

جامعة غرداية  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

في العلوم التجارية تخصص اتصال تسويقي

من إعداد الطالب : شيني يوسف

**دور جودة خدمات النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة  
- دراسة حالة طلبة جامعة غرداية -**

نوقشت و أجزيت علنا بتاريخ : 02-06-2016

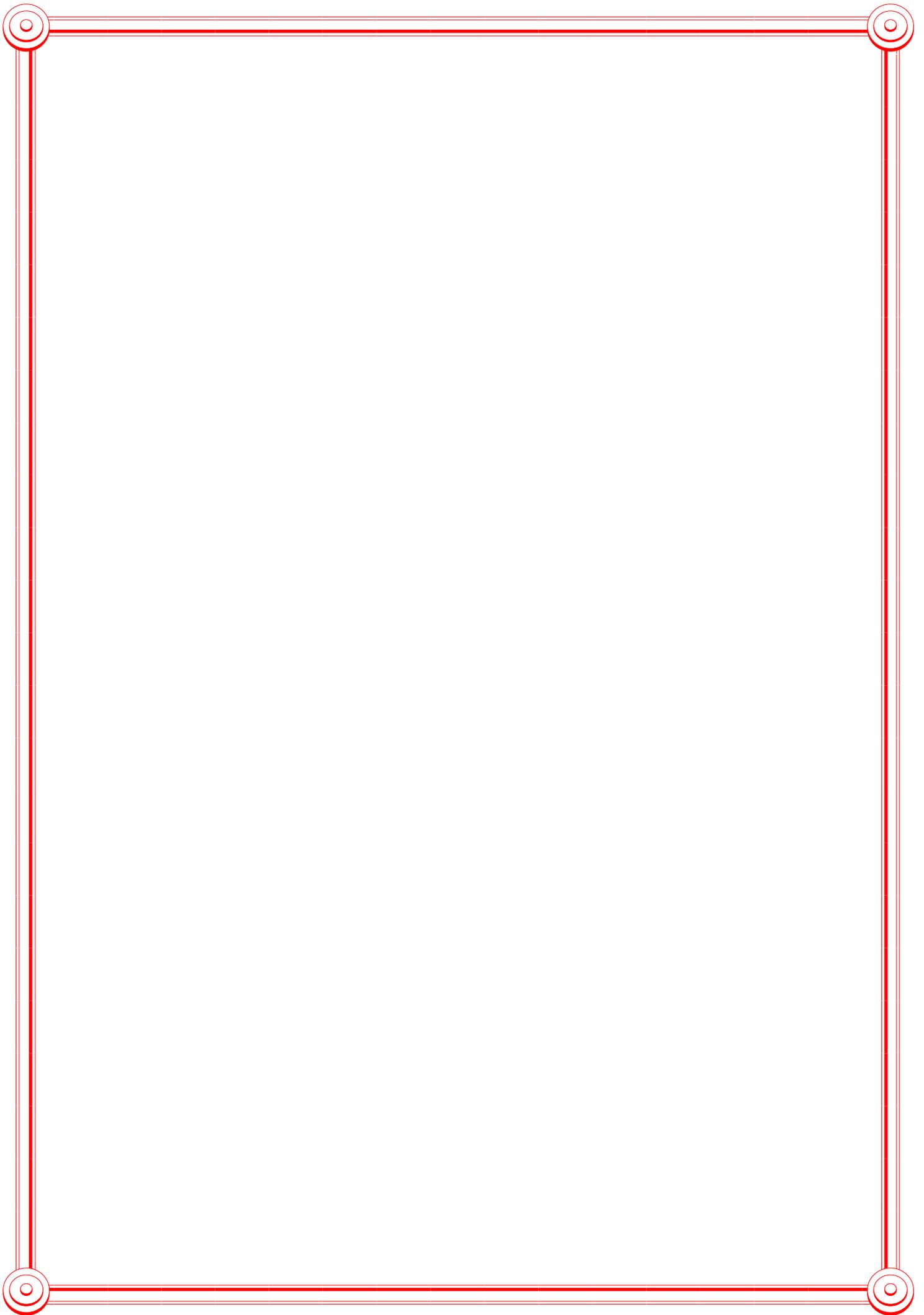
أمام اللّجنة المكوّنة من السّادة الآتية أسمائهم:

الدّكتورة: لعمور الرملية..... (جامعة غرداية ) رئيسا.

الأستاذ :ميسوم بلخير..... (جامعة غرداية ) ممتحنا.

الأستاذة : بهاز لويّزة ..... (جامعة غرداية ) مشرفا.

السّنة الجامعية : 2015 – 2016



# شكر

بسم الله و الصلاة و السلام على خاتم الأنبياء و المرسلين، الحمد لله الذي منّ علينا بنعمة العقل و

هدانا وأرشدنا إلى طريق النور و العلم و مكّني من إتمام هذا العمل المتواضع فأتقدم بعظيم الشكر

إلى الأستاذ المشرفة: " بهاز لويّزة " و كذا أشكر الأساتذة الذين ساهموا في وصولي إلى هذه المرحلة

من طريقي الدراسي و العلمي من أول يوم في الدراسة إلى اليوم و كذا أشكر كل من ساعدني و لو

بالقليل في إتمام هذا العمل سواء من قريب أو من بعيد.

و أسأل المولى عز وجل أن يوفّقني لما يجب و يرضى إنه ولي ذلك والقادر عليه و الحمد لله رب

العالمين.

## ملخص البحث

تطرقنا في هذه المذكرة لموضوع المفاضلة بين الاعلان التقليدي و الاعلان الالكتروني حيث كان الهدف من هذه الدراسة هو التوصل إلى تحديد أي من الاعلانين هو الافضل في إيصال المعلومة حول مؤسسة أوريدو و منتجاتها إلى الافراد و عملائها. و قد اعتمدنا من أجل الوصول إلى تحقيق هذا الهدف إلى طرح الاشكالية التالية: " أي الاعلانين التقليدي أو الالكتروني الأفضل في تحقيق أهداف المؤسسة". و من أجل الاجابة على هذه الاشكالية اتبعنا أسلوب الوصفي التحليلي بالإضافة إلى الأساليب الاحصائية (كـ 2 ، Spss ، معامل التوافق C) فمن خلال هذه الادوات توصلنا إلى النتائج حول هذا البحث ألا و هي :

- الاعلان التقليدي أفضل من الاعلان الالكتروني في تحقيق أهداف المؤسسة.
- إن للإعلان تأثير مختلف حسب الخصائص الديمغرافية للعميل.
- لا يؤثر الإعلان الالكتروني بدرجة أكبر من الإعلان التقليدي على قرار شراء العميل
- الاعلان الإلكتروني لا يساهم في دعم و شهرة العلامة التجارية للمؤسسة أكثر من الاعلان التقليدي.

## Résumé de recherche

Nous avons discuté dans cette note à l'objet de compromis entre la publicité traditionnelle et la publicité en ligne où le but de cette étude est de déterminer pour atteindre l'une des déclarations est le meilleur dans la fourniture d'informations sur la Fondation ooredoo et produits aux particuliers et à leurs clients. Et ont adopté afin d'atteindre cet objectif de mettre le dilemme suivant:

"toute déclaration ou courrier traditionnel mieux dans la réalisation des objectifs de l'institution." Afin de répondre à ce dilemme Suivez méthode d'analyse descriptive en plus des méthodes statistiques (KI<sup>2</sup>-spss- Coefficient de compatibilité c). C'est grâce à ces outils que nous avons abouti à des conclusions au sujet de cette recherche et n'est pas:

- L'annonce de la meilleure courrier traditionnel de la publicité dans la réalisation des objectifs de l'institution.
- La Déclaration a un effet différent selon les caractéristiques démographiques du client.
- Ne pas affecter la publicité en ligne plus difficile que la publicité traditionnelle sur la décision du client d'acheter.
- Publicité messagerie ne contribue pas à l'appui et la renommée de la marque de l'institution plus de la publicité traditionnelle.

# الإهداء

﴿الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات﴾

أهدي ثمرة جهدي إلى أعز ما في الوجود التي رضاؤها من رضا رب العالمين منبع إصراري وقوتي و صمودي أمي "عمورة" الغالية أطل الله في عمرها ورضي عنها و أرضاها في الدنيا و الآخرة، إلى من غمرني بفضله والدي "العبد" العزيز أطل الله في عمره.

إلى إخوتي الأعزاء وبأخص أخوتي عبد الناصر و محمد و إبراهيم و أخواتي كل واحدة بإسمها أبناء و بنات إخوتي كلا بإسمه إلى كل الأهل و الأقارب و إلى كل من يحمل لقب شنيبي من قريب أو بعيد

دون أن أنسى أستاذي شنيبي عبد الرحيم و استاذتي بهاز لويزة و جميع طلبة ماستر 2 قسم ع. اقتصادية. تجارية و ع. التسيير وأمانة الكلية أمينة ونجمة كل واحد بإسمه إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد و إلى كل زملائي و زميلاتي .

إلى أعضاء ومناضلي الاتحاد العام للطلبة الجزائريين .

أسدلت الستار وأنا مازلت احمل كثير الأسماء وحلو المعاني لكنني لم أسدل ستار النسيان على كل من مد يد العون ولم يذكره اللسان .

## الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور جودة خدمات النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة من حيث الأهمية و المعايير وبالإضافة إلى قياس رضا الطلبة عن الخدمات التي تقدم لهم من أجل تحسين جودة الخدمات، تم توزيع حوالي 100 استبانة على طلبة جامعة غرداية منها 8 استبانات غير مسترجعة و 22 ملغاة وعلى إثر ذلك خضع حوالي 70 استبانة للتحليل الإحصائي من مجموع الاستبانات الموزعة وبعد أن تم إخضاع ووضع إجابات المستجوبين من أفراد عينة الدراسة للتحليل وذلك باستعمال برنامج التحليل الإحصائي " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " ( SPSS.20 ) حيث قمنا باستعمال أدوات إحصائية متعددة على غرار المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، إضافة إلى بعض التطبيقات التي يتضمنها هذا البرنامج مثل التباين الأحادي و الإنحدار المتعدد لإثبات صحة الفرضيات واختبار ألفا كرو نباخ لمعرفة ثبات وصدق الاستبانة.

وعليه انطلاقاً من نتائج اختبار الفرضيات وتحليل ومناقشة هذه النتائج توصلت الدراسة إلى أن تحقيق رضا الطلبة مرتبط بجودة الخدمة ، كما أن جودة الخدمة تعمل على تحقيق رضا الطلبة و تحسين جودة الخدمات المقدمة ، كل أبعاد جودة الخدمة النقل الجامعي ( الملموسية، الإعتمادية، إستجابة، الضمان، التعاطف) لها دور في تحقيق رضا طلبة جامعة غرداية.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات ، رضا الطلبة، النقل الجامعي.

## **Summary:**

This study aimed to identify the role of the quality of university transportation services in achieving student satisfaction in terms of importance and standards, in addition to measuring students' satisfaction with the services provided to them in order to improve the quality of services, were distributed about 100 questionnaire on Ghardaia University of them students 8 questionnaires non-refundable and 22 canceled and subsequently underwent about 70 to identify the statistical analysis of the total distributed questionnaires and after they have been subjected and put the answers of the respondents of the survey sample for analysis individuals and by using statistical analysis program "statistical package for social Sciences (SPSS.20)" where we have the use of multiple statistical tools the arithmetic mean and standard deviation lines, in addition to some of the applications that are included in this program, such as variance and regression to validate assumptions and test the Alpha Crew Nbach to know the reliability and validity questionnaire.

Thus the basis of hypothesis testing, analysis and discussion of these results the results of the study found that the achievement of satisfaction of students linked to the quality of service, and the quality of service works to achieve student satisfaction and improve the quality of services provided, each service quality university Transport dimensions) tangibility, reliability, response, security , empathy) have a role in achieving the satisfaction of Ghardaia University students.

**Key words:** quality of service, satisfaction of students, university transport

## فهرس المحتويات

I	كلمة شكر.....
II	الإهداء.....
III	ملخص الموضوع.....
V	فهرس المحتويات.....
VI	قائمة الجداول.....
VII	قائمة الاشكال.....
VIII	قائمة الملاحق.....
[أ.ح]	المقدمة.....
	الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية.....
3	المبحث الأول: دور جودة الخدمة النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة.....
3	المطلب الأول: ماهية جودة الخدمة.....
11	المطلب الثاني: ماهية النقل الجامعي.....
14	المطلب الثالث : ماهية رضا الطلبة.....
19	المبحث الثاني: الدراسات السابقة.....
19	المطلب الأول: الدراسات العربية.....
21	المطلب الثاني: الدراسات السابقة الأجنبية.....
23	المطلب الثالث: ما يميز دراستنا الحالية عن الدراسات السابقة.....
24	خلاصة الفصل.....
	الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية -دراسة قطاع الإتصالات الجزائرية.....
27	المبحث الأول: الأدوات والطريقة.....
27	المطلب الأول: طريقة الدراسة.....
28	المطلب الثاني: أدوات الدراسة.....
30	المطلب الثالث: صدق و ثبات الاستبانة.....
35	المبحث الثاني : تحليل ومناقشة الدراسة.....
35	المطلب الأول: نتائج الدراسة.....
40	المطلب الثاني: تحليل محاور الدراسة.....

## فهرس المحتويات

52	المطلب الثالث: اختبار الفرضيات.....
60	خلاصة الفصل:.....
62	الخاتمة.....
64	قائمة المراجع.....
68	قائمة الملاحق.....

## قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
7	أبعاد جودة الخدمة	1-1
29	درجة أهمية بنود الإستبانة	1-2
29	مقياس تحديد الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي	2-2
30	قياس ثبات الإستبانة	3-2
32	معاملات التجانس بين كل من فقرة من فقرات المحاور	4-2
34	معاملات الارتباط بين كل من فقرة من فقرات المحور الثاني	5-2
34	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	6-2
36	توزيع عينة الدراسة حسب مستوى التدرج	7-2
38	توزيع عينة الدراسة حسب العمر	8-2
39	توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية	09-2
40	تقييم الطلبة المظهر العام لوسائل النقل	10-2
41	: تقييم الطلبة على القدرة في أداء الخدمة بشكل المطلوب	11-2
42	تقييم الطلبة للرغبة في المساعدة و تقديم الخدمة بعناية	12-2
43	تقييم الطلبة لدرجة العناية و الاهتمام في حل المشاكل	13-2
44	تقييم الطلبة للشعور بالأمان و الثقة في مقدم الخدمة ( السائق)	14-2
45	لدرجة شعور الطالب بتلبية تقييم الطلبة احتياجاته	15-2
46	المتوسط الحسابي و الإنحراف المعياري للمحور الأول	16-2
47	المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري للمحور الثاني	17-2
48	المتوسط الحسابي و الإنحراف المعياري للمحور الثالث	18-2
49	المتوسط الحسابي و الإنحراف المعياري للمحور الرابع	21-2
50	المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري للمحور الخامس	22-2
51	المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري للمحور السادس	23-2

52	نتائج اختبار كولموجروف - سمرنوف في توزيع البيانات.	24-2
55	الإنحدار المتعدد	25-2
56	إختبار الفرضية الثالثة	26-2
57	التباين الأحادي للحالة الإجتماعية	27-2
58	التباين الأحادي للجنس	28-2
58	التباين الأحادي للعمر	29-2
59	التباين الأحادي للمستوى التعليمي	30-2

## قائمة الاشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
4	يوضح مفهوم جودة الخدمة	1-1
15	نموذج الفجوات	2-1
9	خصائص الرضا	3-1
36	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	1-2
37	توزيع أفراد العينة حسب مستوى التدرج	2-2
38	توزيع أفراد العينة حسب العمر	3-2
39	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	4-2
53	رسم بياني لتتبع التوزيع الطبيعي للبيانات	5-2

أولاً: توطئة :

لقد شهدت العقود الأخيرة تطور هاما في قطاع الخدمات التي أصبحت تشكل فيها الخدمة أهمية كبيرة في إقتصاديات الدول العالمية، مما خلق منافسة بين مقدميها و في هذه الظروف أصبح هنالك وعي لدى الباحثين و المهتمين بأهمية جودة الخدمة في تقديم خدمات أفضل و تحقيق رضاها لدى الزبون (الطالب)، ومن أجل النمو و التطور أصبحت إدارة الجودة تقوم بتحقيق رضا الزبون وجعله هاجسا للمؤسسات الخدمية حيث أصبح رضا الزبون و ولائه للمؤسسة خاصة أن الثورة التكنولوجية للإتصالات و المعلوماتية مكنت الزبون من إختياره للخدمات حسب رغباته.

ويعد النقل الجامعي أحد أهم الخدمات و لأكثر فاعلية لأنه يساهم في ربط المؤسسات الجامعية و جعلها أكثر إتصالية بمختلف المناطق التي يتوافد منها كافة الفئات المرتبطة بهذا النوع من المياكل من عمال و مستخدمين، ولاسيما الطلبة حيث أنهم يشكلون الفئة الأكثر إستفادة و إستعمالا لهذا النوع من الخدمات، و للأداء الخدمة على أكثر وجه و كسب مستوى أعلى من رضا الطالب بخدمة النقل.

وتعتبر مؤسسات النقل الجامعي من بين المؤسسات الخدمية المختصة في تقديم خدمات متنوعة مع الإفتتاح على السوق الخدمي وذلك بفتح مجال للخواص في تقديم خدماتهم مما أدى إلى ظهور في زيادة الطلب على خدماتهم لتسهيل عمليات نقل الطلبة، إلى أن هذا مرهون في أداء نشاطها بشكل جيد، و ضمان نموها و تطورها بمدى قدرتها على تحسين جودة خدماتها.

و مما سبق يمكننا بلورة إشكالية بحثنا هذا كالآتي:

الإشكالية الرئيسية :

إلى أي مدى تساهم عناصر جودة خدمات النقل الجامعي في تحقيق الرضا لدى الطلبة بجامعة غرداية ؟

أولاً:فرضيات الدراسة:

في ظل تحديد مشكلة البحث و معرفة أهمية الدراسة و لتحقيق الأهداف ،قمنا بصياغة الفرضية الرئيسية على

النحو التالي:تساهم عناصر جودة خدمات النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة.

- مستوى جودة خدمات النقل الجامعي في جامعة غرداية ضعيف.

- مستوى رضا الطلبة من خدمات النقل ضعيف.

- يوجد أثر للأبعاد جودة الخدمة (النقل الجامعي)على رضا الطلبة.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الدلالة الإحصائية بين آراء المبحوثين حول جودة الخدمات (النقل) ترجع

لمتغيرات ديمغرافية.

ثالثاً.متغيرات الدراسة :

- المتغير المستقل: جودة الخدمة.

- المتغير التابع: رضا الطلبة.

رابعاً. حدود الدراسة :

حتى يتمكن من الإجابة على الإشكالية المطروحة، من الضروري وضع بعض الحدود التي تنتهي عندها الدراسة لذا شمل الحيز الزمني الفترة من شهر فيفري إلى غاية ماي من سنة 2016، بينما اقتصر الحيز المكاني على مستوى جامعة غرداية و مديرية الخدمات الجامعية و أُجريت الدراسة على مستوى جزئي بحيث تناولنا عينة تتمثل طلبة جامعة غرداية.

أما بالنسبة للحدود البشرية و الموضوعية فقد اشتملت الدراسة على عينة من الطلبة على مستوى جامعة غرداية، حيث تم اختيار عينة عشوائية مكونة من 100 طالب بتقديمهم إستبيانات للإجابة عليهم، بينما الجانب الموضوعي فقد تم التطرق إلى مفهوم دور جودة خدمات النقل الجامعي وبالتركيز على الدور الذي تساهم في تحقيق رضا الطلبة.

خامساً: أهداف الدراسة:

بالإضافة إلى هدف اختبار مدى صحة الفرضيات المتنبأة يمكن تحديد معالم أهداف الدراسة بشيء من التفصيل من خلال النقاط التالية :

- إلقاء الضوء على الدراسات السابقة التي تناولت موضوع جودة الخدمات وما توصلت إليه حتى تكون نقطة بداية لهذا البحث.
- تحسين خدمات النقل الجامعي على مستوى جامعة غرداية.
- تحديد المفهوم الدقيق لجودة الخدمة و مدى تحقيقها لرضا الطلبة؛
- تدعيم البحوث الأخرى و حل إشكالياتها لقللة الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع.

سادسا: مبررات اختيار الموضوع :

يمكن إجمال أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع في:

- حداثة الموضوع لدور جودة الخدمة في تحقيق رضا الطلبة من المواضيع الحديثة التي لم تنل نصيب من الدراسة والبحث .

- نقص فادح في هذه المواضيع و هي من بين المواضيع التي لم تجرى لها دراسات وهذا لعدم الإهتمام بها.

- محاولة وضع إقتراحات و حلول للمشاكل الذي يواجهها الطلبة في النقل الجامعي .

- دافع البحث و حب الإطلاع على كيفية تقييم و مدى رضا الطلبة على النقل الجامعي في مدينة غرداية.

سابعا: أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في إبراز الدور دور جودة خدمات النقل الجامعي بالنسبة للمؤسسات الخدمية و خاصة خدمات النقل الجامعي بغرداية باعتبارها فنية في ظل التطورات، لأن قطاع النقل الجامعي يلعب دورا هاما على مستوى الجامعة فهو يتطلب المزيد من الأبحاث و الدراسات خاصة تلك المتعلقة بالنقل الجامعي و علاقتها برضا الطلبة.

ثامنا: أدوات البحث والدراسة:

سنستخدم المنهج الوصفي، حيث يعرف المنهج الوصفي بأنه محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر

مشكلة أو ظاهرة قائمة للوصول إلى فهم أفضل وأدق أو وضع السياسات والإجراءات المستقبلية الخاصة

وسنستخدم مصدرين أساسيين للمعلومات :

المصادر الثانوية: في معالجة الإطار النظري للبحث إلى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.

المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث لجأنا إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسية للبحث، وتوزيعها على عينة من طلبة جامعة غرداية مع دراستها الإحصائية باستخدام برنامج SPSS Version 20 .

#### تاسعا: صعوبات الدراسة:

- نقص المراجع التي تناولت هذا الموضوع في جودة خدمات النقل الجامعي.

- صعوبة إسترجاع الإستبيانات الموزعة.

#### عاشرا: تقسيم البحث:

قمنا بإهتمام بالموضوع و معالجته من مختلف جوانبه وذلك بتقسيم هذا البحث إلى فصلين على النحو التالي :  
**الفصل الأول :** الأدبيات النظرية والتطبيقية وفيه نتناول الأساس النظري المرتبط مباشرة بالموضوع، حيث تم تقسيمه إلى مبحثين الأول تم فيه التطرق إلى الإطار النظري لدور جودة خدمات النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة، أما الثاني نتناول فيه الدراسات السابقة و الفرق بين الدراسة الحالية و الدراسات السابقة.

**الفصل الثاني:** خصص للدراسة الميدانية (طلبة جامعة غرداية) حيث تناول في المبحث الأول الطريقة و الأدوات بحيث قدمنا أدوات ومجتمع الدراسة وتحديد أدوات البحث والدراسة من خلال تقديم العينة المستهدفة، وفي

المبحث الثاني النتائج والتوصيات من خلال عرض النتائج و مناقشتها، وفي الأخير قدمنا خاتمة تضمنت النتائج المستخلصة على المستويين النظري والتطبيقي و تقديم التوصيات التي نراها ملائمة.

### الخاتمة:

تعد جودة الخدمة من المواضيع التي تثير الإهتمام كبير من الباحثين في مجال جودة الخدمات و من أهم الأمور الحديثة التي شهدت توسعا كبير في السنوات الأخيرة في المؤسسات الخدمية، حيث أصبح الزبون يبحث عن طرق و أساليب مناسبة من أجل تغطية حاجاتهم للجودة الخدمة و تحقيق رضاهم .

يمكن القول إن تقييم أفراد عينة الدراسة يعكس وجود نوع من الإهتمام من قبل خدمات النقل الجامعي بأبعاد جودة الخدمة المعتمدة في الدراسة و هي الإعتماضية، الإستجابة، التعاطف، الملموسية، الأمان، كما حاولنا من خلال هذه الدراسة التعرف علي تأثير المتغيرات الديمغرافية للسن و الجنس و المستوى التعليمي لتقييم أفراد عينة الدراسة للأبعاد جودة الخدمة، وفي التالي فقد كانت الإشكالية البحث تدور حول إلى أي مدى تساهم عناصر

جودة خدمات النقل في تحقيق الرضا لدى الطلبة بجامعة غرداية؟

وقد توصلنا في دراستنا إلى جملة من النتائج و هي كالآتي :

## تمهيد:

إن جودة الخدمة تسعى دائما لرفع مستواها لوصولها إلى درجات عليا و هذا باستخدام عدة أساليب لتحسينها و ذلك بقياس رضا الطالب. وقد توفر لجودة النقل الجامعي باهتمام كبير من كل باقي الخدمات، وهذا راجع لتعلق الطالب و رضاه و لما له من تأثيرات عليه و مع ذلك فقد يمحور هذا الاهتمام بتحديد دور جودة خدمة النقل الجامعي و تحقيق رضا الطلبة، حيث تعد كمؤشر لقياس جودة النقل الجامعي و رضا الطلبة عليها.

فمن هذا المنطلق يأتي الفصل الأول بهذا الموضوع لتناول موضوع جودة خدمة النقل الجامعي بشكل خاص و الذي يعد محل الدراسة، حيث تم تقسيم الفصل الأول إلى مبحثين، حيث يتم يهدف المبحث الأول إلى دور جودة خدمة النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة ( مفهومه، معاييرها، أبعادها.....)، أما المبحث الثاني فتم التطرق إلى الدراسات السابقة، حيث نحاول القيام من خلالها ذكر أوجه التشابه و الاختلاف من حيث الهدف و العينة و طريقة المعالجة و الاستنتاجات.

## المبحث الأول: دور جودة خدمة النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة

لقد أصبح لجودة الخدمة عدة تحديات نتيجة التغيرات و التطورات في ظل العولمة و الذي زاد من تحديات للمؤسسات العمومية و الخاصة لتقديم خدماتها في أحسن وجه و هذا لإشباع حاجات الطلبة و قياس رضاهم.

### المطلب الأول: ماهية جودة الخدمة

#### أولاً: مفهوم جودة الخدمة:

تتعدد التعريفات بالنسبة لجودة الخدمة و ذلك لإختلاف حاجات و توقعات العملاء عند البحث عن جودة الخدمة المطلوبة ، وكذلك الإختلاف في الحكم على جودة الخدمة، وهناك عدة تعاريف نذكر منها:

\*تعريف (parasuraman et AL): "جودة الخدمة هي درجة و إتجاه التباين بين الإدراك و التوقعات نحو الخدمة المقدمة" وهي "الفجوة بين التوقعات الزبائن و إدراكهم الأداء الخدمة حيث كلما كانت الفجوة صغيرة كلما كانت جودة الخدمة جيدة ورضا الزبون مرتفع"<sup>1</sup>

\*فقد عرفها kotler.p "جودة الخدمة أن تقوم بتصميم و تسليم الخدمة بشكل صحيح من أول مرة أو على أن تؤدي بشكل أفضل في المرة الثانية و تحقيق رضا الزبون في وقت نفسها و أن تتمتع بمزايا تنافسية مقارنة بالتي المنظمات المنافسة"<sup>2</sup>

\*وتعرف جودة الخدمة: بأنها تقديم نوعية عالية و بشكل مستمر و بصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين،<sup>3</sup> و إنخفاض نسبة الشكاوي.<sup>4</sup>

\* و تعرف أيضا: " على أنها تتفوق على التوقعات الزبون،<sup>5</sup> أي يقصد بجودة الخدمة في هذا التعريف بأن المؤسسة تتفوق في خدماتها التي تؤديها فعلياً على مستوى التوقعات التي يحملها الزبون إتجاه هذه الخدمات "

- و جودة الخدمة يمكن أن تعرف من منظور مقدم الخدمة ومن منظور المستفيد من هذه الخدمة، و هذا ما يؤكد عليه الباحثان (Krajewski and Ritzman) فالجودة من منظور مقدم الخدمة هي مطابقة الخدمة

<sup>1</sup>-Ghada abd-ALLa Mohamed.servis **Qulety of travel agents** ,anternational,Meltdiseiplinary journal of tourism Volume 2 , Number 1,2007,p 66.

<sup>2</sup> -kotler.p.marketing managemant 11 the edition prentiohell 2000 new jersu.USA.

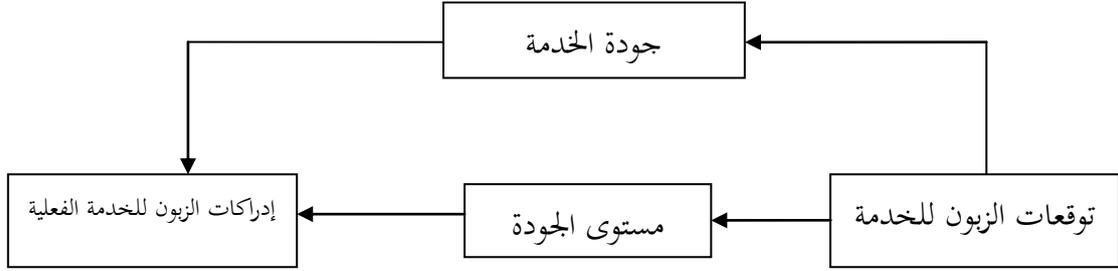
<sup>3</sup> -حضير كاظم حمود ، إدارة جودة و خدمة العملاء، الطبعة الأولى، دار الميسر للنشر والتوزيع، عمان، ص 215

<sup>4</sup> -سعد محمود المصري، الخدمة إدارة تسويق الأنشطة المفاهيم و إستراتيجيات، دار الجامعة، إسكندرية، 2002، ص 33-35.

<sup>5</sup> -ريتشاردل وليامز، الشاملة أساسيات إدارة الجودة ، ترجمة و نشر مكتبة حرير، طبعة الأولى، 1999، ص 215.

للمعايير الموضوعية مسبقاً لهذه الخدمة، أما الجودة من منظور المستفيد / الزبون فهي موازنة هذه الخدمة لإستخداماته و إستعمالاته<sup>1</sup>. و الشكل الموالي يوضح مفهوم جودة الخدمة:

الشكل رقم 01 : مفهوم جودة الخدمة



المصدر : محمد فوزي سالم عابدين، قياس جودة الخدمات الهاتفية الثابتة التي تقدمها شركة الإتصالات الفلسطينية في محافظات قطاع غزة من وجهة نظر الزبائن، مذكرة ماجستير، غير منشورة، الجامعة الإسلامية، 2006، ص 51.

ثانياً: أهمية جودة الخدمة:

يمكن الإشارة إلى أسباب الإهتمام بالجودة:<sup>2</sup>

1- نمو مجال الخدمة:

لقد تزايدت أعداد المنظمات التجارية التي تقدم الخدمات أكثر من أي وقت مضى، فهناك نمو للمنظمات المتصلة بالخدمات وما زال مستمرا بالتوسع.

2- ازدياد المنافسة:

إن بقاء المنظمات يعتمد على حصولها القدر الكافي من المنافسة لذلك فإن توفر جودة الخدمة يوفر لها العديد من المزايا التنافسية.

<sup>1</sup> إبراهيم بظاظو، أحمد العمارة، تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 45، 2010 ص 9.

<sup>2</sup> فليسي ليندة، واقع جودة الخدمات في المنظمات و دورها في تحقيق الأداء المتميز، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير علوم اقتصادية، جامعة محمد بوقرة بومرداس كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، 2011/2012، ص 44-45.

### 3- الفهم الأكبر للعملاء:

أن تتم معاملته بصورة جيدة و يكرهون التعامل مع المنظمات التي تركز فقط على الخدمة فلا يكفي منتجات ذات جودة وسعر معقول بدون المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للعملاء.

### 4- المدلول الاقتصادي لجودة خدمة العميل:

أصبحت المنظمات تحرص في الوقت الحالي على ضرورة استمرار التعامل معها و توسيع قاعدة عملائها، و هذا يعني أن المنظمات يجب أن لا تسعى فقط إلى إجتذاب زبائن جدد، ولكن يجب أن تحافظ على العملاء و الحاليين و من هنا تظهر الأهمية القصوى لجودة خدمة العملاء، من أجل ضمان ذلك.

#### ثالثا: معايير جودة الخدمة

توصل مجموعة من الباحثين إلى أن الأبعاد التي تبني عليها الزبائن توقعاتهم و إدراكاتهم و بالتالي حكمهم على جودة الخدمة تمتد لتشمل عشرة أبعاد رئيسية هي :

\* **الإعتمادية** : تشير إلى قدرة مزود الخدمة على إنجاز أو أداء الخدمة الموعد بها بشكل دقيق يعتمد عليه، فالمستفيد يتطلع إلى مزود الخدمة بأن يقدم له خدمة دقيقة من حيث الوقت و الإنجاز، تماما مثلما تم وعده بذلك و أن يعتمد على مزود الخدمة في هذا بذاته<sup>1</sup>.

\* **الإستجابة** : و التي تشير إلى سرعة إستجابة مقدمي الخدمة لمطالب و إحتياجات الزبائن<sup>2</sup>.

\* **الجدارة** : و هي تمثل مدى إستعداد مقدم الخدمة على تقديم المساعدة للمستفيد أو حل مشاكله.

\* **المصدقية** : حيث تلعب قدرات مقدم الخدمة و مستوى المعرفة لديه دورا كبيرا في إعطاء الثقة التي تتضمن المستفيد و تجعله واثق من حصوله على الخدمة المطلوبة وفقا لتوقعاته.

\* **الأمان** : تعد هذه الخدمة دورا كبيرا و فعال في جذب الزبائن لطلب الخدمة لأن توفر عنصر الأمان و الثقة يشكل نقطة أساسية بالنسبة للمستفيد. إن الحاجة إلى الأمان يمثل أحد الحاجات الأساسية التي يبحث عنها المستفيد في الخدمة.

<sup>1</sup> - حكيم بن حروة، دور إستراتيجية التسويق في تحسين مؤسسات الإتصال، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد حلب بالبلدية، البلدية، 2007، ص 32.

<sup>2</sup> - توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة و القياس المقارن أساليب الحديثة في المعايير و المقاييس، دار الفكر العربي، 2006/2005، ص

- \* **درجة فهم مقدم للخدمة** : يقصد بها درجة فهم مورد الخدمة للمستفيد و كم من الوقت و الجهد يحتاج هذا المورد كي يفهم المستفيد لطلباته خاصة مشاعر المستفيد و تقدير هذه المشاعر<sup>1</sup>.
- \* **الإتصال** : و تعني تبادل المعلومات المتعلقة بالخدمة بين مقدمي الخدمة و الزبائن بشكل سهل و بسيط<sup>2</sup>.
- \* **الوصول للخدمة** : لا يتضمن هذا البعد الإتصال فحسب، و لكن كل ما من شأنه أن ييسر من الحصول على الخدمة مثل : ملائمة ساعات العمل و موقع المؤسسة.
- \* **الأشياء الملموسة** : غالبا ما يتم تقييم جودة الخدمة من قبل الزبون في ضوء مظهر التسهيلات المادية مثل ( المعدات و الأجهزة و الأفراد...).
- \* **اللباقة** : و تعني أن يكون مقدم الخدمة على قدرة من الإحترام و الأدب، و أن يتسم بالمعاملة الودية مع الزبائن و من ثم فإن هذا الجانب يشير إلى الصداقة و الود بين مقدم الخدمة و الزبون<sup>3</sup>. و بعد فترة وجيزة قام نفس الباحثين بتقليص عدد الأبعاد إلى خمسة أبعاد ( parasuraman zeithanrl and berry 1900 ) هي :

<sup>1</sup> محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 92..-94.

<sup>2</sup> توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة و القياس المقارن أساليب الحديثة في المعايير و المقاييس، دار الفكر العربي، 2006/2005 ص 45.

<sup>3</sup>، قاسم نايف علوان الحياوي، إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم و عمليات و تطبيقات، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان، 2006، ص 94-95.

المؤشر	البيان
الجوانب الملموسة	<p>* جاذبية المظهر الخارجي للمؤسسة.</p> <p>* التصميم الداخلي للمؤسسة.</p> <p>* جاذبية الأجهزة و المعدات المستخدمة في أداة الخدمة.</p> <p>* المظهر اللائق لمقدمي الخدمة.</p>
الإعتمادية	<p>* الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المقدمة.</p> <p>* تقديم الخدمة بشكل صحيح (عدم حدوث الأخطاء).</p> <p>* معلومات دقيقة و صحيحة.</p>
الإستجابة	<p>* السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة.</p> <p>* الإستجابة الفورية لحاجات الزبائن.</p> <p>* الرد الفوري على الإستفسارات و الشكاوي.</p>
الضمان	<p>* الشعور بالأمان في التعامل.</p> <p>* الثقة بمقدمي الخدمة.</p>
التعاطف	<p>* تحلي مقدمي الخدمة بالأدب و حسن التعامل.</p> <p>* فهم و معرفة احتياجات الزبائن.</p> <p>* فهم ساعات العمل.</p> <p>* اللطف في التعامل مع الزبائن.</p>

المصدر: عبد القادر مزيان، أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء، ماجستير تخصص تسويق دولي، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2002، ص45.

رابعاً: أبعاد جودة الخدمة

- 1- الإِعتِمادِيَّة : وهذا البعد من الأبعاد الخمسة الأكثر تباثاً و يكون الأكثر أهمية في تحديد إدراكات جودة الخدمة عن الزبائن و تعرف الإِعتِمادِيَّة بأنها القدرة على تقديم وعود الخدمة بشكل موثوق و دقيق<sup>1</sup>.
- 2- الضمان ( الثقة و التوكيد ) : هو خلق و كسب الثقة، حيث تعد الثقة بشكل عام عنصراً أساسياً و مهما للعلاقات التبادلية الناجحة فهي تمثل الارغبة و الإستعداد و إِعْتِمَادِ الطرف الأخر في تبادل تجاري معين يضع فيه الزبون ثقة الكاملة.
- 3- الإِستِجَابَة : و يتضمن هذا البعد أربعة متغيرات، تقيس إهتمام المؤسسة بإعلام زبائنها بوقت تأدية الخدمة، و حرص موظفيها على تقديم الخدمات الفورية لهم، و الرغبة الدائمة لموظفيها في معاونتهم، و عدم إنشغال الموظفين عن الإِستِجَابَة الفورية لطلباتهم<sup>2</sup>.
- 4- الأشياء الملموسة : و تشمل التسهيلات المادية و المعدات و مظهر الموظفين و مواد الإِتِصَالِ<sup>3</sup>.
- 5- التعاطف (العناية) : و تعني مستوى العناية و الإهتمام الشخصي المقدم للزبون.

خامساً: نموذج الفجوات للتعرف على مشاكل الجودة في الخدمات و متطلبات تحقيقها

لقد ذكرنا من قبل في تعريف جودة الخدمات أن الجودة في الخدمة هي قياس مدى التطابق بين الجودة الفعلية المقدمة من طرف المنظمة و بين ما كان يتوقعه العميل فعلاً، و هنا تحدث المشاكل في الخدمات حيث أن العديد من المنظمات الخدمية تحظى في تحديد توقعات العميل بشكل دقيق و بالتالي عدم تلبيتها بالشكل الذي يرغب به العميل و لهذا سنتطرق من خلال هذا العنصر إلى نموذج الفجوات الذي يظهر المشاكل التي تحدث أثناء تقديم الخدمة و إلى أهم المتطلبات التي تحقق جودة الخدمة.

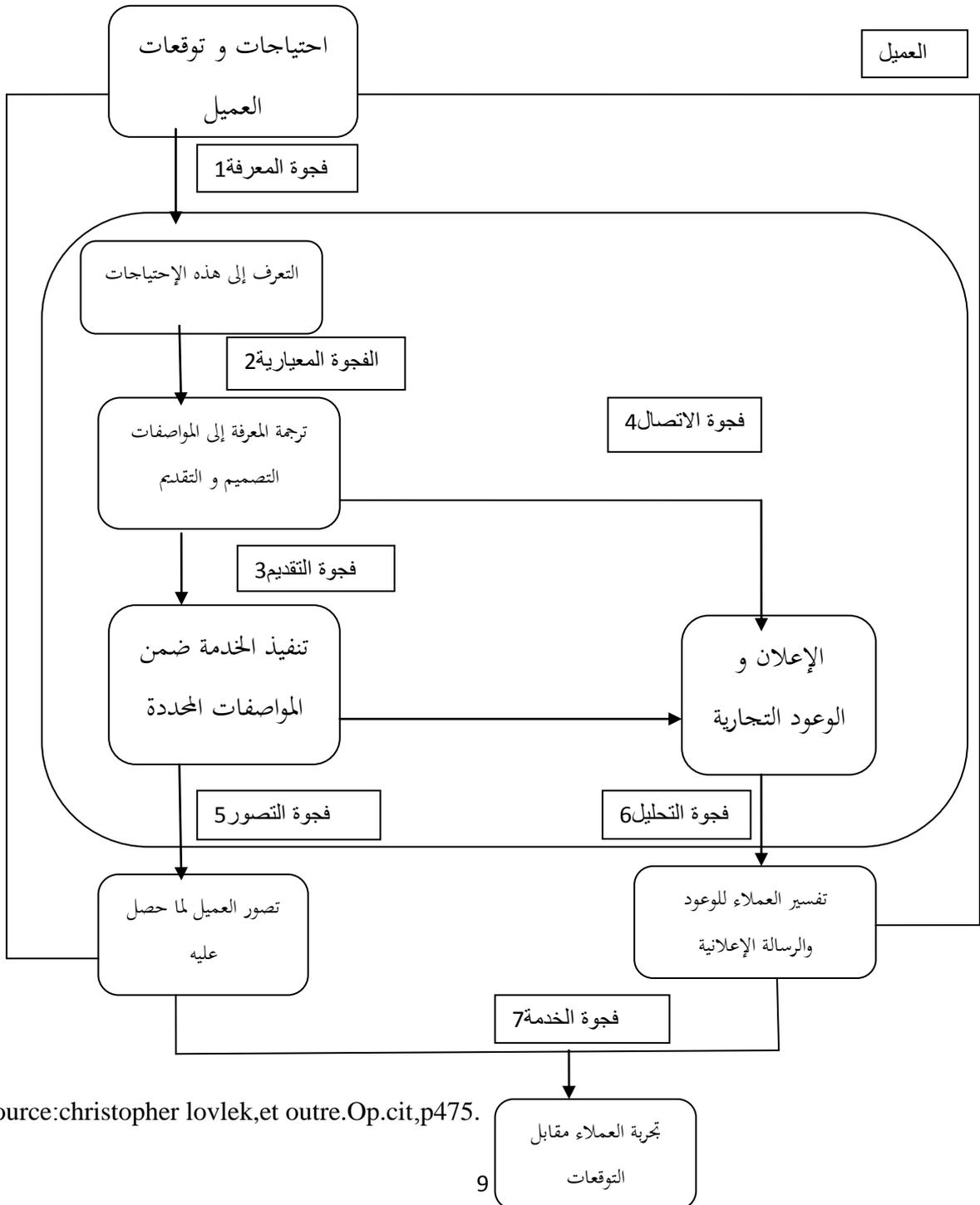
<sup>1</sup> . تسيير العجامة، التسويق المصرفي، دار ومكتبة الحامد، عمان 2004 ص334-336.

<sup>2</sup> . مروان جمعة الدرويش، أثر جودة الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستفيدين، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية نحو أداء متميز للقطاع الحكومي، مهد الإدارة العامة الرياض، المملكة العربية السعودية 1-4 نوفمبر 2009م ص5.

<sup>3</sup> . عبد المحسن عساني، عمر عقيلي، ياسمين حلوي، قياس مدركات العملاء لجودة الخدمات الصحية و أثرها على رضاهم و تطبيق ذلك على المشافي الجامعية السورية، مجلة بحوث، جامعة حلب سلسلة العلوم الإقتصادية و القانونية العدد لعام 2007 .

\*أولاً: نموذج الفجوات:

طورت كل من parasuraman و zithanal و pery نمودجا لتشخيص المسببات الرئيسية لفجوة الجودة في المؤسسات الخدمية أي الفرق ما بين ما ينتظره و يتوقعه العميل من الخدمة ومل يحصل عليه فعلا. و قد سمي هذا النمودج بنمودج الفجوات الشكل و هو ما يبين سبعة أنواع من الفجوات التي يمكن أن تحدث الفرق بين التوقعات و الإدراكات في الخدمة:



Source:christopher lovlek,et outre.Op.cit,p475.

1. الفجوة المعرفة: وهي تمثل الفرق بين الخدمة التي تعرض وتقدم و الاحتياج الحقيقي للعميل الذي ينتظر تحقيقه من الخدمة.
  2. الفجوة المعيارية: وهي الفرق بين الجودة التي يتوقعها العميل من مقدم الخدمة و المقاييس المعيارية للجودة و طريقة التقديم.
  3. فجوة تقديم أو تسليم الخدمة: هو الفرق بين مواصفات التقديم المحددة و المطلوبة من قبل الإدارة و التقديم الحقيقي لهذه الخدمة.
  4. فجوة الإتصال: هو الفرق بين الجودة المروج لها وعود التي قدمتها المنظمة للعملاء و التقديم الفعلي للخدمة.
  5. فجوة التصور: هو الفرق بين الخدمة التي تم تقديمها حقا و ما يتصور العميل أنه حصل عليه.
  6. فجوة التحليل أو التفسير: هي الفرق بين ما وعدت المؤسسة أن تقدمه من خدمات ومدى فهم العميل لهذه الوعود.
  7. فجوة الخدمة: هي الفرق بين ما كان ينتظره العميل من الخدمة التي حصل عليها.
- فإن نموذج الفجوات بين أهم الأسباب التي يمكن أ تؤدي إلى تقديم خدمة بجودة أقل من المطلوب و لهذا فإن المؤسسة مطالبة بتحقيق المعادلة التالية بين الإدراكات لجودة الخدمة.

جودة الخدمة = التوقعات - الإدراكات

#### متطلبات تحقيق الجودة:

- لقد أظهرت العديد من الدراسات أن مؤسسة الخدمة المتميزة تشترك بعدد من الأساليب المتعلقة بجودة الخدمة و هي كما يلي:<sup>1</sup>
- 1- التصور الإستراتيجي: حيث تتكون لدى مؤسسات الخدمة الراقية تصورات دقيقة وواضحة حول طبيعة زبائنها واحتياجاتهم الفعلية مما يجعلها تكسب ولائهم الدائم.

<sup>1</sup> - حمد الطائي و بشير العلاف، مبادئ التسويق الحديث، مدخل شامل، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص-ص 156-

2-التزام الإدارة العليا بالجودة: حيث تتميز مؤسسات الخدمة بالتزامها التام بالجودة، عندما تقوم الإدارة العليا بالبحث ليس عن الأداء الحالي فقط وإنما عن كيفية أداء الخدمة بشكل أفضل في الحاضر و المستقبل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

3-وضع أنظمة لمراقبة أداء الخدمة: حيث تتابع شركات الخدمة المتميزة بالاستمرار أداء خدماتها وخدمات منافسيها، و تستخدم عددا من الوسائل لقياس الأداء اعتماد على آراء الزبائن و المقترحات و الشكاوي المقدمة من قبلهم، و فرق مراقبة الخدمة حيث ترسل بعض المؤسسات بطاقة إلى زبائنها لمعرفة مستوى أداء خدماتها.

4-أنظمة حل الشكاوي الزبائن: حيث على أنظمة التي ترغب في التميز أن تستجيب بسرعة لشكاوي الزبائن.

5-إرضاء العاملين و الزبائن في آن واحد: إلى جانب ما تقدمه مؤسسات الخدمة المتميزة لدائنها في مجال تطوير جودة الخدمة، فإنها تقدم أداء تسويقيا داخليا لمساعدة العاملين و مكافأة أدائهما الجيدة للنظر لإيمانهم بأن علاقة المنظمة بالعاملين تنعكس سلبا أو إيجابا على علاقتهم بالزبائن.

6-وضع معايير قياسية عالية: حيث تضع مؤسسات الخدمة معايير عالية لمستوى الجودة التي يمكن أن تقدمها للعملاء، غالبا ما تعتمد المعايير القياسية العالمية أو الوطنية أو المحلية في إقرار مستوى الجودة التي ينبغي أن تتوفر في الخدمات أو السلع.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>خضير كاظم حمودة،مرجع سبق ذكره،ط3،ص219.

## المبحث الثاني: ماهية النقل الجامعي

يعتبر النقل باهتمام و دراسة العديد من الجهات، لما له تأثير في شتى المجالات الإنتاجية منها و الخدمية، فالنقل الجامعي يعد نوعا من بين أنواع النقل الذي يسعى إلى خدمة الطلبة و تلبية حاجاتهم و رغباتهم ، و ذلك من خلال توصيلهم إلى المكان المقصود.

## أولاً: مفهوم النقل الجامعي

تعتبر خدمة النقل الجامعي من أهم الخدمات و أكثرها فعالية، لأنه يساهم في توفير خدمة نقل الطلبة من أماكن سكنهم إلى جامعتهم.

## 1-1 تعريف النقل الجامعي

يعرف النقل الجامعي على أنه : " خدمة تحويل الطلبة من أماكن سكنهم إلى مراكز دراستهم في الوقت المناسب و بمسافة معينة على متن وسيلة نقل مناسبة".

كما يعرف أنه : " من المهام الملقاة على عاتق الديوان الوطني للخدمات الجامعية، و هو مضمون لكل الطلبة مقابل دفع اشتراك سنوي رمزي".

## 2-1 أنواع النقل الجامعي

تتكون أنواع النقل الجامعي كما يلي<sup>1</sup>:

النقل الجامعي يتكون من نوعين : أولاً: النقل الجامعي الحضري.

ثانياً: النقل الجامعي الشبه الحضري.

**النقل الجامعي الحضري:** هو نقل الطلبة الجامعيين داخل محيط حضري الذي يكون في إقليم بلدية أو عدة بلديات متقاربة و الذي يستفيد من هذا النقل الجامعي لهم حق الإقامة و التي تبعد 50 كلم.

**النقل الجامعي الشبه الحضري:** و هو عكس الحضري نقل الطلبة الجامعيين في بلديات متباعدة و التي تفوق 50 كلم حيث تم وضع تحت تصرفهم حافلات لنقلهم و الذي يكون على شكل دوريات لنقلهم للمكان المطلوب.

<sup>1</sup> معمر جهيدة ، النقل الجامعي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، اقتصاد النقل و الإمداد، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، الجزائر ، 2012،ص11.

### 3-1 أهمية النقل الجامعي

تتمثل أهمية النقل الجامعي في مايلي:

- يعتبر من أهم الوسائل لتقريب الطلبة إلى الجامعة.
- هو من أهم العوامل المساعدة على نمو المدن و تطورها.
- يساهم في تسيير و تنظيم وصول الطلاب مع توفر السلامة المرورية.
- يساهم في تخصيص مصاريف النقل على الطلبة مما أدى إلى تحسين ظروفهم المعيشية.
- إحداث تغيير إجتماعي بين أفراد المجتمع و تحقيق التنمية لدى الطلبة.

### 4-1 أهداف النقل الجامعي

يهدف النقل الجامعي إلى مايلي:

- يهدف إلى مساعدة الطالب و الحفاظ على سلامته و تحقيق رغبته.
- يهدف إلى تسهيل وصول الطلاب بوسيلة النقل و التي تتوفر على عدة خدمات .
- يهدف إلى تفعيل النقل الجامعي و لتقريب الطلبة من خدماتها .
- يهدف للترفة بين الطلبة و المجتمع و لهذا لصد تداخل بين الطلبة و بين الحركة المرورية في الطريق.

### تعريف جودة خدمة النقل الجامعي

سنتطرق إلى تعريف خدمة النقل الجامعي :

تعرف جريدة الرياض جودة خدمة النقل الجامعي بأنها: " عملية تهدف لتحسين مستوى الخدمة و تقليل التكاليف الناشئة عن عمليات التشغيل ، و تفعيل استخدام تقنيات تساعد على تحقيق الكفاءة المالية و اختصار الوقت و تحقيق تكاليف النقل و توفير الراحة للطلبة"

من خلال هذا التعريف يمكن صياغة تعريف جدة خدمة النقل الجامعي على أنها " مجموعة من الصفات التي تتميز بها خدمة النقل الجامعي، و التي تلي حاجات و رغبات الطلبة من خلال تسهيل جميع عمليات تنقلاتهم".

### المبحث الثالث: ماهية رضا الطلبة

#### مفهوم الرضا:

توجد العديد من التعاريف الخاصة برضا العميل و نذكر منها:

1- تعريف Fheth و Howard " و هو الإنطباع بالمكافأة أو عدم المكافأة لقاء التضحيات يتحملها العميل عند الشراء".<sup>1</sup>

2- تعريف Ph.Kotler و B.Dubois " هو شعور العميل الناتج عن المقارنة بين خصائص المنتج مع توقعاته".

3- كما يعرف الرضا على أنه: " مستوى من إحساس الفرد الناتج عن المقارنة بين الأداء المدرك و توقعاته".

4- الرضا: هو مستوى من إحساس الفرد الناتج عن المقارنة بين الأداء المدرك و توقعاته.

#### أهمية الرضا:<sup>2</sup>

- الرضا هو مقياس لجودة الخدمة المقدمة.
- رسم برنامج و خطط عمل للمؤسسة لتحقيق الرضا.
- خلق ولاء من قبل الزبون للمؤسسة و كسبه لزيادة رضاه.
- نجاح المؤسسة في تحقيق جودة الخدمة من خلال حاجات و متطلبات الزبون.

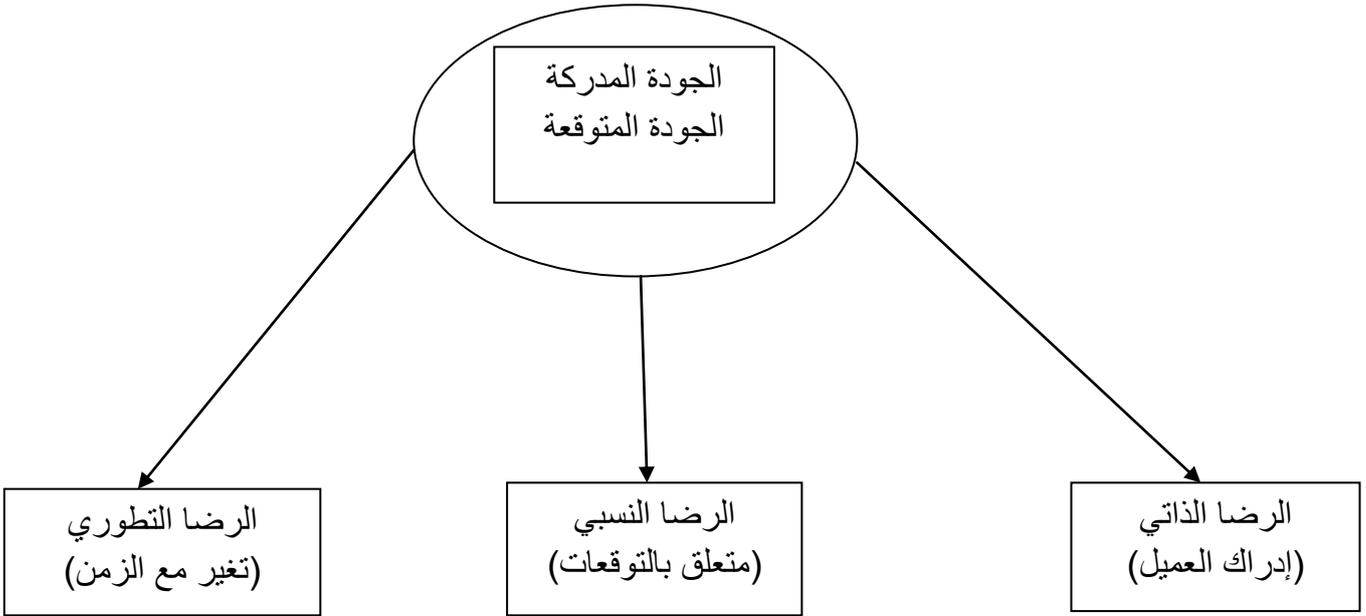
<sup>1</sup> بوعنان نور الدين، جودة الخدمات و أثرها على العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و ع التسيير، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة، 2007، ص 113

<sup>2</sup> سميحة بلحسن، تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون، مذكرة ماستر غير منشور ، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، بتصرف الطالب، 2012، ص 25.

ثانياً: خصائص الرضا

يمكن التعرف على طبيعة الرضا من خلال الخصائص الثلاثة الموضحة في الشكل التالي:

- طبيعة الرضا من خلال الخصائص.



المصدر: بوعنان نور الدين، جودة الخدمات و أثارها على الزبون، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص علوم التسيير كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و ع التسيير جامعة المسيلة، 2007،

و تتمثل خصائص الرضا كالتالي<sup>1</sup>:

1- الرضا الذاتي: يتعلق رضا العميل هنا بعنصرين أساسيين: طبيعة و مستوى التوقعات الشخصية للعميل من جهة و الإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى، فنظرة العميل هي النظرة الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الإعتبار فيما يخص موضوع الرضا، فالعميل لا يحكم على جودة الخدمة بواقعية.

2- الرضا النسبي: لا يتعلق الرضا هنا بحالة مطلقة و إنما بتقدير نسبي فكل عميل يقوم بالمقارنة من خلال نظرتة لمعايير السوق.

فبرغم من أن الرضا ذاتي إلا يتغير حسب مستويات التوقع، ففي حالة عميلان يستعملان نفس الخدمة في نفس الشروط يمكن أن يكون رأيهما حولها مختلف تماماً لأن توقعاتهما الأساسية نحو الخدمة المختلفة.

<sup>1</sup>-بوعنان نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص115.

3- الرضا التطوري: يتغير رضا العميل من خلال تطوير هذين المعيارين: مستوى التوقع من جهة، و مستوى الأداء المدرك من جهة أخرى، فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات العميل أن تعرف تطورا نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة، و ذلك بسبب زيادة المنافسة.

ثالثا: محددات الرضا و عدم الرضا

تتمثل محددات الرضا و عدم الرضا كالتالي:

### 1- التوقع<sup>1</sup>:

و يقصد بالتوقع تقدير الزبون وقت الشراء أو قبل الأستخدام حول قدرة أو عدم قدرة الخدمة لتوفير منافعه و هناك ثلاث أنواع من التوقع.

أ) التوقع التنبؤي: و هو يوضح مستوى الخدمة الذي يعتقد الزبائن بأنه يمكن أن يحدث.

ب) التوقع المعياري: وهو المستوى المالي الذي يكون الزبائن على إستعداد لتقبله (المعيار الذي عنده تتحقق حالة القبول عند الزبائن).

ج) التوقع المقارن: وهو يمثل أداء الخدمة معينة مقارنة بالخدمات الأخرى.

وهناك ثلاثة أبعاد للتوقع:

\*توقع حول طبيعة و أداء الخدمة: وهذا التوقع يبين الخبرة السابقة و هي : المنافع التي يتوقع الزبون الحصول عليها من شراء و استخدام الخدمة نفسها.

\*التكلفة المتوقعة: وهي التكاليف التي يتوقع الزبون أن يتحملها من أجل الحصول على الخدمة.

\*المنافع الإجتماعية: من شراء و استخدام الخدمة تحقق منافع إجتماعية مستقلة تماما عن خصائص وصفات الخدمة و هو رد الفعل المتوقع للأفراد الآخرين و ذلك عند شراء الفرد للخدمة.

2- الأداء المدرك<sup>2</sup>: هو مستوى الأداء الذي يحصل ع فعلا نتيجة استهلاك للمنتج.

<sup>1</sup>-أولاد سعيد خيرة، الإدارة الإلكترونية وتأثيرها على رضا الزبون في المؤسسة الخدمية، رسالة ماستر غير منشورة، تخصص تسويق، كلية العلوم إقتصادية و التجارية و ع التسيير، جامعة غرداية، 2015، ص14.

<sup>2</sup>-نفس مرجع ، ص14.

3-المطابقة(التثبيت)<sup>1</sup>: تعرف على أنها درجة انحراف أداء المنتج عن المستوى المتوقع الذي يظهر قبل عملية الشراء، وتميز الحالتين من الانحراف هما:

**الإنحراف الموجب:** يكون فيه الاداء الفعلي أكبر من التوقعات، وهو المطلوب.

**الإنحراف السلبي:** يكون فيه الأداء الفعلي فيه أقل من التوقعات.

#### رابعاً: أهمية رضا الزبون

يستحوذ رضا الزبون على أهمية كبيرة في سياسة أي مؤسسة و يعد من أكثر المعايير فاعلية للحكم على أدائها لا سيما عندما تكون هذه المؤسسة نتوجهة نحو الجودة.فتتضح أهمية الرضا الذاتي كالأتي<sup>2</sup>:

\*إذا كان الزبون راضيا عن أداء المؤسسة فإنه سيتحدث للآخرين مما يولد زبائن جدد.

\*إذا كان الزبون راضيا عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المؤسسة، فإن قراره بالعودة إليها سيكون سريعا.

\*إن رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المؤسسة سيقبل من احتمال توجه الزبون إلى مؤسسات أخرى منافسة.

\*رضا الزبون عن خدمة المؤسسة يؤدي إلى الكلام الجيد عنها و بالتالي كسب الزبائن جدد و عودته إليها<sup>3</sup>.

\*رضا الزبون عن المؤسسة يقلل من احتمال خسارته و لجوء إلى المنافسين، كما يجعلها قادرة على حماية مكانتها في السوق.

\*الرضا هو مقياس لجودة الخدمة المقدمة.

#### أولاً: مفهوم رضا الطلبة

يعتبر رضا الطلبة من أهم معايير التي تمكن المؤسسة التي ينتمون إليها من التأكد من جودة الخدمة لأنه يعتبر مصدر ولاء الطلبة للمؤسسة ، كذلك تسعى إلى العمل على زيادة درجة رضا لداالطلبة لبناء صمعتها و المحافظة عليها.لذلك سنتعرف في هذا المطلب على مفهوم رضا الطالب و أهميته:"

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق،ص14.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق،ص13.

<sup>3</sup> قيجي كريمة،تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و تأثيرها على رضا زبائن المؤسسة المصرفية، رسالة ماستر غير منشورة،تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم إقتصادية و التجارية و علوم التسيير،جامعة قاصدي مرباح ،ورقلة،2012،ص35.

- يعرفه سليم إبراهيم حسينة بأنه "هو درجة إدراك الطالب لمدى فاعلية فاعلية المؤسسة في تقديم الخدمة التي تلبي توقعاته و حاجاته"<sup>1</sup>

- هي التوقعات التي يستفيد منها الطالب من الخدمة عن مستوى الخدمة المقدمة له.<sup>2</sup>

- يقصد برضى الطلبة اقتناعه بما هو مقدم له من جودة الخدمة، وثقته بها و تفاعله معها و استجابته لها على وجه الذي يحقق الكثير من النتائج الإيجابية.<sup>3</sup>

### أهمية رضا الطلبة:

تكمن أهمية رضا الطالب فيما يلي<sup>4</sup>:

- إشباع حاجات الطلاب و توقعاتهم، لتحقيق رضا للطلاب.
- تحقيق رغبات الطالب المتجددة و المتغيرة، التي تدفع و تحرك كافة الأنشطة داخل المؤسسة الجامعية.
- قياس درجة الرضا عن هذه الخدمة بدراسة توقعات الطلبة عن الخدمة المقدمة و محاول تحقيق هذه التوقعات.
- الإهتمام بدراسة و إدارة تحسين كافة العمليات داخل المؤسسة الجامعية.
- ابتكار رؤيا البعيدة و صياغة الأهداف ، ووضع الإستراتيجيات لتحقيق رضا الطالب .

<sup>1</sup> سليم إبراهيم الحسنية، مدى رضا طلبة كلية الإقتصاد في جامعة حلب، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، بتصرف الطالب، المجلد 25، العدد 2، 2009، ص 288.

<sup>2</sup> زياد بركات، الفجوة بين الإدراكات و التوقعات لقياس جودة الخدمات التي تقدمها جامعة القدس المفتوحة من وجهة نظر الدارسين فيها، بتصرف الطالب، 2010، ص 09.

<sup>3</sup> خالد محمد طلال بني حمدان، جودة الخدمة التعليمية و أثرها على رضى الطلبة، المؤتمر العربي الدولي الثاني لضمان جودة التعليم العالي، بتصرف الطالب، 2012، ص 919.

<sup>4</sup> لقط علي، إمكانية تطبيق الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، الإدارة و التسيير التربوي، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2009، ص 45.

## المبحث الثاني: الدراسات السابقة

يوجد عدة دراسات سابقة تناولت موضوع جودة الخدمات في شتى الدول العربية و الأجنبية ، إلا أن هناك القليل من الدراسات في موضوع النقل الجامعي و رضا الطلبة إلا أن حداثة الموضوع أدى إلى نقص في محور النقل الجامعي ، حيث سنقوم بعرض بعض الدراسات العربية و الأجنبية الذي يتناول هذا الموضوع.

## المطلب الأول: دراسات عربية

**1-دراسة بعنوان " أثر جودة الخدمة و التسويق بالعلاقات على ولاء الزبون- دراسة ميدانية لوكالات البنوك بولاية غارداية" سنة 2012/2013 للطالبة رزمة فضيلة.**

توصلت نتائج الدراسة على مستوى الوكالات البنكية بولاية غارداية إلى أن هناك اهتمام من البنك بجودة الخدمات التي يقدمونها حيث تميز كل من بنك البركة و بنك الجزائر الخارجي بالأبعاد الأمان و الاعتمادية و الاستجابة و أهملوا الجوانب الإنسانية و المتمثلة في بعد التعاطف ، و نفس الحال تقريبا بالنسبة لبنك التنمية.

وجاءت نتائج الدراسة عن تطبيق مفهوم التسويق بالعلاقات في كل الوكالات محل الدراسة لتؤكد على أن هذا المفهوم يظهر عرضيا في تعاملات البنك مع زبائنه و ليس مقصودا على وجه التحديد ، و ذلك لأنه ينبع من منطلق المعاملات الإنسانية بين الأفراد، إلا أن النتائج أظهرت بعض الإيجابية في تطبيق مفهوم التسويق بالعلاقات لكنه سوف يكون أكثر فائدة لو كان مخططا و مدروسا، و ذلك لأن له أهمية كبيرة في تحقيق ولاء الزبائن للبنك، في حين أكدت النتائج على أن الزبائن موالين للبنوك التي يتعاملون معها و خاصة زبائن بنك البركة و الذي كانت نتائج تقييم الولاء له الأعلى من بين البنوك محل الدراسة.

و من كل ما سبق نستنتج أن للجودة أثرا إيجابيا على ولاء الزبائن و لكن مع التطور الهائل في كل مجالات الحياة فقد تغيرت رغبات و حاجات الأشخاص خصوصا في ظل الإجراءات الكثيرة التي يتعرضون لها ويبقى عنصر التمييز الوحيد هو المعاملة الخاصة للزبائن حتى تضمن المؤسسة ولائهم مدى الحياة.

**2-دراسة بعنوان " الإدارة الإلكترونية و تأثيرها على الزبون في المؤسسة الخدمية- وكالة إتصالات الجزائر- " سنة 2014/2015 للطالبة أولاد سعيد خيرة.**

النتائج المستخلصة من الجانب النظري :إن الإدارة الإلكترونية تتكون من عناصر أساسية ألا وهي عتاد الحاسوب ،والبرمجيات وشبكة الإتصالات ، صناع المعرفة والمختصين ،لاتقوم إلا بتوفير كل العناصر وتكاملها لتقديم أفضل خدمة .

السمات الخاصة بالإدارة الإلكترونية التي تفرضها خصائص الميزة للخدمة تجعل المؤسسة في موقع حساس للمتغيرات البيئية مما يتوجب عليها الاستمرار والتطور الدائم .

إن الإدارة الإلكترونية تمنح المؤسسات الخدمية في ظل المنافسة القوية ممايساعدها على تحثيث رضا زبائنها .

إن رضا الزبون هدف تسعى كل المؤسسات لتحقيقه، وتظهر أهمية في أن رضا الزبون يتمثل في في التغذية العكسية للمؤسسة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه مما يقود المؤسسة إلى تطوير خدماتها المقدمة إلى المستهلك .

**وتوصلت نتائج الدراسة الميدانية لوكالة إتصالات الجزائر إلى مايلي :**

- تعد السرية والخصوصية في الخدمات المقدمة من طرف الإدارة الإلكترونية أكثر مميزات الخدمة تأثيرا على رضا الزبائن بوكالة إتصالات الجزائر وهذا مثبت بصحة الفرضية السادسة .
- تعد عدم التقيد بالمكان والزمان في الخدمات المقدمة من طرف الإدارة الإلكترونية الأقل تأثيرا على رضا الزبائن بوكالة اتصالات الجزائر وهذا ماتثبته فرضية ثانية .

**وتم إقتراح :**

- يجب على الوكالة إنشاء قسم خاص بتدريب وتأهيل العمال في مجال الإلكترونيات .
- يجب على الوكالة الإهتمام بشكاوي الزبائن بصفة خاصة
- يجب على الوكالة توفير خط خاص بالزبائن وإنشغالهم ، لكي يكون هناك سرعة في الإجابة على الإتصالات
- يجب على الوكالة العمل على إتباع إجراءات جديدة من شأنها تقليل وقت تقديم الخدمة
- يجب الإهتمام بدراسة الإدارة الإلكترونية وأنشطتها لما لها من أهمية كبيرة في دعم الميزة التنافسية وتحقيق رضا الزبون
- تشجيع العاملين في المجال الإدارة وتهيئتهم للتحويل نحو الإدارة الإلكترونية من خلال رصد أنظمة جيدة للحوافز للتغلب على المقاومة التي يديها البعض لعملية التغيير .

**أفاق الدراسة :**

من خلال دراستنا وجدنا أن هناك عدة مواضيع تحتاج إلى الدراسة في المستقبل نذكر منها :

- أهمية الإدارة الإلكترونية في المؤسسات المصرفية .
- أثر تبني الإدارة الإلكترونية في تحسين أداء المؤسسات العمومية .

- معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في البلدان العربية.

**3- دراسة بوعنان نور الدين ، سنة 2007،** " جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء دراسة ميدانية

المؤسسة المينائية لسكيكدة " وهي عبارة عن مذكرة ماجستير في علوم التسيير جامعة محمد بوضياف المسيلة،ومن بين التسؤلات المطروحة في هذه المذكرة والمتعلقة برضا الزبون:

. مامدى تأثير جودة الخدمة المينائية في تحقيق رضا العميل ؟

. هل هناك ارتباط بين جودة الخدمة المدركة ورضا العملاء ؟

وهدفت هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة الموجودة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العملاء ولتحقيق أهداف الدراسة تم تحليل الاستمارات المقدمة للعملاء باستعمال برنامج v20/spss، بعد إجراء عملية التحليل لبيانات الدراسة والفرضيات توصلت الدراسة إلى نتائج التالية وأبرزها:

. تأثير جودة المدركة للخدمة المينائية المقدمة من طرف المؤسسة المينائية لسكيكدة على رضا العملاء.

. المؤشرات التي أثرت على رضا العملاء تأثير أكبر مقارنة بالمؤشرات الأخرى هما مؤشري الإستجابة و الأمان.

#### المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

**1- دراسة Wikowski and wolfinarger** بعنوان : "مقارنة جودة الخدمة من خلال

تقديم الخدمة في كل أمريكا و ألمانيا" سنة 2002.

هدفت هذه الدراسة إلى المقارنة في جودة الخدمة المقدمة في بعض المؤسسات المتواجدة في كل من أمريكا و ألمانيا، و ذلك باستخدام أبعاد جودة الخدمة و المتمثلة في الاستجابة، التعاطف، الأمان، الجوانب الملموسة، و التي تم استخدام مقياس "servperf".

حيث بلغت عينة الدراسة 575 عميل في ألمانيا و 455 في أمريكا تم اختيارهم بطريقة عشوائية من عملاء المؤسسات الخدمية، ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة أن بعد الاعتمادية أكثر أهمية من الأبعاد الأخرى في كل من أمريكا و ألمانيا.

**2- دراسة Kara ,A.And DeShield** بعنوان " العلاقة بين رضا طلبة إدارة الأعمال في

جامعة بنسلفينيا.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين رضا طلبة إدارة الأعمال في جامعة بنسلفينيا، و قد اشتملت عينة الدراسة على 143 طالبا لمعرفة مدى نيتهم في البقاء في الجامعة، فقد وجد أن هناك علاقة إيجابية بين المتغيرين و تم استنتاج أن مؤسسات التعليم ذات التوجه نحو الاهتمام بالطالب يكون لديها فرصة أكبر لإشباع حاجات طلابها و رغباتهم، ومن تم الاحتفاظ بهم حتى تخرجهم.

### 3- دراسة Biljana angelova, Juzuf zekiri 2011 , Measuring customer

#### Satisfaction\_with service Quality using american customer satisfaction model (acsi model)

هي عبارة عن مقالة في البحوث الاكاديمية في التجارة و العلوم الاجتماعية, استكشف رأس المال الفكري, جامعة جنوب شرق أوروبا ؛

كان الغرض من هذه الدراسة الدراسة قياس رضا العملاء على جودة الخدمة المقدمة من قبل شركات الاتصالات ، من بين أهداف هذه الدراسة :

وصف كيف ينظر الزبائن لجودة الخدمة وعمما اذا كانت راضيا عن الخدمات التي تقدمها موبايلي, Vip,One (ثلاثة علامات الاتصالات المتنقلة) وقد تم تطوير استبيان منظم من نموذج ACSI وتم توزيع عشوائي للمستخدمين من مشغلي شبكات الهاتف النقال الثلاث لتهديد رضاهم عن جودة الخدمة في السوق المقدموني الاتصالات اللاسلكية

وكانت النتائج التجريبية من آراء عملاء مستخدمي الهاتف النقال :

\_\_ اثبت الاختبارات بثقة 95% ان العملاء لم تكن راضية عن جودة الخدمة

\_\_ يجب على الشركات الاستفادة من واقع معرفة كيف ينظر الزبائن إلى جودة الخدمة ومعرفة كيفية قياس جودة الخدمة.

المطلب الثالث: ما يميز دراستنا الحالية عن الدراسات السابقة:

تناولت دراستنا الحالية حول تأثير جودة خدمات النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة كما استخدمنا الأبعاد الخمسة للجودة التي تتلاءم مع خدمات النقل الجامعي.

و من أهم ما ميز دراستنا أنها الأولى التي تجري على جودة خدمات النقل الجامعي في جامعة غارداية.

مع أن الدراسات السابقة التي أولت لجودة الخدمات بصفة عامة و جودة الخدمات الجامعية بصفة خاصة اعتمدت على الأبعاد الأخرى لقياس جودة الخدمة، و نظرا لما تميز به النقل الجامعي من ناحية الخدمة المقدمة، فإنه يسعى جاهدا لتكون الخدمات في متطلبات الطلبة و ذلك من أجل تحقيق رضا الطلبة و إشباع حاجاتهم ، فإن هذه الدراسة تتمحور في بعد تأثير خدمات النقل الجامعي على رضا الطلبة.

## خلاصة الفصل :

من خلال هذا الفصل النظري تطرقنا فيه إلى دور جودة خدمات النقل الجامعي إل تعريفه وذكر أنواعه و أهدافه و أهميته و التعرف على أبعاد جودة الخدمات التي تمثل كل من (الملموسية،الإعمادية،الإستجابة،التعاطف،الأمان) ورضا الطلبة بتعريفه و ذكر أهميته،أما في المبحث الثاني تطرقنا إلى الدراسات السابقة و ما يميزنا عنها و التي تتمثل في الدراسات العربية و الأجنبية.

و في الفصل الثاني ستكون دراسة تطبيقية للموضوع من خلال تحليل و مناقشة الإستبيان و عرض نتائج

الدراسة.

## تمهيد:

بعد أن تطرقنا في الفصل الأول إلى أهم المفاهيم النظرية والتطبيقية في ظل التطورات التي يشهدها العالم اليوم حول الجودة الخدمة و التي تأخذ أهمية كبيرة لدى المجتمع الجامعي في مدى فعالية خدمات النقل الجامعي حيث تعد جودة الخدمة من بين الأمور التي أولت للإهتمام بها في المجتمع الجامعي وبالنظر لما يواجهه الطلبة من تحديات كبيرة تقف أمام تطلعاتهم الرامية إلى تطوير ونمو الجامعة في مصاف الكبار وتحقيق رضا الطلبة ، فإننا من خلال دراستنا الميدانية في هذا الفصل سنحاول أن نسلط تلك المفاهيم على أرض الواقع وذلك من خلال دراسة تأثير جودة خدمة النقل على رضا الطلبة لعينة طلبة من جامعة غرداية لتطبيق دراستنا الميدانية نظرا للإهتمام الطالب بجودة خدمة النقل .ويتطرق هذا الفصل إلى المنهجية التي اعتمدت في هذه الدراسة، من حيث الأسلوب وطرق جمع البيانات وتحديد مجتمع الدراسة وكذلك مراحل تطور الإستبيان وإجراءات توزيعها، ومن ثم تحديد أهم الأساليب الإحصائية المستعملة في تحليل البيانات وعرض النتائج المتحصل عليها ، وذلك بالإعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS.20) وبرنامج (EXCEL) ، كل هذا من خلال مبحثين تم تقسيم هذا الفصل إليهما بحيث يتحدّث المبحث الأول عن الطريقة والإجراءات المستخدمة في الدراسة الميدانية، في حين يتحدّث المبحث الثاني عن نتائج هذه الدراسة الميدانية وتحليلها والتوصيات الناتجة عنها.

## المبحث الأول: الأدوات والطريقة

## المبحث الثاني: النتائج و المناقشة

**المبحث الأول : الطريقة و الادوات**

سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى أهم الأدوات و الأساليب المستعملة في معالجة البيانات ، مجتمع و عينة الدراسة و كذا متغيرات الدراسة ، كما سنتطرق فيه الى وصف اداة الدراسة و الاجراءات التي تم اتباعها للتحقق من صدقها و ثباتها و سنعرض المعالجة الاحصائية التي تم استخدامها في معالجة بيانات الدراسة .

**المطلب الاول : طريقة الدراسة**

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج التحليلي في تحليل البيانات والمعلومات المحصل عليهما ، خصصنا هذا المطلب لعرض طريقة الدراسة التي تتألف كل من منهج الدراسة و مجتمع و هيئة الدراسة ، و كذا متغيرات الدراسة .

**أولا : منهج الدراسة**

انطلاقا من طبيعة الدراسة و الاهداف التي تسعى لتحقيقها ، و اهمها مدى تأثير جودة خدمة النقل الجامعي على رضا الطلبة بجامعة غرداية ، و كذا بيان اهم محدد لجودة هذه الخدمة من وجهة نظرهم ، لذا اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يتضمن استخدام الاسلوب الميداني في جمع البيانات بواسطة الإستبانة و تحليلها احصائيا بواسطة برامج الخدمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لاختبار صحة فرضيات الدراسة للوصول إلى نتائج الدراسة .

**ثانيا : مجتمع و عينة الدراسة**

يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة الطلبة المسجلين في خدمة النقل الجامعي في جامعة غرداية البالغ عددهم 5000 طالب و طالبة في السنة 2015-2016 بناء على احصائيات مقدمة من طرف مديرية الخدمات الجامعية ( مصلحة النقل الجامعي ) ، اما عينة الدراسة فاقترنت على 100 طالب و طالبة من مجتمع الدراسة تم اختيارهم بطريقة عشوائية اي بنسبة تمثيل تقدر ب 02 % حيث تم توزيع 100 استبانة و استرجاعها بشكل التالي لتكون نسبة الردود 70 إستبانة و إلغاء 08 إستبانات و 22 إستبانة غير مسترجعة من العدد الاجمالي للاستبيانات الموزعة

## المطلب الثاني: أدوات الدراسة

اعتمدنا من خلال هذا المطلب على عدة أدوات لجمع بيانات الدراسة الميدانية وتحليلها. وفيما يلي سنستعرض هذه الأدوات.

## أولاً: أدوات جمع البيانات:

الاستبيان: تمثل استمارة الاستبيان الأداة الرئيسية التي تم الاعتماد عليها في الدراسة لجمع البيانات والمعلومات من الواقع، حيث تم إعداد الاستبيان انطلاقاً من الأسئلة والفرضيات المطروحة وبعض الاستبيانات التي تتمحور حول نفس متغيرات الدراسة، وقد تم تقديم هذا الاستبيان بفقرة تعريفية حث فيها الطلبة على التعاون والصدق في الإجابة، لتليها معلومات تعريفية بالحالة الشخصية للمجيب تخص الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، مستوى التدرج، وقد تم تقسيم الاستبيان إلى قسمين:

القسم الأول: تضمن معلومات عامة تتعلق بخصائص أفراد عينة الدراسة .

القسم الثاني : تضمن 26 سؤال لمعرفة إلى أي مدى تساهم عناصر جودة خدمات النقل في تحقيق الرضا لدى الطلبة بجامعة غرداية ، حيث قسمت فقرات الاستبيان إلى 6 محاور هما:

المحور الأول: المتعلق بالعناصر الملموسة (المظهر العام لوسائل النقل) يحتوي على 08 فقرات .

المحور الثاني: المتعلق بالاعتمادية (القدرة على أداء الخدمة بالشكل المطلوب) ويتضمن على 02 فقرات.

المحور الثالث: المتعلق بالاستجابة (الرغبة في المساعدة و تقديم الخدمة بعناية و اهتمام) و يتضمن على 05 فقرات.

المحور الرابع: المتعلق بالتعاطف (درجة العناية والاهتمام في حل المشاكل) تتضمن 03 فقرات.

المحور الخامس: متعلقة بالأمان (شعور بالأمان و الثقة في مقدم الخدمة) تحتوي على 02 فقرات.

المحور السادس: تتعلق برضا الطلبة و تتضمن على 06 فقرات.

وقد كانت إجابات كل فقرة وفق مقياس ليكرت الثلاثي كما هو موضح في الجدول رقم (2-3) أدناه هذا المقياس المكون من 03 درجات لتحديد درجة أهمية كل بند من بنود الإستبانة .

الجدول رقم (2-1): درجة أهمية بنود الإستمارة

الأهمية	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3

المصدر : من إعداد الطالب.

كما تم وضع مقياس ترتيبي لهذه الأرقام لإعطاء الوسط الحسابي مدلولاً باستخدام المقياس الترتيبي الأهمية وذلك للإستفادة منها فيما بعد عند تحليل النتائج، وسنوضح ذلك من خلال الجدول رقم: (2-3).  
الجدول رقم: (2-2): مقياس تحديد الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي.

الأهمية	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق بشدة
المتوسط الحسابي	من 1 إلى 1.66	من 1.66 إلى 2.33	من 2.33 إلى 3
درجة	منخفضة	متوسطة	عالية

المصدر : من إعداد الطالب.

### ثانياً: الأدوات الإحصائية

تم الاعتماد على العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for the Social Sciences) ويرمز له اختصاراً بـ SPSS بعدها قمنا بتفريغ وتحليل الاستبيان و اعتمدنا الاختبارات الإحصائية التالية:

1. النسب المئوية والتكرارات.
2. الانحراف المعياري: القيمة الأكثر استخداماً من بين مقاييس التشتت الإحصائي لقياس مدى التبعثر الإحصائي، أي أنه يدل على مدى امتداد مجالات القيم ضمن مجموعة نتائج الاستبيان.
3. اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان .

4. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس صدق الفقرات و لقياس قوة الارتباط والعلاقة بين المتغيرين: فإذا كان المعامل قريب من (+1) فإن الارتباط قوي و موجب (طردى)، و إذا كان قريب من (-1) فإن الارتباط قوي وسالب (عكسي)، وكلما قرب من (0) يضعف إلى أن ينعدم.
5. اختبار كولوروف-سمرنوف (1-Sample K-S) لمعرفة نوع البيانات هل تتبع التوزيع الطبيعي أم لا
6. إختبار التباين الأحادي: الإختبار الفرضيات.
7. إختبار الإنحدار المتعدد

### المطلب الثالث: صدق و ثبات الاستبانة

لضمان صدق الإستبانة الموجهة للعينة المبحوثة قمنا بعرضها على مجموعة من المحكمين كما قمنا بقياس ثباتها باستخدام معامل ألفا كرونباخ.

**01 - تحكيم الاستبيان:** عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين تألفت من (04) أعضاء في الهيئة التدريسية ، للأخذ بملاحظاتهم في بناء الاستبيان، و التأكد من صدق وملائمة فقرات الاستبانة لتحقيق الأهداف البحثية المتوخاة من الدراسة، الملحق رقم (02) ، حيث تم إجراء ما يلزم من حذف وتعديل، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية.

**02- قياس ثبات الاستبانة:** يقصد بثبات الاستبيان أن تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط ، ويكون ذلك من خلال معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's).

الجدول رقم (2-3) : قياس ثبات الإستبانة

المحور	عنوان المحور	عدد الفقرات	معامل الثبات
المحور الأول	العناصر الملموسة: المظهر العام لوسائل النقل	08	0.859
المحور الثاني	الاعتمادية: القدرة على اداء الخدمة بالشكل المطلوب	02	0.859
المحور الثالث	الاستجابة: الرغبة في المساعدة و تقديم الخدمة بعناية واهتمام.	05	0.859
المحور الرابع	التعاطف: درجة العناية و الاهتمام في حل المشاكل.	03	0.859
المحور الخامس	الأمان شعور بالأمان والثقة في مقدم الخدمة(السائق)	02	0.859
المحور السادس	رضا الطلبة: درجة شعور الطالب بتلبية احتياجاته	06	0.858
الإستبيان ككل	الثبات الكلي	26	0.896

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (2-3) يتضح أن معاملات الثبات كانت عالية بالنسبة لكل محور إذ أن معامل الثبات للمحور الأول والثاني و الثالث و الربع و الخامس الذي تضمن (20) فقرة كان معامل الثبات بدرجة 0.859 و هي درجة جيدة، كما أن معامل الثبات للمحور السادس وتضمن (06) كان بدرجة 0.858 و هي درجة عالية، أما معامل الثبات لجميع فقرات الاستبيان (26) فكان بدرجة 0.896 و هي درجة جد عالية مما يكسب الاستبيان مصداقية كبيرة لتحقيق ما تتطلبه الدراسة.

- قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان : ويكون ذلك من خلال معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمجال التابع لها كما يلي:

المحور الأول، الثاني، الثالث ، الرابع ، الخامس : يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحاور المتعلقة بمتغير المستقل

الجدول رقم (2-4) معاملات التجانس بين كل من فقرة من فقرات المحاور

الفقرات			
المحور الأول	العناصر الملموسة: المظهر العام لوسائل النقل.	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي	0.472	0.000
2	يبدو لي المظهر العام للحافلات جذاب و مريح.	0.293	0.014
3	موقع حافلات النقل الجامعي ملائم للطلبة	0.174	0.149
4	تمتلك الجامعة وسائل نقل حديثة	0.291	0.014
5	توفر حافلات النقل الجامعي أماكن جلوس مريحة لك	0.371	0.002
6	نظافة حافلات النقل الجامعي يحقق رضا الطلبة	0.481	0.000
7	يتميز سائقو الحافلات بمظهر أنيق ولباس موحد.	0.293	0.014
8	نوعية حافلات النقل الجامعي مناسبة(مرضية)	0.478	0.000
الاعتمادية: القدرة على اداء الخدمة بالشكل المطلوب.			المحور الثاني
9	يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت	0.682	0.000
10	يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة	0.651	0.000
الاستجابة: الرغبة في المساعدة و تقديم الخدمة بعناية واهتمام.			المحور الثالث
11	تغطي شبكة النقل الجامعي كافة المناطق.	0.374	0.003
12	تكون مدة زمن انتظارك على المواقف قليلة نسبيا	0.458	0.000
13	تشغل حافلات النقل الجامعي لفترات طويلة دون انقطاع	0.632	0.000

0.000	0.677	يتداول قدوم حافلات النقل الجامعي بشكل دوري وخلال فتره زمنية قصيرة	14
0.000	0.556	حافلات النقل الجامعي تلي متطلباتك وتحقق رضاك	15
التعاطف: درجة العناية و الاهتمام في حل المشاكل.			المحور الرابع
0.000	0.705	يتميز سائقو الحافلات بالأدب والخلق الحسن عند التعامل مع الطلبة	16
0.000	0.728	تعتبر أوقات حافلات النقل الجامعي ملائمة للطلبة	17
0.000	0.656	يقوم السائقون بطمأنينة الطلبة عند التعرض لمشكلة ما في حافلات النقل الجامعي	18
الأمان شعور بالأمان والثقة في مقدم الخدمة(السائق)			المحور الخامس
0.000	0.606	أشعر بالأمان والراحة عند استعمال حافلات النقل الجامعي	19
0.000	0.533	هناك أشياء إيجابية أقولها للأشخاص آخرين عن النقل الجامعي	20

الارتباط دال إحصائيا عند مستوى 0.05

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (2-4) يتضح أن معاملات الارتباط الدالة قد تراوحت بين 0.291 عند مستوى الدلالة (0.05) في المحور الأول الخاص بالعناصر الملموسة: المظهر العام لوسائل النقل. عند العبارة رقم 04 (تمتلك الجامعة وسائل نقل حديثة) كأصغر قيمة، و 0.481 عند مستوى الدلالة (0.05) في العبارة رقم 06 (نظافة حافلات النقل الجامعي يحقق رضا الطلبة) كأكبر قيمة. و معامل ارتباط يتراوح بين 0.682 الخاص بالمحور الثاني الخاص بالاعتمادية: القدرة على اداء الخدمة بالشكل المطلوب، عند العبارة رقم 10 (يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة) كأصغر قيمة، و 0.681 عند مستوى الدلالة (0.05) في العبارة رقم 10 (يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت) كأكبر قيمة. و معامل ارتباط يتراوح بين 0.374 الخاص بالمحور الثالث الخاص بالاستجابة: الرغبة في المساعدة و تقديم الخدمة بعناية واهتمام ، عند العبارة رقم 11 (تغطي شبكة النقل الجامعي كافة المناطق). كأصغر قيمة، و 0.681 عند مستوى الدلالة (0.05) في العبارة رقم 10 (يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت) كأكبر قيمة. و معامل ارتباط يتراوح بين 0.656 الخاص بالمحور الرابع الخاص بالتعاطف: درجة العناية و

الاهتمام في حل المشاكل ، عند العبارة رقم 18 (يقوم السائقون بطمأنة الطلبة عند التعرض لمشكلة ما في حافلات النقل الجامعي) كأصغر قيمة، و0.728 عند مستوى الدلالة (0.05) في العبارة رقم 17 (تعتبر أوقات حافلات النقل الجامعي ملائمة للطلبة) كأكبر قيمة. و معامل ارتباط يتراوح بين 0.533 الخاص بالمحور الخامس الخاص الأمان شعور بالأمان والثقة في مقدم الخدمة(السائق)، عند العبارة رقم 20 (هناك أشياء إيجابية أقولها للأشخاص آخرين عن النقل الجامعي) كأصغر قيمة، و0.606 عند مستوى الدلالة (0.05) في العبارة رقم 19 (أشعر بالأمان والراحة عند استعمال حافلات النقل الجامعي) كأكبر قيمة.

المحور الثاني : يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الثاني.

الجدول رقم (2-5) معاملات الارتباط بين كل من فقرات المحور الثاني

المحور السادس	رضا الطلبة: درجة شعور الطالب بتلبية احتياجاته	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
21	أنا راضي عموماً عن ما تقدمه خدمات النقل الجامعي	0.729	0.000
22	الخدمات المقدمة أفضل من توقعاتي	0.792	0.000
23	تلتزم إدارة النقل الجامعي بكافة وعودها لتحسين الخدمة تلبية رغباتي	0.770	0.000
24	تقدم إدارة النقل الجامعي خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز	0.697	0.000
25	يتم التعرف على رضا الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر (من طرف إدارة النقل الجامعي)	0.836	0.000
26	يتم التعرف على احتياجات الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر(من طرف إدارة النقل الجامعي)	0.774	0.000

المصدر : من إعداد الطالب اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (2-5) يتضح أن معاملات الارتباط الدالة قد تراوحت بين 0.697 عند مستوى الدلالة (0.05) في عند الفقرة رقم 24 (تقدم إدارة النقل الجامعي خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز) كأصغر قيمة، و0.836 عند مستوى الدلالة (0.05) في الفقرة رقم 25 (يتم التعرف على رضا الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر (من طرف إدارة النقل الجامعي) كأكبر قيمة، وبذلك تعتبر فقرات محور الثاني صادقة لما وضعت لقياسه.

## المبحث الثاني: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة

## المطلب الأول: نتائج الدراسة

بعد تطرقنا في المبحث الاول إلى كل من أدوات ومنهجية الدراسة والأساليب الإحصائية التي قمنا بإتباعها لتحليل المعطيات المجمعة سوف نبين من خلال هذا المبحث أهم النتائج التي تحصلنا عليها وذلك بهدف الإجابة على التساؤلات التي طرحناها في بداية دراستنا.

## أولاً: الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

## 1. الجنس

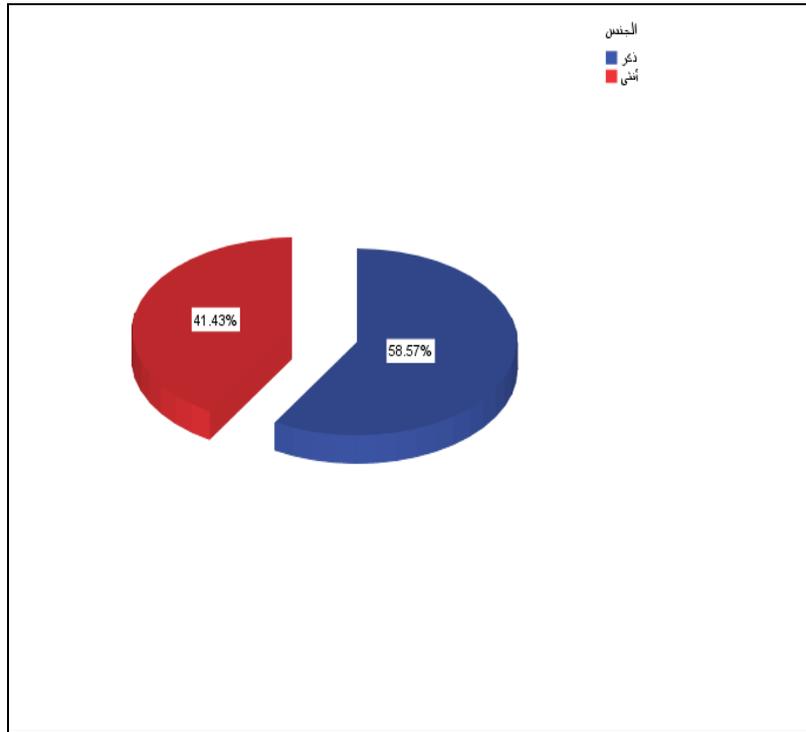
## الجدول رقم (2-6): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
58.6%	41	الذكر
41.4%	29	الأُنثى
100%	70	المجموع

المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق رقم(2-6) نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من حيث الجنس هم ذكور، أي يمثلون ما نسبته 58.6% من طلبة جامعيين، وفي المقابل بلغت نسبة الإناث 41.4% من عينة الدراسة والشكل الموالي(2-1) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الشكل رقم (2-1): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.



المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS.

2- مستوى التعليمي :

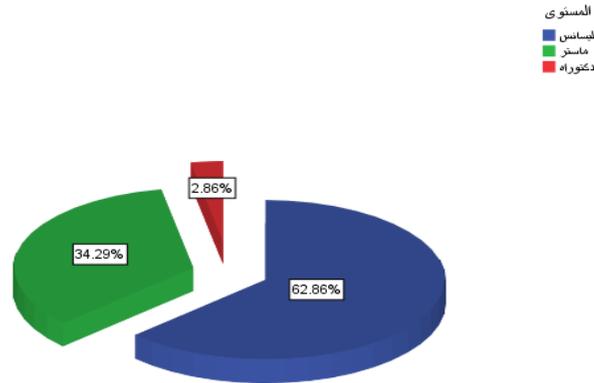
الجدول رقم (2-7): توزيع عينة الدراسة حسب مستوى التدرج

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
62.9%	44	ليسانس
34.3%	24	ماستر
2.9%	2	دكتوراه
100%	70	المجموع

المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة متحصلون على شهادة ليسانس بنسبة بلغت 62.9%، كما بلغت ثاني نسبة 34.3% لأصحاب شهادات ماستر، في حين أن أدنى نسبة كانت لأصحاب شهادة الدكتوراه بنسبة 2.9%، والشكل (2-8) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مستوى التدرج.

الشكل رقم (2-2): توزيع أفراد العينة حسب مستوى التدرج.



المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS.

3- العمر:

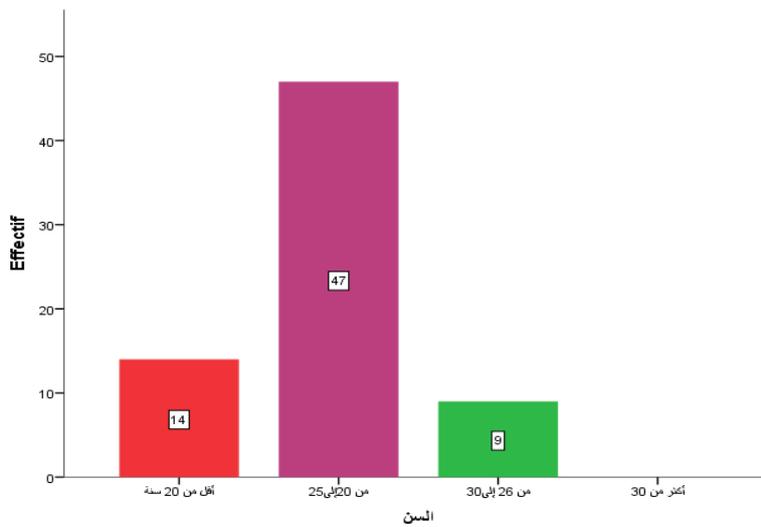
الجدول رقم (2-8): توزيع عينة الدراسة حسب العمر.

النسبة	التكرار	الفئات
20%	14	أقل من 20 سنة
67.1%	47	من 20 إلى 25 سنة
12.9%	9	من 26 إلى 30 سنة
100%	70	المجموع

المصدر : من إعداد الطالب إعتامادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من حيث السن ينتمون للفئة العمرية 20-25 من طلبة جامعيين في حيث بلغت نسبتهم 67.1%، وكانت ثاني فئة أقل من 20 سنة من حيث النسبة 20% ، و الفئة من 30-26 حيث بلغت نسبتها 12.9% ، والشكل الموالي (2-10) يوضح توزيع العينة حسب السن.

الشكل رقم(2-3):توزيع أفراد العينة حسب العمر



المصدر : من إعداد الطالب إعتامادا على مخرجات برنامج SPSS.

4- الحالة الاجتماعية:

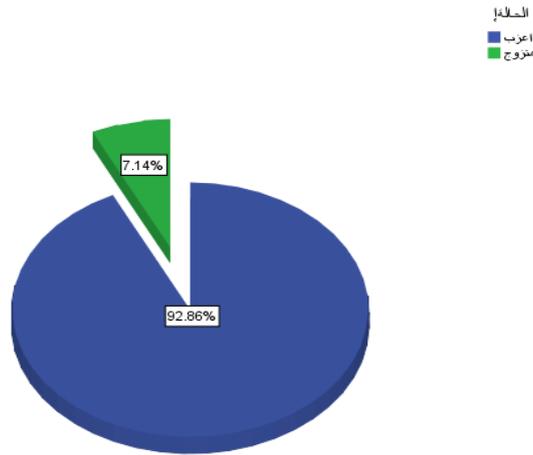
الجدول رقم (2-9): توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية.

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة
أعزب	65	92.9%
متزوج	5	7.1%
المجموع	70	100%

المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من حيث الحالة الاجتماعية، حيث بلغت نسبة أعزب ب 92.9 %، و بلغت نسبة متزوج ب 7.1 %، والشكل الموالي (2-11) يوضح توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية.

الشكل رقم(2-4):توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية.



المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS.

المطلب الثاني :تحليل محاور الدراسة

1. عرض استجابات الأفراد المبحوثين حول متغيرات الدراسة بالنسبة للمحاور: سنحاول في ما يلي عرض وتحليل وتقييم البيانات المجمعة من عينة الدراسة وذلك لمعرفة اتجاهات الأفراد في الإجابة على الفقرات من خلال التكرار والنسبة المئوية.

الجدول رقم (2-10) : تقييم الطلبة المظهر العام لوسائل النقل.

العبارات			الرقم
موافق	موافق نوعا	غير موافق	المحور الأول: العناصر الملموسة: المظهر العام لوسائل النقل
12	40	18	01 هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي
%17.1	%57.1	%25.7	التكرار النسبة
7	32	31	02 يبدو لي المظهر العام للحافلات جذاب و مريح.
%10.0	%45.7	%44.3	التكرار النسبة
14	34	22	03 موقع حافلات النقل الجامعي ملائم للطلبة
%20	%48.6	%31.4	التكرار النسبة
5	34	31	04 . تمتلك الجامعة وسائل نقل حديثة
%7.1	48.6%	%44.3	التكرار النسبة
5	22	43	05 توفر حافلات النقل الجامعي أماكن جلوس مريحة لك
%7.1	%31.4	%61.4	التكرار النسبة
17	39	14	06 . نظافة حافلات النقل الجامعي يحقق رضا الطلبة
%24.3	%55.7	%20	التكرار النسبة

07	يتميز سائقو الحافلات بمظهر أنيق ولباس موحد.	التكرار	49	13	8
		النسبة	%70	%18.6	%11.4
08	نوعية حافلات النقل الجامعي مناسبة (مرضية)	التكرار	20	40	10
		النسبة	%28.6	%57.1	%14.3
	المجموع	النسبة	40.72	45.36	13.92

المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة بما يمثل ما نسبته 362.8 % من أفراد العينة في قطاع الخدمات يوافقون بدرجة "موافق إلى حد ما" على أن هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي بنسبة 57.1% ، و أن ما نسبته 325.7% غير موافقين بتميز سائقو الحافلات بمظهر أنيق ولباس موحد بنسبة 70%، وفي المقابل نلاحظ أن ما نسبته 111.3% يوافقون على ذلك.

الجدول رقم (2-11) : تقييم الطلبة على القدرة في أداء الخدمة بشكل المطلوب

الرقم	العبارات		
	المحور الثاني: الاعتمادية: القدرة على أداء الخدمة بالشكل المطلوب		
	موافق	موافق نوعا	غير موافق
01	يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت	التكرار	36
		النسبة	%51.4
			%32.9
			%15.7
02	يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة	التكرار	18
		النسبة	%25.7
			%61.4
			%12.9
	المجموع	النسبة	35.55%
			42.65%
			14.3%

المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة بما يمثل ما نسبته 85.3% من أفراد العينة في قطاع الخدمات يوافقون بدرجة "موافق" إلى حد ما "على أن يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة بنسبة 61.4%، و أن ما نسبته 77.1% غير موافقين بالحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت بنسبة 51.4%، وفي المقابل نلاحظ أن ما نسبته 28.6% يوافقون على ذلك.

الجدول رقم (2-12) : تقييم الطلبة للخدمة في المساعدة و تقديم الخدمة بعناية.

العبارات			الرقم	
موافق	موافق نوعا	غير موافق	المحور الثالث : الاستجابة: الرغبة في المساعدة و تقديم الخدمة بعناية و اهتمام	
16	38	16	التكرار	01
22.9%	54.3%	22.9%	النسبة	تغطي شبكة النقل الجامعي كافة المناطق.
4	24	42	التكرار	02
5.7%	34.3%	60%	النسبة	تكون مدة زمن انتظارك على المواقف قليلة نسبيا
16	30	24	التكرار	03
22.9%	42.9%	34.3%	النسبة	تشتغل حافلات النقل الجامعي لفترات طويلة دون انقطاع
8	39	23	التكرار	04
11.4%	55.7%	32.9%	النسبة	يتداول قدوم حافلات النقل الجامعي بشكل دوري وخلال فتره زمنية قصيرة
6	34	30	التكرار	05
8.6%	48.6%	42.9%	النسبة	حافلات النقل الجامعي تلبية متطلباتك وتحقق رضاك
14.3%	47.16%	27.8%	النسبة	المجموع

المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة بما يمثل ما نسبته 235.8 % من أفراد العينة في قطاع الخدمات يوافقون بدرجة "موافق إلى حد ما " على أن يتداول قدوم حافلات النقل الجامعي بشكل دوري وخلال فتره زمنية قصيرة بنسبة 55.1% ، و أن ما نسبته 139% غير موافقين أن تكون مدة زمن انتظارك على المواقف قليلة نسبيا بنسبة 60%، وفي المقابل نلاحظ أن ما نسبته 71.5% يوافقون على ذلك.

الجدول رقم (2-13) : تقييم الطلبة لدرجة العناية و الاهتمام في حل المشاكل.

العبارات			الرقم
موافق	موافق نوعا	غير موافق	المحور الرابع: التعاطف: درجة العناية والاهتمام في حل المشاكل
16	39	15	01
%22.9	%55.7	%21.4	يتميز سائقو الحافلات بالأدب والخلق الحسن عند التعامل مع الطلبة
11	40	19	02
%15.7	%57.1	%27.1	تعتبر أوقات حافلات النقل الجامعي ملائمة للطلبة
17	29	24	03
%24.3	%41.4	%34.3	يقوم السائقون بطمأننة الطلبة عند التعرض لمشكلة ما في حافلات النقل الجامعي
%20.96	%51.4	%27.6	المجموع

المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة بما يمثل ما نسبته 154.2 % من أفراد العينة في قطاع الخدمات يوافقون بدرجة "موافق إلى حد ما " تعتبر أوقات حافلات النقل الجامعي ملائمة للطلبة بنسبة 57.1% ، و أن ما نسبته 82.8% غير موافقين يقوم السائقون بطمأننة الطلبة عند التعرض لمشكلة ما في حافلات النقل الجامعي بنسبة 34.3%، وفي المقابل نلاحظ أن ما نسبته 62.9% يوافقون على ذلك.

الجدول رقم (2-14) : تقييم الطلبة للشعور بالأمان و الثقة في مقدم الخدمة ( السائق)

العبارات			الرقم
موافق	موافق نوعا	غير موافق	المحور الخامس: الأمان : الشعور بالأمان و الثقة في مقدم الخدمة ( السائق)
16	41	13	01
%22.9	%58.6	%18.6	أشعر بالأمان والراحة عند استعمال حافلات النقل الجامعي
12	32	26	02
%17.1	%45.7	%37.1	هناك أشياء إيجابية أقولها للأشخاص آخريين عن النقل الجامعي
%20	%52.15	%27.85	المجموع

المصدر : من إعداد الطالب إعتامادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة بما يمثل ما نسبته 104.2 % من أفراد العينة في قطاع الخدمات يوافقون بدرجة "موافق إلى حد ما" للشعور بالأمان والراحة عند استعمال حافلات النقل الجامعي بنسبة 58.6% ، و أن ما نسبته 55.7% غير موافقين هناك أشياء إيجابية أقولها للأشخاص آخريين عن النقل الجامعي بنسبة 37.1%، وفي المقابل نلاحظ أن مانسبته 40 % يوافقون على ذلك.

الجدول رقم (2-15) : تقييم الطلبة لدرجة شعور الطالب بتلبية احتياجاته

العبارات			الرقم
موافق	موافق نوعا	غير موافق	المحور السادس : رضا الطلبة: درجة شعور الطالب بتلبية احتياجاته
13	36	21	1 أنا راضي عموما عن ما تقدمه خدمات النقل الجامعي
%18.6	%51.4	%30	التكرار النسبة
7	22	41	2 الخدمات المقدمة أفضل من توقعاتي
%10	%31.4	%58.6	التكرار النسبة
7	24	39	3 تلتزم إدارة النقل الجامعي بكافة وعودها لتحسين الخدمة تلبية رغباتي
%10	%34.3	%55.7	التكرار النسبة
14	26	30	4 تقدم إدارة النقل الجامعي خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز
%20	37.1%	%42.9	التكرار النسبة
9	19	42	5 يتم التعرف على رضا الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر (من طرف إدارة النقل الجامعي)
%12.9	%27.1	%60	التكرار النسبة
8	23	39	6 يتم التعرف على احتياجات الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر(من طرف إدارة النقل الجامعي)
%11.4	%32.9	%55.7	التكرار النسبة
<b>13.81%</b>	<b>35.7%</b>	<b>50.48%</b>	النسبة المجموع

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة بما يمثل ما نسبته 214.2 % من أفراد العينة بالنسبة لرضا الطلبة يوافقون بدرجة "موافق إلى حد ما" رضاهم عموماً عن ما تقدمه خدمات النقل الجامعي بنسبة 51.4 %، و أن ما نسبته 302.9% غير موافقين على تعرف رضا الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر (من طرف إدارة النقل الجامعي) بنسبة 60 %، وفي المقابل نلاحظ أن ما نسبته 82.9 % يوافقون على ذلك.

- تحليل أوساط الحسائية والانحراف المعياري لمحور العمليات التسويقية المبنية على المعرفة

المحور الأول : العناصر الملموسة: المظهر العام لوسائل النقل

الجدول رقم (2-16): المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري للمحور الأول

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية
	العناصر الملموسة: المظهر العام لوسائل النقل				
01	هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي	1.9143	0.65370	2	متوسطة
02	يبدو لي المظهر العام للحافلات جذاب و مريح	1.6571	0.65686	5	متوسطة
03	موقع حافلات النقل الجامعي ملائم للطلبة	1.8857	0.71308	3	متوسطة
04	تمتلك الجامعة وسائل نقل حديثة	1.6286	0.61788	6	متوسطة
05	توفر حافلات النقل الجامعي أماكن جلوس مريحة لك	1.4571	0.62983	7	متوسطة
06	نظافة حافلات النقل الجامعي يحقق رضا الطلبة	2.0429	0.66889	1	متوسطة
07	يتميز سائقو الحافلات بمظهر أنيق ولباس موحد	1.4143	0.69141	8	متوسطة

متوسطة	4	0.64349	1.8571	نوعية حافلات النقل الجامعي مناسبة(مرضية)	08
متوسطة		<b>0.35882</b>	<b>1.7321</b>	<b>مجموع المحور الأول</b>	

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (2-17) نلاحظ أن العبارة السادسة (نظافة حافلات النقل الجامعي يحقق رضا الطلبة) جاءت في المرتبة الأولى من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ 2.0429 وانحراف معياري بلغ 0.66889 بدرجة متوسطة، وبعدها مباشرة جاءت العبارة الأولى (هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 1.9143 وبدرجة متوسطة و بانحراف معياري قدره 0.65370 ، أما العبارة التي تنص على أن يتميز سائقو الحافلات بمظهر أنيق ولباس في الرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي 1.4143 و انحراف معياري قدره 0.69141، في حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لمظهر العام لوسائل النقل 1.7321 وانحراف معياري 0.35882 و بدرجة متوسطة. وهذا ما يدل على موافقة أفراد عينة الدراسة على المظهر العام للوسائل النقل بدرجة متوسطة.

المحور الثاني : الاعتمادية: القدرة على أداء الخدمة بالشكل المطلوب

الجدول رقم (2-18): المتوسط الحسابي و الإنحراف المعياري للمحور الثاني

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية
01	يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت	1.6429	0.74281	2	متوسطة
02	يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة	1.8714	0.61199	1	متوسطة
	<b>مجموع المحور الثاني</b>	<b>1.7571</b>	<b>0.54336</b>		متوسطة

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (2-19) نلاحظ أن العبارة الثانية (يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة) جاءت في المرتبة الأولى من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ 1.8714 وانحراف معياري بلغ 0.61199 بدرجة متوسطة، وبعدها مباشرة جاءت العبارة الأولى (يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 1.6429 وبدرجة متوسطة و بانحراف معياري قدره 0.74281 ، في حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي للقدرة على أداء الخدمة بالشكل المطلوب 1.7571 و انحراف معياري 0.54336 و بدرجة متوسطة. وهذا ما يدل على موافقة أفراد عينة الدراسة على القدرة على أداء الخدمة بالشكل المطلوب بدرجة متوسطة.

المحور الثالث : الاستجابة: الرغبة في المساعدة و تقديم الخدمة بعناية واهتمام.

الجدول رقم (2-20): المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري للمحور الثالث

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية
	<b>الاستجابة: الرغبة في المساعدة و تقديم الخدمة بعناية واهتمام.</b>				
01	تغطي شبكة النقل الجامعي كافة المناطق.	2.0000	0.68101	1	متوسطة
02	تكون مدة زمن انتظارك على المواقف قليلة نسبيا	1.4571	0.60638	5	متوسطة
03	تشتغل حافلات النقل الجامعي لفترات طويلة دون انقطاع	1.8857	0.75264	2	متوسطة
04	يتداول قدام حافلات النقل الجامعي بشكل دوري وخلال فترة زمنية قصيرة	1.7857	0.63458	3	متوسطة
05	حافلات النقل الجامعي تلي متطلباتك وتحقق رضاك	1.6571	0.63442	4	متوسطة
	<b>مجموع المحور الثالث</b>	<b>1.7571</b>	<b>0.43989</b>		متوسطة

المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (2-20) نلاحظ أن العبارة الأولى (تغطي شبكة النقل الجامعي كافة المناطق). جاءت في المرتبة الأولى من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ 2.0000 وانحراف معياري بلغ 0.68101 بدرجة متوسطة، وبعدها مباشرة جاءت العبارة الثالثة (تشتغل حافلات النقل الجامعي لفترات طويلة دون انقطاع) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 1.8857 وبدرجة متوسطة و بانحراف معياري قدره 0.75264، أما العبارة التي تنص على أن تكون مدة زمن انتظارك على المواقف قليلة نسبيا جاءت في الرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي 1.4571 و انحراف معياري قدره 0.60638، في حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي الرغبة في المساعدة و تقديم الخدمة بعناية واهتمام 1.7571 و انحراف معياري 0.43989 و بدرجة متوسطة. وهذا ما يدل على موافقة أفراد عينة الدراسة على الرغبة في المساعدة تقديم الخدمة بعناية واهتمام بدرجة متوسطة.

المحور الرابع : التعاطف: درجة العناية و الاهتمام في حل المشاكل

الجدول رقم (2-21): المتوسط الحسابي و الإنحراف المعياري للمحور الرابع

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية
<b>التعاطف: درجة العناية و الاهتمام في حل المشاكل</b>					
01	يتميز سائقو الحافلات بالأدب والخلق الحسن عند التعامل مع الطلبة	2.0143	0.67013	1	متوسطة
02	تعتبر أوقات حافلات النقل الجامعي ملائمة للطلبة	1.8857	0.64926	3	متوسطة
03	يقوم السائقون بطمأننة الطلبة عند التعرض لمشكلة ما في حافلات النقل الجامعي	1.9000	0.76424	2	متوسطة
<b>مجموع المحور الرابع</b>		<b>1.9333</b>	<b>0.55777</b>		متوسطة

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (2-21) نلاحظ أن العبارة الأولى (يتميز سائقو الحافلات بالأدب والخلق الحسن عند التعامل مع الطلبة) جاءت في المرتبة الأولى من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ 2.0143 وانحراف معياري بلغ 0.67013 بدرجة متوسطة، وبعدها مباشرة جاءت العبارة الثالثة (يقوم السائقون بطمأنينة الطلبة عند التعرض لمشكلة ما في حافلات النقل الجامعي) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 1.9000 وبدرجة متوسطة و بانحراف معياري قدره 0.76424، أما العبارة التي تنص على أن تعتبر أوقات حافلات النقل الجامعي ملائمة للطلبة جاءت في الرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي 1.8857 و انحراف معياري قدره 0.64926، في حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لدرجة العناية و الاهتمام في حل المشاكل 1.9333 و انحراف معياري 0.5577 و بدرجة متوسطة. وهذا ما يدل على موافقة أفراد عينة الدراسة على درجة العناية و الاهتمام في حل المشاكل بدرجة متوسطة.

المحور الخامس : الأمان شعور بالأمان والثقة في مقدم الخدمة(السائق)

الجدول رقم (2-22): المتوسط الحسابي و الإنحراف المعياري للمحور الخامس

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية
	<b>الأمان شعور بالأمان والثقة في مقدم الخدمة(السائق)</b>				
01	أشعر بالأمان والراحة عند استعمال حافلات النقل الجامعي	2.0429	0.64686	1	متوسطة
02	هناك أشياء إيجابية أقولها للأشخاص آخرين عن النقل الجامعي	1.8000	0.71424	2	متوسطة
	<b>مجموع المحور الخامس</b>	<b>1.9214</b>	<b>0.54928</b>		متوسطة

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (2-22) نلاحظ أن العبارة الأولى (أشعر بالأمان والراحة عند استعمال حافلات النقل الجامعي) جاءت في المرتبة الأولى من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ 2.0429 وانحراف معياري بلغ 0.64686 بدرجة متوسطة، وبعدها مباشرة جاءت العبارة الثانية (هناك

أشياء إيجابية أقولها للأشخاص آخرين عن النقل الجامعي) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 1.8000 وبدرجة متوسطة و بانحراف معياري قدره 0.71424، في حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي للشعور بالأمان والثقة في مقدم الخدمة(السائق) 1.7571 و انحراف معياري 0.54336 و بدرجة متوسطة. وهذا ما يدل على موافقة أفراد عينة الدراسة على الشعور بالأمان والثقة في مقدم الخدمة(السائق) بدرجة متوسطة.

المحور السادس : رضا الطلبة: درجة شعور الطالب بتلبية احتياجاته

الجدول رقم (2-23): المتوسط الحسابي و الإنحراف المعياري للمحور السادس

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية
	رضا الطلبة: درجة شعور الطالب بتلبية احتياجاته				
01	أنا راضي عموما عن ما تقدمه خدمات النقل الجامعي	1.8857	0.69246	1	متوسطة
02	الخدمات المقدمة أفضل من توقعاتي	1.5429	0.67551	4	متوسطة
03	تلتزم إدارة النقل الجامعي بكافة وعودها لتحسين الخدمة تلبية رغباتي	1.5429	0.67428	3	متوسطة
04	تقدم إدارة النقل الجامعي خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز	1.7714	0.76464	2	متوسطة
05	يتم التعرف على رضا الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر (من طرف إدارة النقل الجامعي)	1.5286	0.71670	6	متوسطة
06	يتم التعرف على احتياجات الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر(من طرف إدارة النقل الجامعي)	1.5571	0.69440	5	متوسطة
	مجموع المحور السادس	1.6333	0.53808		متوسطة

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (2-23) نلاحظ أن العبارة الأولى (أنا راضي عموماً عن ما تقدمه خدمات النقل الجامعي) جاءت في المرتبة الأولى من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ 1.8857 وانحراف معياري بلغ 0.69246 بدرجة متوسطة، وبعدها مباشرة جاءت العبارة الرابعة (تقدم إدارة النقل الجامعي خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 1.7714 وبدرجة متوسطة و بانحراف معياري قدره 0.76464 ، أما العبارة التي تنص على أن يتم التعرف على رضا الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر (من طرف إدارة النقل الجامعي) في الرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 1.5286 و انحراف معياري قدره 0.71670، في حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لدرجة شعور الطالب بتلبية احتياجاته 1.6333 و انحراف معياري 0.53808 و بدرجة متوسطة. وهذا ما يدل على موافقة أفراد عينة الدراسة على درجة شعور الطالب بتلبية احتياجاته بدرجة متوسطة.

### المطلب الثالث : اختبار الفرضيات

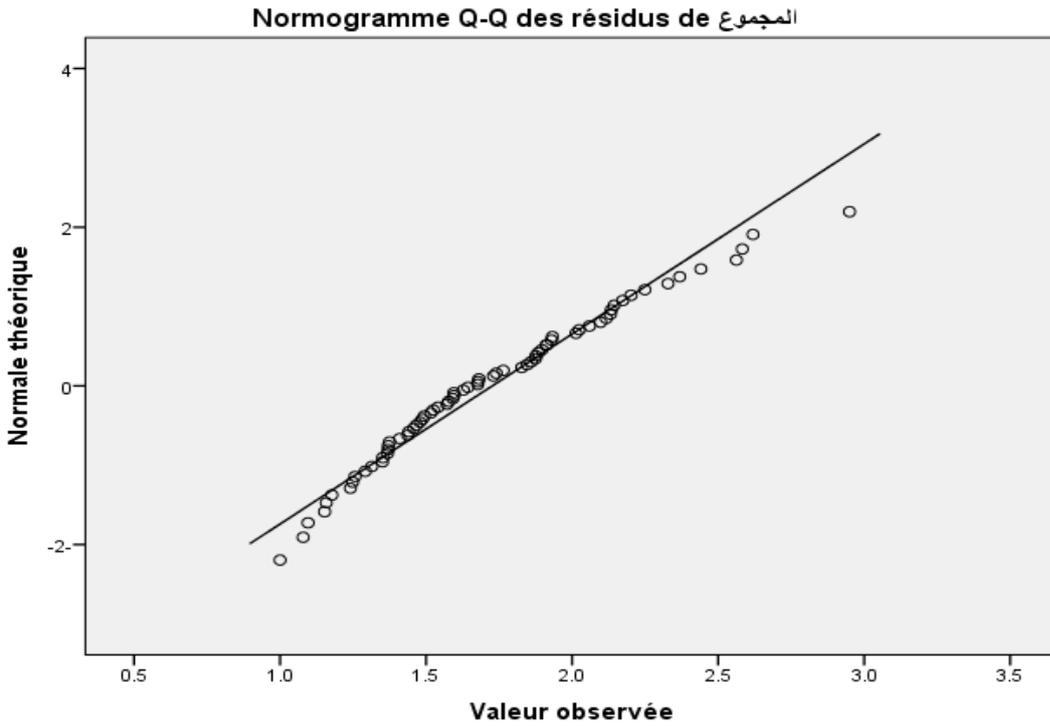
تم إجراء اختبار كولموجروف- سمرنوف لمعرفة هل تتبع البيانات التوزيع الطبيعي أم لا وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً.

الجدول رقم (2-24): نتائج اختبار كولموجروف- سمرنوف في توزيع البيانات.

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistique	ddl	Signification	Statistique	Ddl	Signification
المجموع	.095	70	.190	.968	70	.073

المصدر : من إعداد الطالب اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS.

الشكل (2-5):



رسم بياني لتتبع التوزيع الطبيعي للبيانات

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

## \*اختبار الفرضية الأولى:

- مستوى جودة خدمات النقل الجامعي في جامعة غرداية ضعيف.

من خلال الجدول رقم (2-17) يوضح لنا أن العبارة السادسة (نظافة حافلات النقل الجامعي يحقق رضا

الطلبة) جاءت في المرتبة الأولى من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ 2.04 وانحراف معياري بلغ 0.66

بدرجة متوسطة ، و في العبارة الأولى (هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي) بمتوسط حسابي

بلغ 1.91 وبدرجة متوسطة و بانحراف معياري قدره 0.65، يدل هذا على نظافة حافلات النقل الجامعي يحقق

رضا الطلبة و هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي، و من خلال الجدول (2-18) يوضح لنا

العبارة الثانية (يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة) جاءت في المرتبة الأولى من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ 1.87 وانحراف معياري بلغ 0.61 بدرجة متوسطة، و في العبارة الأولى (يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت) بمتوسط حسابي بلغ 1.64 وبدرجة متوسطة و بانحراف معياري قدره 0.74، يدل هذا على أن يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة و يحرص على احترام التوقيت، و من خلال الجدول رقم (2-20) نلاحظ أن العبارة الأولى (تغطي شبكة النقل الجامعي كافة المناطق.) جاءت في المرتبة الأولى من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ 2.00 وانحراف معياري بلغ 0.68 بدرجة متوسطة، وبعدها مباشرة جاءت العبارة الثالثة (تشتغل حافلات النقل الجامعي لفترات طويلة دون انقطاع) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 1.88 وبدرجة متوسطة و بانحراف معياري قدره 0.75، يدل هذا على أن شبكة النقل الجامعي تغطي كافة المناطق و تشتغل لفترات طويلة دون إنقطاع.

من هنا نستخلص أن الفرضية الأولى غيرمحققه لأن مستوى جودة خدمات النقل الجامعي في جامعة غرداية كان بدرجة متوسطة وذلك من خلال قيم المتوسط الحسابي.

#### \*اختبار الفرضية الثانية:

- مستوى رضا الطلبة من خدمات النقل ضعيف.

من خلال الجدول رقم (2-23) نلاحظ أن العبارة الأولى (أنا راضي عموما عن ما تقدمه خدمات النقل

الجامعي) جاءت في المرتبة الأولى من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ 1.8857 وانحراف معياري بلغ

0.69 بدرجة متوسطة، يدل هذا على أن الطالب راضي عموما على ما تقدمه خدمات النقل الجامعي ، وبعدها

مباشرة جاءت العبارة الرابعة (تقدم إدارة النقل الجامعي خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز) في الترتيب الثاني

بمتوسط حسابي بلغ 1.7714 وبدرجة متوسطة و بانحراف معياري قدره 0.76464 ، يدل هذا على أن إدارة النقل الجامعي تقدم خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز.

من هنا نستخلص أن الفرضية الثانية غير محققة لأن مستوى مستوى رضا الطلبة من خدمات النقل ضعيف كان بدرجة متوسطة وذلك من خلال قيم المتوسط الحسابي.

### الفرضية الثالثة:

-- يوجد أثر للأبعاد جودة الخدمة النقل الجامعي على رضا الطلبة.

### اختبار الفرضية الثالثة:

بمأن  $F=11.31$  وهي أكبر من القيمة الجدولية عند مستوى معنوية أقل من 0.05 إذن نقول أن عوامل مستقلة تغير المتغير التابع ب 42.8% والنموذج معنوي و الجدول يوضح ذلك.

الجدول رقم (2-25): الإنحدار المتعدد.

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques				
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F
1	.685 <sub>a</sub>	.469	.428	.40701	.469	11.319	5	64	.000

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

ونلاحظ أن بعد الملموسية و الإعتمادية و التعاطف لا يؤثر على رضا العملاء (الطلبة) كون أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05 .

أما بعد الإستجابة و الأمان فيؤثران على رضا الطلبة و هذا بنسب 32 % و 36 % و بالنسبة للمعادلة

$$Y=0.364X+0.356$$

$$Y=0.32X+0.392$$

الإنحدار فهي كالتالي

و الجدول يوضح ذلك:

الجدول رقم (2-26): إختبار الفرضية الثالثة.

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
(Constante)	-.054-	.269		-.199-	.843
لوسائل العام المظهر: الملموسة العناصر النقل.	.054	.180	.036	.301	.764
بالشكل الخدمة اداء على القدرة: الاعتمادية المطلوب	-.070-	.142	-.071-	-.494-	.623
1 تقديم و المساعدة في الرغبة: الاستجابة واهتمام بعناية الخدمة	.392	.169	.320	2.322	.023
حل في في الاهتمام و العناية درجة: التعاطف المشاكل	.177	.151	.184	1.172	.246
مقدم في والثقة بالأمان شعور الأمان (السائق)الخدمة	.356	.114	.364	3.137	.003

المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS

الفرضية الرابعة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الدلالة الإحصائية بين آراء الباحثين حول جودة الخدمات (النقل)

ترجع لمتغيرات ديمغرافية.

H0: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الدلالة الإحصائية بين آراء الباحثين حول جودة الخدمات (النقل)

ترجع لمتغيرات ديمغرافية.

H1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الدلالة الإحصائية بين آراء المبحوثين حول جودة الخدمات (النقل) ترجع لمتغيرات ديمغرافية.

#### إختبار الفرضية الرابعة:

-بمأن مستوى المعنوية أكبر من 5% فإننا نرفض الفرضية البديلة الصفرية بمعنى أنه لا يوجد إختلاف بين آراء العينة المبحوثة إلى الحالة الاجتماعية لهم.

الجدول يوضح ذلك :

الجدول رقم (2-27): التباين الأحادي للحالة الاجتماعية.

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	.106	1	.106	.603	.440
Intra-groupes	11.923	68	.175		
Total	12.029	69			

المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS

-نلاحظ أن المعنوية أقل من 0.05 و قيمة  $F = 18.867$  إذن يمكننا أن نقبل الفرضية البديلة و نقول أنه لا توجد فروق بين آراء العينة المبحوثة حول جودة خدمات النقل الجامعي على أساس الجنس.

الجدول يوضح ذلك :

الجدول رقم (2-28): التباين الأحادي للجنس .

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	2.613	1	2.613	18.867	.000
Intra-groupes	9.416	68	.138		
Total	12.029	69			

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

- نلاحظ أن المعنوية أقل من 0.05 و قيمة  $F = 5.573$  إذن يمكننا أن نقبل الفرضية البديلة و نقول أنه لا

توجد فروق بين آراء العينة المبحوثة حول جودة خدمات النقل الجامعي على أساس العمر.

الجدول يوضح ذلك :

الجدول رقم (2-29): التباين الأحادي للعمر.

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1.716	2	.858	5.573	.006
Intra-groupes	10.313	67	.154		
Total	12.029	69			

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ أن مستوى المعنوية أقل من 5 % و قيمة  $F = 7.93$  و هي قيمة أكبر من القيمة الجدولية و عليه فإننا

نقبل الفرضية البديلة و نرفض الفرضية الصفرية إذن هناك إختلاف بين آراء الطلبة أو المبحوثين يرجع إلى إختلاف

المستوى التعليمي حول أبعاد جودة النقل الجامعي.

الجدول يوضح ذلك :

الجدول رقم (2-30): التباين الأحادي للمستوى التعليمي.

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	2.303	2	1.152	7.934	.001
Intra-groupes	9.726	67	.145		
Total	12.029	69			

المصدر : من إعداد الطالب إعتقادا على مخرجات برنامج SPSS

## خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال الفصل أن نسقط جانبا من الجزء النظري على الدراسة الميدانية ، مستعينين بذلك على ما تحصلنا عليه من معلومات من خلال تحليل ومناقشة الاستبيان الموجه لطلبة جامعة غرداية، حيث اتضح لنا وجود علاقة قوية بين جودة خدمة النقل الجامعي و رضا الطالب ، حيث احتوى هذا الفصل على دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة غرداية ، وقد جاءت نتائج الدراسة لتؤكد على ذلك حيث أن تقييم الطلبة لخدمات النقل الجامعي جاء بدرجة متوسطة من حيث مساهمته في تحسين خدماته إلى جانب أنه يسهم في رفع من درجة الرضا لدى الطلبة.

### الخاتمة:

تعد جودة الخدمة من المواضيع التي تثير الإهتمام كبير من الباحثين في مجال جودة الخدمات و من أهم الأمور الحديثة التي شهدت توسعا كبير في السنوات الأخيرة في المؤسسات الخدمية، حيث أصبح الزبون يبحث عن طرق و أساليب مناسبة من أجل تغطية حاجاتهم للجودة الخدمة و تحقيق رضاهم .

يمكن القول إن تقييم أفراد عينة الدراسة يعكس وجود نوع من الإهتمام من قبل خدمات النقل الجامعي بأبعاد جودة الخدمة المعتمدة في الدراسة و هي الإعتمادية، الإستجابة، التعاطف، الملموسية، الأمان، كما حاولنا من خلال هذه الدراسة التعرف علي تأثير المتغيرات الديمغرافية للسن و الجنس و المستوى التعليمي لتقييم أفراد عينة الدراسة للأبعاد جودة الخدمة، و في التالي فقد كانت الإشكالية البحث تدور حول إلى أي مدى تساهم عناصر جودة خدمات النقل في تحقيق الرضا لدى الطلبة بجامعة غرداية؟

وقد توصلنا في دراستنا إلى جملة من النتائج و هي كالأتي :

### نتائج الدراسة:

- مستوى جودة خدمات النقل الجامعي في جامعة غرداية كان بدرجة متوسطة.
- مستوى رضا الطلبة من خدمات النقل كان بدرجة متوسطة.
- يوجد أثر للأبعاد جودة الخدمة ( النقل الجامعي) على رضا الطلبة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الدلالة الإحصائية بين آراء المبحوثين حول جودة الخدمات (النقل) ترجع لمتغيرات ديمغرافية

### أ. التوصيات :

- توعية الطلبة على إستعمال النقل الجامعي لما له من مزايا على البيئة و أيضا تقليل الإزدحام.
- على المشرفين على قطاع النقل الجامعي العمل على زيادة حافلات النقل و هذا لتزايد عدد الطلبة.
- الزيادة في عدد الحافلات لبعض الخطوط خاصة المناطق البعيدة.
- توفير كل المعايير في النقل الجامعي مثل :الأمان ،الراحة.....من أجل خدمة نقل جامعي بجودة عالية.
- جعل للسائقين دورات تدريبية تضم برامج التوعية و الإرشاد في كيفية التعامل مع الطلبة من أجل تحقيق رضاهم و نجاح خدمة النقل الجامعي.
- حفاظ السائقين على رزنامة العمل و إحترام الوقت مع تخفيضه و هذا لطول الإنتظار في موقف الحافلات.

### ب. آفاق الدراسة :

تناولنا في هذا الموضوع دور جودة الخدمات النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة فقد صادفتنا عدة نقاط لفتت إنتباهنا و التي يمكن أن تكون مواضيع البحوثنا المستقبلية ونذكر منها:

- دور جودة الخدمة النقل في تحقيق رضا الطلبة.
- مدى إهتمام الطلبة بجودة خدمات النقل الجامعي.
- العلاقة بين جودة الخدمة النقل المدركة و رضا الطلبة .

المراجع باللغة العربية:

1/الكتب:

- 1) احمد الطائي و بشير العلاف، مبادئ التسويق الحديث، مدخل شامل، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان الأردن،2009.
- 2) تسيير العجاردة، التسويق المصري، دار ومكتبة الحامد، عمان 2004.
- 3) توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة و القياس المقارن أساليب الحديثة في المعايير و المقاييس، دار الفكر العربي، 2006/2005 .
- 4) خضير كاظم حمود ، إدارة جودة و خدمة العملاء، الطبعة الأولى، دار الميسر للنشر .
- 5) خضير كاظم حمودة،إدارة الجودة و خدمة العملاء، ط 3، دار الميسرة للنشر و التوزيع، عمان الأردن،2010.
- 6) ريتشاردل وليامز، الشاملة أساسيات إدارة الجودة ، ترجمة و نشر مكتبة حرير، طبعة الأولى،1999.
- 7) سعد محمود المصري، الخدمية إدارة تسويق الأنشطة المفاهيم و إستراتيجيات ، دار الجامعة، إسكندرية،2002.
- 8) قاسم نايف علوان الحياوي، إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم و عمليات و تطبيقات، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان، 2006.
- 9) محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010 .
- 10) وحمد الطائي و بشير العلاف، مبادئ التسويق الحديث، مدخل شامل، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان ،الأردن،2009.

2/الرسائل و الاطروحات الجامعية:

- 11) أولاد سعيد خيرة، الإدارة الإلكترونية وتأثيرها على رضا الزبون في المؤسسة الخدمية، رسالة ماستر غير منشورة، تخصص تسويق، كلية العلوم إقتصادية و التجارية و ع التسيير، جامعة غرداية، 2015.
- 12) بوحنان نور الدين، جودة الخدمات و أثرها على العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية و ع التسيير، جامعة
- 13) حكيم بن جرو، دور إستراتيجية التسويق في تحسين مؤسسات الإتصال، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد حلب بالبيدة، البليدة، 2007.
- 14) زياد بركات، الفجوة بين الإدراكات و التوقعات لقياس جودة الخدمات التي تقدمها جامعة القدس المفتوحة من وجهة نظر الدارسين فيها، بتصرف الطالب، 2010.
- 15) سميحة بلحسن، تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون، مذكرة ماستر غير منشور، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، بتصرف الطالب، 2012.
- 16) عبد القادر مزيان، أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء، ماجستير تخصص تسويق دولي، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2002.
- 17) فليسي ليندة، واقع جودة الخدمات في المنظمات و دورها في تحقيق الأداء المتميز، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير علوم اقتصادية، جامعة أحمد بوقرة بومرداس كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، 2011/2012.
- 18) قيجي كريمة، تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و تأثيرها على رضا زبائن المؤسسة المصرفية، رسالة ماستر غير منشورة، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم إقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012.
- 19) لرقط علي، إمكانية تطبيق الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، الإدارة و التسيير التربوي، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2009.
- 20) محمد فوزي سالم عابدين، قياس جودة الخدمات الهاتفية الثابتة التي تقدمها شركة الإتصالات الفلسطينية في محافظات قطاع غزة من وجهة نظر الزبائن، مذكرة ماجستير، غير منشورة، الجامعة الإسلامية، 2006.
- 21) معمر جهيدة، النقل الجامعي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، اقتصاد النقل و الإمداد، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2012.

3/المجلات:

- 22) براهيم بظاظو، أحمد العميرة، تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 45، 2010.
- 23) سليم إبراهيم الحسنية، مدى رضا طلبة كلية الإقتصاد في جامعة حلب، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، بتصرف الطالب، المجلد 25، العدد 2، 2009.
- 24) عبد المحسن تعساني، عمر عقيلي، ياسمين حلوي، قياس مدركات العملاء لجودة الخدمات الصحية و أثرها على رضاهم و تطبيق ذلك على المشافي الجامعية السورية، مجلة بحوث، جامعة حلب سلسلة العلوم الإقتصادية و القانونية العدد لعام 2007 .

4/المؤتمرات:

- 25) خالد محمد طلال بني حمدان، جودة الخدمة التعليمية و أثرها على رضى الطلبة، المؤتمر العربي الدولي الثاني لضمان جودة التعليم العالي، بتصرف الطالب، 2012.
- 26) مروان جمعة الدرويش، أثر جودة الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستفيدين، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية نحو أداء متميز للقطاع الحكومي، مهد الإدارة العامة الرياض، المملكة العربية السعودية 1-4 نوفمبر 2009م.

2/ المراجع باللغة بالأجنبية:

- 27) Ghada abd-ALLa Mohamed. **servis Qulety of travelagents** ,anternational, Meltidiseiplinary journal of tourism Volume 2 , Number 1,2007.
- 28) kotler.p.marketing managemant 11 the edition prentiohell 2000 new jersu.USA.

## الملحق رقم (01)

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

قسم العلوم التجارية

### استبيان

أخي الطالب / أختي الطالبة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى و بركاته

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية تخصص إتصال تسويقي تحت عنوان " دور جودة خدمات النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة" أقوم بوضع هذا الاستبيان بين أيديكم وذلك بالإجابة على الأسئلة التالية لأني أشعر أنك أنت الذي تستطيع إعطائي صورة حقيقية لهذا الموضوع لذلك فإني أرجو منك قراءة العبارات بدقة ثم التعبير عن رأيك فيها بوضع علامة X أمامها و التي تتفق مع رأيك كما أؤكد أن المعلومات ستكون وفق سرية تامة ولن تستخدم إلا بغرض البحث العلمي ولك مني أسمى عبارات الشكر والإحترام .

### المعلومات الشخصية :

- 1-الجنس : ذكر ( ) أنثى ( )
- 2-مستوى التدرج : ليسانس ( ) ماستر ( ) دكتوراه ( )
- 3- العمر : أقل من 20 سنة ( ) من 20 إلى 25 ( ) من 26 إلى 30 ( ) أكثر من 30 ( )
- 4- الحالة الاجتماعية : أعزب ( ) متزوج ( )

المقاييس			الفقرات	
غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق بشدة	المحور الأول	
			العناصر الملموسة: المظهر العام لوسائل النقل.	
			1 هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي	
			2 يبدو لي المظهر العام للحافلات جذاب و مريح.	
			3 موقع حافلات النقل الجامعي ملائم للطلبة	
			4 تمتلك الجامعة وسائل نقل حديثة	
			5 توفر حافلات النقل الجامعي أماكن جلوس مريحة لك	
			6 نظافة حافلات النقل الجامعي يحقق رضا الطلبة	
			7 يتميز سائقو الحافلات بمظهر أنيق ولباس موحد.	
			8 نوعية حافلات النقل الجامعي مناسبة(مرضية)	
			<b>الاعتمادية: القدرة على اداء الخدمة بالشكل المطلوب.</b>	<b>المحور الثاني</b>
			10 يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت	
			11 يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة	
			<b>الاستجابة: الرغبة في المساعدة و تقديم الخدمة بعناية واهتمام.</b>	<b>المحور الثالث</b>
			12 تغطي شبكة النقل الجامعي كافة المناطق.	
			13 تكون مدة زمن انتظارك على المواقف قليلة نسبيا	
			14 تشتغل حافلات النقل الجامعي لفترات طويلة دون انقطاع	
			15 يتداول قدام حافلات النقل الجامعي بشكل دوري وخلال فتره زمنية قصيرة	

			حافلات النقل الجامعي تلي متطلباتك وتحقق رضاك	16
التعاطف: درجة العناية و الاهتمام في حل المشاكل.				المحور الرابع
			يتميز سائقو الحافلات بالأدب والخلق الحسن عند التعامل مع الطلبة	17
			تعتبر أوقات حافلات النقل الجامعي ملائمة للطلبة	18
			يقوم السائقون بطمأننة الطلبة عند التعرض لمشكلة ما في حافلات النقل الجامعي	19
الأمان شعور بالأمان والثقة في مقدم الخدمة(السائق)				المحور الخامس
			أشعر بالأمان والراحة عند استعمال حافلات النقل الجامعي	20
			هناك أشياء إيجابية أقولها للأشخاص آخريين عن النقل الجامعي	21
رضا الطلبة: درجة شعور الطالب بتلبية احتياجاته				المحور السادس
			أنا راضي عموما عن ما تقدمه خدمات النقل الجامعي	22
			الخدمات المقدمة أفضل من توقعاتي	23
			تلتزم إدارة النقل الجامعي بكافة وعودها لتحسين الخدمة تلبية رغباتي	24
			تقدم إدارة النقل الجامعي خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز	25
			يتم التعرف على رضا الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر (من طرف إدارة النقل الجامعي)	26
			يتم التعرف على احتياجات الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر(من طرف إدارة النقل الجامعي)	27

سؤال: ما هي اقتراحاتك و ملاحظاتك لتحسين جودة النقل الجامعي

.....

.....

.....

.....

.....

.....

الملحق رقم (02)

قائمة الأساتذة المحكمين

الجامعة	الأستاذ
جامعة غارداية	الدكتور: شنيني حسين
جامعة غارداية	الدكتورة: شرع مريم
جامعة غارداية	الدكتور : دحو سليمان
جامعة غارداية	الأستاذة : أولاد هدار فاتح

Tableau de fréquences

التكرار و النسبة المئوية

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	41	58.6	58.6	58.6
Valide أنثى	29	41.4	41.4	100.0
Total	70	100.0	100.0	

المستوى

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ليسانس	44	62.9	62.9	62.9
Valide ماستر	24	34.3	34.3	97.1
دكتوراه	2	2.9	2.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

السن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أقل من 20 سنة	14	20.0	20.0	20.0
Valide من 20 إلى 25	47	67.1	67.1	87.1
من 26 إلى 30	9	12.9	12.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

الحالة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
اعزب	65	92.9	92.9	92.9
متزوج	5	7.1	7.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	18	25.7	25.7	25.7
موافق نوعا ما	40	57.1	57.1	82.9
موافق	12	17.1	17.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

يبدو لي المظهر العام للحافلات جذاب و مريح.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	31	44.3	44.3	44.3
موافق نوعا ما	32	45.7	45.7	90.0
موافق	7	10.0	10.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

موقع حافلات النقل الجامعي ملائم للطلبة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	22	31.4	31.4	31.4
موافق نوعا ما	34	48.6	48.6	80.0
موافق	14	20.0	20.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

تمتلك الجامعة وسائل نقل حديثة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	31	44.3	44.3
	موافق نوعا ما	34	48.6	92.9
	موافق	5	7.1	100.0
	Total	70	100.0	100.0

توفر حافلات النقل الجامعي أماكن جلوس مريحة لك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	43	61.4	61.4
	موافق نوعا ما	22	31.4	92.9
	موافق	5	7.1	100.0
	Total	70	100.0	100.0

نظافة حافلات النقل الجامعي يحقق رضا الطلبة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	14	20.0	20.0
	موافق نوعا ما	39	55.7	75.7
	موافق	17	24.3	100.0
	Total	70	100.0	100.0

يتميز سائقو الحافلات بمظهر أنيق ولباس موحد.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	49	70.0	70.0
	موافق نوعا ما	13	18.6	88.6
	موافق	8	11.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0

نوعية حافلات النقل الجامعي مناسبة) مرضية)

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	20	28.6	28.6
	موافق نوعا ما	40	57.1	85.7
	موافق	10	14.3	100.0
	Total	70	100.0	100.0

يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	36	51.4	51.4
	موافق نوعا ما	23	32.9	84.3
	موافق	11	15.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0

يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	18	25.7	25.7
	موافق نوعا ما	43	61.4	87.1
	موافق	9	12.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0

تغطي شبكة النقل الجامعي كافة المناطق.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	16	22.9	22.9
	موافق نوعا ما	38	54.3	77.1
	موافق	16	22.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0

تكون مدة زمن انتظارك على المواقف قليلة نسبيا

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	42	60.0	60.0
	موافق نوعا ما	24	34.3	94.3
	موافق	4	5.7	100.0
	Total	70	100.0	100.0

تشتغل حافلات النقل الجامعي لفترات طويلة دون انقطاع

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	24	34.3	34.3
	موافق نوعا ما	30	42.9	77.1
	موافق	16	22.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0

يتداول قدام حافلات النقل الجامعي بشكل دوري وخلال فتره زمنية قصيرة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	23	32.9	32.9
	موافق نوعا ما	39	55.7	88.6
	موافق	8	11.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0

حافلات النقل الجامعي تلبى متطلباتك وتحقق رضاك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	30	42.9	42.9
	موافق نوعا ما	34	48.6	91.4
	موافق	6	8.6	100.0
	Total	70	100.0	100.0

يتميز سائقو الحافلات بالأدب والخلق الحسن عند التعامل مع الطلبة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	15	21.4	21.4	21.4
موافق نوعا ما	39	55.7	55.7	77.1
موافق	16	22.9	22.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

تعتبر أوقات حافلات النقل الجامعي ملائمة للطلبة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	19	27.1	27.1	27.1
موافق نوعا ما	40	57.1	57.1	84.3
موافق	11	15.7	15.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

يقوم السائقون بطمأننة الطلبة عند التعرض لمشكلة ما في حافلات النقل الجامعي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	24	34.3	34.3	34.3
موافق نوعا ما	29	41.4	41.4	75.7
موافق	17	24.3	24.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

أشعر بالأمان والراحة عند استعمال حافلات النقل الجامعي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	13	18.6	18.6	18.6
موافق نوعا ما	41	58.6	58.6	77.1
موافق	16	22.9	22.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

هناك أشياء إيجابية أقولها للأشخاص آخرين عن النقل الجامعي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	26	37.1	37.1
	موافق نوعا ما	32	45.7	82.9
	موافق	12	17.1	100.0
	Total	70	100.0	100.0

أنا راضي عموما عن ما تقدمه خدمات النقل الجامعي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	21	30.0	30.0
	موافق نوعا ما	36	51.4	81.4
	موافق	13	18.6	100.0
	Total	70	100.0	100.0

الخدمات المقدمة أفضل من توقعاتي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	41	58.6	58.6
	موافق نوعا ما	22	31.4	90.0
	موافق	7	10.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0

تلتزم إدارة النقل الجامعي بكافة وعودها لتحسين الخدمة تلبية رغباتي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	39	55.7	55.7
	موافق نوعا ما	24	34.3	90.0
	موافق	7	10.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0

تقدم إدارة النقل الجامعي خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	30	42.9	42.9
	موافق نوعا ما	26	37.1	80.0
	موافق	14	20.0	100.0
	Total	70	100.0	100.0

يتم التعرف على رضا الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر) من طرف إدارة النقل الجامعي)

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	42	60.0	60.0
	موافق نوعا ما	19	27.1	87.1
	موافق	9	12.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0

يتم التعرف على احتياجات الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر) من طرف إدارة النقل الجامعي)

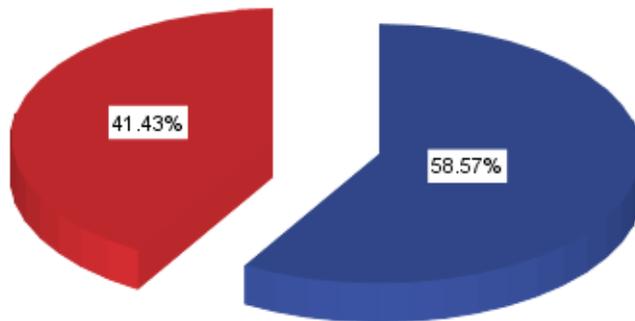
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	39	55.7	55.7
	موافق نوعا ما	23	32.9	88.6
	موافق	8	11.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0

Statistiques

	N		Moyenne	Ecart-type
	Valide	Manquante		
هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي	70	0	1.9143	.65370
يبدو لي المظهر العام للحافلات جذاب و مريح.	70	0	1.6571	.65686
موقع حافلات النقل الجامعي ملائم للطلبة	70	0	1.8857	.71308
تمتلك الجامعة وسائل نقل حديثة	70	0	1.6286	.61788
توفر حافلات النقل الجامعي أماكن جلوس مريحة لك	70	0	1.4571	.62983
نظافة حافلات النقل الجامعي يحقق رضا الطلبة	70	0	2.0429	.66889
يتميز سائقو الحافلات بمظهر أنيق ولباس موحد.	70	0	1.4143	.69141
نوعية حافلات النقل الجامعي (مناسبة) مرضية	70	0	1.8571	.64349
يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت	70	0	1.6429	.74281
يحرص سائقو عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة	70	0	1.8714	.61199
تغطي شبكة النقل الجامعي كافة المناطق. تكون مدة زمن انتظارك على المواقف قليلة نسبيا	70	0	2.0000	.68101
تشتغل حافلات النقل الجامعي لفترات طويلة دون انقطاع	70	0	1.4571	.60638
يتداول قديم حافلات النقل الجامعي بشكل دوري وخلال فتره زمنية قصيرة	70	0	1.8857	.75264
حافلات النقل الجامعي تلبى متطلباتك وتحقق رضاك	70	0	1.7857	.63458
يتميز سائقو الحافلات بالأدب والخلق الحسن عند التعامل مع الطلبة	70	0	1.6571	.63442
	70	0	2.0143	.67013

تعتبر أوقات حافلات النقل الجامعي ملائمة للطلبة	70	0	1.8857	.64926
يقوم السائقون بطمأننة الطلبة عند التعرض لمشكلة ما في حافلات النقل الجامعي	70	0	1.9000	.76424
أشعر بالأمان والراحة عند استعمال حافلات النقل الجامعي	70	0	2.0429	.64686
هناك أشياء إيجابية أقولها للأشخاص آخرين عن النقل الجامعي	70	0	1.8000	.71424
أنا راضى عموماً عن ما تقدمه خدمات النقل الجامعي	70	0	1.8857	.69246
الخدمات المقدمة أفضل من توقعاتي	70	0	1.5143	.67551
تلتزم إدارة النقل الجامعي بكافة وعودها لتحسين الخدمة تلبية لرغباتي	70	0	1.5429	.67428
تقدم إدارة النقل الجامعي خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز	70	0	1.7714	.76464
يتم التعرف على رضا الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و مستمر	70	0	1.5286	.71670
(من طرف إدارة النقل الجامعي) يتم التعرف على احتياجات الطالب عن الخدمات النقل بشكل دوري و	70	0	1.5571	.69440
مستمر) من طرف إدارة النقل الجامعي) العناصر الملموسة: المظهر العام لوسائل النقل.	70	0	1.7321	.35882
الاعتمادية: القدرة على اداء الخدمة بالشكل المطلوب	70	0	1.7571	.54336
الاستجابة: الرغبة في المساعدة و تقديم الخدمة بعناية واهتمام	70	0	1.7571	.43989
التعاطف: درجة العناية و الاهتمام في في حل المشاكل	70	0	1.9333	.55777
الأمان شعور بالأمان والثقة في مقدم الخدمة(السائق)	70	0	1.9214	.54928
رضا الطلبة: درجة شعور الطالب بتلبية احتياجاته	70	0	1.6333	.53808
المستقل	70	0	1.8202	.38185
التابع	70	0	1.6333	.53808

الجنس  
■ ذكر  
■ أنثى

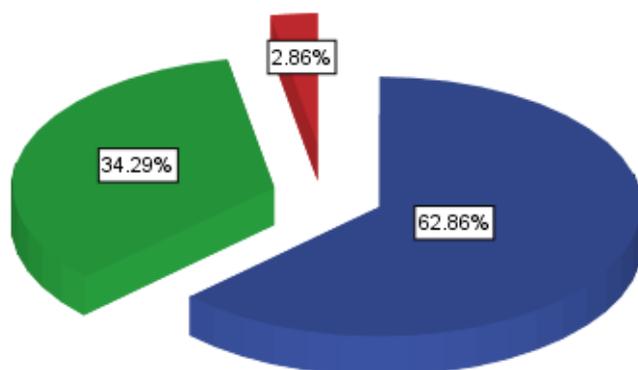


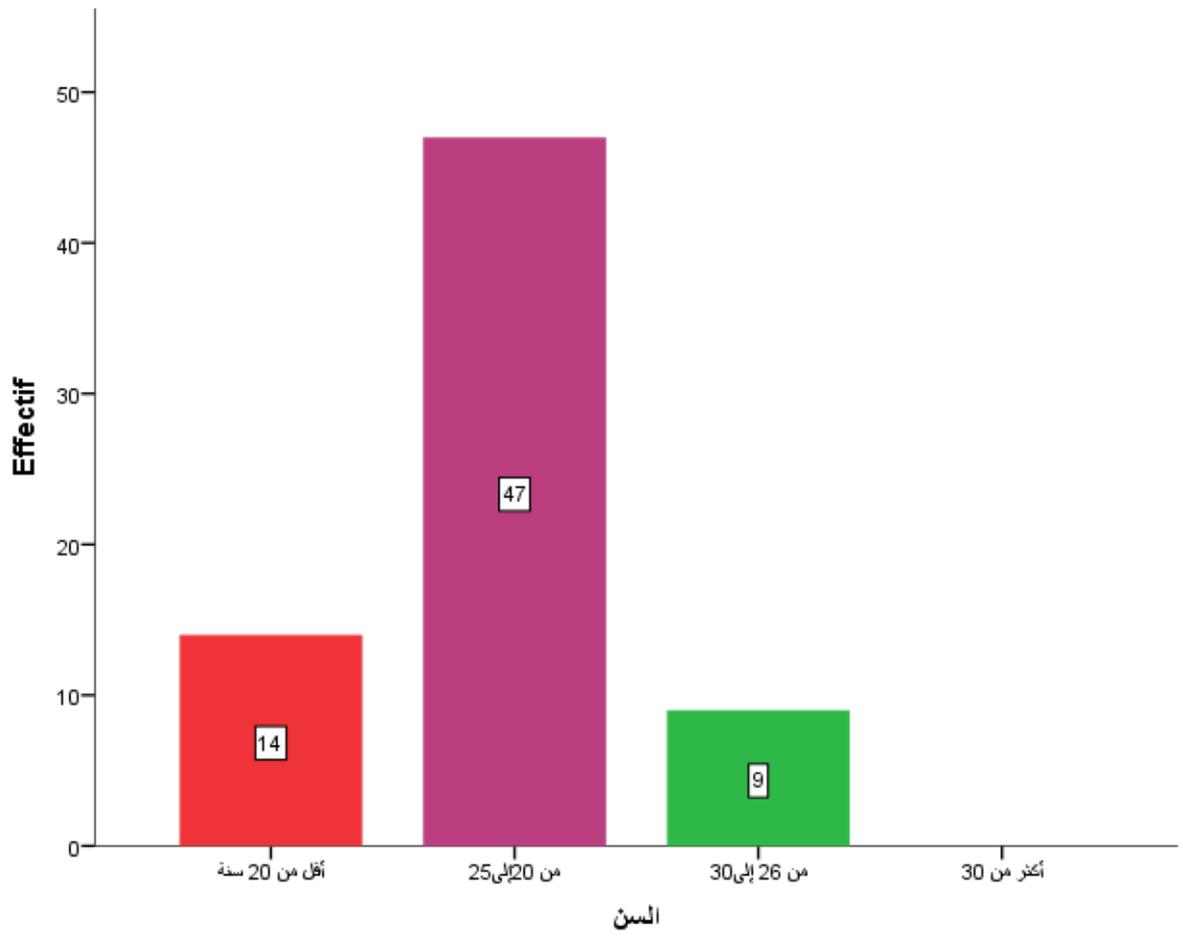
المستوى

ليسانس

ماستر

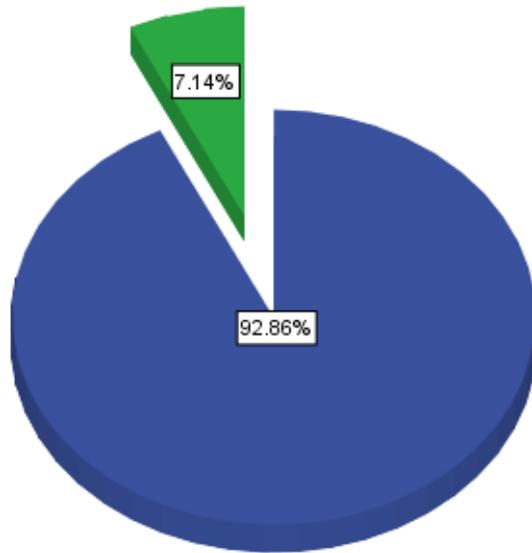
دكتوراه





الحالة:

اعزب  
متزوج



معامل الفايرومباخ

المجموع

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.896	26

المستقل

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.859	20

التابع

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.858	6

معامل الانحدار

#### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.638 <sup>a</sup>	.406	.398	.41759

a. Valeurs prédites : (constantes), المستقل

#### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	8.120	1	8.120	46.562	.000 <sup>b</sup>
1 Résidu	11.858	68	.174		
Total	19.978	69			

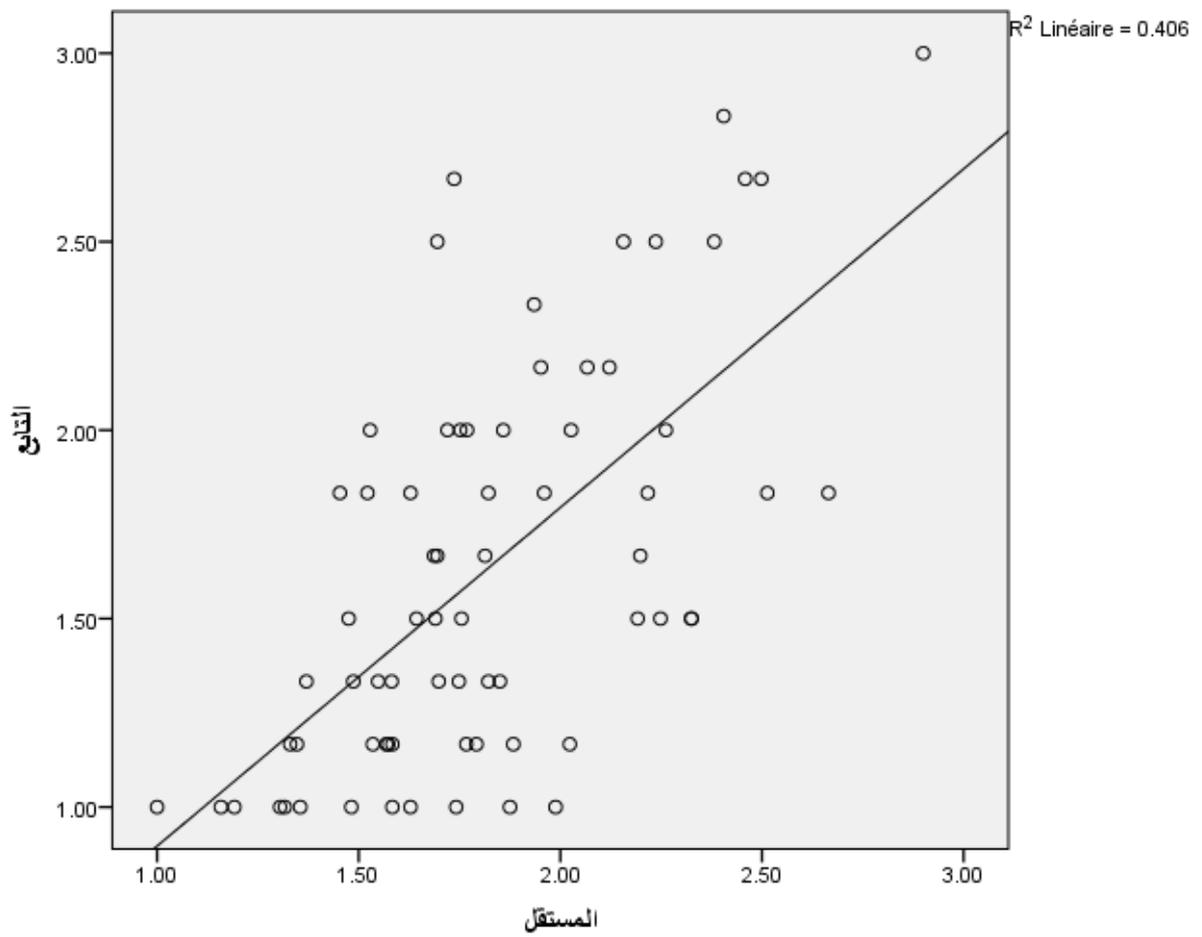
a. Variable dépendante : التابع

b. Valeurs prédites : (constantes), المستقل

#### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	-.002-	.245		-.008-	.994
1 المستقل	.898	.132	.638	6.824	.000

a. Variable dépendante : التابع



كولو مجروف سمرنوف

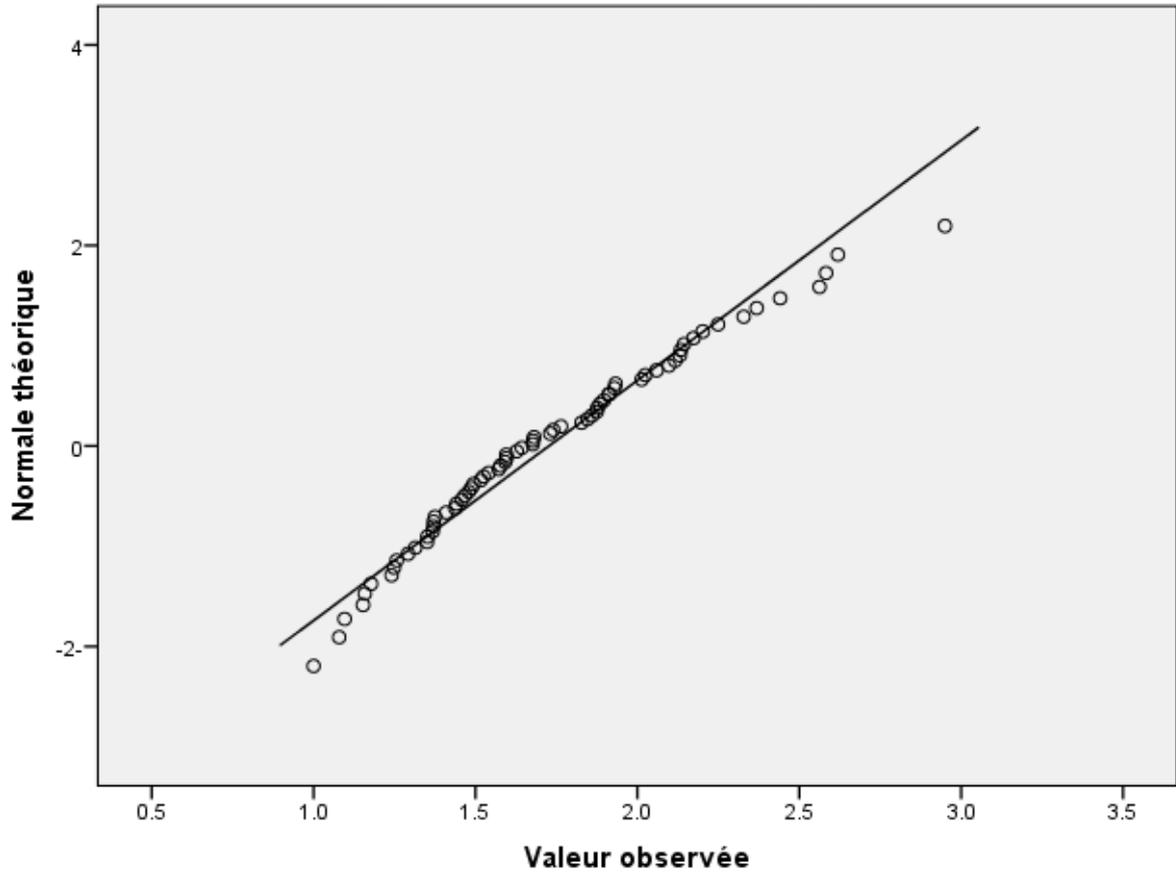
#### Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistique	ddl	Signification	Statistique	ddl	Signification
المجموع	.095	70	.190	.968	70	.073

a. Correction de signification de Lilliefors

Récapitulatif des modèles

Normogramme Q-Q des résidus de المجموع





## A 1 facteur

انوفيا الاحادي

[Ensemble\_de\_données1] G:\spss\CHENINI\chenini.sav

الجنس

### ANOVA à 1 facteur

المجموع

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	2.613	1	2.613	18.867	.000
Intra-groupes	9.416	68	.138		
Total	12.029	69			

## A 1 facteur

مستوى التدرج

### ANOVA à 1 facteur

المجموع

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	2.303	2	1.152	7.934	.001
Intra-groupes	9.726	67	.145		
Total	12.029	69			

## A 1 facteur

العمر

### ANOVA à 1 facteur

المجموع

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1.716	2	.858	5.573	.006
Intra-groupes	10.313	67	.154		
Total	12.029	69			

## A 1 facteur

الحالة الاجتماعية

### ANOVA à 1 facteur

المجموع

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	.106	1	.106	.603	.440
Intra-groupes	11.923	68	.175		
Total	12.029	69			