	Within Groups	126.356	204	.619		
	Total	126.781	209			
	Between Groups	.199	5	.040	.155	.978
الحالة العائلية	Within Groups	52.258	204	.256		
	Total	52.457	209			
	Between Groups	2.575	5	.515	.155	.978
الفئة المهنية الاجتماعية	Within Groups	159.449	204	.782		
	Total	162.024	209			
	Between Groups	13.458	5	2.692	2.767	.019
الدخل الشهري	Within Groups	198.466	204	.973		
	Total	211.924	209			

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
رضا عند المستهلكين	210	3.4167	.74272	.05125

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
رضا عند المستهلكين	8.130	209	.000	.41667	.3156	.5177

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
جودة الخدمات	210	3.5833	.79560	.05490

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
جودة الخدمات	10.625	209	.000	.58333	.4751	.6916

الفهرس

الفهرس

الصفحة	قائمة الفهرس
III	الإهداء
IV	الشكر
V	ملخص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال البيانية
IX	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
6	الفصل الاول : الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة
8	المبحث الأول : الأدبيات النظرية .
7	المطلب الأول : . الرضا عند المستهلكين
14	المطلب الثاني: جودة خدمات محطات التزويد بالوقود
21	المطلب الثالث : تقييم مستويات الرضا عند المستهلكين من تصنيف خدمات محطات التزود بالوقود والزيوت للمركبات في الجزائر بالنسبة للمعايير الدولية
29	المبحث الثاني : الدراسات السابقة لموضوع الدراسة
29	المطلب الأول : الدراسات العربية
31	المطلب الثاني : الدراسات الأجنبية
33	المطلب الثالث: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة
34	خلاصة الفصل
36	الفصل الثاني: دراسة الحالة
37	المبحث الأول: عموميات حول محطات الوقود
37	المطلب الأول : تقديم عام حول محطات الوقود

41	المطلب الثاني : أبرز الخدمات التي تقدمها محطات الوقود في الجزائر .
42	المطلب الثالث : دفتر الشروط انشاء محطات الوقود في الجزائر
45	المبحث الثاني : المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية (الطريقة و الإجراءات)
45	المطلب الأول: طرق وأدوات الدراسة
55	المطلب الثاني: عرض و تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها
68	المطلب الثالث: إختبار الفرضيات
76	خلاصة الفصل
77	خاتمة
82	قائمة المصادر والمراجع
86	الملاحق
103	الفهرس