

تأثير جودة خدمات النقل الجوي على رضا الزبون -دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية -وهران

كشكوش بومدين

استاذ محاضر - ب-

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير

جامعة أبي بكر بلقايد- تلمسان -

الهاتف 0559689949

البريد الالكتروني: boumed13t@yahoo.fr

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم إطار نظري عن النقل الجوي و جودة خدماته، و أيضا تحديد كيفية تأثيرها على رضا الزبائن. ولقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي بالإضافة إلى استخدام منهج دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية بوهران ، ايضا اعتمدنا على تصميم استمارة استبيان و تم توزيعها على عينة الدراسة بهدف جمع البيانات المتعلقة برأي العينة. و يتمثل مجتمع الدراسة في مختلف المسافرين المتعاملين مع شركة الخطوط الجوية الجزائرية و تم اختيار عينة منهم مكونة من 110 زبون قابلة للمعالجة باستخدام برنامج ال-SPSS.22-وال-STATISTICA.8. كما أظهرت نتائج الدراسة أن جودة خدمات النقل الجوي تأثير على رضا الزبون و كذلك غالبية الزبائن لديهم ثقة تجاه الشركة. الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات، النقل الجوي، رضا الزبون .

Summary :

The aim of this study is to give a theoretical presentation about air transport as aircrafts and its services. More over , it aimed at giving its effectiveness on customers satisfaction We depended on process in addition to study the working conditions and the services given by Algerian airlines ompany in Oran. To do that we decided to do a survey by distribution a questionnaire on a groupe of people to find out their opinions about the company. We have chosen one hundred and ten (110) customer. SPSS22 and Statistica8 programs

So,the survey showed that goodness in the services given have a great effect on customers satisfaction .Tohe majority of customers trust their company and prefer perfection in dealing white Algerian Airlines.**Key words** : Quality of services ,air transport,customer satisfaction

مقدمة :

إن النقل الجوي أو ما يعرف بالنقل عبر الطائرات يعتبر من أحدث وسائل النقل المهمة في نقل المسافرين احتياجتهم وأيضاً هو أكثر مرونة وتطوراً في تحقيق الاتصال بين الشعوب والبلدان. فهو يساهم بفعالية أكثر في الاطلاع على مختلف حضارات الآخرين وتبادل الثقافات ما بين الشعوب والدول. فبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية، ظهر قطاع النقل الجوي بفضل الابتكارات والتقنيات التي أنتجها التطور العلمي والتكنولوجي، ونظراً للتزايد المستمر لخدمات هذا القطاع استطاعت إدارة النقل الجوي في تحقيق هذا عن طريق التخطيط، الرقابة، والتنفيذ، حيث أن هدفها الأهم هو توسيع حصتها السوقية و زيادة عدد مبيعاتها. فشركة النقل الجوي من ضمن المؤسسات الخدمية التي تسعى إلى تحقيق هذا النجاح على المدى الطويل بتقديم خدمات مختلفة والتي تتمثل في :خدمات الإقلاع، خدمات داخل الطائرة، وخدمات ما بعد الهبوط. ومن أجل أداء هذه الخدمات على أكمل وجه وجب عليها تقديمها بجودة عالية مع معايير عالمية وعليه فان دراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبائن تعد مهمة للشركة لما لها من أثر كبير في تطوير رضا الزبائن و تحقيق أهدافها الخدمية لبلوغ أفضل النتائج المتعلقة بجودة الخدمة المقدمة.

1. الإشكالية:

ونظراً لأهمية جودة الخدمات في النقل الجوي و تأثيرها على رضا الزبائن، وفي هذا السياق تتجلى لنا معالم إشكالية البحث والتي يمكن بلورتها في التساؤل الرئيسي :

كيف تأثر جودة خدمات النقل الجوي على رضا الزبون ؟

ولقد ارتأينا إلى وضع أسئلة فرعية تكون كالتالي :ما المقصود بجودة خدمات النقل الجوي؟هل الزبون راض عن جودة خدمات النقل الجوي المقدمة له وكيف يتم

قياس رضاه؟ هل يوجد تأثير بين جودة خدمات النقل الجوي و رضا الزبون؟ هل هناك علاقة خطية طردية بين رضا الزبون و ثقته بالشركة؟
الفرضيات:

وللإجابة على إشكالية البحث وضعنا مجموعة من الفرضيات و التي نراها أساسية و تسمح لنا بفهم الموضوع أكثر دقة و أكثر تفصيلا و تتمثل الفرضيات فيما يلي:

1- تؤثر جودة الخدمات الإدارية على رضا الزبائن .2- تؤثر جودة طاقم الخطوط الجوية على رضا الزبون.

3- تؤثر جودة الخدمات أثناء الرحلة على رضا الزبون .4- تؤثر جودة الخدمات ما بعد الرحلة على رضا الزبون .5- تؤثر الثقة على رضا الزبون .

2.أهمية الدراسة: تتجلى أهمية الدراسة فيما يلي

- كان وراء اهتمامنا هو معالجة موضوع حساس هو جودة خدمات النقل الجوي
- و أثيرها على رضا الزبون مع إبراز أهميتهما.
- أصبح من الضروري إعادة النظر في أسلوب تقديم الخدمة من طرف مقدمي الخدمة مما يتماشى مع متطلبات و حاجات الزبون.
- القيمة التطبيقية و ذلك بعد التوصل للنتائج و تقديم الاقتراحات و التوصيات حول أهمية جودة خدمات النقل الجوي و تأثيرها على رضا الزبون تؤدي إلى نجاح الشركة و زيادة أرباحها في نفس الوقت.

3.أهداف الدراسة: تتجلى أهداف قيامنا بدراسة هذا الموضوع فيما يلي:

- محاولة تقديم اطار نظري عن النقل الجوي و الخدمات التي يقدمها.
- محاولة توضيح أهمية جودة الخدمات في النقل الجوي و مدى تأثيرها على رضا الزبون

للكشف عن مستوى رضا الزبون عن خدمات الخطوط الجوية الجزائرية

- لتحديد كيفية تأثير جودة خدمات النقل الجوي على رضا الزبون .

4. المنهج المستخدم: للوصول إلى الهدف و للإجابة عن التساؤلات اعتمدنا على

منهجين هما :

المنهج الوصفي: الذي تضمن الإطار المفاهيمي لمختلف المفاهيم للجانب النظري, كمفهوم خدمات النقل الجوي و جودتها , كذلك رضا الزبون, منهج دراسة الحالة: نقوم فيها بدراسة إحدى المؤسسات الجزائرية و هي شركة الخطوط الجوية الجزائرية و ذلك بغرض التعمق بشكل دقيق في الموضوع من أجل إثبات صحة أو خطأ الفرضيات التي قمنا بصياغتها ومن خلال هذا المنهج نقوم باستخلاص بعض النتائج التي من شأنها أن تساعد في تحقيق هدف البحث

● و ذلك باستخدام استقراء للمعطيات و المعلومات الموثقة من طرف الاجابات المحصل عليها من خلال الاستبيان المقدم , و لتحليل النتائج

سنستخدم برنامج 22 Spss و 8 STatistica

5. هيكل الدراسة: لمحاولة إعطاء قدر كاف لهذا الموضوع و بغرض دراسته تم تقسيمه محورين وتضمنت المقدمة مدخل شامل للموضوع ،الإشكالية، واختبار الفرضيات، و بعض الدراسات التي تطرقت لموضوع جودة الخدمة و رضا الزبون ، حيث تناولنا في المحور الأول: بعض الأدبيات النظرية في تحديد مفهوم النقل الجوي، و سنتعرف على الاطار المفاهيمي لجودة خدمات النقل الجوي و أثرها على رضا الزبون. المحور الثاني: خصصناه للجانب التطبيقي بإسقاط الدراسة على أرض الواقع من خلال دراسة حالة للخطوط الجوية الجزائرية و كذلك دراسة ميدانية على عينة من زبائن الشركة .

6. المحور الأول: الاطار المفاهيمي لجودة خدمات النقل الجوي و أثرها

على رضا الزبون

61- النقل الجوي

النقل الجوي هو أفضل وسيلة للانتقال للمسافات البعيدة و الطويلة فهو يتميز بارتفاع تكلفته ، ميزته إيصال المنقول في الفترة المحددة و له نظام يتكون من ثلاثة مكونات

رئيسية: الطائرة، المطار و الطريق فمن بين أهم المنظمات العالمية فمهمتها الرئيسية تسيير رحلات نظامية متخصصة في النقل الجوي هي منظمة الاياتا IATA.

6-2 خدمات شركة النقل

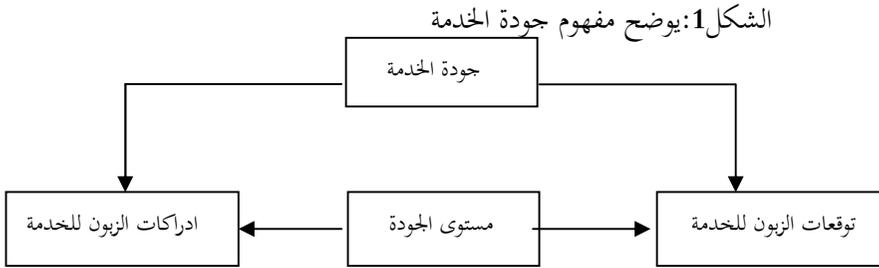
إن شركة النقل الجوي تعمل على تقديم خدمات متنوعة للمسافرين ورجال الأعمال، و تبدأ هذه الخدمات عند اللحظة التي تفكر فيها إدارة الشركة بتصميم مؤسستها، فعندها تحدد طبيعة الخدمات التي ستقدمها و من هنا يمكن تقسيم هذه الخدمات إلى ثلاث أنواع هي كالتالي: الجدول 1: يمثل تحديد طبيعة الخدمات المقدمة من طرف شركة النقل الجوي

خدمات ما قبل الإقلاع (في المكتب و المطار).	خدمات على متن الطائرة	خدمات ما بعد الهبوط
-التحديد لموقع مكاتب الشركة و إعطاء معلومات.-تحديد سعر التذكرة-قطع التذكرة و منح الخصومات.-تأكيد الحجز	-استقبال المضيفين للمسافرين- إعطاء تعليمات الطيران(كربط الأحزمة)-التواصل مع المسافرين - تقديم الرعاية و الاهتمام للمسنين والأطفال، المرضى.-تقديم خدمات الرعاية النفسية.	-تقديم تعليمات الهبوط-إرشاد المسافرين.-تهيئة و توفير وسائل النقل (سيارات الأجرة)-استلام المسافرين لحقائبهم.-الإبلاغ عن المفقودات

المصدر: ردينة عثمان يوسف، "إدارة خدمات النقل الجوي"، دار المناهج للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، جامعة الزرقاء، عمان (الأردن)، قسم التسويق، 2009، ص 242

أن جودة الخدمة تعبر عن الرأي الذي يبديه الزبون حيث اذا توافقت ادراكاته مع توقعاته فانه حتما سيكون راض جدا عن الخدمة، أما اذا تجاوزت التوقعات الادراكات فان الخدمة ستكون مميزة بالنسبة له أما اذا تحقق العكس اذا كانت الجودة الفعلية أقل من توقعات الزبون فان ادراكاته الفعلية للخدمة حتما ستكون رديئة إذن الزبون سيكون غير راض تماما عن الخدمة متوقعة

63- جودة الخدمة



المصدر: بوعمره فتيحي، "الجودة المدركة للخدمة و رضا الزبون"، مجلة الابداع 6، رقم المجلة 6، جامعة البليدة 2 الجزائر، ص 117

64- أبعاد جودة خدمات النقل الجوي

إن أبعاد جودة خدمات النقل الجوي لا تختلف عن أبعاد جودة الخدمة التي استعرضها كل من (kotler) و (zeithaml and Berry)، فاحترام هذه القيم من طرف شركة النقل الجوي يعطيها ميزة تنافسية.

الجدول 2: يبين أبعاد جودة خدمات النقل الجوي

أبعاد جودة خدمات النقل الجوي	
<p>الاتزام بالمواعيد و القيام بالأعمال التي تعلن عنها شركة النقل الجوي-الاتزام بتقديم المساعدة للمسافر عندما تواجهه مشكلات تتعلق بالسفر-أداء العمل بجودة عالية من أول لحظة-أداء العمل بجودة عالية من أول لحظة-توفر سجل خاص بالأخطاء المرتكبة من طرف العاملين ليتم حلها مع عدم تكرارها</p>	<p>الاعتمادية Reliability</p>
<p>إبلاغ موظفي شركة النقل الجوي المسافرين عن مواعيد تقديم الخدمات بدقة و في الوقت المناسب-المكاتب و الأروقة وممرات الدخول إلى الطائرة يجب أن تكون نظيفة و تجذب المسافرين- استعداد موظفي شركة النقل الجوي دائما لتقديم المساعدة للمسافرين-القيام بأعمال خدمتية و ترويجية-عدم انشغال موظفي شركة النقل الجوي و تقديم الاستجابة الفورية لطلبات</p>	<p>الاستجابة Responsiveness</p>

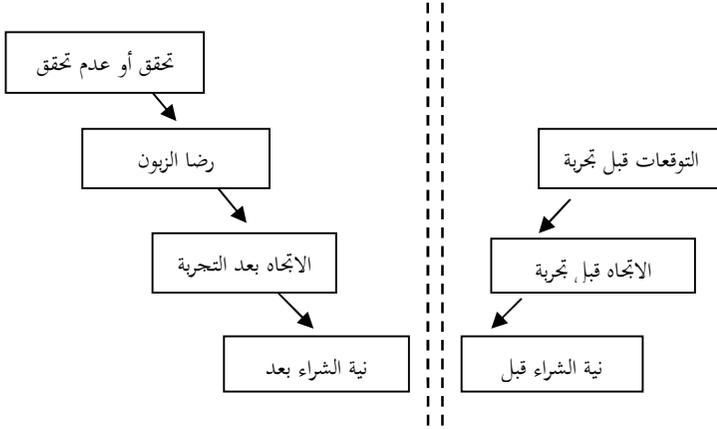
المسافرين	
<p>-ضمان شعور المسافرين بالأمان و الراحة في سفرهم-السلوك الجيد لموظفي شركة النقل الجوي ينشئ الثقة لدى المسافرين- اتصاف الموظفين و تحليهم بالأدب و الاحترام في التعامل مع المسافرين-تحليهم بالمعرفة و الإجابة عن كل التساؤلات التي يطرحها المسافرين</p>	<p>الضمان Assurance</p>
<p>-أن يبدي الموظفون اهتماما بالمسافرين -موظفي شركة النقل الجوي يهتمون بالمسافرين بشكل شخصي-موظفي شركة النقل الجوي يهتمون بالمسافرين بشكل شخصي فهم حاجات المسافرين بشكل تام-أن يكون لدى موظفي شركة النقل الجوي ساعات عمل تكفي لكافة المسافرين</p>	<p>التعاطف Empathy</p>

المصدر: دخيل الله غنام المطيري: "أثر جودة الخدمة و التسويق بالعلاقات على ولاء الزبائن-دراسة تحليلية على عينة من المسافرين على شركة طيران الجزيرة في دولة الكويت"، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، تخصص إدارة الأعمال، 2010، ص2

7. رضا الزبون مفهومه.

يعتبر الزبون العنصر الأساسي للمنظمة سواء كانت إنتاجية أو خدمية، فهو جوهر عملها فمن دونه لن تكون المنظمة أصلا .فهدفها الأساسي الذي تسعى إليه هو إرضاءه و تحقيق رغباته و طلباته و الشكل التالي يلخص ذلك: الشكل 2 :

يمثل نموذج رضا الزبون حسب **Oliver** إن الباحث **Oliver** هو أول من قدم هذا النموذج سنة 1980 ، حيث أن هذا النموذج يتضمن العلاقة بين التوقعات و الرضا ، و عدم المطابقة ، و لقد حدد **Oliver** أن مقدمات الرضا على أنها التوقع و عدم المطابقة أما الاتجاه و نية الشراء يمثلان تابعة الإحساس بالرضا. و لقد بين نموذجها في الشكل التالي : الشكل 2: نموذج مقدمات و نتائج الرضا

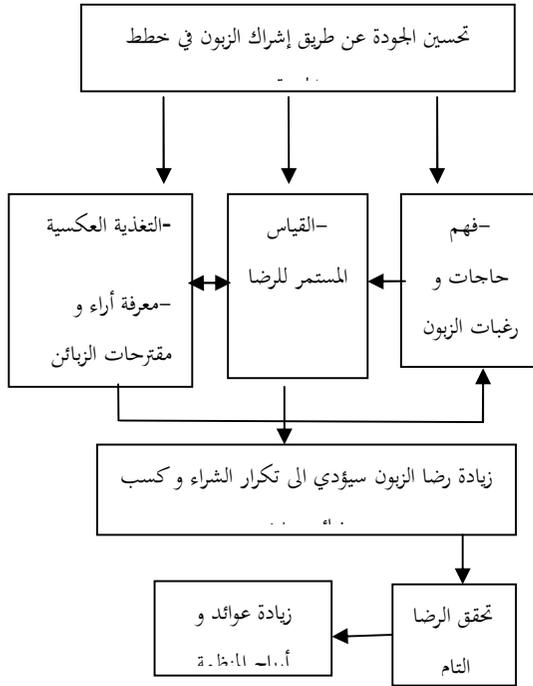


فترة تحقق أو عدم تحقق التوقعات بعد تجربة الخدمة قبل تجربة الخدمة

المصدر: كشيدة حبيبة، "استراتيجيات رضا العميل"، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة البلدية، 2005، ص 81

7-1. علاقة بين جودة الخدمة و رضا الزبون

الشكل 3 يوضح المنظمات التي تحقق رضا الزبون من خلال جودة الخدمة



مصدر: من إعداد الباحث

شرح الشكل: يبرز الشكل أعلاه (3)، أن عملية تحسين الجودة يكون غالباً مصدرها الأساسي هو الزبون، ويمكن التعديل في خطط الجودة حسب اقتراحات الزبون فيجب المنظمة من دراسة كثيفة لتفهم حاجات و رغبات الزبون و أيضاً استخدام الوسائل الخاصة لقياس رضاه، و إذا كانت أسباب عليها أن تقوم بمعالجتها و ذلك بالاعتماد على آراء زبائنها عن الخدمات التي تم طرحها و الذي بدوره سيؤدي إلى زيادة رضا الزبائن و الحصول على زبائن جدد، إذن يتحقق الرضا التام، و ذلك يؤدي إلى الزيادة في الحصة السوقية للشركة أي تحقيق موقع متميز و ريادي و هذا يعود على الشركة بأرباح كثيرة لاحتفاظها بالزبائن و هنا يدل على أن جودة الخدمة تؤثر على رضا الزبائن و لها دور استراتيجي مهم في تحقيق رضا الزبائن.

7-2 تأثير جودة خدمات النقل الجوي: على رضا الزبون

من خلال مطالعتنا لعدة مصادر حول جودة الخدمة و رضا الزبون وجدنا أنه توجد علاقة تأثير بينها حيث انه بدون جودة الخدمة لا يتم رضا الزبون و قد بينت أبحاث 1994 Getty and Thomson عن العلاقة التأثيرية بين هذين المتغيرين مثلث بعلاقة بسيطة بينهما :

الشكل 4: علاقة بسيطة بين جودة الخدمة و رضا الزبون



المصدر: سرور علي ابراهيم سرور، "ادارة جودة الخدمة في الضيافة و السياحة ووقت الفراغ"، دار المريخ للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الرياض، المملكة السعودية، 2007، ص 162

وهنا يمكن القول بأن جودة الخدمة تكون مقياسا عاما لعدد من أبعاد الجودة المتمثلة في (الأشياء الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة،...) حيث أنها تمكن من إعادة الزبائن الراضون من الشراء للخدمة و أن يوصوا بها للآخرين، فهذا دليل على أن جودة الخدمة عالية نسبيا حققت الرضا، و بالتالي تحقق الريادة و الموقع المتميز للشركة. و منه اذا اهتمت شركة النقل الجوي بجودة خدماتها فان حتما سيؤدي إلى رضا زبائنها والشكل التالي يوضح ذلك:

8. المحور الثاني: الدراسة الميدانية

8-1 التعريف بشركة الخطوط الجوية الجزائرية:

الخطوط الجوية الجزائرية هي شركة طيران وطنية أنشأت في عام 1962 وتتمثل مهمتها الرئيسية في ضمان نقل الركاب والأمتعة والشحن في ظروف أفضل من السلامة والانتظام والراحة. وهي مؤسسة عمومية اقتصادية و مستقلة ماليًا ذات أسهم و ذات رأس مال اجتماعي 60000000000 دج، عرفت الشركة خلال السنوات الأخيرة نموا كبيرا لأدائها التجارية نتيجة للمخطط المتوسط المدى للمؤسسة، فهي تنقل اليوم أكثر

من 6.1 مليون مسافر سنويا عبر أسطول مكون من 59 طائرة . شركة الخطوط الجوية الجزائرية في تطور مستمر عبر عصرنه أسطولها و أدوات تسييرها و أنظمة الإعلام التي لديها و كذا عبر معايير لنشاطاتها لمواجهة التحديات الدائمة و الهامة على مستوى السوق .

8-2: الطريقة و الأدوات المتبعة في الدراسة:

1.:أداة الدراسة: الاستبيان.

تتألف استبانته الدراسة من 42 فقرة موجهة لقياس 6 متغيرات كامنة و يتعلق الأمر ب: جودة الخدمات الإدارية وجودة طاقم لخطوط الجوية،و جودة الخدمات أثناء الرحلة وجودة الخدمات ما بعد الرحلة ، و ثقة زبون، الرضا.

2.أدوات التحليل الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تتكون أداة القياس من سلم خماسي سلم Likert ينطلق من "1" - غير موافق تماما - إلى "5" - موافق تماما-، تم استخدام التحليل الاستكشافي لتصفية الفقرات التي يشوبها خلل في القياس و التي من المستحسن التخلص منها و ذلك باستخدام مجموعة من المعايير، ثم نتقل إلى تطبيق طريقة المعادلات الهيكلية التي تسهل لنا عملية تحليل التباينات و بناء هياكل العلاقات السببية الافتراضية للدراسة.

3. كيفية تشفير وتوزيع الفقرات جدول 3

كيفية تشفير و توزيع الفقرات				
الرضا Satis	الثقة ConF	جودة الخدمات أثناء الرحلة (Qual Vol)	جودة طاقم الخطوط الجوية (QualEP)	جودة الخدمات الادارية (QualAD)
Satis2, Saatis1), .Satis4, Satis3 ... Satis6,Satis5 ,Satis8, Satis7 (Satis9)	-CONF1) - CONF2 - CONF3 (CONF4)	QualVol1) QulaVOL2, QualVOL3, QulaVOL4, QualVOL5, (QualVOL6,	. QualEP1) QualEP2 ... QualEP3, (QualEP11	- Qual AD1 - QualAD2 - QualAD3 - QualAD4 . QualAD5

9 النتائج الإحصائية المتحصل عليها

1 التحليل الاستكشافي المستخلص الجدول 4: نتائج التحليل الاستكشافي

المستخلص

المتغيرات الكامنة	الفقرات المختارة	متوسط حسابي	انحراف معياري σ	KMO	كروية Bartlett Khi-deux approx	ألفا كرونينج A	التباين المفسر V(X)	F ل Ficher
جودة الخدمات الإدارية QUAL AD	5	.523	0.02	0 .831	.390172	.0 830	59 .954	4 .3371.
جودة طاقم الخطوط الجوية QUAL EQ	9	.833	1.12	.0 842	.799439	.0 882	65 .126	.6331
جودة الخدمات أثناء الرحلة QUAL VOL	6	.363	0.00	.0 675	.768186	780.0	66 .425	.2024 6
جودة الخدمات مابعد الرحلة QUA PR VOL	6	.593	0.00	.0 847	.700294	877.0	62 .287	.2615
الثقة CONF	4	.873	1.77	.0 755	.139238	882.0	74 .428	.6551

الرضا SATIS	9	/	/	948.0	.999783	954.0	73	/
المجموع	39	/	/	/	/	/	.040	/

الجدول 5 مصدر: من إعداد الباحثة تعامل حزمة.. SPSS.22 [N=99]

2 معاملات الانحدار لمتغيرات نموذج الدراسة

جدول (5). معاملات الانحدار لمتغيرات نموذج الدراسة

Variables latentes	Parameter Estimate β_i	Standard Error ξ	Statistic T	Prob Level P
(QUALAD)-69->(CONF)	,1510	,0690	,1872	0,029
(QUALEQ)-70->(CONF)	,7940	,0460	,28717	,0000
(QUALVOL)-71->(CONF)	,3870	,0700	,5065	,0000
(CONF)-72->(SATIS)	,8910	,0310	,16329	,0000
(ZETA1)-->(CONF)	,1970	,0610	,2603	,0010
(ZETA2)-->(SATIS)	,2070	,0540	,7953	,0000

مصدر: من إعداد الباحثة Statistica [N=99]

في الأخير نقول أنه في العموم كانت معاملات الانحدار مقبولة ما عدا العلاقة بين جودة الخدمات الإدارية و ثقة الزبون الذي لم يكن معنوي و بالتالي نستطيع كتابة المعادلات الهيكلية الموضحة في الجدول 7.

3. كتابة المعادلات الهيكلية مما سبق يمكننا كتابة المعادلتين الهيكليتين المدونتين في

الجدول 7 ،

الجدول 6: معادلات النموذج الهيكلية

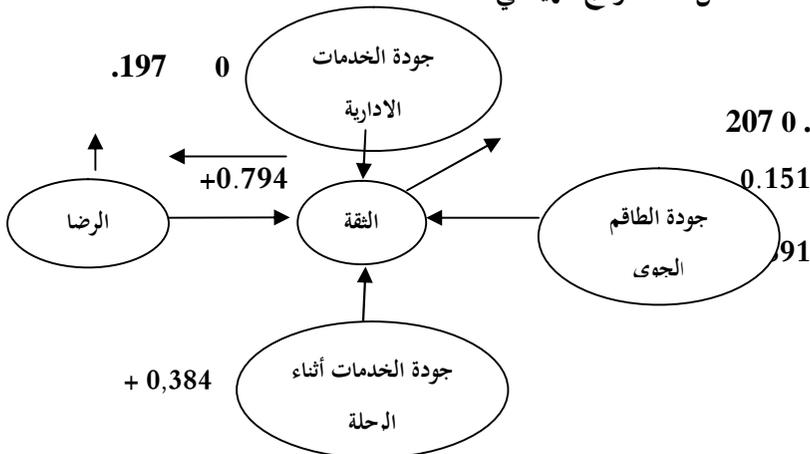
المتغيرات المستقلة	المتغيرات التابعة
--------------------	-------------------

CONF = 0,151. QUALAD + 0,794. QUALEQ + 0,384. QUALVOL +0,197	ثقة الزبون بالخطوط الجوية
SATIS = 0,891. CONF + 0,207	رضا الزبون بالخطوط الجوية

مصدر: من إعداد الباحث Statistica [N=99]

تحليل الجدول: إن المعادلة الأولى تبين لنا أن ثقة الزبون (CONF) بالخدمات المقدمة من طرف "شركة الخطوط الجوية" يتأثر بجودة خدمتها الإدارية (QUALAD) وجودة طاقم الخطوط الجوية (QUALEQ) و لا يتأثر بجودة الخدمة أثناء الرحلة (QUALVOL). و المعادلة الثانية أوضحت أن رضا الزبون (SATIS) بالخدمات المقدمة من طرف "شركة الخطوط الجوية" يؤثر بدوره في ثقتهم بالخدمات المقدمة من طرف الشركة. و بذلك يمكننا رسم النموذج الهيكلي التالي الذي يوضح طبيعة العلاقات السببية بين المتغيرات و كيف أن ثقة الزبون تتأثر بمتغيرات مستقلة (جودة الخدمة الإدارية و جودة طاقم الخطوط الجوية , و جودة الخدمات أثناء الرحلة) و لا يتأثر بالمتغير المستقل آخر و كيف أن نتيجة تأثير جودة الخدمات دفعته للتأثير في رضا الزبائن بالخطوط الجوية

الشكل 5: النموذج الهيكلي



10: عرض و مناقشة نتائج الدراسة:

1. اختبار و مناقشة الفرضية الأولى: العلاقة بين جودة الخدمات الإدارية وثقة الزبون. لاختبار صحة هذه العلاقة قمنا بنمذجة المعادلات الهيكلية، حتى نتمكن من استخلاص طبيعة العلاقة الموجودة بين جودة الخدمات الإدارية وثقة الزبون. فكانت نتائج الاختبار الإحصائي الموضحة في الجدول 21.3 كانت مرضية فبعد التحليل تحصلنا على نتائج مرضية.

إن القيمة $\beta_1=0,151$ تعبر عن درجة تأثير المتغير المستقل QAULAD على المتغير التابع CONF، نلاحظ بأن النتيجة موجبة و معنوية و هذا ما يشير إلى وجود تأثير جودة الخدمات الإدارية على رضا الزبون. و ما يؤكد هذه النتيجة هو اختبار T الذي كان أكبر من 1.96 و الاحتمال أصغر من 5% $[H_1:\beta_1=0.151;T=2.187;p<0.05]$. فيمكننا القول بأن الفرضية الأولى صحيحة.

2. اختبار و مناقشة الفرضية الثانية: العلاقة بين جودة طاقم الخطوط الجوية وثقة الزبون و حاولت هذه الفرضية اختبار مدى تأثير متغير QUALEQ على التابع ثقة الزبون CONF، النتيجة المسجلة هي أكبر من 50%، و يدل ذلك على طبيعة العلاقة الطردية بين جودة طاقم الخطوط الجوية و رضا الزبائن، و خصوصاً أن هذه النتيجة كانت معنوية ($p<5\%$) و T أكبر من 1.96. $[H_2:\beta_2=+0,794;T=17.287;p<0.05]$ على هذا الأساس يمكننا القول بأن جودة طاقم الخطوط الجوية له تأثير كبير في إحساس الزبون بالثقة.

3. اختبار و مناقشة الفرضية الثالثة: العلاقة بين جودة الخدمات أثناء الرحلة و ثقة الزبون : لقد أوضحت نتائج الاختبار في هذه العلاقة وجود تأثير ذو دلالة معنوية لجودة الخدمات أثناء الرحلة (QUAL VOL) على ثقة الزبون (CONF) نتيجة التأثير كانت 38% وتشير إلى أنه لا يوجد تأثير كبير بين جودة الخدمات أثناء الرحلة و ثقة الزبون $[H_3:\beta_3=0.387;T=5,506]$ $p<0.05$. من الشكل الميكلي نلاحظ أن جودة الخدمات أثناء الرحلة تفسر 4

38% من ثقة الزبون. من خلال النتائج السابقة الذكر يمكننا القول أننا قد تحققنا من صحة الفرضية الثالثة.

4. اختبار و مناقشة الفرضية الرابعة: العلاقة بين ثقة الزبون و رضا الزبون : إن الاختبار الإحصائي T للعلاقة الموجودة بين المتغيرين SATIS و CONF ممكنة من الحصول على القيم التالية: $[H_4; \beta_4=0.891; T=29.163; p<0.05]$. يتجلى بأن قيمة المعامل β_4 هي قيمة كبيرة و ذات دلالة إحصائية تحت مستوى معنوية أقل من 5% و T student أكبر من القيمة (1.96)، إذن تدل هذه القيم على شدة تأثير متغير ثقة الزبون و الذي يلعب دور المتغير المستقل على رضا الزبون ، بحيث يؤكد ذلك طبيعة العلاقة الطردية بين المتغيرين. فجملة هذه النتائج تقودنا إلى قبول الفرضية الرابعة.

11. خاتمة الدراسة

إن نتائج الدراسة الميدانية أكدت من صحة الفرضيات الأربعة التي وضعناها في بداية البحث. بحيث أشارت إلى أن كل من جودة الخدمات الإدارية و ثقة الزبون بشركة الخطوط الجوية قد أثرتا بشكل إيجابي في رضا الزبون بالشركة فأشارت الدراسة أيضاً إلى أن ثقة الزبون قد أثرت هي الأخرى طردياً على رضا الزبون و أن نتيجة التأثير كانت معنوية. النتيجة الرئيسية المستخلصة من الدراسة هي الدور الذي يلعبه رضا الزبون في العلاقات الغير مباشرة بين جودة الخدمات و ثقة الزبون بالشركة

نتائج البحث:

بعد معالجتنا لمختلف الجوانب الخاصة بهذا الموضوع توصلنا الى النتائج التالية :

- ان وجود رؤية جديدة و حديثة حول جودة خدمات النقل الجوي وفق المعايير العالمية من شأنه أخذ المؤسسة نحو النجاح
- موضوع جودة الخدمات لها أهمية بالغة في مؤسسة النقل الجوي
- تقدم جودة خدمات النقل الجوي بجودة عالية يؤدي الى رضا الزبائن
- جودة خدمات النقل الجوي لها تأثير على رضا الزبائن .

- تستخدم مؤسسة النقل الجوي معايير لتقييم خدماتها و مراقبة الجودة.
- تعد شركة الخطوط الجوية الجزائرية شركة خدماتية يتوجب عليها العمل دائما بجودة في الخدمات من أجل كسب رضا زبائنها و المحافظة عليهم .
- ضرورة و أهمية ادراك جودة خدمات النقل الجوي في زيادة رضا الزبون و زيادة ثقته.
- لثقة الزبون تأثير طردي على رضا الزبائن .

الكتب و المراجع

أولا :الكتب بالعربية

- أحمد عبد السميع علام ،"علم اقتصاديات النقل"، الطبعة الأولى للنشر و التوزيع،أكاديمية الإسكندرية، 2009 .
- ادريس ثابت عبد الرحمان ،"كفاءة و جودة الخدمات اللوجيستية :مفاهيم أساسية و طرق القياس و التقييم"، الطبعة الأولى،الدار الجامعية للنشر و التوزيع ،الاسكندرية،مصر،2006
- ردينة عثمان يوسف،"ادارة خدمات النقل الجوي"، الطبعة الأولى،دار المناهج للنشر و التوزيع،عمان،2009
- سعيد عبده،"أسس جغرافية النقل"، الطبعة الأولى، الطبعة الأولى،مكتبة الأجلو المصرية،القاهرة،1905
- عون عبده،"محاضرات في اقتصاديات النقل السياحي"،المعهد العالي للسياحة و الفنادق،الاسكندرية(البحوث)،2012 .
- يوسف حجيم سلطان الطائي ،و اخرون،"ادارة علاقات الزبون،الطبعة الأولى،دار الوراق للطباعة و النشر،2009.

ثانيا:الكتب باللغة الأجنبية:

- Christian debaix Joel Bree, »comportement du consommateur « ,economica ,paris,2000 .
- Christian Burbary , »satisfaction ,fidélité et experience client »,Dunod ,France,2016.
- Danial Ray,Mesure et developper la satisfaction clent »,édition d'organisation , paris ,2000 .

ثالثا: الرسائل العلمية

- أونيس يونس ،"نظام النقل الجوي في الجزائر-دراسة حالة المطار مصطفى بن بولعيد باتنة"، جامعة الحاج لخضر ،مذكرة شهادة ماستر، 2011
 - بوحنان نور الدين ،"جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء -دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكدة"، مذكرة ماجيستر، 2007
 - دلال بالأطرش ،دور جودة خدمة النقل الجوي في كسب رضا الزبائن-دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية ورقلة، جامعة قاصدي مرباح، 2015
 - دخيل الله غلام المطيري،"أثر جودة الخدمة و التسويق بالعلاقات على ولاء الزبائن-دراسة تحليلية على عينة المسافرين على شركة الطيران في دولة الكويت"، مذكرة ماجيستر، 2010
 - صليحة رقاد،"تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون -دراسة حالة مؤسسة البريد و المواصلات"، مذكرة ماجيستر، 2008
- وضحة فلاح المطيري،"مسؤولية الناقل الجوي في عقد نقل الركاب وفقا للقانونين الكويتي و الأردني و الاتفاقيات الدولية -رسالة مقدمة لنيل الماجيستر في القانون الخاص ،جامعة الشرق الأوسط، 2011

: سرور علي ابراهيم سرور،"ادارة جودة الخدمة في الضيافة و السياحة ووقت الفراغ"، دار المريخ للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الرياض، المملكة السعودية، 2007 ،ص162

رعبا: المواقع :

<https://books.makktaba.com/2012/01/book-air-transport--6services-its-development.html.p3>

https://books.google.dz/books?id=nE9ADwAAQBAJ&pg=Page_62518571

<https://slidershare.net/ngorankaouassi/marketing-des-services-62518571>

<https://shababkurd.wordss.com/2012/04/24/>

الدراسات باللغة الاجنبية