

ANALYSE DE LA SATISFACTION DES USAGERS DES TRANSPORTS PUBLICS DE LA VILLE D'ALGER PAR LA MÉTHODE « SERVQUAL »

Narimene MIMOUNE*
Lila CHABANE*

Received: 17/07/2022/ Accepted: 16/04/2023 / Published: 14/01/2024
Corresponding author: mimounenarimene@hotmail.com

RÉSUMÉ

Dans le scénario actuel de la mondialisation, les directions des transports publics doivent examiner la sensibilité à la qualité des services fournis. Dans ce contexte, cette étude a examiné la perception des usagers de la qualité des services fournis par les transports publics à Alger, et pour ce faire, l'échelle SERVQUAL a été administrée. Elle se base sur les données de l'enquête sur les déplacements des ménages (EMD) réalisée par le CREAD en Novembre 2019, auprès des personnes qui utilisent régulièrement les services de transport public pour se déplacer, avec un échantillon de 1704 répondants.

Cette étude a conclu que l'offre de services ne répond pas aux perceptions des usagers. En général, les résidents de l'est et du centre d'Alger reçoivent un meilleur service que ceux de l'ouest.

MOTS CLÉS : satisfaction ; Servqual ; transport collectif ; Alger.

JEL CLASSIFICATION: R41

* Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement, mimounenarimene@hotmail.com, chlila@hotmail.com, Algérie.

تحليل مدى رضا مستخدمي النقل العام في الجزائر العاصمة باستخدام طريقة servqual

ملخص

في السيناريو الحالي للعولمة، تحتاج إدارات النقل العام إلى مراعاة الحساسية تجاه جودة الخدمات المقدمة. في هذا السياق، فحصت هذه الدراسة تصور المستخدمين لجودة الخدمات التي تقدمها وسائل النقل العام في الجزائر العاصمة، وللقيام بذلك، تم حساب مقياس جودة الخدمة servqual. وذلك بالاستناد إلى بيانات من المسح الأسري (EMD) الذي أجراه مركز البحث CREAD في نوفمبر 2019 بين الأشخاص الذين يستخدمون خدمات النقل العام بانتظام، مع عينة مكونة من 1704 فرد. خلصت هذه الدراسة إلى أن عرض الخدمة لا يستجيب لتصورات المستخدم. بشكل عام، حيث يحصل سكان شرق ووسط الجزائر على خدمة أفضل من تلك الموجودة في الغرب.

كلمات المفتاحية: إشباع، Servqual، النقل العام، الجزائر العاصمة.

ANALYSIS OF THE SATISFACTION OF PUBLIC TRANSPORT USERS IN THE CITY OF ALGIERS USING THE "SERVQUAL" METHOD

ABSTRACT

In the current globalization scenario, public transport managements need to examine the sensitivity to the quality of services provided. In this context, this study examined the users' perception of the quality of services provided by public transport in Algiers, and for this purpose, the SERVQUAL scale was administered. It is based on data from the Household Travel Survey (HTS) conducted by CREAD in November 2019, among people who regularly use public transport services for travel, with a sample of 1704 respondents.

This study concluded that the service offer does not meet the perceptions of users. In general, residents of eastern and central Algiers receive better service than those in the west.

KEY WORDS: satisfaction, servqual, public transport, Algiers.

INTRODUCTION

Le transport dans une ville est l'un des axes dynamiques qui la maintiennent en mouvement constant, car il satisfait le besoin des personnes de se déplacer d'un endroit à un autre quelle qu'en soit la raison. Aujourd'hui, il est possible d'observer les carences des transports collectifs en ville, communément attribuées au service des bus, train, métro, exprimées dans les plaintes constantes des habitants d'Alger sur la qualité du service de transport public. Des aspects tels que le manque de contrôle, les règles et réglementations non respectées, les bus privés qui sont en mauvais état, les nuisances sonores et environnementales, entre autres, sont des facteurs qui influencent la qualité du service.

Dans la ville d'Alger, il existe différents organismes (ETUSA, EMA, opérateurs privés) dédiées à la fourniture de services de transport de passagers. Or, puisque le client est le prioritaire dans la

fourniture du service de transport, il est très important de connaître ses attentes, ainsi que de déterminer sa perception de la qualité du service. Par conséquent, étant donné que le service de transport est un service public, sa prestation efficace et efficiente a un impact positif sur la qualité de vie des citoyens.

Dans ce cadre une question qui s'impose : **Le service offert est-il suffisant ?**

Donc en parallèle, d'autres questions doivent être posées :

Comment les utilisateurs le perçoivent-ils ?

- Comment ce service devrait-il être fourni ?
- En êtes-vous satisfait ?

C'est précisément ce genre de questions qui tentent de rendre compte de certaines lacunes d'information qui persistent au sujet de la qualité de l'offre de service dans notre ville.

Dans cette perspective, l'objectif fixé pour le présent travail est de déterminer le niveau de qualité et de satisfaction des services de transport public à Alger.

1- CADRE THEORIQUE ET CONCEPTUEL

Agir sur la qualité de service est une démarche très utile pour le développement du transport public, qui permet d'attirer plus de clients et diminuer les problèmes de mobilité.

Johns a défini la qualité de service comme la somme des perceptions des clients vis-à-vis de la prestation de service (Johns, 1992). (Parasuraman A. V., 1988) ont expliqué ce qui distingue la notion de qualité de service et celle de satisfaction. Selon ces auteurs, la perception de la qualité du service correspond à un jugement ou une attitude générale sur la question de l'adéquation du service, tandis que la satisfaction est liée à une opération spécifique. En d'autres termes, celle-ci découle de la confrontation entre les attentes et les expériences réelles et précédentes des usagers (valeur perçue).

Andreassen a déclaré que si le service perçu est inférieur au niveau attendu, les clients sont insatisfaits, et que dans le cas opposé, si la qualité du service perçu est supérieure au niveau attendu, les clients sont satisfaits. (Andreassen, 1995).

(Ancarani, 2001) a démontré toute l'importance du concept de qualité qui doit être introduit dans les transports publics pour répondre aux attentes des usagers.

À ces fins, l'évaluation de la qualité de service est importante et a été abordée dans plusieurs travaux. (Parasuraman A. Z., 1985) ont proposé le modèle SERVQUAL pour mesurer la satisfaction des clients vis-à-vis de la qualité de service. Le modèle a été développé à la suite de recherches effectuées sur différents types de services. Ils définissent la qualité de service comme une inadéquation entre les attentes avant le service et la perception du service fourni, et peut être mesurée par la différence entre les deux concepts.

Le modèle SERVQUAL a suscité l'intérêt d'un grand nombre de chercheurs dans plusieurs domaines.

En 1991, Fick et Ritchie (Fick, 1991) ont appliqué l'instrument SERVQUAL au secteur du tourisme (ils ont pris comme entreprises les compagnies aériennes, les hôtels, les restaurants et les stations de ski). Leurs objectifs étaient de refaire l'étude SERVQUAL en tenant compte des particularités des nouvelles industries de services, d'appliquer le modèle à l'industrie du tourisme, de comparer les résultats dans l'industrie du tourisme elle-même et enfin de réexaminer l'application de l'échelle de mesure en suggérant des améliorations ou des modifications.

En 2007, Morillo au Venezuela, a réalisé une analyse de la qualité des services hôteliers dans la municipalité de Libertador dans l'état de Mérida (Moreno, 2007), en utilisant le modèle multidimensionnel de mesure de la qualité des services "Échelle SERVQUAL", afin d'approfondir l'analyse des dimensions déterminantes de la qualité.

2- MÉTHODOLOGIE

Il est rappelé que la fiche « usage des transports publics » incluse dans le questionnaire EMD est construite sous une forme SERVQUAL qui est un instrument de recherche en marketing des services, conçu pour apprécier les attentes des consommateurs en termes de qualité

de service et leur contentement¹ de la performance des prestataires de services (Ravichandran, 2010) ; il est considérée comme le plus robuste pour mesurer la satisfaction du client dans de nombreuses organisations (Munusamy, 2008).

2.1- Aperçu de la forme « SERVQUAL »

Dans la littérature de la mesure de la qualité de service, le modèle le plus accepté est SERVQUAL, où la qualité de service est définie par l'écart entre les attentes des clients (avant la réception du service) et leur niveau de contentement (après avoir réellement reçu le service) (Amponsah & Adams, 2016).

Ainsi, un client évaluera positivement ou négativement la qualité d'un service lorsque ses perceptions (ou son niveau de contentement) sont supérieures ou inférieures aux attentes définies précédemment.

A propos de l'EMD, les deux parties soulevées par le questionnaire se servent d'une échelle d'évaluation de Likert (de 1 à 5 points), et mesurent les contentements et attentes des usagers vis-à-vis du service de transport collectif, les significations étaient les suivantes :

- Pour les contentements : (1) indique que l'utilisateur est totalement insatisfait et (5) totalement satisfait.
- Pour les attentes : (1) indique que l'attribut n'est pas important et (5) indiquant qu'il est très important.

Pour mesurer la qualité de service de transport collectif, les 13 items de l'enquête ont été classés dans les 5 dimensions du modèle, selon le détail suivant :

1- On utilise le terme contentement pour désigner les perceptions du point de vue SERVQUAL

Tableau 1. Les dimensions de la qualité de service pour la fiche « usage des transports publics » du questionnaire EMD

Dimension (Ojo, Dickson, & Suleman, 2014)	description	Nombre de questions
Éléments tangibles	Aspect physique (interne et externe) des véhicules accessoires, équipements ou composants, présence physique du personnel (Adetunji, Yadavalli, & Malada, 2013)	05
Fiabilité	Capacité à fournir le service avec précision et digne de confiance (Too, 2010)	03
Réactivité	Bonne volonté de fournir un service accéléré	03
Assurance	courtoisie, ainsi que leur capacité pour transmettre la sécurité et la confiance aux utilisateurs	01
Empathie	La capacité de faire attention à l'utilisateur de manière individuelle	01

Source : Synthèse de l'auteur en fonction des dimensions de la Qualité au Service de SERVQUAL

Il est tout d'abord souhaitable de passer par le calcul du coefficient « alpha de CRONBACH », pour examiner le niveau de fiabilité, de cohérence interne et veiller sur la qualité du questionnaire (Chingang Nde & Lukong, 2010). L'indicateur est de l'ordre de 0.76, c'est une valeur nettement supérieure à 0.70, ce qui prouve que les données issues de l'EMD sont dans l'intervalle de la qualité requise.

Par conséquent, après l'application des questionnaires et une fois les résultats des scores obtenus, l'information a été vidée (dans le programme SPSS), systématisée et analysée (quantitativement), obtenant les moyennes par chacun des items et par le résultat des cinq dimensions de la qualité de service, ainsi que la moyenne générale de toutes les dimensions.

Afin de procéder aux calculs de l'indice de qualité de Service (SERVQUAL) il est recommandé de faire des opérations de soustraction entre Contentement (C) et attentes (A) (Ko & Chou, 2020), il est possible aussi de calculer la moyenne des écarts pour chaque dimension (Chingang Nde & Lukong, 2010).

$$\left\{ \begin{array}{l} IQS = \text{Contentements} - \text{Attentes} \\ IQSm = \sum_1^n (\text{Contentements} - \text{Attentes})/n \\ \text{IQS : indice de qualité de service} \\ \text{IQSm : Indice de qualité de service pour la dimension (m)} \end{array} \right.$$

Pour une interprétation cohérente, les différences entre les contentements et les attentes produisent trois situations (Barabino, Deiana, & Tilocca, 2012) :

- $C - A < 0$: indique que le contentement des utilisateurs est inférieur aux attentes
- $C - A > 0$: indique que le contentement des utilisateurs est supérieur aux attentes
- $C - A = 0$: indique que le contentement des utilisateurs est équivalent aux attentes

Enfin, l'indice global de la qualité du service des transports publics, est la moyenne ou la somme des résultats IQS de chaque dimension (Sładkowski, 2018), donné comme suit :

$$IQS \text{ Global} = \sum_i IQS$$

Les éléments d'interprétation de cet indice se présentent comme suit (Randheer, Al-Motawa, & Vijay, 2011) :

- Un résultat négatif indique un faible niveau de qualité de service,
- Un résultat positif indique un niveau élevé de qualité de service

D'autre part, sur la base de l'analyse des perceptions (contentements) des clients ou usagers du service de transport collectif par rapport au service reçu, et considérant que la qualité de service et la satisfaction client sont des construits différents (bien qu'étroitement liés), il s'agit dans un second pas de présenter la satisfaction des usagers via l'échelle classique de Likert, puis de transformer les modalités de cette échelle en pourcentage facilitant la lecture et l'interprétation des résultats, et cela en se basant sur les perceptions des utilisateurs par rapport au niveau maximum, en estimant que le client s'attend à recevoir un 5 (score maximum signifiant pleinement

satisfait) qui est établi dans les réponses au questionnaire correspondant aux perceptions. Sur cette base, les fourchettes de satisfaction suivantes sont établies :

Tableau 2. Satisfaction des usagers et échelle de Likert en pourcentage

Échelle de LIKERT	Signification (modalités)	Pourcentage de satisfaction des usagers (%)
1	Très insatisfait	[0-20[
2	Insatisfait	[20-40[
3	Neutre	[40-60[
4	Satisfait	[60-80[
5	Très satisfait	[80-100[

Source : disponible sur <https://www.myfeelback.com/fr/blog/utiliser-echelle-likert-questionnaire>

3- Résultats.

1- Qualité globale et degré de satisfaction du service de transport collectif

La figure qui suit démontre que, en considérant les valeurs moyennes de chacune des cinq dimensions, l'indice de qualité perçue est compris entre -2.07 et -2.57 la valeur moyenne pour l'ensemble de la prestation du service de transport public (IQS global) étant de -2.36, cette valeur indique l'existence d'un faible niveau de qualité de service.

Figure 1. Présentation des résultats pour les dimensions de la qualité de service



Source : synthèse de l'auteur suite à l'exploitation des résultats de l'enquête

La traduction des niveaux de satisfaction en pourcentages des différents attributs annonce des valeurs comprises entre 29% et 49% ; or les résultats correspondant aux écarts sont négatifs (inférieurs à zéro), et fluctuent autour de -2.44. Le tableau ci-après donne une vue globale sur la situation.

Tableau n°3 : résultat général

Indicateur	Résultat
Moyenne des écarts (contentement-attente)	-2.44
Moyenne de contentement	1.99
Degré général de satisfaction (%)	39.84

Source : synthèse de l'auteur suite à l'exploitation des résultats de l'enquête

Quant à la satisfaction générée (39.84%), il y a lieu de souligner qu'elle est au-dessous de la moyenne ; toutefois l'utilisateur se positionne dans la catégorie « insatisfait ». Le tableau suivant dresse en détail les indices de qualité de service pour chaque attribut ainsi que les degrés de satisfaction générés.

Tableau n°4 : résultat de l'analyse en détail

N°	Questions	Dimension	Très satisfait (A)	Attente (B)	Contentement (C)	Index général de qualité perçu (C-B)	Degré de Satisfaction générale (C / A) (%)
1	Fréquence des services	Réactivité	5	4,504	2,401	-2,103	48,02%
2	Ponctualité des services	Fiabilité	5	4,491	2,071	-2,424	41,42%
3	Le transport public me conduit dans des endroits où je veux aller	Fiabilité	5	4,404	2,167	-2,230	43,35%
4	Nombre de transferts	Fiabilité	5	4,430	1,900	-2,537	37,99%
5	Temps de transfert	Réactivité	5	4,423	1,849	-2,575	36,98%
6	Durée du trajet à bord	Réactivité	5	4,529	1,789	-2,745	35,77%
7	Prix du billet / forfait mensuel	Eléments tangibles	5	4,177	2,047	-2,138	40,94%
8	Disponibilité de sièges	Eléments tangibles	5	4,398	1,759	-2,643	35,18%
9	Bon état de l'arrêt	Eléments tangibles	5	4,476	1,860	-2,620	37,21%
10	La charge du véhicule.	Eléments tangibles	5	4,481	1,451	-3,030	29,01%
11	La conduite est sûre et confortable	Assurance	5	4,446	2,138	-2,309	42,76%
12	Disponibilité de l'information	Eléments tangibles	5	4,406	1,993	-2,417	39,86%
13	Les arrêts sont proches de ma maison ou de mon travail	Empathie	5	4,545	2,471	-2,073	49,42%

Source : issues de l'EMD 2019 élaborée par le CREAD

3-2 Qualité et degré de satisfaction perçus dans le service de transport collectif par dimension :

3-2-1-La dimension réactivité :

Pour la dimension réactivité, trois items ont été établis, dont les résultats sont les suivants :

Tableau 5. Qualité perçue et degré de satisfaction -dimension Réactivité-

N°	Questions de la dimension réactivité	Très satisfait (A)	Attente (B)	Contentement (C)	Index général de qualité perçue (C-B)
1	Fréquence des services	5	4,504	2,401	-2,103
2	Temps de transfert	5	4,423	1,849	-2,575
3	Durée du trajet à bord	5	4,529	1,789	-2,745

Tableau 5. (Suite)

N°	Questions de la dimension réactivité	Degré de Satisfaction générale (C / A) (%)	Index général moyen de qualité perçue	Degré de Satisfa-ction moyen
1	Fréquence des services	48,02%		
2	Temps de transfert	36,98%		
3	Durée du trajet à bord	35,77%	-2.47	40.25%

Source : issues de l'EMD 2019 élaborée par le CREAD.

Les résultats sur les attentes des utilisateurs ont une valeur moyenne comprise entre 4.42 et 4.52. En reliant les perceptions (colonne C) à la valeur de la catégorie Très satisfait (colonne A) et en l'exprimant en pourcentage, on obtient le degré de satisfaction compris entre 35,77 % et 48.02 %, valeurs trouvées sur l'échelle de Likert de 3, représentant selon la fourchette de pourcentage de satisfaction client, comme neutre (ni satisfait, ni insatisfait).

D'autre part, la qualité perçue qui correspond à la différence entre Perception (colonne C) et Attentes (colonne B), des résultats moyens ont été obtenus qui sont compris entre -2.74 et -2.10. Les deux résultats sont négatifs, établissant un manque de qualité dans la fourniture du service de transport collectif, à partir de la dimension réactivité. Les articles qui ont la qualité perçue la plus faible correspondent à la durée du trajet (-2.74), ainsi que les temps de transfert (-2.57). Ces résultats établissent des lacunes dans la dimension réactivité dans la qualité de la prestation de services de transport collectif.

3-2-2 -La dimension fiabilité

La dimension Fiabilité dans la fourniture du service de transport collectif et dans le modèle SERVQUAL est la plus importante, elle considère trois attributs qui comprennent les caractéristiques liées aux niveaux de respect des conditions de fourniture du service. Il est important de mentionner que leur conformité aux différents attributs passe inaperçue, mais leur non-conformité génère une grande insatisfaction, comme c'est le cas pour la ponctualité des services, ce qui est la raison du service. Les résultats obtenus, compte tenu des différentes variables, sont présentés dans le tableau suivant :

Tableau 6. Qualité perçue et degré de satisfaction -dimension fiabilité-

N°	Questions de la dimension fiabilité	Très satisfait (A)	Attente (B)	Contentement (C)	Index général de qualité perçue (C-B)
1	Ponctualité des services	5	4,491	2,071	-2,424
2	Le transport public me conduit dans des endroits où je veux aller	5	4,404	2,167	-2,230
3	Nombre de transferts	5	4,430	1,900	-2,537

Tableau 6. (Suite)

N°	Questions de la dimension fiabilité	Degré de Satisfaction générale (C / A) (%)	Index général moyen de qualité perçu	Degré de Satisfaction moyen
1	Ponctualité des services	41,42%		
2	Le transport public me conduit dans des endroits où je veux aller	43,35%	-2,39	40,92%
3	Nombre de transferts	37,99%		

Source : issues de l'EMD 2019 élaborée par le CREAD.

Dans la dimension Fiabilité, les niveaux moyens d'attentes, compte tenu de leurs différents attributs, sont compris entre 4.40 et 4.49, correspondent respectivement à la prise en compte de toutes les destinations et la ponctualité de service. Concernant les valeurs moyennes des perceptions sur le service reçu, les items respectifs de la dimension sont compris dans la fourchette de 1.90 à 2.16.

D'après les informations obtenues, il est établi que dans les trois items de l'indice de qualité de service, les résultats sont négatifs, (entre -2.53 et -2.23), et sont liés au nombre de transferts et à la disponibilité des destinations différentes ; c'est pourquoi la fourniture du service du point de vue de la fiabilité présente des défauts de qualité.

3-2-3- La dimension Tangibilité

La dimension Tangibilité comprend cinq questions (liées à tous ces éléments tangibles de la prestation du service), dont les réponses obtenues déterminent les valeurs des attentes et de leurs perceptions, à partir desquelles l'écart ou le niveau de qualité perçue a été estimé. De même, en considérant les valeurs obtenues dans le questionnaire de perception et en les rapportant à la valeur la plus élevée (5 pleinement satisfaits), le degré de satisfaction est estimé, celui-ci est exprimé en pourcentage. Les deux indicateurs sont établis, à la fois pour chacun des items, et pour la dimension Tangibilité en général. Les résultats sont présentés ci-dessous :

Tableau 7. Qualité perçue et degré de satisfaction -dimension tangibilité-

n	Questions de la dimension tangible	Très satisfait (A)	Attente (B)	Contentement (C)	Index général de qualité perçue (C-B)
1	Prix du billet / forfait mensuel	5	4,177	2,047	-2,138
2	Disponibilité de sièges	5	4,398	1,759	-2,643
3	Bon état de l'arrêt	5	4,476	1,860	-2,620
4	La charge du véhicule.	5	4,481	1,451	-3,030
5	Disponibilité de l'information	5	4,406	1,993	-2,417

Tableau 7 : (Suite)

n	Questions de la dimension tangible	Degré de Satisfaction générale (C / A) (%)	Index général moyen de qualité perçue	Degré de Satisfaction moyen
1	Prix du billet / forfait mensuel	40,94%		
2	Disponibilité de sièges	35,18%		
3	Bon état de l'arrêt	37,21%		
4	La charge du véhicule.	29,01%	-2.56	36,45%
5	Disponibilité de l'information	39,86%		

Source : issues de l'EMD 2019 élaborée par le CREAD

Compte tenu des résultats correspondant aux perceptions concernant le degré de satisfaction, la fourchette est en moyenne comprise entre 29.01 % et 40.94 %, et en moyenne l'ensemble de la dimension Tangibilité atteint 36,45 % du niveau de satisfaction.

Les résultats obtenus, en termes d'attentes, pour les cinq items de la dimension Tangibilité dans la prestation de service de transport collectif, sont compris entre 4.17 et 4.48, correspondant respectivement au prix du billet et la charge du véhicule. En revanche, les contentements sont compris entre 1.45 et 2.04, correspondant respectivement à la charge du véhicule et au prix du billet, ce qui est

logique : vu que le prix du billet reçoit la plus faible attente, il a le plus fort contentement.

Tous les résultats obtenus, correspondant aux scores Servqual, sont négatifs (inférieurs à zéro), ils tournent autour de -2.56, valeurs qui établissent l'existence d'un déficit et d'un manque de qualité (mauvaise qualité) dans la dimension Tangibilité concernant la prestation de services de transport collectif dans la ville d'Alger.

3-2-4- La dimension Assurance

Dans la dimension Assurance, un seul item a été établi qui a permis de déterminer les attentes, les perceptions, la qualité et le degré de satisfaction de la prestation du service de transport collectif. Le tableau suivant présente les résultats relatifs à cet attribut, ainsi que l'indice de qualité perçue et le degré de satisfaction du service :

Tableau 8. Qualité perçue et degré de satisfaction –dimension Assurance-

N°	Questions de la dimension assurance	Très satisfait (A)	Attente (B)	Contentement (C)
1	La conduite est sûre et confortable	5	4,446	2,138

Tableau 8. (Suite)

N°	Questions de la dimension assurance	Très satisfait (A)	Attente (B)	Contentement (C)	Index général de qualité perçue (C-B)	Degré de Satisfaction générale (C / A) (%)
1	La conduite est sûre et confortable	5	4,446	2,138	-2,309	42,76%

Source : issues de l'EMD 2019 élaborée par le CREAD

L'indice de qualité perçue de cet item, de la dimension Assurance, a une valeur négative, établissant un manque de qualité dans la prestation des services.

3-2-5- La dimension Empathie

Enfin, dans la dimension Empathie, un seul attribut a été établi qui a permis d'obtenir la qualité perçue et le degré de satisfaction. Ces informations sont présentées dans le tableau suivant :

Tableau 9 : qualité perçue et degré de satisfaction –dimension Empathie –

N°	Questions de la dimension tangible	Très satisfait (A)	Attente (B)	Contentement (C)
1	Les arrêts sont proches de ma maison ou de mon travail	5	4,545	2,471

Source : issues de l'EMD 2019 élaborée par le CREAD

Tableau 9 : qualité perçue et degré de satisfaction –dimension Empathie –

N°	Questions de la dimension tangible	Très satisfait (A)	Attente (B)	Contentement (C)
1	Les arrêts sont proches de ma maison ou de mon travail	5	4,545	2,471

Source : issues de l'EMD 2019 élaborée par le CREAD

Concernant l'attribut de la dimension Empathie, la valeur obtenue sur les attentes est de 4.545. En revanche, la valeur obtenue sur les perceptions est de 2.471, d'où l'écart ou la qualité perçue est déterminé, qui est de -2.073, reflétant les faibles niveaux de qualité dans la prestation de services. D'autre part, le degré de satisfaction, de l'attribut de la dimension Empathie a une valeur de 49.42%, représentant des niveaux Légèrement Insatisfait.

4- DISCUSSION

4-1- La dimension Réactivité

Concernant la dimension réactivité, l'indice de qualité de service est de -2,4, donc le service de transport collectif de la ville d'Alger n'a pas une bonne réactivité dans le service qu'il fournit ; bien que les attentes soient légèrement élevées, les perceptions du service sont, cependant, bien en deçà, générant également un écart important, entre autres.

En reliant les perceptions à la valeur de la catégorie *Totalement satisfait* et en l'exprimant en pourcentage, on obtient le degré de satisfaction, qui est compris entre 35.77% et 48.02%, valeurs que l'on retrouve sur l'échelle de Likert correspondent aux 2 et 3, représentant selon la fourchette de% de satisfaction du client, comme *insatisfait* et *neutre*.

Les articles dont la qualité perçue est la plus basse correspondent à la durée du trajet, et le temps de transfert. Ces résultats établissent des lacunes dans la qualité de la prestation de services.

Les opérateurs de bus mettent souvent du temps à arriver, à fournir leurs services, générant des inefficacités, « nous attendons plus longtemps qu'ils ne nous le disent ». Ils ne se conforment pas à la fourniture du service dans les délais promis. Ils ne se soucient pas de fournir un service sans erreur. Ils ne montrent aucun réel intérêt à aider les passagers. Il n'y a pas d'expériences connues où les opérateurs ont traité des plaintes et les ont résolues.

4-2- La dimension Fiabilité

L'indice de qualité de service dans la dimension fiabilité est de -2.39, donc le service de transport collectif, selon les résultats obtenus, n'est pas non plus fiable. Bien que les attentes des clients soient élevées, cependant, après avoir reçu le service, leur perception de celui-ci est beaucoup plus faible, générant également un écart important.

Parmi les facteurs identifiés figurent les suivants :

- Le facteur le plus critique dans cette dimension est lié au fait qu'ils ne sont pas toujours conduits directement à leur destination, lorsqu'un autre utilisateur apparaît sur le trajet, dans de nombreux cas, ils choisissent de fournir le service, pour faire le sur plein, provoquant des dommages dans le temps et les itinéraires.
- Ajoutons le problème de desserte de quelques destinations où on est obligé de faire plusieurs transferts.
- Un autre facteur est lié au non-respect des lignes pour des fins de rentabilité

4-3- La dimension tangibilité

L'indice de qualité de service dans la dimension tangibilité est de -2.56, un résultat qui indique que le service de transport collectif ne satisfait pas les attentes des clients concernant les éléments tangibles du service. Alors que les attentes sont élevées, les perceptions sont bien en deçà d'elles, créant un écart important. Les facteurs identifiés qui limitent la qualité sont, entre autres, les suivants:

- Dans la plupart des bus, il n'y a pas de matériaux visibles associés au service (enseignes, badges, couleurs, entre autres) qui permettent de les reconnaître, un aspect qui gêne les usagers qui ont besoin du service, lorsqu'ils font signe aux chauffeurs et aux receveurs.
- À cela contribue le mauvais état (dans un grand pourcentage) de la mobilité, montrant des dommages (ou sont intentionnellement retirés) les boutons ou poignées des fenêtres, des difficultés dans les portes (elles ne fonctionnent pas correctement), des sièges en mauvais état, parfois il apparaît des défaillances mécaniques.
- D'autre part, le manque d'hygiène du conducteur et la propreté du véhicule. Les chauffeurs qui portent des chapeaux, des lunettes noires, en plus, plusieurs chauffeurs utilisent leurs téléphones portables en conduisant.

4-4- La dimension assurance

L'indice de qualité de service dans la dimension assurance est de -2,30 ; par conséquent, cette dimension dans le service n'est pas non plus un gage de qualité, bien qu'avant de recevoir le service, les clients en attendent beaucoup. Le comportement des conducteurs n'inspire pas toujours confiance, les clients ne se sentent pas rassurés dans le service, les conducteurs ne traitent pas les clients avec courtoisie et des limites sont identifiées dans la réponse aux demandes et aux besoins des clients. Parmi les facteurs qui déterminent le niveau de qualité perçue figurent, entre autres, les suivants :

- L'inexistence d'enregistrements complets des véhicules, des chauffeurs, et des receveurs. Cela rend la situation incontrôlable, et

libère les opérateurs privés de toute forme d'obligation vis-à-vis de l'administration, et augmente l'insécurité de l'usager.

- Un des facteurs critiques est lié aux faibles niveaux d'amabilité et de cordialité des conducteurs : très peu sont amicaux, la plupart abusent et même perdent le respect à des moments où il faut parfois un certain temps pour monter ou descendre du bus, ou lorsqu'une surcharge est réclamée et parfois ils répondent par des attaques verbales.
- Dans le but de réaliser plus de gain et de rentabilité, les conducteurs transgressent les principes d'éthique et pratiquent des vitesses non autorisées.

4-5- La dimension Empathie

Dans l'autre aspect évalué, la dimension de l'empathie de service, obtient un indice de qualité de service de -2.07, donc il ne répond pas aux attentes des clients, qui sont élevées, générant un écart important.

La disponibilité de la mobilité (à tout moment et à n'importe quel endroit) obtient un résultat perception de 2.47. A ceci s'ajoute l'absence de préoccupation de qualité : les opérateurs et les chauffeurs ne donnent pas la priorité aux intérêts des passagers et ne comprennent pas, ni ne sont attentifs aux souhaits et besoins spécifiques des clients. Des situations surviennent qui parfois « n'aident pas à charger les sacs d'épicerie ou autres (pratiquement ils ouvrent la porte arrière de l'intérieur du véhicule et en plus ils vous précipitent) ».

CONCLUSION

Afin de déterminer la qualité du service de transport public dans la ville d'Alger, il était nécessaire d'effectuer un calcul numérique (en appliquant la méthode SERVQUAL) pour savoir si ce dernier répond aux attentes des clients ou des utilisateurs. De ce point de vue, les indices de qualité perçue obtenus à partir des perceptions et des attentes des usagers dans chacune des dimensions, ainsi que les facteurs critiques centraux identifiés, nous permettent d'affirmer qu'en général, un tel service ne peut être fourni, ce qui peut être attribué au fait que les opérateurs et les conducteurs ne disposent pas des

ressources matérielles et physiques (tangibles) leur permettant de garantir la qualité du service.

Le service n'est pas non plus fiable, sa réactivité (capacité à répondre) est très limitée et il n'offre aucune garantie et sécurité (assurance) quant aux services proposés.

Parallèlement, nous avons procédé à la détermination du niveau de satisfaction du service en rapportant les valeurs correspondant aux perceptions des usagers à la valeur 5 (de l'échelle de Likert), en considérant que les usagers s'attendent à recevoir le score maximum de l'échelle de Likert. Selon cette approche, le niveau de satisfaction globale du service de transport a une moyenne de 39,84%, la dimension de la tangibilité obtient le niveau de satisfaction le plus bas avec 36,45% tandis que le plus élevé correspond à l'empathie avec 49,42% de valeurs représentant les niveaux de neutre et d'insatisfait.

Enfin, les résultats de la recherche sont utiles non seulement pour les conducteurs et les opérateurs de services, mais aussi pour les planificateurs urbains dans le domaine des transports publics, car la connaissance des caractéristiques qui influencent la satisfaction des clients et la qualité perçue peut contribuer à améliorer la fourniture des services et leur intégration dans la ville. En outre, il est important de noter que l'insatisfaction est toujours à la recherche de quelque chose de mieux ; l'individu recherche toujours la satisfaction, et donc le phénomène de transfert modal, le passage du bus à la moto ou à la voiture, qui est en partie apprécié comme le prouve la croissance du parc automobile urbain, influence et motive, même si la satisfaction n'est pas le facteur principal dans le développement de ce phénomène.

Le déplacement des personnes d'un lieu à un autre doit être compris comme une expérience qui commence dès que le client attend de pouvoir récupérer ou louer un moyen de transport, et ce n'est qu'ensuite qu'il commence à utiliser le service.

Il n'existe pas d'organisation responsable qui surveille la fourniture des services et qui se mette en rapport avec les clients pour améliorer la qualité des services. Pour s'attaquer à ce problème et combler les différentes lacunes, il conviendrait d'adopter une philosophie de la qualité et de créer un organe (table interinstitutionnelle) chargé

d'élaborer un plan d'amélioration du service et d'évaluer la qualité du service de temps à autre, dans le but de développer et d'obtenir une meilleure image de qualité du service de transport collectif à Alger. Il est important de se concentrer davantage sur les clients et leurs opinions, car ce sont eux qui achètent le service au quotidien.

Les opérateurs doivent former leur personnel en permanence afin de s'assurer qu'ils fournissent un service de qualité dès le départ. La formation doit être complète afin de comprendre que le client est le plus important et qu'il faut prévoir suffisamment de temps pour résoudre les doutes et les problèmes.

Les exploitants et les chauffeurs doivent se conformer aux exigences minimales énoncées dans la loi n°01-13 qui a fixé les principes portant sur le caractère public des services de transports urbains, et les autorités compétentes doivent effectuer des contrôles réguliers afin de fournir des services de qualité.

La sécurité du service doit être améliorée de manière significative, les conducteurs et les opérateurs doivent donner confiance au client à tout moment en le traitant avec courtoisie ; ils doivent améliorer leur apparence et leur présentation, ils doivent être en uniforme et avoir un badge pour faciliter leur identification par le client, ce qui créera un climat de confiance et de sécurité.

Un autre aspect à améliorer est l'empathie que les conducteurs et les opérateurs doivent avoir avec les clients, qui devrait également être une conséquence de la formation qu'ils reçoivent. Une image de professionnalisme et d'ordre doit être démontrée lors de la prestation du service.

On pourrait créer une application pour téléphones portables qui pourrait être promue par le Conseil municipal d'Alger qui permet à tous les usagers de la ville de signaler tout type d'"abus" ou de "mauvais traitement" dans la prestation du service. L'utilisateur n'aura qu'à télécharger l'application sur son téléphone portable et à décrire (brièvement) la défaillance, qui devra être accompagnée de la plaque d'immatriculation du véhicule. La plainte sera automatiquement envoyée au bureau de réclamation rattachée à la mairie.

Enfin, ce travail de recherche peut constituer un point de départ pour des études sur la performance des moyens de transport collectifs, peu traitée en Algérie.

Références bibliographiques

- Adetunji O., Yadavalli V. S., & Malada A., (2013).** Assessment of the quality of service provided by a national regulatory institution. *South African Journal of Industrial Engineering*, 29-49.
- Amponsah C. T., & Adams (2016).** Service quality and customer satisfaction in public transport operations. *International Journal of Services and Operations Management*, 531-549.
- Ancarani A. a., (2001).** Management of standardised public services: a comprehensive approach to quality assessment. *Managing Service Quality*.
- Andreassen T. W., (1995).** Satisfaction with public services: the case of public transportation. . *Journal of services marketing*.
- Barabino B., Deiana E., & Tilocca P., (2012).** Measuring service quality in urban bus transport: a modified SERVQUAL approach. *International journal of quality and service sciences*, 238-252.
- Chingang Nde, D., & Lukong P., (2010).** Using the SERVQUAL Model to assess Service Quality and Customer Satisfaction: An Empirical Study of Grocery Stores in Umeå. Umea School of Business, 1-78.
- Fick G. a., (1991).** Measuring Service Quality in the Travel and Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 2-9.
- Johns N., (1992).** Quality Management in the Hospital Industry: Part 1. Definition and Specification. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Ko C. H., & Chou C. M., (2020).** Apply the SERVQUAL instrument to measure service quality for the adaptation of ICT technologies: A case study of nursing homes in Taiwan. Multidisciplinary Digital Publishing Institute, 108.
- Moreno M. C., (2007).** Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL Caso: Hoteles de Turismo del Municipio Libertador del Estado Mérida. *Visión gerencial*.

- Munusamy J. a., (2008).** An examination of the relationship between quality characteristics & customer satisfaction in a training organization. *UNITAR E-Journal*, 4(2), pp.123–156.
- Ojo T. K., Dickson O., & Suleman D., (2014).** Service quality and customer satisfaction of public transport on Cape Coast-Accra Route, Ghana. *Developing Country Studies*, 142.
- Parasuraman A. V., (1988).** SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, (1), (64), 12-40.
- Parasuraman A. Z., (1985).** A conceptual model of service quality and its. *Journal of Marketing*, 41-50.
- Rajabipoor A., (2012).** Measuring service quality using SERVQUAL model: a case study of brokerage offices in Iran. *International journal for quality research*, 55-61.
- Randheer K., Al-Motawa A. A., & Vijay P. J., (2011).** Measuring commuters' perception on service quality using SERVQUAL in public transportation. *International Journal of Marketing Studies*, 26.
- Ravichandran K. a., (2010).** Influence of service quality on customer satisfaction application of servqual mode. *International journal of business and management*, 117.
- Śładkowski A. C., (2018).** Evaluation of transport processes quality with Servqual and TUL methods. *LOGI–Scientific Journal on Transport and Logistics*, 2(9), 61-72.
- Too L. a., (2010).** *Public transport service quality and sustainable development: A community stakeholder perspective.* Sustainable Development, 51-61.

Annexe : partie du questionnaire de l'EMD- 2019

Fiche « usage des transports publics »

U0 Quel est le moyen de transport public le plus utilisé dans vos déplacements ?

- 1- Bus ETUSA
- 2- Bus opérateur privé
- 3- Train
- 4- Métro
- 5- Tramway
- 6- Téléphérique
- 9- Aucun

Il est demandé à l'usager des transports publics d'évaluer l'importance de plusieurs attributs des transports publics (selon une échelle de 1 à 5, 1 indique que l'attribut n'est pas important et 5 indiquant qu'il est très important) :

Choix du mode de transport (Bus, Train, Métro, Tramway, Transport universitaire)	1 (pas important)	2	3	4	5 (très important)
U1-1. Fréquence des services					
U1-2. Ponctualité des services					
U1-3. Le transport public me conduit dans des endroits où je veux aller					
U1-4. Nombre de transferts					
U1-5. Temps de transfert					
U1-6. Durée du trajet à bord					
U1-7. Prix du billet / forfait mensuel					
U1-8. Disponibilité de siège					
U1-9. Bon état de l'arrêt					
U1-10. La charge du véhicule (n'est pas bondé)					
U1-11. La conduite est sûre et confortable					
U1-12. Disponibilité de l'information					
U1-13. Les arrêts sont proches de ma maison / mon travail					
U1-14. Autre à préciser					

Il est demandé à l'usager des transports publics d'évaluer la qualité de service offert suivant plusieurs attributs (selon une échelle de 1 à 5, 1 indique que l'usager n'est pas satisfait et 5 indique qu'il est très satisfait) :

Choix du mode de transport (Bus, Train, Métro, Tramway, Transport universitaire)	1 (pas satisfait)	2	3	4	5 (très satisfait)

-
- U2-1. Fréquence des services
 - U2-2. Ponctualité des services
 - U2-3. Le transport public me conduit dans des
endroits où je veux aller
 - U2-4. Nombre de transferts
 - U2-5. Temps de transfert
 - U2-6. Durée du trajet à bord
 - U2-7. Prix du billet / forfait mensuel
 - U2-8. Disponibilité de siège
 - U2-9. Bon état de l'arrêt
 - U2-10. La charge du véhicule (n'est pas bondé)
 - U2-11. La conduite est sûre et confortable
 - U2-12. Disponibilité de l'information
 - U2-13. Les arrêts sont proches de ma maison /
mon travail
 - U2-14. Autre à préciser
-