



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير
تخصص: تسيير عمومي

عنوان المذكرة:

دور جودة خدمات النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة

دراسة حالة جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج

تحت إشراف الأستاذ:

د/ مقلاتي عاشور

من إعداد الطلبة:

➤ داغو حنيفة

➤ مقدمي نوال

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2025/06/12

أمام اللجنة المكونة من السادة:

أ.د/ ججيق زكية جامعة برج بوعريريج رئيسا

د/ مقلاتي عاشور جامعة برج بوعريريج مشرفا

د/ لفقيير حمزة جامعة برج بوعريريج مناقشا

السنة الجامعية: 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ

شكر وتقدير

أشكر الله رب العالمين الذي خلق وهدي وسدد الخطى فخرج هذا الجهد بعونه وتوفيقه
نحمده حمداً كثيراً في المبتدئ والمنتهي. وبعد:

انطلاقاً من قوله تعالى: "ومن يشكر فإنما يشكر لنفسه"

سورة النمل: آية 24

وإنه ليشفقنا أن نتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى من شرفنا بقبوله وإشرافه على مذكرتنا
المتواضعة " الدكتور عاشور مقلاتي " ولصبره الكبير علينا، ولتوجيهاته العلمية ونصائحه
التي لا تقدر بثمن، والتي ساهمت بشكل كبير في إتمام واستكمال هذا العمل وتجاوز
صعوباته، وعلى وقته الذي لم يبخل علينا به، جزاه الله عنا كل الجزاء.

كما نتوجه بخالص شكرنا وتقديرنا إلى أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة المذكرة،
وإيمان أن تكون عند حسن ظنهم، وإننا على يقين أنهم سيضيفون قبساً من نور علمهم
ليزيدوا من قيمة هذه الدراسة من خلال خبراتهم وملاحظاتهم القيمة.

كما لا ننسى تقديم الشكر إلى كافة الأساتذة والعاملين في قسم علوم التسيير، وإلى كل
من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز هذا العمل سواء بالفعل أو حتى بكلمة طيبة.

الإهداء:

أهدي هذا العمل المتواضع إلى والدتي الغالية..... وإلى والدي العزيز أطال الله في
عمرهما وأمدهما بالصحة والعافية....

إلى سندي في الحياة ونصفي الثاني ورفيق دربي حفظه المولى ورعاه زوجي الغالي
"محمد الشريف".

إلى أعلى ما في الوجود: أبنائي إسلام وأمير.

إلى أخي العزيز وبناته

إلى زميلتي في هذا العمل

إلى الدكتور بوخاري هشام الذي ساعدنا في بلورة وإخراج هذا العمل.

إلى الأيادي المخلصة التي ساعدتني في هذا العمل أساتذتي الكرام.

إلى كل من مدلي يد العون من قريب أو من بعيد وشاركني في هذا العمل المتواضع

بجهد ووقته، ودعائه، ودام ودعنا معه أوفياء متمنيا لهم حياة موفقة بإذن الله

وختاماً نسأل الله سبحانه وتعالى أن ينفع بها وبارك فيها والله ولي التوفيق.

إلى كل هؤلاء جميعاً أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع.

الطالبة داءو حنيفة

الإهداء:

إلى والدتي الغالية..... وإلى والدي العزيز أطال الله في عمرهما وأمهما
بالصحة والعافية....

إلى زميلتي وشريكتي في العمل إلى أختي الغالية شفاها الله وإلى جميع إخوتي
وصديقاتي

إلى الأيادي المخلصة التي ساعدتني في هذا العمل أساتذتي الكرام.

إلى كل من مد لي يد العون من قريب أو من بعيد وشاركني في هذا العمل
المتواضع بجهد ووقته، ودعائه، ودام ودنا معه أوفياء متمنيا لهم حياة موفقة
بإذن الله

وختاما نسأل الله سبحانه وتعالى أن ينفع بها ويبارك فيها والله ولي التوفيق.

إلى كل هؤلاء جميعا أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع.

الطالبة مقدمي نوال.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات	
الصفحة	العنوان
I	شكر وتقدير
II	الإهداء
IV	فهرس المحتويات
VIII	فهرس الجداول والأشكال
IX	ملخص الدراسة
أ-د	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمات	
10	تمهيد
11	المبحث الأول: جودة الخدمات
11	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة وأهميتها
14	المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة
16	المطلب الثالث: تقييم جودة الخدمة
23	المبحث الثاني: مفاهيم حول النقل الجامعي
23	المطلب الأول: تعريف النقل الجامعي وأهميته
24	المطلب الثاني: خصائص واهداف النقل الجامعي
26	المطلب الثالث: علاقة النقل الجامعي بحياة الطالب
27	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: مفاهيم حول رضا الطلبة	
31	تمهيد
32	المبحث الأول: الرضا في الخدمات
32	المطلب الأول: مفهوم الرضا
33	المطلب الثاني: أهمية وخصائص الرضا
34	المطلب الثالث: محددات الرضا

35	المبحث الثاني: ماهية رضا الطلبة
35	المطلب الأول: مفهوم رضا الطلبة
36	المطلب الثاني: أهمية رضا الطلبة
37	المطلب الثالث: الرضا لدى الطالب الجامعي من خلال محدد خدمات (النقل الجامعي)
38	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الدراسة الميدانية - دراسة حالة جامعة محمد البشير الإبراهيمي -	
40	تمهيد
40	المبحث الأول: منهجية الدراسة
40	المطلب الأول: التعريف بميدان الدراسة وخدمات النقل الجامعي
43	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
44	المطلب الثالث: أدوات الدراسة والاساليب الإحصائية
49	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
49	المطلب الأول: عرض وتحليل بيانات الدراسة
59	المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة الميدانية
62	خلاصة الفصل
64	خاتمة
67	قائمة المراجع
71	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
18	معايير تقييم جودة الخدمة.	1-1
42	عدد الطلبة الذين دفعوا حقوق النقل الجامعي 2024-2025.	1-3
42	مخطط نقل الطلبة 2024-2025 -حضري-.	2-3
45	درجات حسب مقياس ليكرت الخماسي.	3-3
46	مقياس تحديد الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي.	4-3
46	حساب ثبات الأداة.	5-3
47	معاملات التجانس بين كل فقرة من فقرات المحاور	6-3
48	معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الثالث	7-3
49	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	8-3
50	توزيع عينة الدراسة حسب العمر	9-3
51	توزيع عينة الدراسة حسب مستوى التدرج (التعليمي)	10-3
52	توزيع عينة الدراسة حسب الكليات	11-3
53	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الأول (العناصر الملموسة)	12-3
54	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الثاني (الاعتمادية)	13-3
55	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الثالث (الاستجابة)	14-3
56	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الرابع (التعاطف)	15-3
57	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الخامس (الأمان)	16-3
58	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد السادس (رضا الطلبة)	17-3
59	اختبار الانحدار البسيط لتأثير جودة النقل الجامعي على رضا طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي.	18-3
59	اختبار الانحدار البسيط لتأثير الملموسية على رضا طلبة جامعة محمد البشير	19-3

	الابراهيمي	
60	اختبار الانحدار البسيط تأثير الاعتمادية على رضا طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي	20-3
60	اختبار الانحدار البسيط لتأثير الاستجابة على رضا طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي	21-3
61	اختبار الانحدار البسيط لتأثير التعاطف على رضا طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي	22-3
61	اختبار الانحدار البسيط لتأثير الأمان على رضا طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي	23-3

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
18	بوضف مفهوم جودة الخدمة	1-1
20	نماذج تقييم جودة الخدمة	2-1
34	خصائص الرضا	1-2
35	محددات الرضا	2-2
49	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	1-3
50	توزيع عينة الدراسة حسب العمر	2-3
51	توزيع عينة الدراسة حسب مستوى التدرج (التعليمي)	3-3
52	توزيع عينة الدراسة حسب الكليات	4-3

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة لمعرفة و قياس جودة خدمات النقل الجامعي لطلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي - برج بوعرييج - و تأثيرها على رضاهم من خلال أبعادها عن طريق جانب الملموسية والاعتمادية والاستجابة والتعاطف والأمان، وتم استخدام المنهج الوصفي الكمي من أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة وقد كان الجانب التطبيقي عبارة دراسة ميدانية وهذا باستعراض مجموعة من الأدوات والأساليب الإحصائية المناسبة لغرض معالجة و تحليل بيانات الاستبيان المطبقة على عينة مكونة من 153 طالب وطالبة، بالإضافة إلى تحديد اتجاه آراء أفراد العينة من الطلبة المستعملين للنقل الجامعي وذلك عن طريق برنامج SPSS V لمعرفة أو تحديد التكرارات والنسب المئوية في الخيارات المطروحة حول رضا الطلبة وكذلك معرفة مستويات جودة خدمات النقل الجامعي بجامعة برج بوعرييج و قد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين جودة خدمات النقل الجامعي و رضا طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي - برج بوعرييج -

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

Abstract

This study aimed to assess the quality of university transport services provided to students at the University of Mohamed El Bachir El-Ibrahimi in Bordj-Bou Arreridj, and to examine its impact on their satisfaction through the dimensions of tangibility, reliability, responsiveness, empathy, and assurance. The quantitative descriptive approach was used in order to achieve the objectives of this study. The applied aspect was a field study and this was by reviewing a set of appropriate statistical tools and methods for the purpose of processing and analyzing the questionnaire data applied to a sample of 153 students, in addition to determining the direction of the opinions of the sample of students using university transport through the SPSS program to know or determine the frequencies and percentages in the options presented about student satisfaction as well as knowing the levels of quality of university transport services at University of Mohamed El Bachir El-Ibrahimi, Bordj-Bou Arreridj. The study found a statistically significant relationship between the quality of university transport services and the satisfaction of students at University of Mohamed El Bachir El-Ibrahimi, Bordj-Bou Arreridj.

Keywords: Service quality, University transport, Student satisfaction.

مقدمة

تمهيد

أولاً- الإشكالية

ثانياً- فرضيات الدراسة

ثالثاً- أهمية الدراسة

رابعاً- أسباب اختيار الموضوع

خامساً- أهداف الدراسة

سادساً- حدود الدراسة

سابعاً- منهج الدراسة

ثامناً- مفاهيم الدراسة

تاسعاً- الدراسات السابقة

يعد موضوع جودة الخدمات المقدمة من قبل مختلف المؤسسات والهيئات محوراً ذا أهمية قصوى ضمن الأبحاث والدراسات المتخصصة. تتجلى هذه الأهمية في الدور الحاسم الذي تلعبه الجودة في تحسين الأداء المؤسسي وتطويره المستمر، مما يعزز من قدرة هذه الكيانات على المنافسة الفعالة في بيئة عالمية تتسم بالتغيرات المتسارعة.

تلتزم الجامعات، بوصفها مؤسسات تعليمية رائدة، بالسعي الدؤوب نحو تعزيز جودة خدماتها بهدف بلوغ مستوى التميز المرتجى. يمثل هذا التميز غاية يسعى إليها كل من مقدمي الخدمات والمستفيدين منها على حد سواء. وفي سبيل تحقيق ذلك، تتبنى هذه المؤسسات مجموعة من الخطط والأساليب الاستراتيجية الموجهة نحو الارتقاء بمستوى أدائها. من بين أبرز هذه الاستراتيجيات، يبرز الاهتمام بالجودة كعنصر استراتيجي جوهري، حيث تسهم هذه المقاربة في تمكين المؤسسة التعليمية من توفير خدمات تتوافق مع متطلبات وتوقعات المستفيدين، ضمن إطارها المؤسسي وخارجه¹.

يمثل التعليم العالي أولوية استراتيجية لمختلف دول العالم، لما لمؤسساته من أهمية بالغة في تأهيل الكفاءات البشرية المتخصصة التي تعد ضرورية لازدهار القطاعات الاجتماعية والاقتصادية المتنوعة. فالخريجون من مؤسسات التعليم العالي هم قادة المستقبل الذين يتولون مسؤولية قيادة وتوجيه المؤسسات المجتمعية المختلفة.

وعليه، فإن الطلبة المنتسبين للجامعات يُعتبرون بمثابة الركيزة الأساسية لبناء المجتمع المستقبلي يتطلب ذلك إيلاء عناية فائقة بعمليات إعدادهم وتكوينهم لضمان تحقيق الأهداف الشاملة للتعليم العالي، وتزويد المجتمع بكفاءات بشرية متخصصة تتمتع بالمؤهلات العلمية والمهارات التطبيقية، فضلاً عن الاستعداد للمساهمة الفاعلة في التنمية المجتمعية والارتقاء بها. وقد تزامن التوسع في مؤسسات وهيكل التعليم العالي عالمياً مع نشأة كيانات خدمية مساعدة تهدف إلى تهيئة البيئة التعليمية المثلى للطلبة، وذلك لدعم تحقيق رسالة الجامعة وأهداف المجتمع².

¹- ياسر عبد الرحمان، خالد قاشي، إثر جودة خدمة التعليم العالي على رضا الطلبة، مجلة ابحاث اقتصادية وادارية، المجلد 14، العدد 02، 2020_ ص 146.

²- احمد فلوح، سناء عبيدي، درجة رضا الطلبة عن الخدمات الجامعية -دراسة ميدانية- معهد العلوم الاجتماعية والانسانية_المركز الجامعي غليزان-الجزائر- المجلد العاشر، العدد 4، ديسمبر 2019- ص 151.

تُعنى الجزائر، شأنها شأن العديد من الدول حول العالم، بتوفير الدعم للطلبة من خلال إنشاء مؤسسات وهيكل متخصصة تُعرف بالخدمات الجامعية. تضطلع هذه الخدمات بمهمة تقديم مساعدات متنوعة للطلبة، ومن أبرزها خدمة النقل الجامعي.

تُعد مؤسسات النقل الجامعي من الهيئات الخدمية المتخصصة في تقديم خدمات متنوعة، لا سيما في ظل الانفتاح على السوق الخدمي. وقد أتاح هذا الانفتاح المجال للقطاع الخاص للمساهمة في تقديم هذه الخدمات، مما أدى إلى زيادة في الطلب على خدماتهم لتسهيل عمليات نقل الطلبة.

يعد النقل الجامعي خدمة أساسية وفعالة تسهم في ربط المؤسسات الجامعية، مما يعزز سهولة الوصول إليها من مختلف المناطق التي يأتي منها المنتسبون لهذه الهياكل. وتُعتبر جامعة برج بوعريريج من الجامعات التي توفر خدمات النقل الجامعي، وتحديداً للطلاب، فهم الفئة الأكثر استخداماً واستفادة من هذه الخدمات. يهدف ذلك إلى تقديم خدمة النقل بأفضل صورة ممكنة، وتحقيق أعلى مستويات رضا الطلاب عنها.

ولقد حظيت جودة خدمات النقل الجامعي باهتمام خاص نظراً لتأثيرها المباشر على رضا الطلبة، مما دفع الباحثين لدراساتها وتحليل علاقتها برضا المستفيدين أي الطلبة. ومن بين الدراسات البارزة في هذا المجال، والتي تدعم هذا الطرح، دراسة بوعنان نور الدين (2007) حول جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، ودراسة فليسي ليندة (2012) التي تناولت واقع جودة الخدمات ودورها في تحقيق الأداء داخل المنظمات. وتُعدّ هاتان الدراستان مصدرين هامين من الناحية النظرية، لتوفّرهما على مفاهيم ونظريات يمكن توظيفها في فهم وتحليل جودة الخدمات في مؤسسات التعليم العالي.

أولاً: الإشكالية:

هذه الدراسات حددت أن هناك تفاوت على رضا الطلبة في جودة خدمات النقل الجامعي مما دفع الى طرح الإشكالية التالية: **ما مدى تأثير جودة خدمات النقل الجامعي على رضا طلبة جامعة برج بوعريريج؟**

وينبثق عن التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

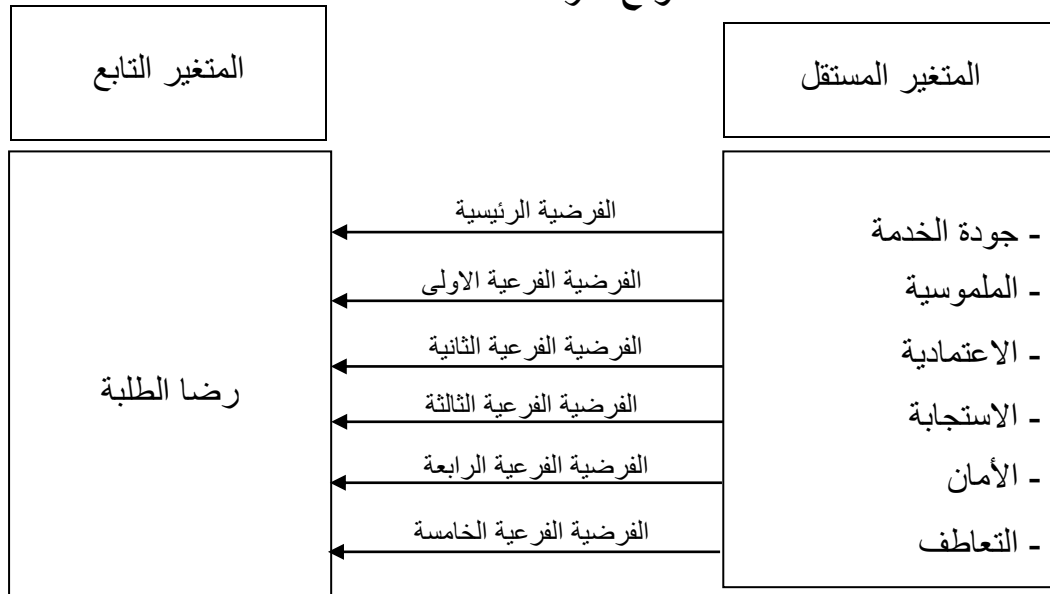
- ما مدى تأثير الملموسية على رضا طلبة جامعة برج بوعريريج؟
- ما مدى تأثير الاعتمادية على رضا طلبة جامعة برج بوعريريج؟
- ما مدى تأثير الاستجابة على رضا طلبة جامعة برج بوعريريج؟
- ما مدى تأثير التعاطف على رضا طلبة جامعة برج بوعريريج؟
- ما مدى تأثير الأمان على رضا طلبة جامعة برج بوعريريج؟

ثانياً - فرضيات الدراسة:

تم صياغة الفرضية الرئيسية التالية:

- ✓ يوجد تأثير لجودة خدمات النقل الجامعي على رضا طلبة جامعة برج بوعريريج عند مستوى دلالة اقل او يساوي 0.05.
- ✓ الفرضيات الفرعية:
- ✓ يوجد تأثير الملموسية لجودة خدمات النقل الجامعي على رضا طلبة جامعة برج بوعريريج.
- ✓ يوجد تأثير الاعتمادية لجودة خدمات النقل الجامعي على رضا طلبة جامعة برج بوعريريج.
- ✓ يوجد تأثير الاستجابة لجودة خدمات النقل الجامعي على رضا طلبة جامعة برج بوعريريج.
- ✓ يوجد تأثير التعاطف لجودة خدمات النقل الجامعي على رضا طلبة جامعة برج بوعريريج.
- ✓ يوجد تأثير الامان لجودة خدمات النقل الجامعي على رضا طلبة جامعة برج بوعريريج.

نموذج الدراسة:



ثالثاً - أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة كونها تعالج أحد متغيرات المنظومة الجامعية رغم الظروف التي يعاني منها الطلبة من سوء خدمات النقل الجامعي حيث تسعى الدولة لتحسين الظروف المادية والبشرية لمختلف الخدمات والوظائف التي تنطوي عنها الجامعة وفي هذا الإطار تأتي هذه الدراسة لمعالجة أهمية الخدمة الاجتماعية في الجامعة كأحد الأساسيات التي ترتكز عليها المنظومة الجامعية. والملاحظ أن التطورات التي صاحبها خدمة النقل الجامعي لها أثر مباشر سواء من حيث نوعية الخدمة، حجم الخدمة، واستخدام الجانب التكنولوجي هذا ما يثبت أهمية هذا الموضوع للدراسة.

رابعاً - أسباب اختيار الموضوع:

يمكن إجمال أهم الأسباب لاختيار هذا الموضوع في:

- كون جودة خدمات النقل الجامعي على رضا الطلبة موضوع حديث كما أنه لم يتم التطرق إليه كثيراً، ماعدا بعض الدراسات التي أوردناها في هذه الدراسة.
- محاولة البحث في طبيعة الخدمة الجامعية من حيث نوعيتها ومن حيث مدى مساهمتها في رضا الطالب.
- بالرغم من حجم خدمة النقل الجامعي مقارنة مع السنوات الماضية لا يزال هناك عدم رضا لدى بعض الطلبة.
- دافع البحث ومعرفة كيفية تقييم مدى رضا الطلبة على النقل الجامعي بجامعة برج بوعرييج.

خامساً - أهداف الدراسة:

- يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في محاولة التحقق من فرضياتها والتوصل إلى نتيجة معينة بشأن تساؤلات إشكالية الموضوع، ولتحقيق الهدف الأساسي تم تقسيمه إلى عدة أهداف فرعية تتمثل في:
- التعرف على مستوى خدمات النقل الجامعي للطلبة وإلقاء الضوء على الدراسات السابقة التي تناولت موضوع جودة الخدمات وما توصلت إليه حتى تكون نقطة بداية لهذا الموضوع.
- بيان مفهوم جودة خدمات النقل الجامعي.
- إبراز العلاقة بين جودة خدمات النقل الجامعي ورضا طلبة جامعة برج بوعرييج.
- إظهار مدى تأثير جودة خدمات النقل الجامعي على رضا طلبة جامعة برج بوعرييج.

سادساً - حدود الدراسة:

- حتى نتمكن من الإجابة على الإشكالية المطروحة من الضروري وضع بعض الحدود التي تنتهي عندها الدراسة.
- **الحدود المكانية:** مستوى جامعة برج بوعرييج.
- **الحدود الزمانية:** تمثلت في النصف الأول من سنة 2025 للفترة التي أجريت فيها الدراسة.
- **الحدود البشرية:** لقد اشتملت الدراسة على عينة من الطلبة على مستوى جامعة برج بوعرييج، حيث تم اختيار عينة عشوائية بتقديمهم استبيانات للإجابة عليهم.
- **الحدود الموضوعية:** تم التطرق إلى مفهوم دور جودة خدمات النقل الجامعي وبالتركيز على الدور الذي تساهم فيه في تحقيق رضا الطلبة.

سابعاً - منهج الدراسة:

في هذه الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي الكمي، حيث تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

ثامناً - مفاهيم الدراسة:

1- جودة الخدمة:

يشير مصطلح جودة الخدمة في هذه الدراسة الى مجموعة من الابعاد التالية: (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان)، اما جودة الخدمة من منظور المستفيد فهي مواءمة هذه الخدمة لاستخداماته واستعمالاته.

3- رضا الطالب:

يرتبط بمدى استجابة الجامعة لمجموعة من المؤشرات المتمثلة في (الاحتياجات، العدالة، الاستمرارية، والتميز) لمستوى الخدمة المتوفرة بمستوى تقديراتهم الحقيقية.

تاسعاً - الدراسات السابقة:

تم التطرق الى بعض الدراسات ذات الصلة بالموضوع التي تم الحصول عليها وجمعها وهي كالتالي:

1- دراسة لـ بوعنان نورالدين:

تحت عنوان "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء¹ دراسة ميدانية المؤسسة المينائية لسكيدة" والتي انطلق فيها الباحث من الإشكالية التالية مامدى تأثير جودة الخدمة المينائية في تحقيق رضا العميل؟

- هل هناك ارتباط بين جودة الخدمة المدركة ورضا العملاء؟

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة الموجودة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العملاء، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تحليل الاستثمارات المقدمة للعملاء باستعمال برنامج spss v20

بعد اجراء عملية التحليل لبيانات الدراسة والفرضيات، توصل الباحث في اخر دراسته الى النتائج التالية وأبرزها: تأثير جودة الخدمة المدركة للخدمة المينائية المقدمة من طرف المؤسسة المينائية لسكيدة على رضا العملاء، والمؤشرات التي أثرت على رضا العملاء تأثيرا أكبر مقارنة بالمؤشرات الأخرى على غرار مؤشر الاستجابة والامان.

¹بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2007.

2-دراسة لـ فليسي ليندة:

تحت عنوان "واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء"¹ والتي انطلقت فيها الباحثة من الاشكالية التالية: ما مدى مساهمة جودة الخدمات في تحقيق الأداء المتميز في المنظمة، هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى الوقوف عند واقع قياس الأداء على مستوى منظمات الخدمة في ظل تطبيق ادارة الجودة الشاملة، هذا إلى جانب معرفة مدى استعمال المنظمات الجزائرية لمصطلح الأداء المتميز ودوره في تحقيق الجودة في الخدمات.

ولقد توصلت الباحثة في آخر دراستها إلى ان تحقيق الاداء المتميز يتطلب توافر مجموعة من المقومات في مقدمتها وجود نظام لتأكيد الجودة الشاملة، نظام معلومات متكامل ونظام متطور لإدارة الموارد البشرية من خلال قيادة فعالة تتولى وضع الأسس والمعايير التي تؤكد على ضرورة تحقيق الاداء المتميز وهذا ما سينتج عنه جودة في الخدمات المقدمة وبالتالي يضمن للمنظمة الصمود والاستمرار في السوق ومواكبة التغيرات والتحديات التي تعتاله.

ان الاعتماد على هذه الدراسة الوطنية ساعد بشكل كبير في فهم واقع جودة الخدمات في المنظمات، فلقد اولت الباحثة اهمية كبيرة لكيفية قياس جودة الخدمات المقدمة.

3-دراسة لـ سليم ابراهيم الحسنية: تحت عنوان "مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب عن مستوى الاداء الاداري والأكاديمي لكليتهم دراسة مسحية"² مقال، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 25، العدد الثاني، 2009. والتي انطلق فيها الباحث من الاشكالية التالية:

ما درجة رضا طلبة كلية الاقتصاد بجامعة حلب عن الاداء الاداري والأكاديمي لكليتهم

هدف الباحث في هذه الدراسة الاستكشافية الى قياس مستوى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب عن الاداء الاداري والأكاديمي لكليتهم، ولقد استخدم الباحث الاستبانة كأداة للقياس على عينة مؤلفة من 290 طالبا وطالبة من السنوات الاربع والدراسات العليا.

¹ - ليندة فليسي، "واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الاداء، دراسة حالة جامعة امحمد بوقرة بومرداس"، (اطروحة ماجستير، جامعة امحمد بوقرة بومرداس كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، قسم علوم التسيير، تخصص تسيير المنظمات، 2011_2012 م).

² - سليم ابراهيم الحسنية، "مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب عن مستوى الاداء الاداري والأكاديمي لكليتهم دراسة مسحية" مقال، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 25، العدد الثاني، 2009.

4-دراسة لـ زياد بركات:

تحت عنوان "الفجوة بين الادراكات والتوقعات لقياس جودة الخدمات التي تقدمها جامعة القدس المفتوحة من وجهة نظر الدارسين فيها"¹ مجلة جامعة الاقصى (سلسلة العلوم الانسانية) المجلد السابع عشر، ص1-50، يناير 2013.

والتي انطلق فيها الباحث من الاشكالية التالية " تتمحور مشكلتها في سعيها للتعرف الى ادراكات الدارسين وتوقعاتهم لقياس مستوى جودة الخدمات " التي تقدمها جامعة القدس المفتوحة (منطقة طولكرم التعليمية) وعلاقة ذلك بمتغيري الجنس والتخصص.

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى الكشف عن الفجوة بين ادراكات الدارسين في جامعة القدس المفتوحة بطولكرم وتوقعاتهم لمستوى الخدمة التي تقدمها لهم الجامعة في المجالات المختلفة، لهذا الغرض تم اختيار عينة طبقية عشوائية من الدارسين بلغت (215) دارسا ودارسة، (منهم 88 دراسة و127 دارس). وقد اظهرت نتائج الدراسة ان هناك فجوة موجبة بين ادراكات الدارسين وتوقعاتهم للدرجة الكلية لمستوى الخدمة التي تقدمها الجامعة.

5- دراسة لـ صليحة رقاد: (2007-2008)

تحت عنوان "تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون"² تحدثت هذه الدراسة عن تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون، حيث تمثلت مشكلة البحث في التعرف على مستوى جودة الخدمات البريدية المقدمة من قبل مكاتب بريد مدينة سطيح من وجهة نظر الزبائن، وكذلك التعرف على جوانب القوة والضعف للكشف عن مدى رضاهم عن مستوى جودة هذه الخدمة المقدمة لهم، وتوصلت نتائج هذه الدراسة الى وجود انطباع ايجابي لدى الزبائن عن الجوانب الملموسة اما الجوانب المتعلقة بالاستجابة فلم تحظى برضا تام عنها من طرف الزبائن، وبالتالي على مؤسسة بريد سطيح العمل على تحسين هذا الجانب لزيادة مستويات الجودة فيها ورضا الزبائن.

¹- زياد بركات، " الفجوة بين الادراكات والتوقعات لقياس جودة الخدمات التي تقدمها جامعة القدس المفتوحة من وجهة نظر الدارسين فيها"، مجلة جامعة الاقصى (سلسلة العلوم الانسانية) المجلد السابع عشر، ص1_50، يناير 2013.

²-رقاد صليحة، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص ادارة اعمال، جامعة الحاج لخضر - باتنة - 2007_2008.

6- دراسة لـ خالد سهلي (2017)

تحت عنوان "دراسة عوامل رضا الطلبة المقيمين على جودة الخدمات الجامعية المقدمة عينة من طلبة الاقامات الجامعية"¹ قاصدي مرياح هدفت الدراسة الى معرفة رضا الطلبة المقيمين على جودة الخدمات الجامعية وذلك لإبراز الدور الذي يلعبه الطلبة بصفة عامة والطلبة المقيمين بصفة خاصة وما تقوم به مديرية الخدمات الجامعية لمعرفة ودراسة احتياجاتهم وتلبيتها وكذلك تحسين جودة الخدمات المقدمة على مستوى الاحياء الجامعية إضافة الى خدمات النقل الجامعي.

تم الاعتماد في الدراسة على توزيع استمارات على افراد العينة المتمثلة في طلبة الاحياء الجامعية لجامعة قاصدي مرياح ورقلة.

وأظهرت النتائج ان كل ابعاد جودة الخدمات (الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف والملموسية) حصلوا على درجة موافقة متوسطة، لكن بعد الاعتمادية احتل المرتبة الأولى ما يدل على انه أكثر الابعاد توفر في جودة الخدمة تليها الأمان، أما بجانب الملموسية فقد احتل المرتبة ما قبل الأخيرة ما يدل على عدم تماشي الجانب المادي على رضا الطلبة، ويعتبر بعد الاستجابة اقل الابعاد توفر في جودة الخدمة الجامعية المقدمة والذي احتل المرتبة الاخيرة.

¹ خالد سهلي، دراسة عوامل رضا الطلبة المقيمين على جودة الخدمات الجامعية المقدمة، منكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص تسويق الخدمات، العلوم التجارية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2016-2017.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي لجودة الخدمات

تمهيد

المبحث الأول: جودة الخدمات

المطلب الأول: مفاهيم حول جودة الخدمة وأهميتها

المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة

المطلب الثالث: تقييم جودة الخدمة

المبحث الثاني: مفاهيم حول النقل الجامعي

المطلب الأول: تعريف النقل الجامعي وأهميته.

المطلب الثاني: خصائص وأهداف النقل الجامعي

المطلب الثالث: علاقة النقل الجامعي بحياة الطالب.

خلاصة الفصل

تمهيد:

أصبح الاهتمام بجودة الخدمة ظاهرة عالمية وأسلوب وفلسفة إدارية لكل مؤسسة خدمية كانت أو صناعية من خلال تحسين أدائها، وإشباع رغبات زبائنها فهي تسعى لرفع آدائها ومستواها لوصولها إلى درجات عليا من حيث عمليات تقديم الخدمة، حيث أصبح الاهتمام بجودة الخدمة المقدمة ورضا المستفيد أمران في غاية الأهمية بالنسبة للمؤسسة أو المستفيد أو كليهما معا، حظيت جودة خدمة النقل الجامعي باهتمام أكبر مقارنة ببقية الخدمات، وذلك لما لها من علاقة مباشرة برضا الطلبة وتأثيرها عليهم. وقد تركز هذا الاهتمام حول تحديد دور جودة هذه الخدمة في تحقيق رضا الطلبة، باعتبارها مؤشراً أساسياً لقياس جودة النقل الجامعي ومدى رضا المستفيدين منه.

المبحث الأول: جودة الخدمات.

لقد أصبح لجودة الخدمة عدة تحديات نتيجة التغيرات والتطورات في ظل العولمة، كما تعتبر من أهم القضايا التي تهتم بها المؤسسة مهما كان حجمها ونوع نشاطها حتى تصل إلى أعلى درجات التميز والتفوق، فتقوم المؤسسات الخدمية باستخدام العديد من الأساليب والأدوات التي تمتلكها لتحسين جودة خدماتها والتي تهتم أساساً بمعرفة وقياس مستويات رضا الزبون.

المطلب الأول: مفاهيم حول جودة الخدمة وأهميتها.

هناك العديد من التعريفات بالنسبة لجودة الخدمة وذلك لاختلاف حاجات وتوقعات العملاء عند البحث عن جودة الخدمة المطلوبة وكذلك الاختلاف في الحكم على جودة الخدمة.

أولاً: مفهوم جودة الخدمة.

لجودة الخدمة العديد من التعاريف ومن بينها ما يلي:

تعريف p. Kotler "جودة الخدمة أن تقوم بتصميم وتسليم الخدمة بشكل صحيح من أول مرة أو على أن تؤدي بشكل أفضل في المرة الثانية وتحقيق رضا الزبون في الوقت نفسه وأن تتمتع بمزايا تنافسية مقارنة بالمنظمات المنافسة".¹

وتعرف جودة الخدمة، كما يشير (Young. 2000) أصبح يجلب انتباه إدارة المنظمات الخدمية بشكل متزايد على الأخص خلال العقدين الماضيين. إن الدراسات السابقة في مجال الخدمات لم تكن كافية لتحديد مفهوم الجودة أو عرضها، ولكن بعد ذلك ونتيجة للجهود المستمرة للباحثين تم التوصل لنماذج يمكن من خلالها تحديد أبعاد جودة الخدمة. إن النموذج الذي قدمه (Brady، 1997) يعتبر من النماذج المتعددة السعات والذي عالج البناء المعقد لجودة الخدمة المدركة.²

أما كل من (1988) ، (Berry –Parasurman and zeithamal) فيجدون جودة الخدمة تعتمد على التجربة الحالية للزبون والتجارب السابقة للخدمات التي استعاد منها، وتعتبر القاعدة الأساسية لتقييم الخدمة استناداً إلى جودة الخدمة المدركة.

¹-p. Kotler, marketing managemant 11 the edition prentishell 200 New jersu.USA.

² - محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، الطبعة الأولى، 10 20، ص ص 90 - 95.

وتعرف جودة الخدمة: "على أنها التتوق على توقعات الزبون¹، أي يقصد بجودة الخدمة في

هذا التعريف بأن المؤسسة تتفوق في خدماتها التي تؤديها فعليا على مستوى التوقعات التي يحملها الزبون اتجاه هذه الخدمات".

وتعرف جودة الخدمة: "بأنها تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وبصورة تفوق قدرة المنافسين

الآخرين² وانخفاض نسبة الشكاوى³".

وتعرف جودة الخدمة أيضاً: "على أنها ذلك الفرق الذي يفصل الزبون عن الخدمة، والجودة

التي يحس بها بعد استعماله للخدمة أو بعد تقديمها له"⁴.

كما تعرف جودة الخدمة كذلك: "بأنها ذلك التفاعل بين الزبون ومقدم الخدمة حيث يرى

الزبون بأن جودة الخدمة من خلال مقارنته بين ما يتوقعه والأداء الفعلي للخدمة"⁵.

وجودة الخدمة يمكن أن تعرف من منظور مقدم الخدمة ومن منظور المستفيد من هذه

الخدمة، وهذا ما يؤكد عليه الباحثان (*Krajewski and RitZman*) فالجودة من منظور مقدم الخدمة

هي مطابقة الخدمة للمعايير الموضوع مسبقاً لهذه الخدمة، أما الجودة من منظور المستفيد (الزبون

(فهي مواءمة هذه الخدمة لاستخداماته واستعمالاته⁶.

كما يمكن الاستنتاج أن لجودة الخدمة ثلاث مستويات وهي:⁷

- **جودة الخدمة المتوقعة :** وتعني ما يتوقعه الزبائن عن جودة الخدمة المقدمة إليهم، وتتأثر هذه

التوقعات بعوامل رئيسية منها مزيج الاتصالات التسويقية وحاجات الزبائن وصورة المنظمة والوعد

التي يقدمها ويعلن عنها ويلتزم بها مقدم الخدمة.

¹-ريتشاردل وويليامز، أساسيات إدارة الجودة الشاملة، ترجمة ونشر مكتبة حبر، الطبعة الأولى، 1999، ص 35.

²-خضيركاظم حمود، إدارة جودة وخدمة العملاء، الطبعة الأولى، دار الميسر للنشر والتوزيع، عمان، ص 215

³-سعد محمود المصري، الخدمة إدارة تسويق الأنشطة المفاهيم وإستراتيجيات، دار الجامعة الإسكندرية، 2002، ص 33-35.

⁴ - Michel Lingbai ; **Marketing des service, edition de mond, 1992, P45**

⁵- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الثانية، عمان، 2005، ص 437.

⁶- إبراهيم بظاطو، أحمد العميرة، تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 45، 2010، ص 9.

⁷-ريحي مصطفى عليان، أسس التسويق المعاصر، ط1، دار صفاء: عمان، 2008، ص 331.

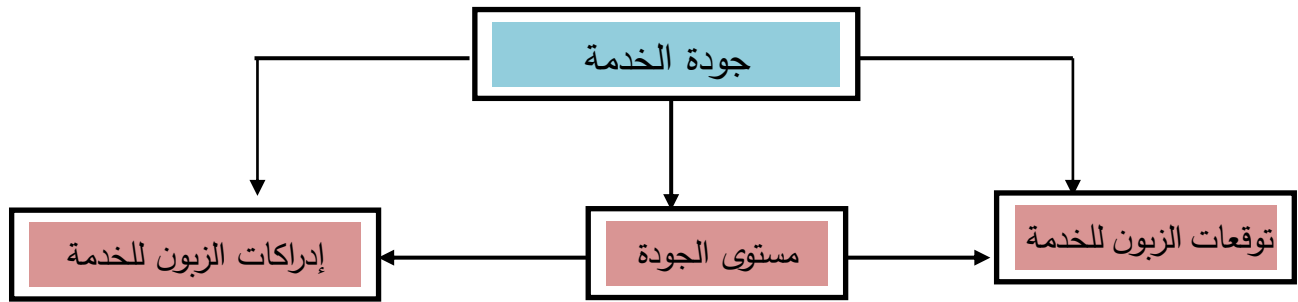
-جودة الخدمة الفعلية أو المجربة : يقصد بها الجودة التي يشعر بها الزبون أثناء تجريبه وحصوله الفعلي على الخدمة.

-جودة الخدمة المدركة : وهي الجودة التي يقدرها الزبون عند قيامه بالمقارنة بين الجودة المتوقعة والجودة الفعلية (المجربة).

من خلال التعاريف السابقة يمكن صياغة التعريف التالي لجودة الخدمة: " هي مدى التطابق بين الخدمة المطلوبة والمقدمة فعلاً، بطريقة ترضي الزبون".

كما يمكن توضيح مفهوم جودة الخدمة في الشكل التالي:

الشكل رقم (1-1): يوضح مفهوم جودة الخدمة



المصدر: قاسم المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات، مفاهيم عمليات تطبيقات، ط1، دار الشروق: الأردن، 2006، ص 90.

من خلال الشكل رقم 01 نجد أن مفهوم جودة الخدمة مرتبط بثلاث مستويات وهي توقعات الزبون للخدمة أي (الخدمة المتوقعة)، ثم مستوى الجودة وهي (الخدمة الفعلية)، وفي المستوى الأخير إدراكات الزبون للخدمة الفعلية أي (الخدمة المدركة).

ثانياً: أهمية جودة الخدمة.

لجودة الخدمة أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات وذلك من أجل تحقيق النجاح والاستقرار ومن أجل خلق الخدمة وتقديمها على أعلى مستوى، لذلك تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما يلي:

1- نمو مجال الخدمة: لقد ازداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلاً نصف المؤسسات يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات.¹

2-ازدياد المنافسة: إن بقاء المنظمات يعتمد على حصولها القدر الكافي من المنافسة لذلك توفر جودة الخدمة العديد من المزايا التنافسية.²

3- فهم الزبائن: إن الزبائن يريدون معاملة جيدة، ويكرهون التعامل مع المؤسسات التي تركز على الخدمة، فلا يكفي تقديم الخدمة ذات جودة وسعر معقول دون توفير المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للزبون.³

4- المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة: أصبحت المؤسسات الخدمية في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها لذلك لا يجب على المؤسسات السعي من أجل جذب زبائن جدد ولكن يجب كذلك المحافظة على الزبائن الحاليين ولتحقيق ذلك لا بد من الاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة.

المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة.

قدم كل من (Berry Parasurmen and Zeithamal) عشرة أبعاد للجودة في قطاع الخدمات

هي:

1-الأشياء الملموسة:

يمثل المستلزمات المادية المرافقة لتقديم الخدمة وتمثل في (التسهيلات، التصميم الداخلي، طبيعة الأجهزة والمعدات، الأفراد) ان هذه الأشياء الملموسة تؤثر بشكل وآخر على تقييم جودة الخدمة من جهة نظر المستفيد منها.⁴

¹ بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضاف المسيلة، 2007، ص 66

² فليسي ليندة، واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير علوم اقتصادية، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2011/2012 ص 44-45.

³ مأمون الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص 151.

⁴ محمود جاسم الصميدعي ردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010 ص 90-95

- 2- **المصداقية:** حيث تلعب قدرات مقدم الخدمة ومستوى المعرفة لديه دوراً كبيراً في إعطاء الثقة التي تضمن المستفيد وتجعله واثق من حصوله على الخدمة المطلوبة وفقاً لتوقعاته¹.
- 3- **الاستجابة:** والتي تشير إلى سرعة استجابة مقدمي الخدمة لمطالب واحتياجات الزبائن.
- 4- **الجدارة:** وهي تمثل مدى استعداد مقدم الخدمة على تقديم المساعدة للمستفيد وأحل مشاكله.
- 5- **الأمان:** تعد هذه الخدمة دوراً كبيراً وفعال في جذب الزبائن لطلب الخدمة لأنه توفر عنصر الأمان والثقة يشكل نقطة أساسية بالنسبة للمستفيد، إن الحاجة إلى الأمان يمثل أحد الحاجات الأساسية التي يبحث عنها المستفيد في الخدمة.
- 6- **الاعتمادية:** تشير إلى قدرة مزود الخدمة على إنجاز أو أداء الخدمة الموعد بها بشكل دقيق يعتمد عليه، فالمستفيد ينظر إلى مقدم الخدمة بأن يقدم له خدمة دقيقة وإنجاز عالي يمكن الوثوق به أو الاعتماد عليه.
- 7- **المعاملة اللطيفة:** وتعني أن يكون مقدم الخدمة على قدر من الاحترام والأدب، وأن يتسم بالمعاملة الودية مع الزبائن ومن ثم فإن هذا الجانب يشير إلى الصداقة والود بين مقدم الخدمة والزبون².
- 8- **الاتصال:** وتعني تبادل المعلومات المتعلقة بالخدمة بين مقدمي الخدمة والزبائن بشكل سهل وبسيط³.
- 9- **درجة فهم المقدم للخدمة:** يقصد بها درجة فهم مورد الخدمة للمستفيد وكم من الوقت والجهد يحتاج هذا المورد كي يفهم المستفيد لطلباته خاصة مشاعر المستفيد وتقدير هذه المشاعر⁴.

¹ - توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة والقياس المقارن أساليب الحديثة في المعايير والمقاييس، دار الفكر العربي 2006/2005 ص 45.

² - قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم وعمليات وتطبيقات، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان، 2006، ص 94-95.

³ - توفيق محمد عبد المحسن. مرجع سبق ذكره، ص 45.

⁴ - محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره، ط1، ص 92-94.

10- **يمكن الحصول على الخدمة:** هذه تشير إلى إمكانية الحصول على الخدمة بكل سهولة وبالتالي الخدمة المقدمة سهلة المنال ويمكن للمستفيد الحصول عليها متى أراد ذلك.

وبعد فترة وجيزة قام نفس الباحثين (Berry, Parasuraman and Zeithaml, 1990) بتقليص عدد الأبعاد إلى خمسة أبعاد هي:

1- **الأشياء الملموسة:** هي تشتمل على المادية الداعمة لتقديم الخدمة (الأجهزة، المعدات، الأفراد.....)

2- **الاعتمادية:** تشير على دقة انجاز مقدم الخدمة للخدمة بكل دقة وفقاً لما هو مطلوب، ودرجة الاعتماد على هذا الأداء أو الإنجاز من قبل المستفيد.

3- **الاستجابة:** استعداد مورد الخدمة وقدرته على تقديم الخدمة بالسرعة الممكنة وإنجاز عالي وإضافة مستوى المساعدة التي تم تقديمها للمستفيد.

4- **الضمان (الأمان):** تشير إلى إمكانية وقدرات ومعلومات مقدم الخدمة والتي توزع الثقة والأمان في ذهن المستفيد.

5- **العناية (التعاطف):** وتعود إلى الرعاية والتركيز من قبل مقدم الخدمة على أساس فردي من خلال تلبية حاجات المستفيدين والمتعاملين مع المنظمة الخدمية .

المطلب الثالث: تقييم جودة الخدمة.

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى تقييم جودة الخدمة من وجهتين أحدهما داخلية تعبر عن موقف الإدارة ومدى التزامها بالمواصفات التي صممت الخدمة على أساسها، أما وجهة النظر الخارجية فتركز على جودة الخدمة المدركة من طرف الزبون.

أولاً: تقييم جودة الخدمة من طرف العميل.

أصبحت جودة الخدمات التي تقدمها المنظمة ضرورة لازمة تزداد أهميتها بازدياد حاجات ورغبات وتوقعات الزبائن عن الخدمة وازدياد قدرة المنظمة على تحقيقها.

ولهذا فقد اتجهت المنظمات اليوم إلى تطبيق المفهوم التسويقي الحديث الذي يصطلح عليه "التوجه بالعميل" orientation client " على أساس معرفة حاجات وتوقعات العميل، فإن تقييم الجودة يقوم على أساس ملاحظة هذا الأخير لخصائص وأبعاد الخدمة ومدى إدراكه لأدائها الفعلي، وهذا ما يعرف بالجودة المدركة.

إن تقييم جودة الخدمة يجب أن يكون من وجهة نظر العميل ويرجع ذلك إلى الأسباب التالية:¹

- 1- قد لا يكون لدى المنظمة معرفة بالمعايير والمؤشرات التي يحددها العملاء لاختيار الخدمة ونوايا الشراء لديهم، أو حتى الأهمية النسبية التي يولونها لكل مؤشر في تقييم جودة الخدمة المقدمة.
 - 2- قد تخطئ إدارة المنظمة في معرفة الأساليب التي يدرك بها العملاء الأداء الفعلي للخدمة.
 - 3- قد لا تعترف المنظمة بحقيقة أن حاجات العملاء وتوقعاتهم تتطور استجابة للتطور في الخدمات المقدمة من المنظمة نفسها أو من طرف مؤسسات منافسة وهو ما يجعلها تعتقد أن ما تقدمه يعتبر مناسباً.
 - 4- قد لا تستطيع المنظمة نظراً لنقص إمكانياتها، تحديد حاجات عملائها ومعرفة توقعاتهم أو تقييم مستوى الرضا لديهم عن الأداء، وبالتالي عدم القدرة على تحديد مستوى الجودة في خدماتها.
- ثانياً: معايير تقييم جودة الخدمة.**

حتى تتمكن المنظمة من تقييم جودة خدماتها، فإنه يتعين عليها التعرف على معايير التقييم والمتمثلة في: الاعتمادية، الاستجابة، الثقة فالملموسة وأخيراً التعاطف.

ومن أجل تقييم جودة الخدمة تم تطوير مجموعة من المتغيرات الفرعية بحيث تشرح كل معيار من هذه المعايير، والجدول الموالي يوضح ذلك:

¹ -بوعنان نور الدين، مرجع سابق نكره، ص 70.

جدول رقم (1-1) معايير تقييم جودة الخدمة

المؤشر	البيان
الجوانب الملموسة	<ul style="list-style-type: none"> • جاذبية المظهر الخارجي للمؤسسة. • التصميم الداخلي للمؤسسة. • جاذبية الأجهزة والمعدات المستخدمة في أداة الخدمة. • المظهر اللائق لمقدمي الخدمة.
الاعتمادية	<ul style="list-style-type: none"> • الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المحددة. • تقديم الخدمة بشكل صحيح (عدم حدوث الأخطاء). • معلومات دقيقة وصحيحة.
الاستجابة	<ul style="list-style-type: none"> • السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة. • الاستجابة الفورية لحاجات الزبائن. • الرد الفوري على الاستفسارات والشكاوى.
الضمان	<ul style="list-style-type: none"> • الشعور بالأمان في التعامل. • الثقة بمقدمي الخدمة.
التعاطف	<ul style="list-style-type: none"> • تحلي مقدمي الخدمة بالأدب وحسن التعامل. • فهم ومعرفة احتياجات الزبائن. • فهم ساعات العمل. • اللطف في التعامل مع الزبائن .

المصدر: عبد القادر مزيان، أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء، مذكرة ماجستير تخصص تسويق دولي، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2002، ص 45.

وعليه فلا بد من المنظمة أن تقوم بعملية تقييم جودة خدماتها استنادا على المعايير المذكورة في الجدول أعلاه وذلك بهدف تحديد نقاط الضعف والعمل على تصحيحها مستقبلا.

ثالثا: نماذج تقييم جودة الخدمة.

لقد أفرزت الدراسات الخاصة لموضوع جودة الخدمات مدخلين أو نموذجين رئيسيين لتحديد الجودة وتقييمها وهما نموذج الفجوة ونموذج الاتجاه، حيث يشكل هذان المدخلان الإطار العام في تقييم جودة الخدمة.

- نموذج الفجوة: السير فكوال *ServQUAL*

يعتبر نموذج الفجوة *servqual* من النماذج المستخدمة لقياس رضا المستفيدين وهو اختصار لكلمتي الخدمة *Service* والجودة *Quality* تم تصميمه من قبل *zeithaml* وزملائه (*ZEILHNAM ET BERRY*) عام 1985م، وذلك بغية استخدامه في تحديد وتحليل مصادر مشاكل الجودة والمساعدة في كيفية تحسينها، إن تقييم الجودة حسب نموذج الفجوة يعنى تحديد الفجوة بين توقعات الزبائن لمستوى الخدمة والإدراك الفعلي لها، ويمكن التعبير عنها بالعبارة التالية:

$$\text{جودة الخدمة } ServQUAL = \text{الإدراك الفعلي للخدمة} - \text{توقعات الزبون}$$

وعند التحدث عن هذا المقياس لابد من التطرق إلى مفهومين أساسيين في جودة الخدمة

وهما:

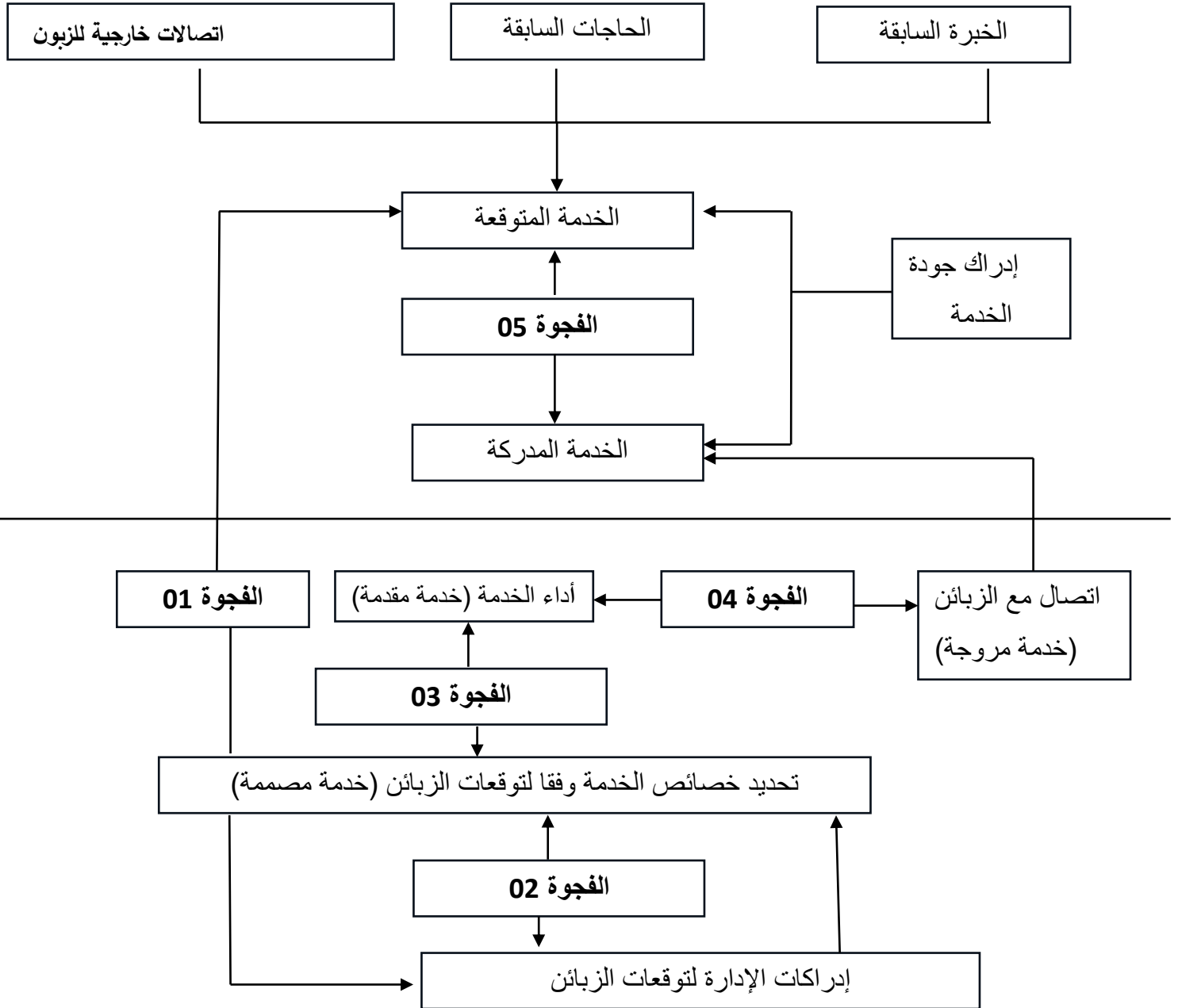
أ- **توقعات الزبون:** وهي تلك الاعتقادات التي تتكون لديه ويتمنى تحقيقها أو توفرها في الخدمة المقدمة له من طرف المنظمة التي يتعامل معها.

ب - **إدراكات الزبون:** وهي المعايير التي يدرك بها الزبون الخدمة فعليا كما قدمت له.

ومن خلال الدراسة التي قام بها *Berry* وزملائه سنة 1988 فقد توصل إلى أن المحور الأساسي في تقييم جودة الخدمة وفق هذا النموذج يتمثل في الفجوة بين إدراك الزبون مستوى الأداء الفعلي للخدمة وتوقعاته¹، وبالإضافة إلى هذه الفجوة هناك خمس فجوات أخرى تسبب عدم النجاح في تقديم الجودة المطلوبة، وتتلخص في الشكل الموالي:

¹ - صليحة رقاد، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون، (مذكرة ماجستير) غير منشورة، العلوم التجارية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008، ص 31.

الشكل رقم (1-2): نماذج تقييم جودة الخدمة



Source: Lambin..J-J, Marketing srategie et opérationnel, dunaD, Paris, 2002, P345.

ومن الشكل أعلاه يوضح لنا ما يلي :

1- الفجوة الأولى: وتنتج عن الاختلاف بين توقعات الزبون وإدراك إدارة المؤسسة الخدمية، فقد لا تدرك دائماً وبدقة رغبات الزبائن وكيفية حكم الزبون على مكونات الخدمة لقلّة المعلومات عن السوق وأنماط الطلب.

2- **الفجوة الثانية:** وهي عدم وجود تطابق المواصفات الخاصة بالخدمة مع إدراكات الإدارة لتوقعات الزبون أي أنه رغم إدراك إدارة المؤسسة لتوقعات الزبون إلا أنها غير قادرة على ترجمة ذلك إلى مواصفات محددة في الخدمة المقدمة.

3- **الفجوة الثالثة:** وهي فجوة بين مواصفات الخدمة الموضوعية والأداء الفعلي لها، فإذا تمكنت المؤسسة الخدمية من وضع المواصفات المطلوبة في الخدمة، فلا يمكنها أداء هذه الخدمة بسبب وجود مواصفات معقدة وغير مرنة، وعدم تدريب العاملين على أداء هذه الخدمة أو عدم اقتناءهم بالمواصفات المطلوبة، أو عدم وجود الحافز الكافي لأداء هذه الخدمة.

4- **الفجوة الرابعة:** وتمثل في الفجوة بين الخدمة المروجة والخدمة المقدمة، أي أن الوعود المعطاة من خلال الأنشطة الترويجية لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة وذلك لوجود ضعف في التنسيق بين العمليات والتسويق الخارجي للمؤسسة الخدمية.

5- **الفجوة الخامسة :** وتتعلق بالفجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المؤداة، وهذا يعني أن الخدمة المتوقعة لا تتطابق مع الخدمة المدركة وتكون محصلة لجميع الفجوات بحيث يتم على أساسها الحكم على جودة أداء المؤسسة الخدمية.

2 - نموذج الاتجاه *servperf model*

يعرف هذا النموذج بإسم (Servperf) ظهر عام 1992 نتيجة للدراسات التي قام بها كل من *Taylor* و *Gronin* وتعرف الجودة في إطار هذا النموذج مفهوم اتجاها يرتبط بإدراك الزبون للأداء الفعلي للخدمة المقدمة ويعرف الاتجاه على أنه "تقييم الأداء على أساس مجموعة من الأبعاد المرتبطة بالخدمة المقدمة"¹

ويقوم نموذج الاتجاه على أساس رفض فكرة في تقييم جودة الخدمة، ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة، أي أن التركيز على جانب الإدراكات الخاصة بالزبون فقط، ذلك أن جودة الخدمة يتم التعبير عنها كنوع من الاتجاهات وهي دالة لإدراكات الزبائن السابقة وخيارات وتجارب تعامل المؤسسة ومستوى الرضا عن الأداء الحالي للخدمة.

¹ - ناجي معلا، قياس جودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم الإدارية، المجلد 25، عدد 2، جوان 1998 - ص362.

وتتضمن عملية تقييم الجودة وفق هذا النموذج الافتراضات التالية¹:

في غياب خبرة الزبون السابقة في التعامل مع المؤسسة فإن توقعاته حول الخدمة تحدد بصورة أولية لمستوى تقييم جودتها .

بناء على خبرة الزبون السابقة المتراكمة كنتيجة لتكرار التعامل مع المؤسسة .

إن الخيرات المتعاقبة مع المؤسسة ستقود إلى مراجعات إدراكية أخرى لمستوى الجودة، وبالتالي فإن تقييم الزبون لمستوى الخدمة تكون محصلة لكل عمليات التعديل الإدراكي التي يقوم بها الزبون فيما يتعلق بجودة الخدمة، وهكذا فإن رضا الزبون على مستوى الأداء الفعلي للخدمة له أثر مساعد في تشكيل إدراكات الزبون للجودة.

وعليه تلخص أن نموذج الاتجاه كأسلوب لتقييم جودة الخدمة يتضمن الأفكار التالية:

أن الأداء الحالي للخدمة يحدد بشكل كبير تقييم الزبون لجودة الخدمة المقدمة فعلياً من المؤسسة الخدمية.

ارتباط الرضا بتقييم الزبون لجودة الخدمة أساسه الخبرة السابقة في التعامل مع المؤسسة أي أن التقييم عملية تراكمية طويلة الأجل نسبياً.

تعتبر المؤشرات المحددة لمستوى الجودة (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان والملموسية) ركيزة أساسية لتقييم مستوى الخدمة وفق نموذج الاتجاه *Servperf*.

¹ - ناجي معلا، مرجع سبق ذكره، ص 362.

المبحث الثاني: مفاهيم حول النقل الجامعي.

حظي النقل باهتمام ودراسة العديد من الجهات لماله تأثير في شتى المجالات الإنتاجية منها والخدمية، فالنقل الجامعي يعد نوعا من بين أنواع النقل الذي يسعى إلى خدمة الطلبة وتلبية حاجاتهم ورغباتهم وذلك من خلال توصيلهم إلى المكان المقصود.

المطلب الأول: تعريف النقل الجامعي وأهميته.

يعتبر النقل الجامعي من بين الحلول للمشاكل التي يواجهها النقل العام لعدم قدرته على تلبية احتياجات مختلف الأشخاص خاصة الطلبة لكثرة عددهم وتقلهم للدراسة لهذا تم تخصيص النقل الجامعي كآلية للقضاء على هذه المشاكل.

أولاً: مفهوم النقل الجامعي.

تعتبر خدمة النقل الجامعي من أهم الخدمات وأكثرها فعالية، لأنه يساهم في توفير خدمة نقل الطلبة من أماكن إقامتهم إلى جامعتهم.

1- تعريف النقل الجامعي:

يعرف النقل الجامعي على أنه "خدمة تحويل الطلبة من أماكن سكنهم إلى مراكز دراستهم في الوقت المناسب وبمسافة معينة على متن وسيلة نقل مناسبة"¹. كما يعرف أنه: "من المهام الملقاة على عاتق الديوان الوطني للخدمات الجامعية، وهو مضمون لكل الطلبة مقابل دفع اشتراك سنوي رمزي".

2- تعريف جودة خدمة النقل الجامعي:

سنتطرق إلى تعريف خدمة النقل الجامعي:

تعرف جريدة الرياض جودة خدمة النقل الجامعي بأنها "عملية تهدف لتحسين مستوى الخدمة وتقليل التكاليف الناشئة عن عمليات التشغيل، وتفعيل استخدام تقنيات تساعد على تحقيق الكفاءة المالية واختصار الوقت وتحقيق تكاليف النقل وتوفير الراحة للطلبة".

¹ - معمر جهيدة، النقل الجامعي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، اقتصاد النقل والإمداد، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2012، ص 11.

من خلال هذا التعريف يمكن صياغة تعريف خدمة النقل الجامعي على أنها " مجموعة من الصفات التي تتميز بها خدمة النقل الجامعي، والتي تلبي حاجات ورغبات الطلبة من خلال تسهيل جميع عمليات تنقلاتهم".

3- أنواع النقل الجامعي:

يتكون النقل الجامعي من نوعين:

- النقل الجامعي الحضري: هو نقل الطلبة الجامعيين داخل محيط حضري الذي يكون في إقليم بلدية أو عدة بلديات متقاربة والذي يستفيد من هذا النقل الجامعي لهم حق الإقامة والتي تبعد 50 كلم.
- النقل الجامعي الشبه الحضري: وهو عكس الحضري نقل الطلبة الجامعيين في بلديات متباعدة والتي تفوق 50 كلم حيث تم وضع تحت تصرفهم حافلات لنقلهم والذي يكون على شكل دوريات لنقلهم للمكان المطلوب.

ثانيا: أهمية النقل الجامعي

تتمثل أهمية النقل الجامعي فيما يلي:

- يعتبر من أهم الوسائل لتقريب الطلبة إلى الجامعة.
- هو من أهم العوامل المساعدة على نمو المدن وتطورها.
- يساهم في تسيير وتنظيم وصول الطلاب مع توفر السلامة المرورية.
- يساهم في تخصيص مصاريف النقل على الطلبة مما أدى إلى تحسين ظروفهم المعيشية.
- إحداث تغيير اجتماعي بين أفراد المجتمع وتحقيق التنمية لدى الطلبة¹.

المطلب الثاني: خصائص واهداف النقل الجامعي.

1- خصائص النقل الجامعي.

من التعاريف السابقة نستنتج مجموعة من الخصائص التي يمتاز بها النقل الجامعي والتي تتمثل فيما يلي:

معمر جهيدة، مرجع سبق ذكره، ص13.¹

- تقديم خدمة النقل للطلبة: إذ يلبي النقل الجامعي حاجة الطلبة إلى التنقل من خلال تسهيل تنقلاتهم بما يناسب راحتهم.

- ضمان وسيلة نقل مناسبة: لا بد من توفر وسيلة نقل ملائمة ومناسبة وخاصة بنقل الطلبة والتي تتوفر بها جميع عناصر السلامة المرورية (الراحة، الأمان والرفاهية) للطلاب، مما يزيد إقباله على استعمال النقل الجامعي.

- الوصول في الوقت المناسب: من أهم ما يحرص عليه النقل الجامعي وصول الطالب في الوقت والموافق لتوقيته الدراسي، لذا يجب أن تتناسب أوقات انطلاق ووصول الحافلات مع البرنامج الدراسي، ومحاولة تجنب كل العراقيل العاملة في الطرق أو المحطات التي من شأنها تأخير الطالب على دراسته.

2- أهداف النقل الجامعي:

يقوم معظم طلبة التعليم العالي برحلات يومية بين أماكن إقامتهم ومراكز دراستهم وذلك باستخدام حافلات النقل الجامعي لما لهذا الأخير من أهداف يسعى إلى تحقيقها لخدمة الطالب، وتتمثل هذه الأهداف فيما يلي:¹

- يهدف النقل الجامعي إلى تقديم خدمة النقل ومساعدة الطالب بأحسن طريقة ممكنة والحفاظ على سلامته وتحقيق راحته و رغبته.
- تسيير تنقل الطلبة بوسيلة نقل مناسبة تتوفر بها شروط السلامة المرورية.
- يهدف إلى تفعيل النقل الجامعي ولتقريب الطلبة من خدماتها.
- ربط المؤسسات الجامعية بمختلف نقاط المجال الحضري الذي يضمها.
- يهدف للتفرقة بين الطلبة والمجتمع ولهذا لصد تداخل بين الطلبة وبين الحركة المرورية في الطريق.
- تقليل تكاليف إيواء الطلبة بالإقامات الجامعية .
- تخفيض الطلب على خدمات النقل العام
- تنمية الإحساس بالقيم الحميدة والروح الجماعية².

1 - معمر جهيدة، مرجع سبق ذكره، ص 14.

2 - دراسة حول النقل الجامعي بولاية باتنة، اقتراحات من اجل نقل مستدام، مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة مفتش رئيسي في النقل البري، بن باحان مختار - طبيبي حسين، دفعة جوان 2009.

- خلق بيئة تنافسية بين الخواص من أجل تقديم أفضل الخدمات من خلال توفير أحسن الوسائل لنقل الطلبة.

- تخفيف الازدحام وتخفيض الطلب على المواقف ومسارات التحميل والتنزيل.

المطلب الثالث: علاقة النقل الجامعي بحياة الطالب.

للنقل الجامعي تأثير عميق على حياة الطالب الجامعي ويتعاضم يوما بعد يوم نظرا لأهمية الدور الذي يقوم به في مختلف حياة الطلاب، فهو بذلك يتجاوز أدواره التقليدية المنوطة به والمتمثلة في مجرد تسهيل وصول الطلاب إلى الجامعات، لذلك نجده يؤثر عليهم من الناحية الأكاديمية والاجتماعية ومن بين التأثيرات نجد:¹

-الخدمة الجوهر:

الجوهر الأساسي هو تقديم خدمات والمنافع للطلاب، وتتمثل في النقل وفي الوقت المحدد والانتقال من الجامعة إلى الأماكن التي يهدف الطلبة للوصول إليها.

-الخدمات التكميلية:

هي قيمة إضافية يقدمها للزبائن وزيادة تقديم هذه الخدمات سيؤدي إلى زيادة مستويات الأداء التي يقدمها النقل للطلاب، لذلك فإن زيادة في عدد حافلات النقل الجامعي سيلبي بذلك احتياجات الطلبة والمتزايدة خاصة تلك المتعلقة بفتح خطوط نقل جديدة. لذلك فإنها تضمن التغطية الجغرافية خاصة لتلك المناطق التي لم تكن حافلات النقل الجامعي تصل إليه.

- توفير الوقت والمال والانتظام في الحضور:

يوفر النقل الجامعي تقليل الوقت والوصول إلى الأماكن بسرعة وفي الأوقات المناسبة وبالتالي توفير الوقت وبلوغ المواعيد خاصة في حضور المحاضرات والامتحانات.

¹ سكحال ريمة، السلطة التنظيمية للنقل الحضري ودورها في تحسين نظام النقل الحضري في الجزائر، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010-2011.

خلاصة الفصل:

يستعرض هذا الفصل جودة الخدمات وأهميتها المتزايدة بالمؤسسات حيث تجسد الجودة اليوم فلسفة إدارية متكاملة تمكن من إدارة المنطقة بكفاءة أعلى، يتجلى ذلك في السعي المستمر لتطوير القدرات والحفاظ عليها بهدف تحسين الجودة مع التركيز على تلبية متطلبات المستفيدين وتجاوز توقعاتهم لضمان رضاهم وولائهم، وابتكار عروض جديدة وتقديم امتيازات فعالة للحفاظ على العملاء الحاليين.

لقد أدت هذه الخدمات إلى التحول في الفكر البشري، مما جعل الاهتمام بقطاع الخدمات ضرورة استراتيجية تسهم في بناء الكفاءات التنظيمية المتجددة. ويهدف هذا التوجه إلى تحقيق تحسين مباشر في جودة الخدمات وخفض التكاليف، من خلال إشراك كافة الموظفين في المؤسسة وتطوير أداءهم لضمان تقديم الخدمة بشكل صحيح من المحاولة الأولى.

الفصل الثاني

مفاهيم حول رضا الطلبة

تمهيد

المبحث الأول: الرضا في الخدمات

المطلب الأول: مفهوم الرضا

المطلب الثاني: أهمية وخصائص الرضا

المطلب الثالث: محددات الرضا

المبحث الثاني: ماهية رضا الطلبة

المطلب الأول: مفهوم رضا الطلبة

المطلب الثاني: أهمية رضا الطلبة

المطلب الثالث: الرضا لدى الطالب الجامعي من خلال محدد خدمات

النقل الجامعي

خلاصة الفصل

تمهيد:

بعد أن تم التطرق في الفصل الأول إلى أهم المفاهيم النظرية والتطبيقية في ظل التطورات التي يشهدها العالم اليوم حول جودة الخدمة والتي تهدف إلى تلبية حاجات ومتطلبات العملاء والرد على كافة استفساراتهم، وتأمين متطلباتهم في الوقت المحدد، وحسب الخصائص المطلوبة، وضمن الشروط المحددة، بصورة تضمن استمرار تعاملهم معها ويكون ذلك من خلال الرضا.

والذي يتمثل في الجهود التي تبذلها المؤسسات المختلفة لكسب رضا المستفيدين من خلال تقديم خدمات مهمة حسب المعايير المناسبة لمتطلباتهم واحتياجاتهم والتي تأخذ أهمية كبيرة لدى المجتمع الجامعي في مدى فعالية خدمات النقل الجامعي والتي تعد من بين الامور التي اولت للاهتمام بها في المجتمع الجامعي وبالنظر لما يواجهه الطلبة من تحديات كبيرة تقف أمام تطلعاتهم الرامية إلى تطوير ونمو الجامعة وتحقيق رضا الطلبة.

المبحث الأول: الرضا في الخدمات.

يعتبر الطالب أحد أهم العناصر التي من أجلها وجدت المؤسسة بحيث تقوم هذه الأخيرة بخلق واكتشاف الطلبة والمحافظة عليهم من خلال كسب رضاهم وذلك عن طريق معرفة توقعات الطلبة والعوامل المؤثرة فيها لتقديم خدمات ذات جودة تتوافق مع توقعاتهم، ولمعرفة توقعات الطلبة يجب أن يكون هناك اتصال دائم بالطلبة ومعرفة رضاهم عن الخدمات المقدمة عن طريق قياسها.

المطلب الأول: مفهوم الرضا.

تسعى المؤسسة لبذل مجهودات معتبرة لتكون تلك الهياكل والمؤسسات الخدمية في خدمة جميع الطلاب، وذلك من خلال تقديم الخدمات ذات الجودة التي تتوافق مع توقعاتهم، وبالتالي تكسب رضاهم بحيث أصبح الرضا يحتل مركزاً محورياً في هذه الدراسة ومن خلال هذا البحث سيتم التطرق إلى مفاهيم عامة حول الرضا والتوجه نحو الطلبة .

تعريف الرضا:

توجد العديد من التعاريف الخاصة برضا العميل ونذكر منها ما يلي:

تعريف BDubois و Ph. Kotler : هو شعور العميل الناتج عن المقارنة بين خصائص المنتج مع توقعاته¹

الرضا "هو مستوى من إحساس الفرد الناتج عن المقارنة بين الأداء المدرك وتوقعاته², أو إدراك الزبون مستوى تلبية مطالبه³،

ويعرف الرضا: "على أنه الفرق بين المزيج المثالي والفعلي لمجموعة من الصفات أو الخصائص التي يحصل عليها الفرد⁴ ، أو هو الحكم على جودة الخدمة الناتج عن المقارنة بين توقعات الزبون للخدمة والأداء"⁵.

¹-بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007، من 113.

²- محمد فريد الصحن، قراءات في الإدارة والتسويق، دار الجامعة / مصر، 2002، ص 71.

³- France quaLité public, La satisfaction de usagers / CLienTS / citogens de service public, La documentation française, Paris, 2004, P 19.

⁴- عائشة مصطفى المنياوي. سلوك المستهلك (المفاهيم والإستراتيجيات)، الطبعة الأولى، مكتبة عين شمس، القاهرة. مصر، 1998، ص 122.

⁵- Monique Zollinger et Eric Lamarque, Marketing et strategie da la banque, 3 edition, dunod, Paris, 1999, P73.

ويعرف الرضا: " على أنه الانطباع بالمكافأة أو عدم المكافأة لقاء التضحيات التي يتحملها الزبون عند الشراء"¹ من خلال التعريف يتضح بأن للزبون عند عملية شراء المنتج فيخرج بإحدى النتيجتين التاليين:

- _ قيمة إيجابية وشعوره بالرضا إذا زادت الخصائص الفعلية للمنتج عن توقعاته أو تتطابق معها.
 - قيمة سلبية وعدم الرضا إذا زادت توقعاته لخصائص المنتج عن الخصائص الفعلية له.
- ويعرف الرضا أيضاً: " بأنه الحالة التي يتم فيها مقابلة احتياجات ورغبات وتوقعات الزبون أو التفوق عليها مما يؤدي إلى إعادة طلب الزبون النفس الخدمة"².

المطلب الثاني: أهمية وخصائص الرضا.

أولاً: أهمية الرضا.

تتمثل أهمية الرضا فيما يلي³:

رسم برنامج وخطط عمل للمؤسسة.

نجاح المنظمة في تحقيق الأرباح من خلال حسابات ومتطلبات الزبون.

تطوير جودة المنتج وتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة في السوق.

خلق ولاء من قبل الزبون للمؤسسة وكسبه لزيادة رضاه .

زيادة تكرار تعاملات الزبون مع المؤسسة .

ثانياً: خصائص الرضا.

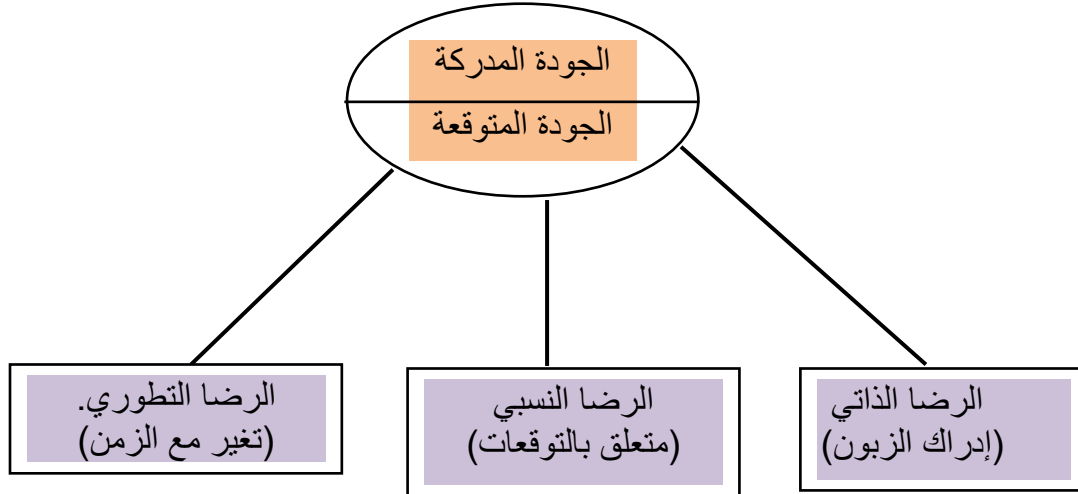
يمكن التعرف على طبيعة الرضا من خلال الخصائص الثلاثة الموضحة في الشكل الموالي:

¹ -Daniel Ray Mesurer Et Développer La Satisfaction Des Clients 2eme Tirage Edition Dunod Paris 1999 P 73

² - محمد على بركات، رضا العملاء عن جودة الخدمة، جامعة عين شمس، مصر، 2001، ص 504.

³ - كشيدة حبيبة، استراتيجيات رضا العميل، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة البلدية، 2005، ص 43.

الشكل رقم (2-1) خصائص الرضا



Source : Daniel Ray, op, cit p 24.

والشكل أعلاه يوضح خصائص الرضا التالية¹:

الرضا الذاتي: إن رضا الزبون يتمثل في عنصرين أساسيين هما: طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للزبون من جهة والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى، أي فالزبون لا يحكم على جودة الخدمة بواقعية، فهو يحكم على جودة الخدمة من خلال ما يتوقعه من الخدمة.

الرضا النسبي: وهذا الرضا يكون بتقدير نسبي فكل زبون يقوم بالمقارنة من خلال نظريته لمعايير السوق ليس المهم أن تكون الخدمة هي الأحسن، ولكن يجب أن تكون الأكثر توافق مع توقعات الزبون.

الرضا التطوري: يتغير رضا الزبون من خلال هذين المعيارين مستوى التوقع من جهة، ومستوى الأداء من جهة أخرى، مع مرور الزمن يمكن لتوقعات الزبون أن تعرف تطورا نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة.

المطلب الثالث: محددات الرضا.

يمكن حصر المحددات ضمن ثلاثة عناصر أساسية وهي²:

1- التوقعات: تتمثل توقعات أو أفكار الزبون بشأن احتمالية ارتباط أداء الخدمة بخصائص ومزايا معينة متوقع الحصول عليها من طرف مقدمها.

¹-daniel Ray, op, cit, p 24.

² _ كشيده حبيبة، مرجع سابق ذكره، ص 52.

2- الأداء الفعلي: وتمثل في مستوى الأداء الذي يدركه الزبون عند الحصول على الخدمة وبالإضافة إلى الخصائص الفعلية للخدمة.

3_ المطابقة أو عدم المطابقة: إن عملية المطابقة تتحقق بتساوي الأداء الفعلي للمنتج مع الأداء المتوقع، أما حالة عدم المطابقة يمكن تعريفها بأنها درجة إنحراف أداء الخدمة عن مستوى التوقع الذي يظهر قبل الحصول عليها، وفي هذه الحالة يوجد حالتين هما¹:

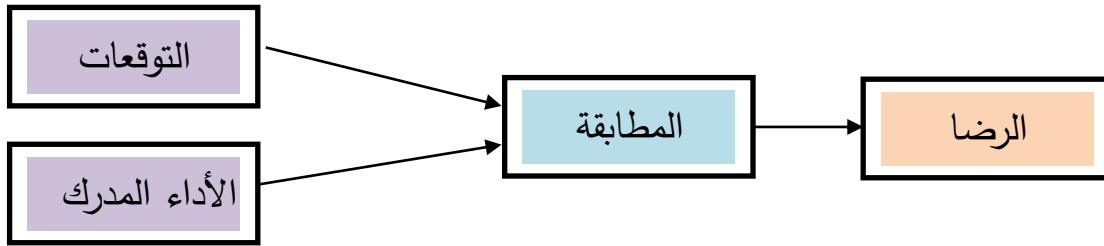
إنحراف موجب: أي الأداء الفعلي أكبر من الأداء المتوقع وهي حالة مرغوبة فيها .

إنحراف سالب: أي الأداء الفعلي أقل من الأداء المتوقع وهي حالة غير مرغوبة فيها .

وإن حالة المطابقة وعدم المطابقة الموجبة تولد الشعور بالرضا، لكن حالة عدم المطابقة السلبية فيتولد عنها عدم الرضا .

والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (2-2): محددات الرضا



Source : Monique Zollinge et Eric Lamarque, Op, it p74.

المبحث الثاني: ماهية رضا الطلبة.

يعتبر رضا الطلبة من أهم المعايير التي تمكن المؤسسة التي ينتمون إليها من التأكد من جودة الخدمة لأنه يعتبر مصدر ولاء الطلبة للمؤسسة، وكذلك تسعى إلى العمل على زيادة درجة الرضا لدى الطلبة لبناء سمعتها والمحافظة عليها.

لذلك سنتعرف في هذا المطلب على مفهوم رضا الطالب وأهميته:

المطلب الأول: مفهوم رضا الطلبة.

من خلال ما تقدم يمكن تعريف رضا الطالب كما يلي:

¹ - شريف أحمد شريف، محددات رضا العميل، مجلة البحوث التجارية، العدد الثاني، جامعة الزقازيق، مصر، 1998، ص 33.

. يعرفه سليم إبراهيم الحسنية بأنه: "هو درجة إدراك الطالب لمدى فاعلية المنظمة في تقديم المنتجات أو الخدمات التي تلبى توقعاته وحاجاته"¹.

. ويعرفه يسري حسين بأنه: "تعبير عن شعور شخصي بالبهجة أو بخيبة الأمل ناتج عن مقارنة أداء الخدمة مع توقعات الطالب"².

وحسب زياد بركات: "هو توقعات الطلاب لمستوى الخدمة المتوفرة مقارنة بمستوى تقديراتهم الحقيقية لهذه الخدمة"³.

. يقصد برضا الطلبة: إقتناعه بما هو مقدم له من جودة الخدمة، وثقته بها وتفاعله معها واستجابته لها على الوجه الذي يحقق الكثير من النتائج الإيجابية"⁴.

من خلال التعاريف السابقة يمكن صياغة رضا الطالب بأنه: "هو مقارنة الطالب بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة المقدمة من قبل الهيئات التعليمية المنخرط فيها".

المطلب الثاني: أهمية رضا الطلبة.

تكمن أهمية رضا الطالب فيما يلي⁵:

- _ إشباع حاجات الطلاب وتوقعاتهم، لتحقيق رضا الطالب.
- _ تحقيق رغبات الطلبة المتجددة والمتغيرة، التي تدفع وتحرك كافة الأنشطة داخل المؤسسة الجامعية.
- _ قياس درجة الرضا عن هذه الخدمة (خدمة النقل الجامعي) من خلال دراسة توقعات الطلبة عن الخدمة المقدمة ومحاولة تحقيق هذه التوقعات .
- _ الاهتمام بدراسة وإدارة تحسين كافة العمليات داخل المؤسسة الجامعية.
- _ ابتكار الرؤيا البعيدة وصياغة الأهداف، ووضع الإستراتيجيات لتحقيق رضا الطلبة.

¹ - سليم إبراهيم الحسنية، مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، بتصرف الطالب، المجلد (25) العدد 2، 2009، ص 288.

² - يسري محمد حسين، علاقة الإبداع التقني برضا الزبون، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 81، 2010، ص 136 .

³ - زياد بركات، الفجوة بين الإدراكات والتوقعات لقياس جودة الخدمات التي تقدمها جامعة القدس المفتوحة من وجهة نظر الدارسين فيها، بتصرف الطالب: 2010، ص 9 .

⁴ - خالد محمد طلال بني حمدان، جودة الخدمة التعليمية وأثرها على رضا الطلبة، المؤتمر العربي الدولي الثاني لضمان جودة التعليم العالي، بتصرف الطالب، 2012، ص 919.

⁵ - لرقط علي، إمكانية تطبيق الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، الإدارة والتسيير التربوي، جامعة الحاج لخضر باتنة الجزائر، 2009، ص 45.

المطلب الثالث: الرضا لدى الطالب الجامعي من خلال محدد خدمات النقل الجامعي.

يمكن لنا تفسير رضا الطالب الجامعي عن خدمات النقل الجامعي من خلال عدة عوامل رئيسية تؤثر بشكل مباشر على تجربته اليومية والأكاديمية، تتجلى هذه العوامل في الجوانب التالية:¹

- الكفاءة والفعالية:

إن الاعتماد على سائقين أكفاء وذوي مهارات من شأنه أن يعمل على تحسين فعالية الأداء وتحقيق الأهداف المسطرة.

- التكلفة وسهولة الوصول:

إن التكلفة الرمزية من النقل الجامعي في بعض الجامعات، قد تكون هناك رسوم لخدمات النقل. يجب أن تكون هذه الرسوم معقولة وفي متناول الطلاب، وإلا فقد تصبح عبئاً إضافياً يؤثر على رضاهم.

- الراحة والأمان:

تعويد الطالب على الاعتماد على النفس والشعور بالأمن والراحة والسلامة في النقل الجامعي، والانضباط في مواعيد الحضور والانصراف. يساهم كذلك في توفير نقل مريح ومنظم في تخفيف عبء التنقل اليومي على الطلاب، خاصة القادمين من مناطق بعيدة. يقلل ذلك من التعب والإجهاد الجسدي والنفسي، مما يتيح للطالب التركيز بشكل أفضل على دراسته.

- السعة:

إن استعمال حافلات النقل الجامعي ذات سعة كبيرة من شأنها أن تعمل على تحقيق الرضا لدى طلاب الجامعات، فالطلبة لا يفضلون الالتصاق في حافلات صغيرة الحجم.

- جودة التواصل والدعم:

إن بناء منظومة تواصلية مع الطلاب من شأنه أن يحسن خدمات النقل الجامعي ويرفع من رضا الطلاب.

- مقارنة أداء الخدمة مع توقع الطالب:

إن مقارنة أداء الخدمة من شأنه أن يحسن في فعاليات الأداء ويمكن من تحقيق الفجوات الموجودة.

¹ سكحال ريمة، مرجع سبق ذكره، ص 12 الى 19.

خلاصة الفصل:

يتبين من خلال هذا الفصل أن الرضا يمثل إحساسًا بالسعادة ينتاب المستهلك بعد تلقيه الخدمة، وهو يعكس استجابة أو سلوكًا يصدر عن العميل خلال مرحلة ما بعد الاستهلاك. ونظرًا لأن العميل يُعد أحد الركائز الأساسية التي تأسست عليها المؤسسات، فإنها تتنافس باستمرار لكسب أكبر عدد من العملاء وتكرس أقصى الجهود لإرضائهم. أما فيما يتعلق بقياس رضا الزبون، فإنه يستند إلى جمع المعلومات الدقيقة المتعلقة بالعملاء والحصول عليها عبر مجموعة من الأساليب المنهجية. في نهاية المطاف، يمكن الإقرار بأن رضا الزبون يتسم بالتغير وفقًا للبيئة المؤسسية، مما يستلزم من المؤسسة الاستعداد الدائم لمتطلبات عملائها. يتجسد هذا الاستعداد في إدخال تحسينات مستمرة على الخدمات المقدمة، واستخدام أدوات ووسائل حديثة، وتدعيمها بممارسات إدارية فعالة تهدف إلى كسب ولاء العملاء ورفع مستوى رضاهم.

الفصل الثالث

الدراسة الميدانية

دراسة حالة جامعة محمد البشير الإبراهيمي

تمهيد

المبحث الأول: منهجية الدراسة

المطلب الأول: التعريف بميدان الدراسة وخدمات النقل الجامعي

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

المطلب الثالث: أدوات الدراسة والأساليب الإحصائية

المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

المطلب الأول: عرض وتحليل بيانات الدراسة

المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة الميدانية

خلاصة الفصل

تمهيد:

بعد ما تم وضع الإطار النظري لكل من جودة الخدمات ورضا الطلبة وعرض مختلف المفاهيم المرتبطة معا في الفصلين السابقين سيتم إسقاطها على طلبة جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعرييج- من اجل معرفة العلاقة بين متغيري الدراسة ومدى توافق ما تم تقديمه في الجزء النظري والممارسة على ارض الواقع.

وسيتم تناول في هذا الفصل وصفا للإجراءات التي اتبعت في الدراسة، ومن ذلك وصف العينة وأداة الدراسة من حيث إعدادها واستخراج معامل الصدق والثبات، وإجراءات الدراسة والمعالجة الإحصائية للبيانات لاستخلاص النتائج، حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي باستخدام استبانة لمعرفة دور جودة خدمات النقل الجامعي على رضا الطلبة.

كما سيتضمن هذا الفصل أيضا عرضا مفصلا وكاملا للنتائج التي تم التوصل إليها من خلال إجابة هذه الدراسة على مختلف التساؤلات الواردة في الاستبانة الموجهة إليهم والتأكد من فرضياتها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

المبحث الأول: منهجية الدراسة.

المطلب الأول: التعريف بميدان الدراسة وخدمات النقل الجامعي.

لدراسة دور جودة خدمات النقل الجامعي على رضا الطلبة ارتأينا إلى اخذ جامعة محمد البشير الإبراهيمي -برج بوعريريج- كدراسة حالة.

أولاً: نشأة جامعة محمد البشير الإبراهيمي.

تعد الجامعة مؤسسة عمومية ذات شخصية معنوية واستقلال مالي، وكغيرها من جامعات الوطن تتولى جامعة برج بوعريريج مهام تكوين الطلبة والإطارات والمساهمة في تحصيل العلوم والمعارف وكذا المشاركة في التكوين المتواصل، كما تضطلع الجامعة بمهام البحث العلمي والتطوير التكنولوجي من خلال تأمين نتائج البحث العلمي والتقني وتبادل المعارف وإثرائها عن طريق المشاركة ضمن الأسرة العلمية والثقافية المحلية والدولية.

نشأة أول نواة لجامعة برج بوعريريج في شهر سبتمبر 2000 حيث كان في البداية عبارة عن ملحق جامعي تابع لجامعة فرحات عباس بسطيف وكانت انطلاقة بشعبي الالكترونية والإعلام الآلي، وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 01-275 المؤرخ في 18-09-2001 تم ترفيقه الى مركز جامعي، وفي هذه السنة عرف المركز انطلاقة الحقيقية حيث شهد تطورا هاما وسريعا في هياكله القاعدية والبيداغوجية وفي ديسمبر 2011 تم ترفيقه إلى جامعة بتصريح من السيد الرئيس عبد العزيز بوتفليقة.

ثانياً: خدمات النقل الجامعي.

تعتبر خدمات النقل الجامعي من المهام التي يضطلع بها الديوان الوطني للخدمات ضمان تنقلات الطلبة إلى المرافق البيداغوجية انطلاقا من الاقامات الجامعية والمعروف بالنقل الحضري، إضافة إلى النقل شبه الحضري المخصص للطلبة الذين يستوفون شروط الاستفاداة من الإيواء ونظرا للعجز المسجل في هياكل الاستقبال في الاقامات تم اللجوء إلى هذا الإجراء لضمان تنقلهم من مقرات سكنهم إلى المجمعات البيداغوجية.

وتسهر على هذه الخدمة مديريات الخدمات الجامعية من خلال مخططات النقل التي تعد من المصالح المختصة وتضبط بناء على عدد البطاقات السنوية للاشتراك في النقل الموزعة على الطلبة

وتضمن مؤسسات النقل هذه الخدمة بناء على عقود اتفاقيات مع الديوان الوطني للخدمات وفق ما يقتضيه قانون الصفقات العمومية.

وبما ان الدراسة حددت في جامعة محمد البشير الإبراهيمي للعام الدراسي 2024-2025 تم الاعتماد على المعلومات التالية:

الجدول رقم (3-1): عدد الطلبة الذين دفعوا حقوق النقل الجامعي 2024-2025

العدد	الكلية
2331	الحقوق والعلوم السياسية
2861	الآداب واللغات
1500	الرياضيات والإعلام الآلي
2474	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
2415	العلوم الاجتماعية والإنسانية
2688	العلوم والتكنولوجيا
1971	علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض والكون
16240	العدد الإجمالي

الجدول رقم (3-2): مخطط نقل الطلبة 2024-2025 - حضري -

نقطة الانطلاق	نقاط التوقف	نقطة الوصول	عدد الحافلات	الرقم التسلسلي
حي 217 مسكن	محطة مونيا حي 500 مسكن	جامعة محمد البشير الإبراهيمي	03	
حي 1008 مسكن	اكماالية 11 ديسمبر-محطة مونيا- حي 450 مسكن (ساحة الشهداء)	جامعة محمد البشير الإبراهيمي	03	
حي 750 مسكن	دار الثقافة -الولاية الجديدة -ثانوية علي ماضوي- حي المحطة القديم	جامعة محمد البشير الإبراهيمي	03	
القطاع د	1044 قطعة	جامعة محمد البشير الإبراهيمي	01	
حي 350 مسكن	حي عبد المومن -سوق الفلاح- حي 500 مسكن	جامعة محمد البشير الإبراهيمي	01	

04	07	جامعة محمد البشير الإبراهيمي	محطة نقل المسافرين القديمة
03		جامعة محمد البشير الإبراهيمي	المحطة الجديدة
	03	جامعة محمد البشير الإبراهيمي	حي 217
	01		حافلة احتياطية

- أما بالنسبة للنقل الشبه حضري نذكر شركة باجي التي تحتوي 04 خطوط بالنسبة لبلدية برج الغدير و03 خطوط بالنسبة لبلدية مجانة، 03 خطوط لبلدية الحمادية، 02 خطوط لبلدية البشير، 02 خطوط لبلدية حساوة، 01 خط لبلدية برج زمورة، 01 خط أولاد دحمان، 01 خط ثنية النصر، 01 خط بلدية العش، 01 خط المنصورة، 01 خط القصور 04.

ومن جهة اخرى نذكر شركة بن سماعيل التي تحتوي 04 خطوط لبلدية راس الواد، 02 خط سيدي مبارك، 02 خط بلدية خليل، 02 خط بئر قاصد علي، 01 خط تكستار.

- إجمالي عدد حافلات النقل الحضري: 20 حافلة.

- إجمالي عدد حافلات النقل الشبه الحضري: 32 حافلة.

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.

أولاً: مجتمع الدراسة.

يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة الطلبة المسجلين في خدمة النقل الجامعي في جامعة برج بوعرييج- البالغ عددهم 16240 طالب وطالبة للسنة الدراسية 2024-2025 بناء على إحصائيات مقدمة من طرف مديرية الخدمات الجامعية (مصلحة النقل الجامعي)، أما عينة الدراسة فاقتصرت على 153 طالب وطالبة من مجتمع الدراسة تم اختيارهم بطريقة عشوائية.

ثانياً: عينة الدراسة.

نظرا لضخامة المجتمع المستهدف، تم اللجوء إلى سحب عينة عشوائية بسيطة من مستخدمي النقل الجامعي في جامعة محمد البشير الإبراهيمي، لإجراء الدراسة عليها وتعميم النتائج.

وقد تم حصر العينة في 153 مفردة وتم جمع بيانات الاستقصاء عن طريق توزيع الاستبيان وجها لوجه.

المطلب الثالث: أدوات الدراسة والأساليب الإحصائية.

أولاً: أداة الدراسة:

اعتمد في هذه الدراسة على الاستبيان لجمع المعلومات عن طريق توزيعه على عينة من طلبة جامعة محمد البشير الإبراهيمي كما سبق ان تطرقنا له، حيث يعتبر الاستبيان أكثر أدوات جمع البيانات استخداما في البحث العلمي، وهو الأداة الأكثر ملاءمة وفعالية لتحقيق أهداف الدراسة، حيث تم تصميم قائمة أسئلة بما يتوافق أهداف الدراسة، بالاعتماد على بعض الكتب والدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة.

حيث يتكون الاستبيان من ثلاث محاور:

المحور الأول: يحتوي على البيانات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الكلية)

المحور الثاني: يحتوي على خمسة عناصر حيث يحتوي العنصر الأول على 08 عبارات ويحتوي العنصر الثاني على 03 عبارات ويحتوي العنصر الثالث على 06 عبارات كما يحتوي العنصر الرابع على 03 عبارات ويحتوي العنصر الخامس على 02 عبارات كلها تتعلق بالمتغير المستقل (جودة خدمات النقل الجامعي)

المحور الثالث: يحتوي على 06 عبارات تتعلق بالمتغير التابع (رضا الطلبة)

ثانياً: الأساليب الإحصائية.

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات المجمعة، تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية والذي يرمز له اختصاراً بالرمز (SPSS) وهو برنامج يحتوي على مجموعة كبيرة من الاختبارات الإحصائية التي تدرج ضمن الإحصاء الوصفي مثل: التكرارات، المتوسطات، الانحرافات المعيارية..... الخ وضمن الإحصاء الاستدلالي مثل معاملات الارتباط..... الخ. وفيما يلي مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في هذه الدراسة:

1- المدى:

ويستخدم لقياس التشتت بين المتغيرات، وهو عبارة عن الفرق بين أكبر قيمة معطاة وأصغر قيمة معطاة، ويفيد في تحديد المجالات التي تنتمي إليها الإجابات ونفسر مستوى الإجابة.

2- التكرارات والنسب المئوية:

تمت الاستعانة بالتكرارات والنسب المئوية لتحديد الاستجابات المتعلقة بالبيانات الشخصية الخاصة بالاستبيان.

3- المتوسط الحسابي المرجح:

تم استعمال هذا المتوسط لمعرفة مدى ارتفاع او انخفاض استجابات افراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيري الدراسة.

4- الانحراف المعياري المرجح:

استخدم هذا المقياس لمعرفة مدى انحراف استجابات افراد عينة الدراسة، لكل عبارة من عبارات متغيري الدراسة، ولكل محور، وكلما اقتربت قيمته من الصفر كلما دل ذلك على تركيز وانخفاض تشتت استجابات افراد عينة الدراسة، وكلما كان الانحراف اقل من الواحد الصحيح كلما قل التشتت بين استجابات افراد العينة.

5- معامل ارتباط بيرسون:

استخدم هذا المعامل لمعرفة مدى ارتباط درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي اليه.

6- معامل الفا كرونباخ:

استخدم لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان.

حيث تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي، بحيث يكون ترتيب المجالات كما يلي:

الجدول رقم (3-3): درجات حسب مقياس ليكرت الخماسي

الأهمية	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

كما تم وضع مقياس ترتيبي لهذه الأرقام لإعطاء الوسط الحسابي مدلولاً باستخدام المقياس الترتيبي الأهمية وذلك للاستفادة منها فيما بعد عند تحليل النتائج.

جدول رقم (3-4) مقياس تحديد الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي.

الإجابة	درجة السلم	المجالات	التقييم
غير موافق بشدة	1	1-1.79	ضعيف جدا
غير موافق	2	1.8-2.59	ضعيف
محايد	3	2.60-3.39	متوسط
موافق	4	3.40-4.19	جيد
موافق بشدة	5	4.20-5	جيد جدا

جدول رقم (3-5) حساب ثبات الاداة.

المتغير	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
جودة خدمات النقل الجامعي	22	0.86
رضا الطلبة	06	0.71
الكلي	28 عبارة	0.88

من خلال الجدول يتضح أن معامل الثبات الكلي عالي جدا وقد بلغ 0.88، وهذا ما يدل على أن أداة الدراسة تتمتع بثبات قوي جدا وهي صالحة لأغراض هذه الدراسة.

- قياس صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان:

وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمجال التابع لها كما يلي:
 المحور الأول، المحور الثاني، المحور الثالث: يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحاور المتعلقة بالمتغير المستقل.

جدول رقم (3-6) معاملات التجانس بين كل فقرة من فقرات المحاور.

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الفقرات	الابعاد
		العناصر الملموسة المظهر العام لوسائل النقل	الأول
0.01	0.459	أرى أن هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي	1
0.01	0.687	يبدو لي المظهر العام للحافلات جذاب ومريح	2
0.01	0.480	موقع حافلات النقل الجامعي ملائم للطلبة	3
0.01	0.586	تمتلك الجامعة وسائل نقل حديثة	4
0.01	0.611	توفر حافلات النقل الجامعي أماكن جلوس مريحة لك	5
0.01	0.575	نظافة حافلات النقل الجامعي يتوافق مع الرأي العام	6
0.01	0.461	يتميز سائقو الحافلات بمظهر أنيق ولباس موحد	7
0.01	0.689	نوعية حافلات النقل الجامعي مناسبة (مرضية)	8
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الاعتمادية القدرة على أداء الخدمة بالشكل المطلوب.	الثاني
0.01	0.733	يحرص سائقو الحافلات عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت	9
0.01	0.689	يحرص سائقو الحافلات عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة	10
0.01	0.787	يحرص سائقو الحافلات عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت	11
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الاستجابة الرغبة في المساعدة وتقديم الخدمة بعناية واهتمام.	الثالث
0.01	0.511	تغطي شبكة النقل الجامعي كافة المناطق المتعلقة بالجامعة	12
0.01	0.604	تكون مدة زمن انتظارك على الوقت قليلة نسبيا	13
0.01	0.758	تشتغل حافلات النقل الجامعي لفترات طويلة دون انقطاع	14
0.01	0.702	يتداول قدام حافلات النقل الجامعي بشكل دوري وخلال فترة زمنية قصيرة	15
0.01	0.669	حافلات النقل الجامعي تلبى متطلباتك وتحقق رضا الطلبة	16

0.01	0.572	تؤمن حافلات النقل الجامعي سرعة وصولك إلى المكان المقصود	17
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	التعاطف درجة العناية والاهتمام في حل المشاكل.	الرابع
0.01	0.754	يتميز سائقو الحافلات بالأدب والخلق الحسن عند التعامل مع الطلبة	18
0.01	0.678	تعتبر أوقات حافلات النقل الجامعي ملائمة للطلبة	19
0.01	0.763	يقوم السائقون بطمأنة الطلبة عند التعرض لمشكلة ما في حافلات النقل الجامعي	20
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الأمان الشعور بالأمان والثقة في مقدم الخدمة (السائق).	الخامس
0.01	0.868	اشعر بالأمان والراحة عند استعمال حافلات النقل الجامعي	21
0.01	0.879	كثيرا ما أقول أشياء ايجابية عن النقل الجامعي لأشخاص آخرين	22

المحور الثالث: يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الثاني (المتغير التابع).

جدول رقم (3-7) معاملات الارتباط بين كل من فقرة من فقرات المحور الثالث.

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	الفقرات	الابعاد
		رضا الطلبة درجة شعور الطالب بتلبية احتياجاته.	السادس
0.01	0.645	أنا راضي عموما عما تقدمه خدمات النقل الجامعي	23
0.01	0.294	الخدمات القديمة أفضل من توقعاتي	24
0.01	0.641	تلتزم إدارة النقل الجامعي بكافة وعودها لتحسين الخدمة تلبية لرغبات الطلبة	25
0.01	0.753	تقدم إدارة النقل الجامعي خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز	26
0.01	0.744	يتم التعرف على رضا الطالب عن خدمات النقل بشكل دوري ومستمر (من طرف إدارة النقل الجامعي).	27
0.01	0.767	يتم التعرف على احتياجات الطالب عن خدمات النقل بشكل دوري ومستمر (من طرف إدارة النقل الجامعي).	28

المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة.

المطلب الأول: عرض وتحليل بيانات الدراسة.

بعد تطرقنا في المبحث الأول 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.

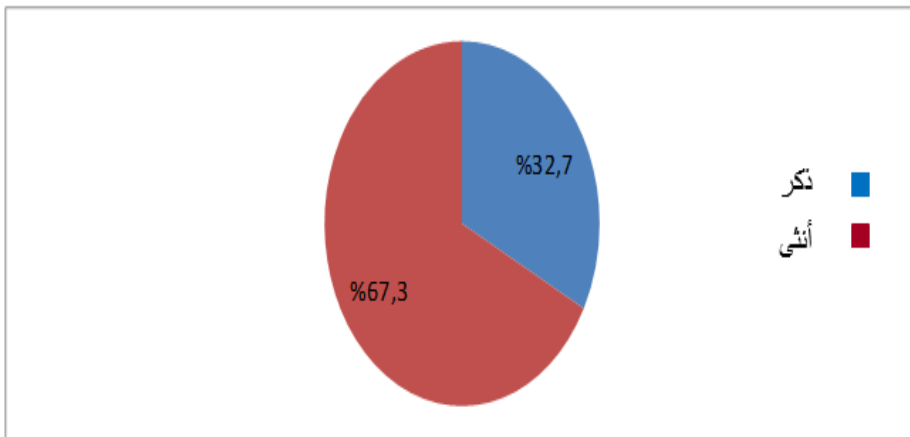
أولا - بيانات الدراسة.

1- الجنس.

جدول رقم (3-8) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
نكر	50	% 32,7
أنثى	103	% 67,3
المجموع	153	% 100

الشكل رقم (1-3) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



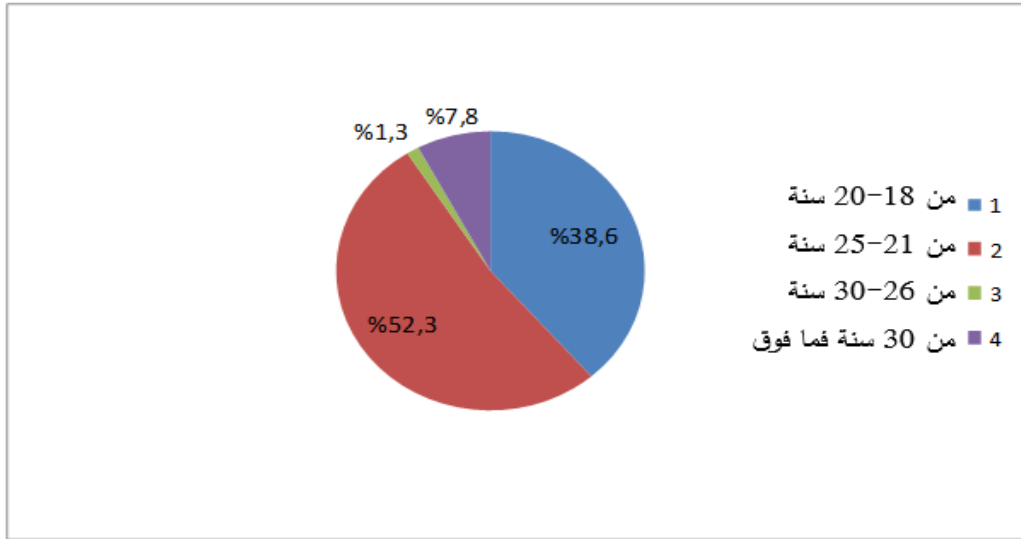
من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من حيث الجنس هم من فئة الإناث، أي يمثلون ما نسبته 67.3% من الطلبة الجامعيين، وفي المقابل بلغت نسبة الذكور 32.7% من عينة الدراسة.

2-العمر:

جدول رقم (3-9) توزيع عينة الدراسة حسب العمر:

النسبة	التكرار	السن
%38,6	59	من 20-18 سنة
%52,3	80	من 25-21 سنة
%1,3	2	من 30-26 سنة
7,8	12	من 30 سنة فما فوق
100	153	المجموع

الشكل رقم (3-2) توزيع عينة الدراسة حسب العمر



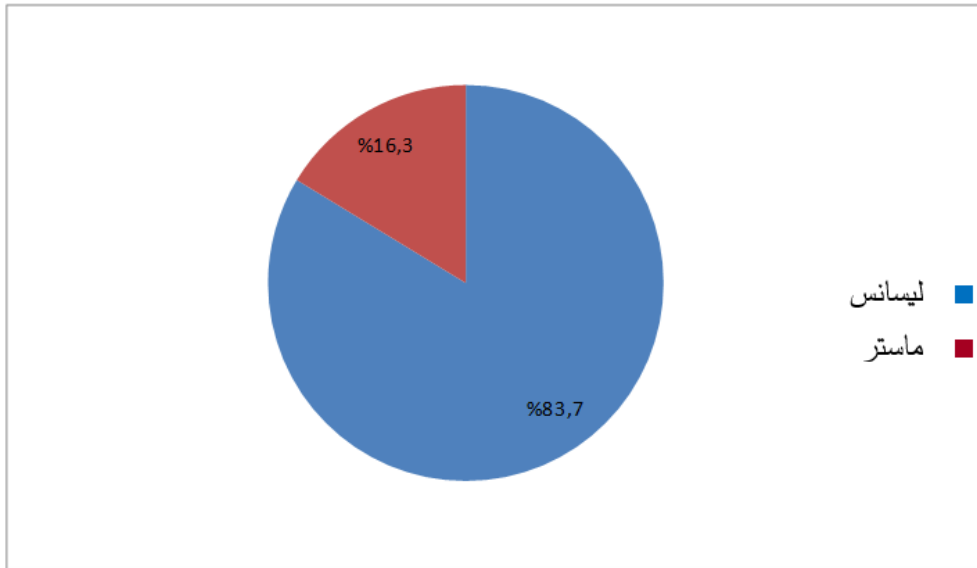
من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من حيث السن ينتمون للفئة العمرية 25-21 من طلبة جامعيين حيث بلغت نسبتهم %52.3 وكانت ثاني فئة من 20-18 سنة وبلغت النسبة، %38.6 والفئة من 30 سنة فما فوق بلغت نسبتها %7.8، أما الفئة من 30-26 سنة فهي الفئة الأقل في هذه الدراسة حيث بلغت نسبتها % 1.3.

3- مستوى التدرج (التعليمي).

جدول رقم (3-10) يبين توزيع عينة الدراسة حسب مستوى التدرج (التعليمي).

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
83,7	128	ليسانس
16,3	25	ماستر
-	-	دكتوراه
100	153	المجموع

الشكل رقم (3-3) توزيع عينة الدراسة حسب مستوى التدرج (التعليمي)



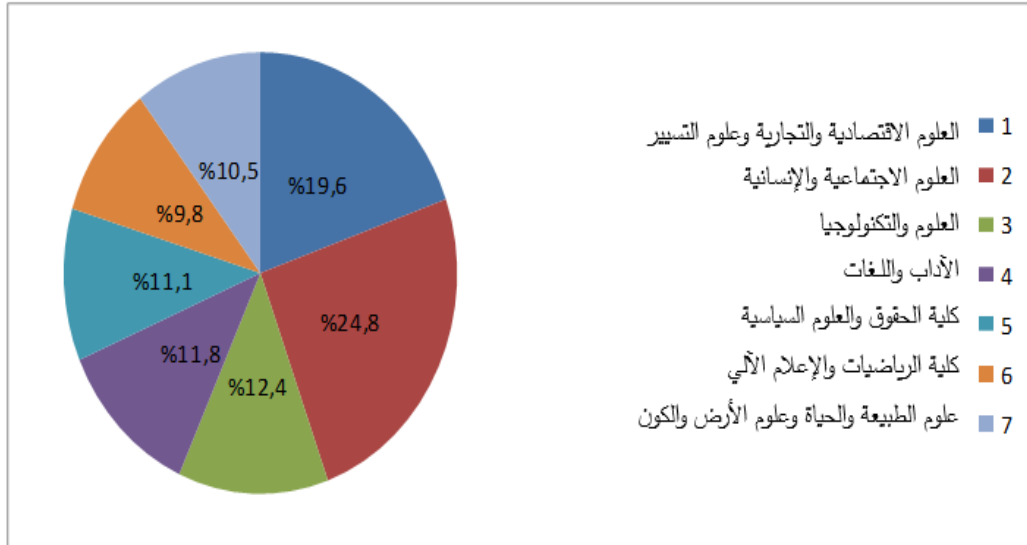
من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من ذوي مستوى تعليمي ليسانس وقد بلغت نسبتهم ب 83.7% كما بلغت ثاني نسبة 16.3% تمثل أصحاب مستوى ماستر.

4- الكليات.

جدول رقم (3- 11) توزيع عينة الدراسة حسب الكليات

النسبة	التكرار	الكليات
19,6	30	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
24,8	38	العلوم الاجتماعية والإنسانية
12,4	19	العلوم والتكنولوجيا
11,8	18	الآداب واللغات
11,1	17	كلية الحقوق والعلوم السياسية
9,8	15	كلية الرياضيات والإعلام الآلي
10,5	16	علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض والكون
100	153	المجموع

الشكل رقم (3-4) توزيع عينة الدراسة حسب الكليات



من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من كلية العلوم الاجتماعية حيث بلغت نسبتهم 24.8% وكانت ثاني فئة من طلبة كلية العلوم الاقتصادية وبلغت نسبتهم 19.6% و ثالث فئة من طلبة كلية العلوم التكنولوجية بلغت نسبتهم 12.4%، ثم تليها رابع فئة من طلبة كلية اللغات حيث بلغت نسبتهم 11.8%، ثم تليها خامس فئة من طلبة كلية الحقوق و العلوم السياسية حيث بلغت نسبتهم 11.1%، ثم تليها سادس فئة من طلبة كلية علوم الطبيعة و الحياة و الكون حيث بلغت نسبتهم 10.5%، ثم تليها سابع فئة من طلبة كلية الرياضيات حيث بلغت نسبتهم 9.8%.

ثانيا: عرض وتحليل.

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

المحور الثاني: جودة خدمة النقل الجامعي.

الجدول رقم (3-12) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الأول (العناصر الملموسة).

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
2	1,14529	3,4800	أرى أن هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي
6	1,22773	2,8889	يبدو لي المظهر العام للحافلات جذاب ومريح
5	1,23417	3,0000	موقع حافلات النقل الجامعي ملائم للطلبة
3	1,20773	3,2667	تمتلك الجامعة وسائل نقل حديثة
7	1,24020	2,6040	توفر حافلات النقل الجامعي أماكن جلوس مريحة لك
1	1,10098	3,4967	نظافة حافلات النقل الجامعي يتوافق مع الرأي العام
8	1,08082	2,2237	يتميز سائقو الحافلات بمظهر أنيق ولباس موحد
4	1,17957	3,1382	نوعية حافلات النقل الجامعي مناسبة (مرضية)

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية أفراد عينة الدراسة موافقين على الإجابة على فقرات المحور الأول، حيث تراوحت قيم المتوسطات الحسابية لإجاباتهم بين (2.22 و 3.49) وهي قيم متوسطة ضمن مجال سلم ليكرت.

احتلت العبرة (6) "نظافة حافلات النقل الجامعي يتوافق مع الرأي العام" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.49) وانحراف معياري بلغ (1.10) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى الموافقة، احتلت العبرة (1) "أرى أن هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي" المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.48) وانحراف معياري بلغ (1.14) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى موافقة، كما احتلت العبرة (4) "تمتلك الجامعة وسائل نقل حديثة" المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي

(3.26) وانحراف معياري بلغ (1.20) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (8) "نوعية حافلات النقل الجامعي مناسبة (مرضية)" المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.13) وانحراف معياري بلغ (1.17) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد.

احتلت العبارة (3) "موقع حافلات النقل الجامعي ملائم للطلبة" المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (3.00) وانحراف معياري بلغ (1.23) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (2) "يبدو لي المظهر العام للحافلات جذاب ومريح" المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (2.88) وانحراف معياري بلغ (1.22) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (5) "توفر حافلات النقل الجامعي أماكن جلوس مريحة لك" المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (2.60) وانحراف معياري بلغ (1.24) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (8) "نوعية حافلات النقل الجامعي مناسبة (مرضية)" المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (2.22) وانحراف معياري بلغ (1.08) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى غير موافق.

الجدول رقم (3 - 13) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الثاني (الاعتمادية)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
2	1,25547	2,9477	يحرص سائقو الحافلات عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت
3	1,18343	2,8170	يحرص سائقو الحافلات عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة
1	1,21403	3,1611	يتمتع السائقون بالخبرات اللازمة لتقديم خدمة النقل الجامعي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية أفراد عينة الدراسة محايدين على الإجابة على فقرات المحور الثاني، حيث تراوحت قيم المتوسطات الحسابية لإجاباتهم بين (2.81 و 3.16) وهي قيم متوسطة ضمن مجال سلم ليكرت. احتلت العبارة (11) "يتمتع السائقون بالخبرات اللازمة لتقديم خدمة النقل الجامعي" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.16) وانحراف معياري بلغ (1.21) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (9) "يحرص سائقو الحافلات عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت" المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.94) وانحراف معياري

بلغ (1.25) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (10) " يحرص سائقو الحافلات عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة " المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.81) وانحراف معياري بلغ (1.18) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد.

الجدول رقم (3- 14) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الثالث (الاستجابة)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
3	1,19590	2,8693	تغطي شبكة النقل الجامعي كافة المناطق المتعلقة بالجامعة
4	1,23242	2,7383	تكون مدة زمن انتظارك على الوقت قليلة نسبيا
2	1,26842	2,9803	تشتغل حافلات النقل الجامعي لفترات طويلة دون انقطاع
5	1,16033	2,7315	يتداول قدوم حافلات النقل الجامعي بشكل دوري وخلال فترة زمنية قصيرة
4	1,21377	2,8591	حافلات النقل الجامعي تلبى متطلباتك وتحقق رضا الطلبة
1	1,24316	3,3533	تؤمن حافلات النقل الجامعي سرعة وصولك إلى المكان المقصود

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية أفراد عينة الدراسة محايدين على الإجابة على فقرات المحور الثالث، حيث تراوحت قيم المتوسطات الحسابية لإجاباتهم بين (2.73 و 3.35) وهي قيم متوسطة ضمن مجال سلم ليكرت.

احتلت العبارة (17) " تؤمن حافلات النقل الجامعي سرعة وصولك إلى المكان المقصود " المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.35) وانحراف معياري بلغ (1.24) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (14) " تشتغل حافلات النقل الجامعي لفترات طويلة دون انقطاع " المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.98) وانحراف معياري بلغ (1.26) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (12) " تغطي شبكة النقل الجامعي كافة المناطق المتعلقة بالجامعة " المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.86) وانحراف معياري بلغ (1.19) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد. كما احتلت العبارة (13) " حافلات النقل الجامعي تلبى متطلباتك

وتحقق رضا الطلبة " المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2.73) وانحراف معياري بلغ (1.23) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (15) يتداول قدام حافلات النقل الجامعي بشكل دوري وخلال فترة زمنية قصيرة " المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (2.73) وانحراف معياري بلغ (1.16) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد.

الجدول رقم (3-15) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الرابع (التعاطف)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
3	1,19730	3,0261	يتميز سائقو الحافلات بالأدب والخلق الحسن عند التعامل مع الطلبة
2	1,23104	3,0329	تعتبر أوقات حافلات النقل الجامعي ملائمة الطلبة
1	1,18939	3,0728	يقوم السائقون بطمأنة الطلبة عند التعرض لمشكلة ما في حافلات النقل الجامعي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية أفراد عينة الدراسة محايدين على الإجابة على فقرات المحور الرابع، حيث تراوحت قيم المتوسطات الحسابية لإجاباتهم بين (3.02 و 3.07) وهي قيم متوسطة ضمن مجال سلم ليكرت.

احتلت العبارة (20) " يقوم السائقون بطمأنة الطلبة عند التعرض لمشكلة ما في حافلات النقل الجامعي " المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.07) وانحراف معياري بلغ (1.18) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (19) " تعتبر أوقات حافلات النقل الجامعي ملائمة الطلبة " المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.03) وانحراف معياري بلغ (1.23) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (18) " يتميز سائقو الحافلات بالأدب والخلق الحسن عند التعامل مع الطلبة " المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.02) وانحراف معياري بلغ (1.19) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد.

الجدول رقم (3-16) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الخامس (الامان)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
1	1,20973	3,2222	اشعر بالأمان والراحة عند استعمال حافلات النقل الجامعي
2	1,24235	3,0133	كثيرا ما أقول أشياء ايجابية عن النقل الجامعي لأشخاص آخرين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية أفراد عينة الدراسة محايدين على الإجابة على فقرات المحور الخامس، حيث تراوحت قيم المتوسطات الحسابية لإجاباتهم بين (3.01 3.22) وهي قيم متوسطة ضمن مجال سلم ليكرت.

احتلت العبرة (21) " اشعر بالأمان والراحة عند استعمال حافلات النقل الجامعي " المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.22) وانحراف معياري بلغ (1.20) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبرة (22) " كثيرا ما أقول أشياء ايجابية عن النقل الجامعي لأشخاص آخرين " المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.01) وانحراف معياري بلغ (1.24) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد.

المحور الثالث: رضا الطلبة.

الجدول رقم (3-17) لمتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد السادس (رضا الطلبة).

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
1	1,10297	3,1634	أنا راضي عموما عما تقدمه خدمات النقل الجامعي
2	1,18482	3,0132	الخدمات القديمة أفضل من توقعاتي
4	1,15782	2,7800	تلتزم إدارة النقل الجامعي بكافة وعودها لتحسين الخدمة تلبية لرغبات الطلبة
3	1,16380	2,9396	تقدم إدارة النقل الجامعي خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز
5	1,23071	2,5921	يتم التعرف على رضا الطالب عن خدمات النقل بشكل دوري ومستمر
6	1,19114	2,4379	يتم التعرف على احتياجات الطالب عن خدمات النقل بشكل دوري ومستمر (من طرف إدارة النقل الجامعي)

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية أفراد عينة الدراسة محايدين على الإجابة على فقرات المحور الثاني، حيث تراوحت قيم المتوسطات الحسابية لإجاباتهم بين (2.43 و 3.16) وهي قيم متوسطة إلى جيدة جدا ضمن مجال سلم ليكرت.

احتلت العبارة (23) "أنا راضي عموما عما تقدمه خدمات النقل الجامعي" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.16) وانحراف معياري بلغ (1.10) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (24) "الخدمات القديمة أفضل من توقعاتي" المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.01) وانحراف معياري بلغ (1.18) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (26) "تقدم إدارة النقل الجامعي خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز" المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.93) وانحراف معياري بلغ (1.16) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد.

احتلت العبارة (25) "تلتزم إدارة النقل الجامعي بكافة وعودها لتحسين الخدمة تلبية لرغبات الطلبة" المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2.78) وانحراف معياري بلغ (1.15) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى محايد، كما احتلت العبارة (27) "يتم التعرف على رضا الطالب عن خدمات النقل بشكل دوري ومستمر" المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (2.59) وانحراف معياري بلغ (1.23) وهو

ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى غير موافق، كما احتلت العبارة (28) " يتم التعرف على احتياجات الطالب عن خدمات النقل بشكل دوري و مستمر (من طرف إدارة النقل الجامعي)" المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (2.43) وانحراف معياري بلغ (1.19) وهو ما يشير إلى اتجاه رأي المبحوثين إلى غير موافق بشدة.

المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة الميدانية.

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية.

الجدول رقم (3-18) يبين اختبار الانحدار البسيط لتأثير جودة النقل الجامعي على رضا طلبة جامعة محمد البشير الإبراهيمي.

المتغير	معامل الثابت	معامل الانحدار	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
جودة النقل الجامعي	1.046	0.593	0.485	0.236	0.00
رضا الطلبة					0.00

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك علاقة ايجابية ودالة احصائيا بين جودة النقل الجامعي ورضا الطلبة، نلاحظ أن معامل التحديد ضعيفة (10%)، أما معامل الارتباط ضعيف إلى متوسط (0.485) يؤكد ذلك أن العلاقة الخطية بين المتغيرين ليست قوية. فمعامل الانحدار يمثل مقدار التغير في المتغير التابع (رضا الطلبة) لكل وحدة زيادة في المتغير المستقل (جودة النقل الجامعي)، وقيمه هي 0.593

ما يعني أنه كلما زادت جودة النقل الجامعي بوحدة واحدة يزيد رضا الطلبة بمقدار 0.593، نستنتج إذن أن هناك علاقة ايجابية قوية بين جودة النقل الجامعي ورضا الطلبة.

ثانياً: اختبار الفرضيات الفرعية

يوجد تأثير الملموسية على رضا طلبة جامعة محمد البشير الإبراهيمي.

جدول رقم (3-19) يبين اختبار الانحدار البسيط لتأثير الملموسية على رضا طلبة جامعة محمد البشير الإبراهيمي.

المتغير	معامل الثابت	معامل الانحدار	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
الملموسية	1.614	11.202	0.362	0.131	0.00
رضا الطلبة					0.00

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك علاقة ايجابية ودالة احصائيا بين الملموسية ورضا الطلبة، نلاحظ أن معامل التحديد متوسطة (16%)، أما معامل الارتباط ضعيف إلى متوسط (0.362) يؤكد ذلك أن العلاقة الخطية بين المتغيرين ليست قوية. فمعامل الانحدار يمثل مقدار التغير في المتغير التابع (رضا الطلبة) لكل وحدة زيادة في المتغير المستقل (الملموسية)، وقيمتها هي 11.202 ما يعني أنه كلما زادت الملموسية بوحدة واحدة يزيد رضا الطلبة بمقدار 11.202، نستنتج إذن أن هناك علاقة ايجابية قوية بين الملموسية ورضا الطلبة.

تأثير الاعتمادية على رضا طلبة جامعة محمد البشير الإبراهيمي.

جدول الجدول رقم (3-20) يبين اختبار الانحدار البسيط تأثير الاعتمادية على رضا طلبة جامعة محمد البشير الإبراهيمي.

المتغير	معامل الثابت	معامل الانحدار	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
الاعتمادية	2.165	5.934	0.263	0.069	0.01
رضا الطلبة					0.01

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك علاقة ايجابية ودالة احصائيا بين الاعتمادية ورضا الطلبة، نلاحظ أن معامل التحديد منخفض جدا (6.9%)، أما معامل الارتباط ضعيف (0.263) يؤكد ذلك أن العلاقة الخطية بين المتغيرين ليست قوية. فمعامل الانحدار يمثل مقدار التغير في المتغير التابع (رضا الطلبة) لكل وحدة زيادة في المتغير المستقل (الاعتمادية)، وقيمتها هي 5.934 ما يعني أنه كلما زادت الاعتمادية بوحدة واحدة يزيد رضا الطلبة بمقدار 5.934. نستنتج إذن أن هناك علاقة ايجابية قوية بين الاعتمادية ورضا الطلبة.

تأثير الاستجابة على رضا طلبة جامعة محمد البشير الإبراهيمي.

جدول رقم (3-21) يبين اختبار الانحدار البسيط تأثير الاستجابة على رضا طلبة جامعة محمد البشير الإبراهيمي.

المتغير	معامل الثابت	معامل الانحدار	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
الاستجابة	1.694	13.676	0.400	0.160	0.00
رضا الطلبة					0.00

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك علاقة ايجابية ودالة احصائيا بين الاستجابة ورضا الطلبة، نلاحظ أن معامل التحديد متوسطة (16%)، أما معامل الارتباط ضعيف إلى متوسط (0.400) يؤكد ذلك أن العلاقة الخطية بين المتغيرين ليست قوية. فمعامل الانحدار يمثل مقدار التغير في المتغير التابع

(رضا الطلبة) لكل وحدة زيادة في المتغير المستقل (الاستجابة)، وقيمتها هي 13.676 ما يعني أنه كلما زادت الاعتمادية بوحدة واحدة يزيد رضا الطلبة بمقدار 13.676، نستنتج إذن أن هناك علاقة ايجابية قوية بين الاستجابة ورضا الطلبة.

تأثير التعاطف على رضا طلبة جامعة محمد البشير الإبراهيمي.

جدول رقم (3-22) يبين اختبار الانحدار البسيط تأثير التعاطف على رضا طلبة جامعة محمد البشير الإبراهيمي.

المتغير	معامل الثابت	معامل الانحدار	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
التعاطف	1.772	13.997	0.405	0.164	0.00
رضا الطلبة					0.00

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك علاقة ايجابية ودالة احصائيا بين التعاطف ورضا الطلبة، نلاحظ أن معامل التحديد متوسطة (17%)، أما معامل الارتباط ضعيف إلى متوسط (0.405) يؤكد ذلك أن العلاقة الخطية بين المتغيرين ليست قوية. فمعامل الانحدار يمثل مقدار التغير في المتغير التابع (رضا الطلبة) لكل وحدة زيادة في المتغير المستقل (التعاطف)، وقيمتها هي 13.997 ما يعني أنه كلما زادت التعاطف بوحدة واحدة يزيد رضا الطلبة بمقدار 13.997، نستنتج إذن أن هناك علاقة ايجابية قوية بين التعاطف ورضا الطلبة.

تأثير الأمان على رضا طلبة جامعة محمد البشير الإبراهيمي.

جدول رقم (3-23) يبين اختبار الانحدار البسيط تأثير الأمان على رضا طلبة جامعة محمد البشير الإبراهيمي.

المتغير	معامل الثابت	معامل الانحدار	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
الأمان	1.877	16.503	0.439	0.193	0.00
رضا الطلبة					0.00

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك علاقة ايجابية ودالة احصائيا بين ورضا الطلبة، نلاحظ أن معامل التحديد متوسطة (18%)، أما معامل الارتباط ضعيف إلى متوسط (0.439) يؤكد ذلك أن العلاقة الخطية بين المتغيرين ليست قوية. فمعامل الانحدار يمثل مقدار التغير في المتغير التابع (رضا الطلبة) لكل وحدة زيادة في المتغير المستقل (الأمان)، وقيمتها هي 16.503 ما يعني أنه كلما زاد الأمان بوحدة واحدة يزيد رضا الطلبة بمقدار 16.503، نستنتج إذن أن هناك علاقة ايجابية قوية بين الأمان ورضا الطلبة.

خلاصة الفصل:

لقد تم التطرق في هذا الفصل الى الدراسة الميدانية و حاولنا خلال هذا الفصل ان نسقط جانبا من الجزء النظري على الدراسة الميدانية مستعينين بذلك على ما تحصلنا عليه من معلومات من خلال تحليل و مناقشة الاستبيان الموجه لطلبة جامعة محمد البشير الابراهيمى - برج بوعريريج -حيث اتضح وجود علاقة قوية بين جودة خدمة النقل الجامعي و رضا الطلبة حيث احتوى هذا الفصل على دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمى مكونة من 153 طالب و طالبة و قد جاءت بهدف الوصول الى النتائج التي يمكن من خلالها اعطاء بعض الاقتراحات و التوصيات التي من شأنها ان تساهم في جودة خدمة النقل الجامعي و التي من بينها توفير حافلات مريحة و كذلك تنظيم الوقت و احترامه و غيرها و قد توصلت نتائج الدراسة تؤكد على ان تقييم الطلبة لخدمات النقل الجامعي جاء بدرجة عالية من حيث مساهمته في تحسين خدماته إلى جانب انه يساهم في رفع من درجة الرضا لدى الطلبة.

خاتمة

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف العديد من الجوانب المتعلقة بتقديم الخدمات عالية الجودة، من منطلق قدرة هذه الجودة على تحقيق رضا العملاء. يتجلى ذلك في تقديم خدمات تلبية التوقعات أو تفوقها تحديداً، ركزت الدراسة على تحليل جودة خدمات النقل الجامعي وأثرها على رضا طلبة جامعة برج بوعريريج. وقد تناول الجزء التطبيقي من الدراسة الأبعاد الخمسة المعتمدة لجودة خدمات النقل الجامعي، والتي تم تحديدها بناءً على آراء المبحوثين المتمثلة في (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان). كما كان الهدف الأساسي من ذلك هو ربط الجانب المفاهيمي للدراسة بالجزء التطبيقي بهدف تقييم مستوى رضا الطلبة عن جودة خدمات النقل الجامعي المقدمة.

وكانت النتائج والتوصيات على النحو الآتي:

أولاً: نتائج الدراسة.

لقد تم التوصل في هذا البحث الى النتائج التالية:

- هناك علاقة ايجابية دالة بين جودة خدمات النقل الجامعي و رضا طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج.
- هناك علاقة ايجابية دالة بين بعد الملموسية و رضا طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج.
- هناك علاقة ايجابية دالة بين بعد الاعتمادية و رضا طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج.
- هناك علاقة ايجابية دالة بين بعد الاستجابة و رضا طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج.
- هناك علاقة ايجابية دالة بين بعد التعاطف ورضا طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج.
- هناك علاقة ايجابية دالة بين بعد الأمان ورضا طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعريريج.

ثانياً: توصيات الدراسة.

خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات يمكن العمل بها من اجل الارتقاء بجودة خدمة النقل الجامعي والرفع من مستوى رضا طلبة جامعة محمد البشير الابراهيمي وفي ضل النتائج التي تم التوصل اليها بخصوص هذا الموضوع يمكن تقسيم هذه التوصيات حسب ما يلي:

- العمل على رفع من مستوى خدمات النقل الجامعي وذلك من خلال العمل على تقليص مدة انتظار الحافلات بمحطات توقفها، تكييف برنامج سير الحافلات حسب البرنامج الدراسي للطلبة، احترام أوقات الانطلاق والوصول.
- العمل على توسيع التغطية الجغرافية بحيث يكون عدد الحافلات متناسب مع عدد الطلبة.
- توعية الطلبة على استعمال النقل الجامعي لما له من مزايا على البيئة وأيضاً تقليل الازدحام.
- جعل للسائقين دورات تدريبية تضم برامج التوعية والإرشاد وكيفية التعامل مع الطلبة من اجل تحقيق رضاهم ونجاح خدمة النقل الجامعي.
- حفاظ السائقين على رزنامة العمل واحترام الوقت مع تخفيضه وهذا لطول الانتظار في موقف الحافلات.
- الزيادة في عدد الحافلات لبعض الخطوط خاصة المناطق البعيدة.
- الحرص على الاهتمام بالطلبة وحسن معاملتهم والاستماع لشكاويهم والرد على استفساراتهم.
- العمل على حل مشاكلهم التي يتلقونها اثناء استفادتهم من خدمة النقل الجامعي.
- توفير المعايير الكيفية مثل (الأمان، الراحة، الانتظام، ودقة المواعيد، وسهولة الوصول)، وذلك من اجل جعل خدمة النقل الجامعي ذات جودة وجذابة.
- التكامل فيما بين النقل الجامعي والخدمات الجامعية.



قائمة المراجع

- قائمة المراجع:

أولاً- المراجع باللغة العربية

أ/ الكتب

- 1- محمود جاسم الميدعين، ردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.
- 2- ريتشاردل ويليامز، اساسيات إدارة الجودة الشاملة، ترجمة عبد الكريم عقيل، الطبعة الأولى، مكتب حرير للنشر، 1999.
- 3- خضير كاظم حمود، إدارة جودة وخدمة العملاء، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 4- سعد محمود المصري، الخدمة إدارة تسويق الأنشطة المفاهيم واستراتيجيات، دار الجامعة الاسكندرية، 2002.
- 5- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الثانية، عمان، 2005.
- 6- ربحي مصطفى عليان، أسس التسويق المعاصر، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 7- مامون الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
- 8- توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة والقياس المقارن الأساليب الحديثة في المعايير والمقاييس، دار الفكر العربي، 2005-2006.
- 9- قاسم نايف علوان المحيوي، إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم وعمليات وتطبيقات، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان، 2006.
- 10- محمد فريد الصحن، قراءات في الإدارة والتسويق، دار الجامعة، مصر، 2002.
- 11- عائشة مصطفى المنياوي، سلوك المستهلك (المفاهيم والاستراتيجيات)، الطبعة الأولى، مكتبة عين شمس، القاهرة، مصر، 1998.
- 12- محمد على بركات، رضا العملاء عن جودة الخدمة، جامعة عين شمس، مصر، 2001.

ب/ الرسائل والاطروحات الجامعية:

- 13- بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا رسالة مقدمة العملاء، رسالة ماجستير (غير منشورة)، علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007.
- 14- فليسي ليندة، واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز، مذكرة ماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة امحمد بوقرة، بومرداس، 2011-2012.
- 15- صليحة رقاد، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، العلوم التجارية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008.
- 16- لرقط على، إمكانية تطبيق الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، الإدارة والتسيير التربوي، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2009.
- 17- اوسليمان سمية، استراتيجية جودة الخدمات وأثرها على تحقيق وتنمية الميزة التنافسية لشركات التأمين في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، إدارة الموارد البشرية، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2021-2022.
- 18- كشيدة حبيبة، استراتيجيات رضا العميل، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، جامعة البليدة، 2005.
- 19- معمر جهيدة، النقل الجامعي، اقتصاد النقل والامداد، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2012.
- 20- خالد سهلي، دراسة عوامل رضا الطلبة المقيمين على جودة الخدمات الجامعية المقدمة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، العلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016-2017.
- 21- سكمال ريمة، السلطة التنظيمية للنقل الحضري ودورها في تحسين نظام النقل الحضري في الجزائر، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010-2011.
- 22- سميحة بلحسن، تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، العلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2011-2012.
- 23- كاملة صدادقي، دور جودة النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، العلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012-2013.

24- شنيني يوسف، دور جودة خدمات النقل الجامعي في تحقيق رضا الطلبة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر، العلوم التجارية، جامعة غرداية، 2015-2016.

ج/ المؤتمرات والمجلات

25- خالد محمد طلال بني حمدان، جودة الخدمة التعليمية وأثرها على رضا الطلبة، المؤتمر العربي الدولي الثاني لضمان جودة التعليم العالي، الجامعة الخليجية، مملكة البحرين، 04-05 افريل 2012.

26- إبراهيم بظاظو، احمد العمائرة، تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 45، 2010.

27- ناجي معلا، قياس جودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم الإدارية، المجلد 25 عدد 2، جوان 1998.

28- شريف احمد شريف، محددات رضا العميل، مجلة البحوث التجارية، العدد الثاني، جامعة الزقازيق، مصر، 1998.

29- سليم إبراهيم الحسنية، مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (25) العدد 2، 2009.

30- يسرى محمد حسين، علاقة الابداع التقني برضا الزبون، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد 81، 2010.

31- زياد بركات، الفجوة بين الادراكات والتوقعات لقياس جودة الخدمات التي تقدمها جامعة القدس المفتوحة من وجهة نظر الدارسين فيها، المجلة الفلسطينية، 2010.

ثانيا/ المراجع باللغة الاجنبية

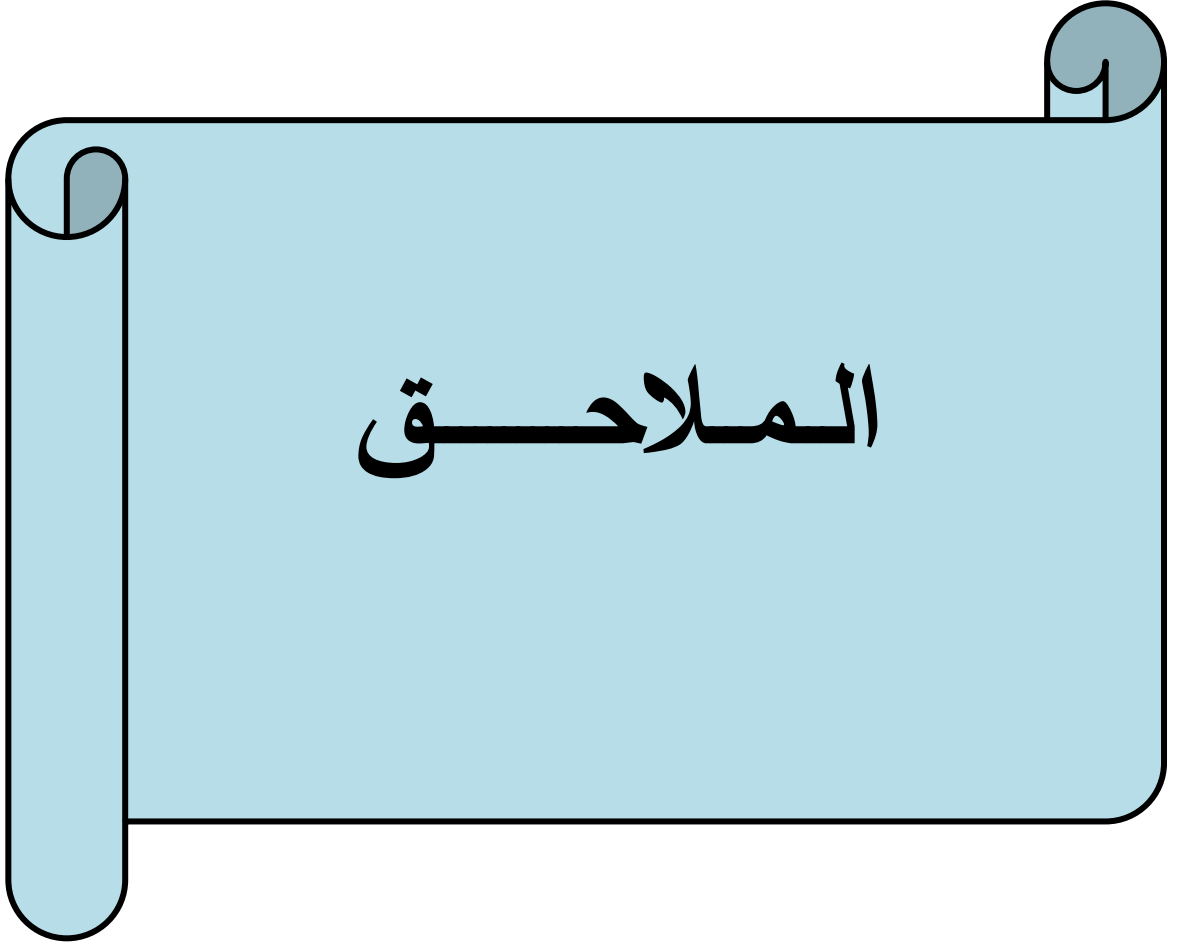
32- kotler. p.marketing mangement 11 the edition prentiohell 2000 new-jersu, Usa.

33- gerard tanker, michel lingbais, Marketing des services, edition demond, 1992.

34- France qualite public, la satisfaction de usagers/ clients/citogens de service public, La documentation francais, Paris,2004.

35- monique zollinger et eric lamarque, Marketing et strategie de la banque, 3 edition. Dunod, Paris, 1999.

36- daniel ray mesurer et developper la satisfaction des clients 2eme tirage edition dunod paris, 1999.



الملاحق



جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



- قسم علوم التسيير -

استبيان

أخي الطالب | أختي الطالبة السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير تخصص تسيير عمومي تحت عنوان "دور جودة خدمات النقل الجامعي على رضا الطلبة " نقوم بوضع هذا الاستبيان بين أيديكم ونطلب منكم قراءة العبارات بدقة ثم التعبير عن رأيك فيها بوضع عبارة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيك كما نؤكد أن المعلومات ستكون وفق سرية تامة ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي ولك منا أسمى عبارات الشكر والاحترام.

المحور الأول:

البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- مستوى التدرج: ليسانس ماستر دكتوراه
- 3- العمر: من 18 إلى 20 من 21 إلى 25 من 26 إلى 30 أكثر من 30
- 4- الكلية:

- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
- كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
- كلية العلوم والتكنولوجيا
- كلية الآداب واللغات
- كلية الحقوق والعلوم السياسية
- كلية الرياضيات والإعلام الآلي
- كلية علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض والكون

المحور الثاني: جودة خدمات النقل الجامعي

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
	العناصر الملموسة: المظهر العام لوسائل النقل					
1	أرى أن هناك توفر لوسائل نقل الطلبة على مستوى الحرم الجامعي					
2	يبدو لي المظهر العام للحافلات جذاب ومريح					
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 يتوافق مع الرأي العام					
7	يتميز سائقو الحافلات بمظهر أنيق ولباس موحد					
8	نوعية حافلات النقل الجامعي مناسبة (مرضية)					
	الاعتمادية: القدرة على أداء الخدمة بالشكل المطلوب					
9	يحرص سائقو الحافلات عند تقديم خدمة النقل الجامعي على احترام التوقيت					
10	يحرص سائقو الحافلات عند تقديم خدمة النقل الجامعي على عدم الإفراط في السرعة					
11	يتمتع السائقون بالخبرات اللازمة لتقديم خدمة النقل الجامعي					
	الاستجابة: الرغبة في المساعدة وتقديم الخدمة بعناية واهتمام					
12	تغطي شبكة النقل الجامعي كافة المناطق المتعلقة بالجامعة					
13	تكون مدة زمن انتظارك على الوقت قليلة نسبياً					
14	تشتغل حافلات النقل الجامعي لفترات طويلة دون انقطاع					
15	يتداول قدوم حافلات النقل الجامعي بشكل دوري وخلال فترة زمنية قصيرة					

					حافلات النقل الجامعي تلبى متطلباتك وتحقق رضا الطلبة	16
					تؤمن حافلات النقل الجامعي سرعة وصولك إلى المكان المقصود	17
					التعاطف: درجة العناية والاهتمام في حل المشاكل	البعد
					يتميز سائقو الحافلات بالأدب والخلق الحسن عند التعامل مع الطلبة	18
					تعتبر أوقات حافلات النقل الجامعي ملائمة الطلبة	19
					يقوم السائقون بطمأنة الطلبة عند التعرض لمشكلة ما في حافلات النقل الجامعي	20
					الأمان: الشعور بالأمان والثقة في مقدم الخدمة (السائق)	البعد
					اشعر بالأمان والراحة عند استعمال حافلات النقل الجامعي	21
					كثيرا ما أقول أشياء ايجابية عن النقل الجامعي لأشخاص آخرين	22

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	أنا راضي عموما عما تقدمه خدمات النقل الجامعي					
2	الخدمات القديمة أفضل من توقعاتي					
3	تلتزم إدارة النقل الجامعي بكافة وعودها لتحسين الخدمة تلبية لرغبات الطلبة					
4	تقدم إدارة النقل الجامعي خدماتها للجميع بعدالة ودون تمييز					
5	يتم التعرف على رضا الطالب عن خدمات النقل بشكل دوري ومستمر (من طرف إدارة النقل الجامعي)					
6	يتم التعرف على احتياجات الطالب عن خدمات النقل بشكل دوري ومستمر (من طرف إدارة النقل الجامعي)					

سؤال: ما هي اقتراحاتك وملاحظاتك لتحسين جودة النقل الجامعي:

.....

.....

.....

- مخرجات برنامج الاحصائي SPSS

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Male	50	32,7	32,7	32,7
	Female	103	67,3	67,3	100,0
	Total	153	100,0	100,0	

المستوى العلمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Licence	128	83,7	83,7	83,7
	Master	25	16,3	16,3	100,0
	Total	153	100,0	100,0	

العمر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	18-20 years	59	38,6	38,6	38,6
	21-25 years	80	52,3	52,3	90,8
	26-30 years	2	1,3	1,3	92,2
	More than 30 years	12	7,8	7,8	100,0
	Total	153	100,0	100,0	

الكلية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Econo	30	19,6	19,6	19,6
	Social	38	24,8	24,8	44,4
	ST	19	12,4	12,4	56,9
	Languages	18	11,8	11,8	68,6
	Law and Politics	17	11,1	11,1	79,7
	MI	15	9,8	9,8	89,5
	SNV	16	10,5	10,5	100,0
	Total	153	100,0	100,0	

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,883	28

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,868	22

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,717	6

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
V1	150	3,4800	1,14529
V2	153	2,8889	1,22773
V3	152	3,0000	1,23417
V4	150	3,2667	1,20773
V5	149	2,6040	1,24020
V6	153	3,4967	1,10098
V7	152	2,2237	1,08082
V8	152	3,1382	1,17957
V9	153	2,9477	1,25547
V10	153	2,8170	1,18343
V11	149	3,1611	1,21403
V12	153	2,8693	1,19590
V13	149	2,7383	1,23242
V14	152	2,9803	1,26842
V15	149	2,7315	1,16033
V16	149	2,8591	1,21377
V17	150	3,3533	1,24316
V18	153	3,0261	1,19730
V19	152	3,0329	1,23104
V20	151	3,0728	1,18939
V21	153	3,2222	1,20973
V22	150	3,0133	1,24235
N valide (liste)	118		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
V23	153	3,1634	1,10297
V24	152	3,0132	1,18482
V25	150	2,7800	1,15782
V26	149	2,9396	1,16380
V27	152	2,5921	1,23071
V28	153	2,4379	1,19114
N valide (liste)	145		

معامل الارتباط

		A	B
A	Corrélation de Pearson	1	,485**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	153	153
B	Corrélation de Pearson	,485**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	153	153

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
V1	150	3,4800	1,14529
V2	153	2,8889	1,22773
V3	152	3,0000	1,23417
V4	150	3,2667	1,20773
V5	149	2,6040	1,24020
V6	153	3,4967	1,10098
V7	152	2,2237	1,08082
V8	152	3,1382	1,17957
N valide (liste)	140		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
V9	153	2,9477	1,25547
V10	153	2,8170	1,18343
V11	149	3,1611	1,21403
N valide (liste)	149		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
V12	153	2,8693	1,19590
V13	149	2,7383	1,23242
V14	152	2,9803	1,26842
V15	149	2,7315	1,16033
V16	149	2,8591	1,21377
V17	150	3,3533	1,24316
N valide (liste)	137		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
V18	153	3,0261	1,19730
V19	152	3,0329	1,23104
V20	151	3,0728	1,18939
N valide (liste)	150		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
V21	153	3,2222	1,20973
V22	150	3,0133	1,24235
N valide (liste)	150		

Corrélations

		V23	V24	V25	V26	V27	V28
V23	Corrélation de Pearson	1	,019	,491**	,440**	,238**	,341**
	Sig. (bilatérale)		,820	,000	,000	,003	,000
	N	153	152	150	149	152	153
V24	Corrélation de Pearson	,019	1	-,078	,120	,049	,001
	Sig. (bilatérale)	,820		,346	,147	,547	,993
	N	152	152	149	148	151	152
V25	Corrélation de Pearson	,491**	-,078	1	,396**	,328**	,372**
	Sig. (bilatérale)	,000	,346		,000	,000	,000
	N	150	149	150	147	149	150
V26	Corrélation de Pearson	,440**	,120	,396**	1	,474**	,489**
	Sig. (bilatérale)	,000	,147	,000		,000	,000
	N	149	148	147	149	148	149
V27	Corrélation de Pearson	,238**	,049	,328**	,474**	1	,700**
	Sig. (bilatérale)	,003	,547	,000	,000		,000
	N	152	151	149	148	152	152
V28	Corrélation de Pearson	,341**	,001	,372**	,489**	,700**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,993	,000	,000	,000	
	N	153	152	150	149	152	153

** La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

	f1total1	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	
f1total1	Corrélacion de Pearson	1	,459**	,687**	,480**	,586**	,611**	,575**	,461**	,689**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
V1	Corrélacion de Pearson	,459**	1	,323**	,073	,153	,264**	,057	,018	,221**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,372	,061	,001	,491	,830	,007
	N	149	151	151	151	150	151	151	151	150
V2	Corrélacion de Pearson	,687**	,323**	1	,196*	,287**	,373**	,294**	,267**	,421**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,015	,000	,000	,000	,001	,000
	N	149	151	153	153	152	153	153	153	152
V3	Corrélacion de Pearson	,480**	,073	,196*	1	,155	,197*	,201*	,073	,232**
	Sig. (bilatérale)	,000	,372	,015		,057	,015	,013	,369	,004
	N	149	151	153	153	152	153	153	153	152
V4	Corrélacion de Pearson	,586**	,153	,287**	,155	1	,237**	,368**	,241**	,270**
	Sig. (bilatérale)	,000	,061	,000	,057		,003	,000	,003	,001
	N	149	150	152	152	152	152	152	152	151
V5	Corrélacion de Pearson	,611**	,264**	,373**	,197*	,237**	1	,189*	,183*	,388**
	Sig. (bilatérale)	,000	,001	,000	,015	,003		,020	,023	,000
	N	149	151	153	153	152	153	153	153	152
V6	Corrélacion de Pearson	,575**	,057	,294**	,201*	,368**	,189*	1	,195*	,420**
	Sig. (bilatérale)	,000	,491	,000	,013	,000	,020		,016	,000
	N	149	151	153	153	152	153	153	153	152
V7	Corrélacion de Pearson	,461**	,018	,267**	,073	,241**	,183*	,195*	1	,241**
	Sig. (bilatérale)	,000	,830	,001	,369	,003	,023	,016		,003

	N	149	151	153	153	152	153	153	153	152
V8	Corrélation de Pearson	,689**	,221**	,421**	,232**	,270**	,388**	,420**	,241**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,007	,000	,004	,001	,000	,000	,003	
	N	149	150	152	152	151	152	152	152	152

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

		f1total3	V12	V13	V14	V15	V16	V17
f1total3	Corrélation de Pearson	1	,511**	,604**	,758**	,702**	,669**	,572**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	149	149	149	149	148	149	149
V12	Corrélation de Pearson	,511**	1	,212**	,198*	,200*	,175*	,219**
	Sig. (bilatérale)	,000		,009	,014	,014	,031	,007
	N	149	153	153	153	151	152	151
V13	Corrélation de Pearson	,604**	,212**	1	,412**	,388**	,228**	,106
	Sig. (bilatérale)	,000	,009		,000	,000	,005	,195
	N	149	153	153	153	151	152	151
V14	Corrélation de Pearson	,758**	,198*	,412**	1	,523**	,438**	,305**
	Sig. (bilatérale)	,000	,014	,000		,000	,000	,000
	N	149	153	153	153	151	152	151
V15	Corrélation de Pearson	,702**	,200*	,388**	,523**	1	,411**	,192*
	Sig. (bilatérale)	,000	,014	,000	,000		,000	,019
	N	148	151	151	151	151	150	149
V16	Corrélation de Pearson	,669**	,175*	,228**	,438**	,411**	1	,288**
	Sig. (bilatérale)	,000	,031	,005	,000	,000		,000
	N	149	152	152	152	150	152	150
V17	Corrélation de Pearson	,572**	,219**	,106	,305**	,192*	,288**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,007	,195	,000	,019	,000	
	N	149	151	151	151	149	150	151

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

		f1total5	V21	V22
f1total5	Corrélation de Pearson	1	,868**	,879**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000
	N	150	150	150
V21	Corrélation de Pearson	,868**	1	,528**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000
	N	150	153	150
V22	Corrélation de Pearson	,879**	,528**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	
	N	150	150	150

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		totaleclal2	V23	V24	V25	V26	V27	V28
totaleclal2	Corrélation de Pearson	1	,645**	,294**	,641**	,753**	,744**	,767**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	148	148	148	148	148	148	148
V23	Corrélation de Pearson	,645**	1	,019	,491**	,438**	,238**	,341**
	Sig. (bilatérale)	,000		,820	,000	,000	,003	,000
	N	148	153	152	152	150	152	153
V24	Corrélation de Pearson	,294**	,019	1	-,081	,120	,049	,001
	Sig. (bilatérale)	,000	,820		,325	,145	,547	,993
	N	148	152	152	151	149	151	152
V25	Corrélation de Pearson	,641**	,491**	-,081	1	,390**	,324**	,368**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,325		,000	,000	,000
	N	148	152	151	152	150	151	152
V26	Corrélation de Pearson	,753**	,438**	,120	,390**	1	,472**	,488**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,145	,000		,000	,000
	N	148	150	149	150	150	149	150
V27	Corrélation de Pearson	,744**	,238**	,049	,324**	,472**	1	,700**
	Sig. (bilatérale)	,000	,003	,547	,000	,000		,000
	N	148	152	151	151	149	152	152
V28	Corrélation de Pearson	,767**	,341**	,001	,368**	,488**	,700**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,993	,000	,000	,000	
	N	148	153	152	152	150	152	153

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,362 ^a	,131	,125	,70141

a. Prédicteurs : (Constante), c

b. Variable dépendante : B

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	11,202	1	11,202	22,769	,000 ^b
	Résidus	74,288	151	,492		
	Total	85,489	152			

a. Variable dépendante : B

b. Prédicteurs : (Constante), c

Coefficients^a

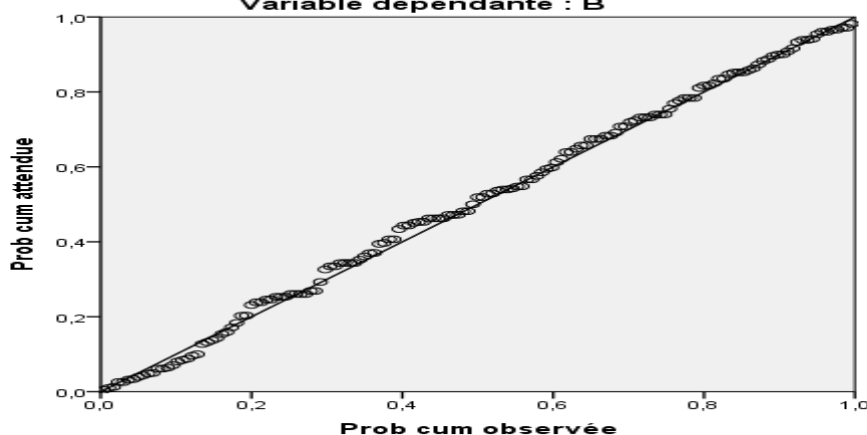
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	1,614	,259		6,223	,000
c	,401	,084	,362	4,772	,000

a. Variable dépendante : B

Statistiques des résidus^a

	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	N
Valeur prédite	2,1650	3,4168	2,8220	,27147	153
Résidu	-1,81593	1,46803	,00000	,69910	153
Valeur prédite standardisée	-2,420	2,191	,000	1,000	153
Prévision standardisé	-2,589	2,093	,000	,997	153

a. Variable dépendante : B

Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés
Variable dépendante : B

Statistiques descriptives

	Moyenne	Ecart type	N
B	2,8220	,74995	153
D	2,9749	,89422	153

Corrélations

		B	D
Corrélation de Pearson	B	1,000	,263
	D	,263	1,000
Sig. (unilatéral)	B	.	,000

	D	,000	.
N	B	153	153
	D	153	153

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,263 ^a	,069	,063	,72585

a. Prédicteurs : (Constante), D

b. Variable dépendante : B

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	5,934	1	5,934	11,264	,001 ^b
	Résidus	79,555	151	,527		
	Total	85,489	152			

a. Variable dépendante : B

b. Prédicteurs : (Constante), D

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Ecart standard	Bêta		
1	(Constante)	2,165	,204		10,587	,000
	D	,221	,066	,263	3,356	,001

a. Variable dépendante : B

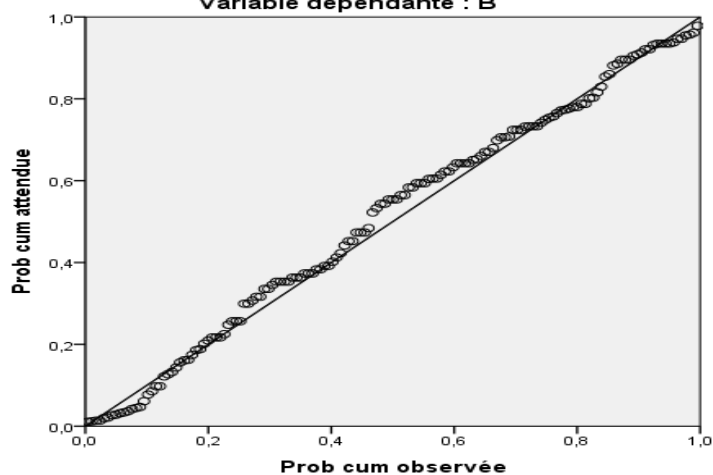
Statistiques des résidus^a

	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	N
Valeur prédite	2,3856	3,2695	2,8220	,19759	153
Résidu	-1,66087	1,46708	,00000	,72346	153
Valeur prédite standardisée	-2,209	2,265	,000	1,000	153
Prévision standardisé	-2,288	2,021	,000	,997	153

a. Variable dépendante : B

Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés

Variable dépendante : B



Statistiques descriptives

	Moyenne	Ecart type	N
B	2,8220	,74995	153
E	2,9224	,77727	153

Corrélations

		B	E
Corrélation de Pearson	B	1,000	,400
	E	,400	1,000
Sig. (unilatéral)	B	.	,000
	E	,000	.
N	B	153	153
	E	153	153

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,400 ^a	,160	,154	,68962

a. Prédicteurs : (Constante), E

b. Variable dépendante : B

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	13,676	1	13,676	28,757	,000 ^b

Résidus	71,813	151	,476		
Total	85,489	152			

a. Variable dépendante : B

b. Prédicteurs : (Constante), E

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Ecart standard	Bêta		
1	(Constante)	1,694	,218		7,787	,000
	E	,386	,072	,400	5,363	,000

a. Variable dépendante : B

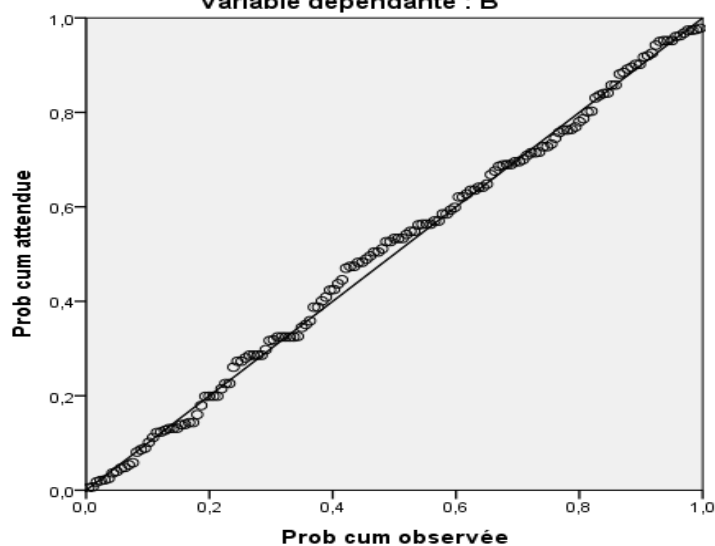
Statistiques des résidus^a

	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	N
Valeur prédite	2,0801	3,5594	2,8220	,29996	153
Résidu	-1,77588	1,39079	,00000	,68735	153
Valeur prédite standardisée	-2,473	2,458	,000	1,000	153
Prévision standardisé	-2,575	2,017	,000	,997	153

a. Variable dépendante : B

Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés

Variable dépendante : B



Statistiques descriptives

	Moyenne	Ecart type	N
B	2,8220	,74995	153
F	3,0414	,87886	153

Corrélations

		B	F
Corrélation de Pearson	B	1,000	,405
	F	,405	1,000
Sig. (unilatéral)	B	.	,000
	F	,000	.
N	B	153	153
	F	153	153

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,405 ^a	,164	,158	,68808

a. Prédicteurs : (Constante), F

b. Variable dépendante : B

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	13,997	1	13,997	29,564	,000 ^b
	Résidus	71,492	151	,473		
	Total	85,489	152			

a. Variable dépendante : B

b. Prédicteurs : (Constante), F

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Ecart standard	Bêta		
1	(Constante)	1,772	,201		8,816	,000
	F	,345	,064	,405	5,437	,000

a. Variable dépendante : B

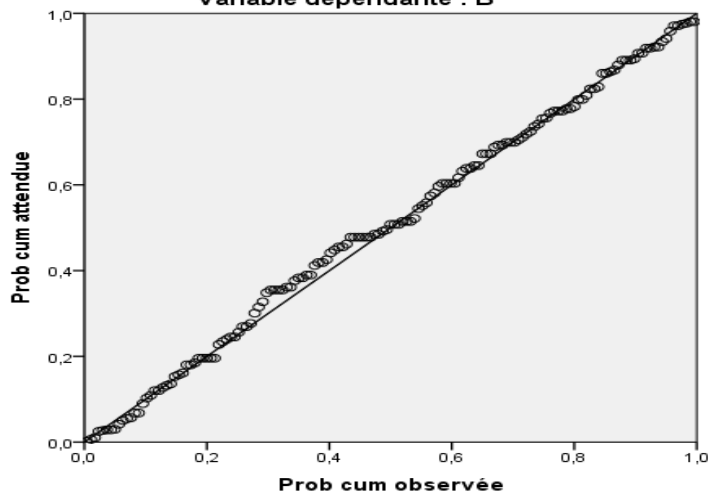
Statistiques des résidus^a

	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	N
Valeur prédite	2,1171	3,4983	2,8220	,30346	153
Résidu	-2,03790	1,42248	,00000	,68581	153
Valeur prédite standardisée	-2,323	2,229	,000	1,000	153
Prévision standardisé	-2,962	2,067	,000	,997	153

a. Variable dépendante : B

Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés

Variable dépendante : B



Statistiques descriptives

	Moyenne	Ecart type	N
B	2,8220	,74995	153
g	3,1078	1,08358	153

Corrélations

		B	g
Corrélation de Pearson	B	1,000	,439
	g	,439	1,000
Sig. (unilatéral)	B	.	,000
	g	,000	.
N	B	153	153
	g	153	153

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,439 ^a	,193	,188	,67592

a. Prédicteurs : (Constante), g

b. Variable dépendante : B

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	16,503	1	16,503	36,122	,000 ^b
	Résidus	68,986	151	,457		
	Total	85,489	152			

a. Variable dépendante : B

b. Prédicteurs : (Constante), g

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Ecart standard	Bêta		
1	(Constante)	1,877	,166		11,275	,000
	g	,304	,051	,439	6,010	,000

a. Variable dépendante : B

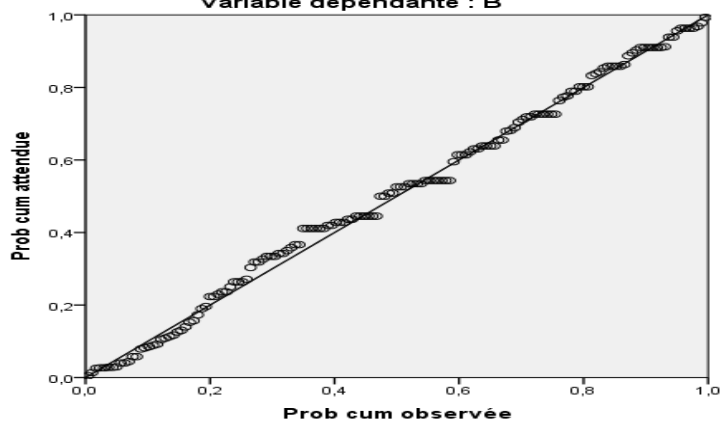
Statistiques des résidus^a

	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	N
Valeur prédite	2,1810	3,3974	2,8220	,32950	153
Résidu	-1,74534	1,66692	,00000	,67369	153
Valeur prédite standardisée	-1,945	1,746	,000	1,000	153
Prévision standardisé	-2,582	2,466	,000	,997	153

a. Variable dépendante : B

Tracé P-P normal de régression Résidus standardisés

Variable dépendante : B



الفهرس

I	شكر وتقدير
II	الإهداء
IV	فهرس المحتويات
VIII	فهرس الجداول والأشكال
IX	ملخص الدراسة
أ- د	مقدمة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمات

10	تمهيد
11	المبحث الأول: جودة الخدمات
11	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة وأهميتها
14	المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة
16	المطلب الثالث: تقييم جودة الخدمة
23	المبحث الثاني: مفاهيم حول النقل الجامعي
23	المطلب الأول: تعريف النقل الجامعي وأهميته
24	المطلب الثاني: خصائص واهداف النقل الجامعي
26	المطلب الثالث: علاقة النقل الجامعي بحياة الطالب
27	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: مفاهيم حول رضا الطلبة

31	تمهيد
32	المبحث الأول: الرضا في الخدمات
32	المطلب الأول: مفهوم الرضا
33	المطلب الثاني: أهمية وخصائص الرضا
34	المطلب الثالث: محددات الرضا
35	المبحث الثاني: ماهية رضا الطلبة
35	المطلب الأول: مفهوم رضا الطلبة
36	المطلب الثاني: أهمية رضا الطلبة
37	المطلب الثالث: الرضا لدى الطالب الجامعي من خلال محدد خدمات (النقل الجامعي)
38	خلاصة الفصل

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية - دراسة حالة جامعة محمد البشير الإبراهيمي -

40	تمهيد
40	المبحث الأول: منهجية الدراسة.....
40	المطلب الأول: التعريف بميدان الدراسة وخدمات النقل الجامعي.....
43	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.....
44	المطلب الثالث: ادوات الدراسة والاساليب الإحصائية.....
49	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة.....
49	المطلب الأول: عرض وتحليل بيانات الدراسة.....
59	المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة الميدانية.....
62	خلاصة الفصل.....
64	خاتمة.....
67	قائمة المراجع.....
71	قائمة الملاحق.....