



أثر جودة خدمة النقل في تحقيق رضا الزبون، دراسة حالة عينة من زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية، ولاية بشار

The Impact of Transport Service Quality on Achieving Customer Satisfaction, Case of Study of a Sample of Customers of The National Rail Transport Company, Bechar state

هامل إكرام

صديقي نوال*

جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر

مخير الدراسات الاقتصادية و التنمية المحلية بالجنوب الغربي،

جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر

ikramikram21122001@gmail.com

seddiki.nawel@univ-bechar.dz

تاريخ النشر: 2024/12/14

تاريخ القبول: 2024/11/25

تاريخ الإرسال: 2024/10/03

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير جودة خدمة النقل من خلال أبعادها تقديم خدمة النقل، و توفير المعلومة وسهولة الوصول، الإهتمام بالمسافرين، الراحة و الأمن في تحقيق رضا الزبون، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية في مدينة بشار. وقد توصلت الدراسة إلى أنه يوجد تأثير لجودة خدمة النقل في تحقيق رضا الزبائن، ومن بين الأبعاد التي تؤثر على رضا الزبون كانت تقديم خدمة النقل، وتوفير المعلومة وسهولة الوصول إضافة للراحة والأمان ولا يوجد تأثير للإهتمام بالمسافرين على رضا زبائن.

كلمات مفتاحية: جودة خدمات، عرض خدمة، إمكانية وسهولة الوصول، أمن، راحة، رضا زبون، نقل عبر سكك حديدية.

Abstract :

This study aims to identify the impact of transportation service quality through its dimensions: transportation service delivery, information provision, accessibility, passenger care, comfort, and security, on customer satisfaction. This was done through a field study of a sample of customers from the National Railway Company in Bechar. The study concluded that transportation service quality does affect customer satisfaction, with service delivery, information provision, accessibility, comfort, and security being influential dimensions. However, passenger care did not show a significant impact on customer satisfaction.

Key Words : Quality of services, Accessibility, Safety, Comfort, Customer satisfaction, Rail transport.

JEL Classification: L92, M31.

*مرسل المقال: د. صديقي نوال (seddiki.nawel@univ-bechar.dz)



المقدمة:

يعتبر قطاع النقل قطاع حيوي في النشاط الاقتصادي حيث يرتبط بمدى تطور الدول و يساعد على تنميتها كما ذكر كيلنج أن " النقل هو الحضارة" و هذا يعني أن خدمة النقل المتطورة و التي تحمل مواصفات الجودة تعكس مدى تطور و تحضر الدولة التي تقدم فيها . و خدمة النقل أنواع نقل بري ، جوي و مائي و الغرض منها ربط المناطق ، المدن و الدول ببعضها البعض و تسهيل تنقل الأشخاص و البضائع من مكان إلى آخر مع توفير الراحة و الأمن و حماية الممتلكات .

في هذه الدراسة قمنا باختبار النقل عبر السكك الحديدية و الذي يعتبر من أهم أنواع النقل البري باعتباره يجمع بين الراحة و الأمن و السعر المناسب ، و أردنا تسليط الضوء على هذه الخدمة من أجل نقل واقع خدمات النقل عبر السكك الحديدية بالجزائر بصفة عامة و بمدينة بشار بصفة خاصة أملين في تحسينها من خلال الاقتراحات و التوصيات التي سنقدمها في آخر هذا المقال .

و يناء على ما سبق فإن الإشكالية المراد تناولها بالدراسة والتحليل، يمكن التعبير عنها بالسؤال الرئيسي التالي: هل تؤثر جودة خدمة النقل من خلال أبعادها في تحقيق رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية "دراسة حالة عينة من زبائن وكالة ولاية بشار"؟

و يندرج ضمن هذا التساؤل الأسئلة الفرعية المتمثلة في :

- هل يوجد تأثير لتقديم خدمة النقل على رضا الزبون ؟
- هل يوجد تأثير لتوفر المعلومة وسهولة الوصول إليها على رضا الزبون ؟
- هل يوجد تأثير للإهتمام بالمسافرين على رضا الزبون ؟
- هل يوجد تأثير للراحة والأمن على رضا الزبون ؟

فرضيات الدراسة: تقوم الدراسة على السعي لإثبات أو نفي صحة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية : يوجد تأثير لجودة خدمة النقل من خلال أبعادها في تحقيق رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) .

وتندرج تحتها الفرضيات التالية:

- يوجد تأثير لتقديم خدمة النقل على رضا الزبون عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) ؛
- يوجد تأثير لتوفر المعلومة وسهولة الوصول إليها على رضا الزبون عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) ؛
- يوجد تأثير للإهتمام بالمسافرين على رضا الزبون عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) ؛
- يوجد تأثير للراحة والأمن على رضا الزبون عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) .

أهداف الدراسة : تهدف هذه الدراسة إلى تقديم إطار نظري يحدد المفاهيم المتعلقة بجودة خدمة النقل ورضا



الزبون؛ و الوقوف ميدانياً على درجة رضا الزبائن عن جودة الخدمات المقدمة من طرف الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية وكالة بشار؛ إلى جانب تقديم بعض النتائج والاقتراحات التي يمكن أن تساهم في تحسين الخدمات المقدمة من طرف الشركة وتحقيق رضا الزبون .

أهمية الدراسة : تكمن أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على واقع جودة الخدمات في الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية و مدى رضا الزبائن عنها حيث لاحظنا باعتبارنا من زبائن المؤسسة أن تقديم الخدمة يسوده جو من الفوضى و انعدام النظام خاصة في القطار الليلي حيث لاحظنا تدافع كبير للمسافرين من أجل اختيار المقاعد وكذلك انعدام النظافة في دورات المياه ، دخول الأتربة من النوافذ بشكل كبير جدا مما قد يسبب لبعض الأشخاص عدم القدرة على التنفس و نوبات الحساسية و الربو ، كذلك عدم قدرة المسافرين على الحجز الالكتروني الذي يقلل من الازدحام داخل الوكالة التجارية و يوفر عناء التنقل على المسافرين .

منهجية الدراسة: تم الإعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي في الجانب النظري من خلال الاعتماد على العديد من المراجع والمتمثلة في الكتب و المجلات ورسائل الماجستير والدكتوراه وغيرها ، أما في الجانب التطبيقي فقد استخدمنا المنهج التحليلي، أين تم توزيع الإستبيان على عينة من زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية بولاية بشار ، وتم تحليل المعطيات باستخدام أدوات التحليل الإحصائي ومعالجتها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

I. الإطار النظري للدراسة :

1-خدمات النقل:

1.1- تعريف خدمة النقل:

في إطار التعرف على خلفية خدمات النقل وجب وضع تعريف لكل من الخدمة و النقل . حيث يمكن تعريف الخدمة على أنها :

- منتجات غير ملموسة يتم التعامل بها في أسواق معينة تهدف أساسا إلى إشباع حاجات ورغبات المستهلك وتساهم في توفير جانب كبير من الراحة والاطمئنان والرعاية كما تحقق نوعا من الاستقرار الاقتصادي سواء على مستوى الفرد أو على مستوى المجتمع . (الحاج و آخرون، 2009، صفحة 42)

- أما kotler فعرفها على أنها: " نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف آخر وتكون في الأساس غير ملموسة ولا يترتب عليها أي ملكية فتقديم الخدمة قد يكون مرتبطا بمنتج مادي أو لا يكون " (كوتلر، 2009، صفحة 65).

- تعرفها الجمعية الأمريكية للتسويق على أنها: " النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة". (الضمور، 2005، صفحة 18)



أما فيما يخص النقل، فعرفه القانون الجزائري كما يلي: "بعد النقل كل نشاط ينقل بواسطة شخص طبيعي أو معنوي أشخاص أو بضائع من مكان إلى آخر على متن مركبة مهما كان نوعها (المادة 16 من القانون رقم 88/17 المؤرخ في 10 ماي 1988). وعرف روبنسون و بامفورد النقل كالتالي "يتعلق النقل بحركة الأشخاص و السلع لغرض معين " وهو تعريف اقتصادي بحث حيث أن الطلب على النقل يشق من الطلب على تسهيل حركة الأشخاص أو البضائع ويشير رجال الاقتصاد إلى أنه عامل من عوامل الإنتاج و هو تعريف غير شامل لأنه أهمل باقي أنماط الحركة مثل الأفكار والمخترعات ورؤوس الأموال. (شهدي، 2011، صفحة 1)

ومن هاته التعاريف يمكننا تعريف خدمة النقل كالتالي:

"هي نشاط يهدف إلى نقل الأشخاص والبضائع من مكان إلى آخر بواسطة أشخاص طبيعيين أو معنويين، وباستخدام وسائل معدة لهذا الغرض، عبر منشآت وهياكل قاعدية يهدف تحقيق منفعة زمانية ومكانية".

2.1- خصائص خدمات النقل :

يعتبر النقل نشاطاً خديماً يشترك مع باقي الخدمات في جملة من الخصائص التي نذكرها فيما يلي (قنطري ، 2014، الصفحات 9-11):

- **اللاملموسية:** حيث تتصف خدمات النقل ككل الخدمات بكونها غير ملموسة وقد أشار إلى هذا آدم سميث، حيث اعتبر أن ما يميز الخدمات آنية الإنتاج والاستهلاك وأنها تالفة لحظة إنتاجها، فلا يمكن للمستفيد لمسها أو رؤيتها قبل الإقدام على شرائها.
- **التلازمية:** نقصد من ذلك أن خدمة النقل غير قابلة للتجزئة، هذه الخاصية تظهر الترابط الشديد بين الخدمة وبين مقدمها، فيصعب الفصل بينهما مما يستوجب حضور طالب الخدمة إلى أماكن تقديمها.
- **غير قابلة للتخزين:** خدمة النقل تشترك مع كل الخدمات بكونها غير قابلة للتخزين وأن قابلية الخدمة للتلف نابعة من عدم قدرتها على التخزين، فالكميات غير المستغلة عند العرض لا يمكن الاستفادة منها مرة أخرى.
- **عدم التماثل أو التجانس:** إن خاصية التباين والاختلاف تبقى ملازمة لكل الخدمات مادامت تعتمد على مهارة وأسلوب وكفاءة مقدميها ومكان و زمان تقديمها، فخدمة النقل ككل الخدمات متغيرة حسب أوقات وظروف إنجازها.
- **عدم انتقال الملكية:** إن خدمة النقل لا تنقل ملكيتها من مقدم الخدمة إلى المستفيد عند القيام بتقديمها أو بيعها، بل تنتقل منفعتها فقط، للمستهلك الحق في استعمال الخدمة لفترة معينة دون أن يمتلكها (مثل مقعد في الطائرة...).

فبالإضافة للخصائص السالفة الذكر التي تتميز بها الخدمات عامة فإنها تتميز أيضاً بالخصائص التالية: (بن جروة و مزهودة، 2017، صفحة 139): الطلب على خدمة النقل هو طلب محفز؛ تباين معدلات الطلب على خدمة النقل وفقاً لاختلاف مستوى النشاط الاقتصادي؛ التقلبات (اليومية، الأسبوعية، الموسمية) في معدلات الطلب على



خدمة النقل؛ اختلاف تكاليف عرض خدمة النقل باختلاف وسيلة النقل المستخدمة؛ اختلاف عرض خدمة النقل من حيث معدل تكرار الخدمة وإنجازها على الوجه الأكمل.

3.1- أنواع خدمات النقل:

تنقسم الأنواع الرئيسية لنقل إلى ثلاثة أصناف (بري، مائي، جوي)، بحيث يمكن يأخذ كل منها فروعاً أخرى، ويعود في حقيقة الأمر تحديد هذه الأنواع إلى تصنيف النقل من جانب الأوساط أو المسارات المسلوكة، ولتوضيح هذه الأنواع نتبع ما يلي:

- **النقل البري:** يعني به مختلف الوسائل التي تأخذ من البر مسلماً لها، ويعرف النقل البري حسب تعريف القانون الجزائري: "في كل نشاط يقوم من خلاله المستغل بنقل أشخاص أو بضائع من مكان إلى مكان آخر عبر الطريق أو السكة الحديدية أو السلك على متن مركبة ملائمة." (الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 32، قانون رقم 11/09 المؤرخ في 5 يونيو 2011، صفحة 10).
- **النقل المائي:** هو عبارة عن نقل الأشياء على المياه إلى مناطق أخرى باستخدام المركبات المائية مثل: السفن أو الزوارق أو أي وسيلة أخرى على سطح المياه. (سالم، 1985، صفحة 88)
- **النقل الجوي:** يعد النقل الجوي أحد أنماط النقل وأسرعها، وأكثرها تطوراً واستخداماً للأساليب التكنولوجية المتطورة، كما لا يقتصر هذا النوع في قيامه بنقل الركاب والبضائع بين القارات والبلدان فقط وإنما أصبح أيضاً يؤدي ذلك الدور بين المدن في البلد الواحد. (الزوك، 2004، صفحة 488)

4.1- النقل عبر السكة الحديدية :

يعد النقل بالسكك الحديدية أحد الثروات الشهيرة في تاريخ النقل، وخاصة النقل البري، فقد لعب دور كبير في توطن الصناعة وتنوع الاستهلاك، وتعمير الأراضي الجديدة، واستغلال الموارد الطبيعية المتنوعة، وإعادة توزيع السكان في جميع أنحاء العالم، وهو حديث العهد نسبياً مقارنة بالنقل بالطرق، والنقل المائي فلم يحض على استخدامه أكثر من قرن ونصف القرن، وقد بدأ عصر السكك الحديدية في العالم في النصف الأول من القرن التاسع عشر.

أ. **مفهوم النقل عبر السكة الحديدية :** النقل بالسكك الحديدية هو نقل اقتصادي وعامل رئيسي من عوامل التطور والتنمية الاقتصادية هدفه نقل كميات كبيرة من البضائع، بالإضافة إلى نقل عدد كبير من الأفراد ولمسافات طويلة باستعمال أنواع مختلفة حسب طبيعة الناقل (قطارات البضائع، الترامواي، ...)، هو نظام نقل بري للركاب أو البضائع عن طريق القطارات والتي يتم سيرها على قضبان حديدية. (المعزوي، 2006، صفحة 26)

ب. **التطور التاريخي للنقل عبر السكك الحديدية :** مر تاريخ السكة الحديدية بعدة مراحل تراكمت و مراحل تطور القاطرة المستعملة في القطار: (القطار البخاري، قطار بمحرك الديزل، القطار الكهربائي، القطار المغناطيسي).



الجدول رقم 1: التطور التاريخي للنقل عبر السكة الحديدية

المميزات	المرحلة
اختراع جورج ستيفنسون القاطرة البخارية التي استطاعت التنقل عبر عدة خطوط حديدية "ستكتون ودارلنجتون" و "ليفربول مانشستر" في إنجلترا، وانتشر بعدها استعمالها في أمريكا وألمانيا وأستراليا وباقي دول العالم	استعمال المحرك البخاري
اختراع "رودلف ديزل" محرك الديزل كقوة لدفع القطار يتميز بإمكانية الوصول لأبعد المسافات بأقصى سرعة دون تزويد القطار بالوقود نظرا لفاعليته، وقدرته على تشغيل وتوقيف القطار بسرعة، وضالة تكاليف صيانتها.	استعمال محرك الديزل
بنى "توماس دافنبورت" القاطرة الكهربائية سنة 1835م، كما تم اختراع القوس الكهربائي في القرن التاسع للميلاد الذي يولد تيار كهربائي عالي جداً، واستعمل أول مرة سنة 1879م. تميز القطارات الكهربائية بالسرعة الفائقة مثل القطار الفرنسي TGV	استعمال المحرك الكهربائي
تم استعمال المجال المغناطيسي كقوة دفع للقطار من خلال خلق مجال مغناطيسي ينتج عنه طفو القطار في الهواء دون ملامسة السكة الحديدية للعجلات وفقاً لمبدأ التنافر، وتعتبر القطارات المغناطيسية من أحد القطارات المستعملة اليوم.	استعمال المغناطيس

المصدر: (سياري، 2014، صفحة 18)

5.1- جودة خدمات النقل :

يمكن تعريف جودة خدمة النقل على أنها مجموعة المعايير الكيفية للجودة والمسؤول عنها هو مقدم للخدمة (مؤسسة النقل). كما ترتبط مباشرة مع مستوى الرضا الذي يبديه مستعمل خدمة النقل الجماعي. وعليه، تمر جودة خدمة النقل من المفهوم "الموضوعي" إلى المفهوم "الشخصي والذاتي"، أي تتعلق بالشخص الذي يُصدر الحكم و من أجل فهم جودة خدمة النقل الجماعي وعناصرها المكونة لا يكفي فهم العوامل المادية للخدمة فقط ولكن أيضا الشروط النفسية، الاجتماعية و الثقافية، والتصرفات المحيطة بها. (حول و شهلي ، 2015، صفحة 6)

إن جودة خدمات النقل تتوقف بالأساس على مدى توافق مستوى الجودة (الفجوة) بين ما يرغب فيه الزبون وما يحصل عليه فعليا، فتوقعات الزبون لخدمة النقل إذا تطابقت مع ما يقوم مقدمو خدمة مؤسسة النقل بإنجازها وتحقيقه فإنه حتماً ستكون هناك جودة خدمة النقل التي تؤدي إلى حصول الرضا لكلا الطرفين وكذا استمرار الاتصال والعلاقة بينهما. (العلاق و الطائي، 2009، صفحة 18)

أ. أبعاد جودة خدمات النقل: تتمثل أبعاد جودة خدمات النقل في ما يلي (حول و شهلي ، 2015، صفحة 193):



- **تقديم أو عرض خدمة النقل** : تتمثل في كل من: تحديد الطاقة الاستيعابية لوسيلة النقل، و ملائمة خدمة النقل لجميع المسافرين، و الاستجابة لحالات التأخر، والإلغاء للرحلات، و تسليم الخدمة حسب الوعود المقدمة للمسافرين، و تقديم الخدمة بشكل صحيح، وبدون أخطاء، و ساعات بدء وانتهاء العمل بشركة النقل، والتواتر، وتكرار الرحلات. (بوحديد و يحيوي ، 2015، صفحة 249)
- **سهولة الوصول لخدمة النقل** : يتجلى في أهمية تمحور المحطات وتوزيعها في مناطق إستراتيجية ، ومدى قبول المسافرين للخدمة وذلك حسب ثقافتهم، وقدرة متلقي الخدمة على دفع ثمن التذكرة وضمان التواصل بين المسافرين و مقدمي الخدمة و سهولة تنقل المسافرين ذوي الاحتياجات الخاصة .
- **توفر المعلومة** :المعلومات العامة حول عرض الخدمة وسهولة الوصول والاهتمام بالزبون والراحة والأمن والأثر البيئي، الإشارة إلى أماكن التوقف داخل الحافلة والإشارة من الخارج (رقم الحافلة والاتجاه) وتحديد نقاط الصعود والنزول والمسار والمدة والسعر ونوع التذكرة؛ معلومات حول السفر في حالات الاختلال، حالة الشبكة وحول التعويض لوسائل النقل التعويض للمسافرين ومعالجة الشكاوى والاقتراحات والمتعة المعثور عليها .
- **الاهتمام بالمسافرين** :الالتزام، التركيز على الزبون والابتكار والمبادرة، واجهة الزبون، الاستعلامات ومعالجة الشكاوي والتصرفات التجارية، الموظفين من ناحية الجاهزية والتصرفات التجارية والكفاءات واللباس، مساعدة المسافرين، عند انقطاع الخدمة للزبائن اللذين يحتاجون المساعدة، شراء تذاكر السفر، المرونة وصيغ دفع متعددة وأسعار ممتازة وتعريف متكاملة والنصح حول سعر التذاكر.
- **المدة** : و تتمثل في مدة السفر، ويتم فيها تحديد الوقت اللازم لبرمجة الرحلة والوقت اللازم حتى نقطة الصعود منذ نقطة النزول ووقت الانتظار في نقاط النزول والصعود والوقت اللازم لتغيير الوسيلة أو الخط .
- **الراحة و الرفاهية** : يولي المتنقلون عبر المسافات الطويلة أهمية بالغة لعنصر الراحة، حيث إن استغراق وقت طويل في ظروف غير مريحة يؤدي إلى التعب والإرهاق، والملل، لذلك يسعى المسافر لإيجاد أحسن ظروف سفر حتى ولو دفع مبلغ أكبر والظروف التي تساعد على القضاء على التعب والإرهاق والملل هي: المكيفات الهوائية، المقاعد المريحة....، داخل وسيلة النقل، فكلما توفرت هذه التجهيزات المريحة كلما زاد إقبال الزبائن على مؤسسة النقل (روابحي، 2010، صفحة 115).
- **الأمن** : الحماية ضد السرقة والاعتداءات وذلك من خلال الإجراءات الاحتياطية والإنارة وكاميرات المراقبة وتوفر رجال الأمن ونقاط نجدة ومساعدة معروفة، الوقاية من الحوادث بتواجد عتاد الحماية والاحتياط ضد الأخطار وتوفر رجال الحماية واعتمادية المركبات (في حالة جيدة من حيث الهيكل والمكابح....) .
- **الأثر البيئي** : وتضم التلوث بأنواعه (الهواء، الماء، الضجيج، ..). واهتزاز المركبة والغبار وعدم النظافة والروائح والأوساخ، الموارد الطبيعية من حيث استهلاك الطاقة والمساحة، الهياكل القاعدية، أثر الاهتزاز وتلويث الطريق واستعمال أدنى الموارد المتاحة أثر قطع مسافة بين منطقتين وتتمثل في كل الملوثات خارج وسيلة النقل وداخلها وبأنواعها .



2- رضا الزبون:

تسعى دوما المؤسسة للاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن المحتملين ولا يمكنها ذلك إلا من خلال تقديم خدمات ذات جودة تتوافق مع توقعاتهم وبالتالي كسب رضاهم.

1.2- مفهوم رضا الزبون

عرفه كل من Kotler & Dubois على أنه "حكم الزبون بالنظر إلى الخبرة الاستهلاكية أو الاستعمال الناتج عن توقعاته بالنسبة للمنتج والآداء المدرك" (Kotler & Dubois, 2000, p. 68). الجهود التي تبذلها مؤسسات الأعمال المختلفة لكسب رضا المستهلكين، من خلال تقديم سلع إنتاجية بادية أو خدمات مهمة حسب المعايير المناسبة لمتطلباتهم واحتياجاتهم وتحول دون الاستحواذ عليهم من قبل الشركات المنافسة الأخرى، وذلك عن طريق بيع المنتجات بأسعار معقولة. (منصور، 2020، صفحة 123). ويمكن القول أيضا أن رضا الزبون: هو المحور الأساسي لتوثيق العلاقة الترابطية الدائمة بين الزبون والمنظمة وذلك لتحقيق القناعة لديه بأن المنتج المقدم إليه هو مطابق لتوقعاته وحاجاته وتهدف منه المؤسسة إلى بناء علاقات مستقبلية طويلة الأمد مبنية على أساس تبادل المنفعة بين الطرفين الأول الزبون يتحقق لديه الرضا التام والمنظمة تحقق من ذلك أرباح معقولة. (سلطان الطائي و العبادي، 2009، صفحة 222). ويعرف أيضا: "على أنه الانطباع بالمكافأة أو عدم المكافأة لقاء التضحيات التي يتحملها الزبون عند الشراء."

و من خلال هذا التعريف يتضح بأن الزبون عند عملية الشراء المنتج فيخرج بإحدى النتيجةين (Ray, 2001, p. 22)

- 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.

2.2- مراحل تحقيق رضا الزبون:

يعتبر رضا الزبون مفهوم غير مستقر نظرا لتأثره بأي تغير سلمي قد يطرأ في عمليات تقديم الخدمة وهذا ما يتطلب متابعة رضا الزبون وفق المراحل التالية (آل مراد و الدليمي ، 2012، الصفحات 34-35):

- أ. فهم حاجات الزبائن: يتوجب على المسوقين أن يكونوا على اتصال دائم مع الزبائن سواء الحاليين منهم أو المحتملين لتسنى لهم معرفة العوامل التي تحدد السلوك الشرائي لهؤلاء الزبائن.
- ب. التغذية المرتدة للزبائن: تتمثل هذه الخطوة في الطرق والأساليب التي يستعملها المسوقين لتعقب آراء الزبائن عن المؤسسة لمعرفة مدى تلبيةها لتوقعاتهم.
- ت. القياس المستمر: الخطوة الأخيرة لتحقيق الرضا تتمثل بقيام المنظمة بإنشاء برنامج خاص لقياس رضا الزبائن كنظام ((Customer Satisfaction Matrices (CSM) الذي يقدم إجراءا لتتبع رضا الزبائن طوال الوقت بدلاً من معرفة مدى تحسين أداء المنظمة في وقت معين.



II. الدراسة الميدانية :

1- التعريف بالشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية :

الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية SNTF هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري رأس مالها 20.701.000.000,00 دينار جزائري، انبثقت بعد حملة إعادة هيكلة المؤسسات في عام 1976 م من الشركة الوطنية للسكك الحديدية S.N.C.F. A التي أنشئت في عام 1963 م بعد الاستقلال، و ذلك لما انفصلت عن الشركة الأم الفرنسية.

والشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية هي شركة تحت وصاية وزارة النقل، متخصصة في نقل المسافرين والسلع والبضائع . وتمتد الشبكة على طول 4573 كيلومترا (شطبي، 2019، صفحة 122).

2- الطريقة والأدوات:

1.2- مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع دراستنا في زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية في ولاية بشار ونتيجة عدم معرفة حجم المجتمع اضافة بسبب عدم توفر قاعدة بيانات للزبائن تم اختيار عينة الدراسة بطريقة غير احتمالية وتسمى بالمعينة النهرية (إعتراضية) و تعني تجنيد المستجوبين من خلال دعوتهم بشكل منظم أو عشوائي لاطلاع على رابط استطلاع تم وضعه على صفحات الويب أو عبر البريد الإلكتروني حيث تشير صفة النهرية إلى فكرة غوص الباحثين في حركة المبحرين عبر الويب مما يجعلهم يصطادون المستخدمين الذين يطفون على السطح (دليو، 2023، صفحة 6)، حيث تم توزيع الاستبيان من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و البريد الإلكتروني ، وبلغ حجم العينة 168 مفردة.

2.2- أداة جمع البيانات :

تم جمع البيانات المطلوبة للدراسة عن طريق توزيع إستبيان بطريقة إلكترونية لأجل الوصول لأقصى عدد ممكن في ظرف وجيز من مفردات العينة ، وقد تم تصميم الإستبيان كما يلي:

- **المحور الأول:** يتضمن أبعاد جودة خدمات النقل (تقديم الخدمة، توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها، الإهتمام بالمسافرين، والراحة والأمن)، حيث أن: تقديم الخدمة يتكون من 9 عبارات ؛ توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها تتكون من 6 عبارات ؛ الإهتمام بالمسافرين يتكون من 7 عبارات ؛ الراحة والأمن يتكون من 9 عبارات . وكلها مغلقة وفق سلم ليكرت الخماسي.
- **المحور الثاني:** يتضمن 10 عبارات عن رضا الزبون وكلها مغلقة وفق سلم ليكرت الخماسي.
- **البيانات الوصفية :** وتتكون من 6 أسئلة ضمت (الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، الدخل، والوظيفة) و 4 أسئلة عن الشركة منها ثلاثة أسئلة ذات خيارات وسؤال مفتوح .



3.2- الأدوات الاحصائية المستعملة في الدراسة :

لتحليل بيانات الدراسة تم استخدام برنامج Excel وبرنامج Spss النسخة 27، حيث استعنا بأساليب الإحصاء الوصفي (التكرارات، المتوسطات، الانحرافات المعيارية) والإحصاء الاستدلالي (الارتباطات، معدلات الإنحدار الخطي).

4.2- صدق وثبات أداة الدراسة : للحرص على مصداقية استبياننا تم عرضه على مجموعة من

الأساتذة المتخصصين لتقييمه ، للتأكد من مدى فعاليته وتحقيقه الهدف من الدراسة . ومن أجل التأكد من أن الاستبيان يقيس العوامل المراد قياسها، والتأكد من صدقه، قمنا باختبار مدى الاتساق الداخلي لفقرات المقياس ، حيث بلغت قيمة ألفا كرومباخ 0.929 وهي نسبة جيدة تسمح بالقول بأن أداة الدراسة ثابتة، وأن الاستبيان صالح للتحليل الإحصائي وفقاً لمعامل ألفا كرومباخ . ويوضح الجدول الموالي صدق الاتساق الداخلي لمختلف أسئلة الاستبيان :

الجدول 2: قيم ألفا كرومباخ لمجاور الاستبيان

البعد	تقديم الخدمة	توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها	الإهتمام بالمسافرين	الراحة والأمن	رضا الزبون
ألفا كرومباخ	0.877	0.882	0.899	0.912	0.919

المصدر : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

4- عرض النتائج و مناقشتها :

1.4- نتائج البيانات الوصفية:

توزيع أفراد العينة حسب حسب الخصائص السوسيو-ديموغرافية كان كما يلي :

الجدول 3 : نتائج البيانات الوصفية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	- ذكر	80	47.6
	- أنثى	88	52.4
العمر	- أقل من 25 سنة	63	37.5
	- من 26 حتى 35 سنة	50	29.8
	- من 36 إلى 45 سنة	44	26.2
	- من 46 إلى 55 سنة	5	3
	- أكثر من 55 سنة	6	3.6
الحالة الاجتماعية	- أعزب / عزباء	102	60.7
	- متزوج (ة)	46	27.4
	- مطلق (ة)	14	8.3



3.6	6	- أرمل (ة)	
7.1	12	- أقل من ثانوي	المستوى التعليمي
14.9	25	- ثانوي	
58.9	99	- جامعي	
19	32	- دراسات عليا	
41.7	70	- أقل من 150000	الدخل
22	37	- من 15000 إلى 35000	
16.1	27	- من 36000 إلى 55000	
13.1	22	- من 56000 إلى 65000	
7.1	12	- أكثر من 65000	
28	47	- موظف	الوظيفة
11.9	20	- أعمال حرة	
34.5	58	- طالب	
7.7	13	- متقاعد	
17.9	30	- بطل	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة الإناث الذين قاموا بالتعامل مع الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية وكالة ولاية بشار أكبر من نسبة الذكور حيث بلغت هاته الأخيرة %47.6 ، بينما بلغت نسبة الإناث %52.4 كما تبين نتائج الجدول أن أكثر فئة عمرية تعاملت مع الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية وكالة ولاية بشار هي أقل من 25 سنة ثم من 26 إلى 35 سنة على التوالي بنسبتي %37.5 و %29.8 و بحكم توزيعنا للاستبيان عبر البريد الإلكتروني و في مواقع التواصل الاجتماعي (الصفحات الخاصة بالطلبة) و أغلب الطلبة ينتمون إلى هاته الفئة العمرية ، وتبين أيضا أن غالبية أفراد العينة عزاب حيث بلغت نسبتهم %60.7 ثم تليها فئة المتزوجين بنسبة %27.4، ثم فئة المطلقون بنسبة %8.3، في حين أقل نسبة كانت لفئة الأرمال بنسبة %3.6. كما تبين أيضا أن ذوي المستوى الجامعي يمثلون أغلبية مفردات العينة حيث بلغت نسبتهم %58.9 و هو مؤشر جيد عن إجابات العينة وقدرتهم على فهم عبارات الدراسة، تليها فئة الدراسات العليا بنسبة %19، ثم فئة المستوى الثانوي بنسبة %14.9، في حين أن أقل نسبة كانت لذوي المستوى الأقل من الثانوي ب %7.1. أما فيما يخص وظيفة المستجوبين الأكثر تعاملًا مع الشركة فهم طلاب حيث بلغت نسبتهم %34.5 ويليها الموظفون بنسبة %28 ثم تأتي فئة البطالين بنسبة %17.9 ثم أصحاب الأعمال الحرة بنسبة %11.9 وأخيرا تأتي فئة المتقاعدين بنسبة %7.7، كما تشير نتائج الجدول إلى أن النسبة الكبرى من مفردات العينة %47.7 دخلهم أقل من 15000 باعتبارهم فئة الطلاب، ويليها أصحاب الدخل من 15000 إلى 35000 بنسبة %22، تليها أصحاب الدخل



من 36000 إلى 55000 بنسبة 16.1%، ثم من 56000 إلى 65000 بنسبة 13.1%، وأخيرا أصحاب الدخل أكثر من 65000 بنسبة 7.1% .

2.4- تحليل نتائج عبارات متغير جودة خدمة النقل ورضا الزبون

أ. نتائج أبعاد جودة خدمة النقل (المتغير المستقل) :

نتائج عبارات بعد تقديم الخدمة:

الجدول 4: نتائج عبارات تقديم الخدمة

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
تقديم الخدمة	2.410	0.781	غير موافق

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

بشكل عام أفراد العينة غير موافقين على بعد تقديم الخدمة بمتوسط حسابي 2.410 و انحراف معياري 0.781.

نتائج عبارات بعد توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها:

الجدول 5: نتائج عبارات بعد توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها	2.468	0.892	غير موافق

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

بلغ المتوسط الحسابي العام لبعد توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها 2.468 و انحراف معياري 0.892 وهذا يوضح

أن مفردات العينة غير موافقين على توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها .

نتائج عبارات بعد الإهتمام بالمسافرين:

الجدول 6 : نتائج عبارات بعد الإهتمام بالمسافرين

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
الإهتمام بالمسافرين	2.654	0.868	محايد

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال تحليل إجابات العينة تبين لنا أن أفراد العينة لا يهتمون ببعده الإهتمام بالمسافرين بمتوسط حسابي 2.654

و انحراف معياري 0.868، حيث كانت أغلب الإجابات "محايد" .

نتائج عبارات بعد الراحة والأمن:

الجدول 7: نتائج عبارات بعد الراحة والأمن

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
الراحة والأمن	2.529	0.836	غير موافق

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss



أغلب الإجابات غير موافق مما يدل على عدم توفر الراحة والأمن بمتوسط حسابي 2.529 و انحراف معياري 0.836 .

ب. نتائج عبارات محور رضا الزبون (المتغير التابع):

الجدول 8 : نتائج عبارات محور رضا الزبون

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
رضا الزبون	2.451	0.841	غير موافق

المصدر : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

بشكل عام كانت إجابات العينة غير موافق على بعد رضا الزبائن بانحراف معياري 0.841 ومتوسط حسابي و هذا ما يدل على عدم رضا الزبائن عن خدمات الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية 2.451.

3.4- اختبار صحة فرضيات الدراسة :

أ. العلاقة بين متغيرات نموذج الانحدار المتعدد: يبين الجدول الموالي علاقة الارتباط بين المتغير التابع والمتغير المستقل :

الجدول 9: قيم معامل التحديد لنموذج الانحدار المتعدد

النموذج	R	R المربعة	R المربعة (المعدلة)	STD erreur
1	0.849	0.720	0.713	4.506

المصدر : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من الجدول السابق يتضح أن المتغير التابع (رضا الزبون) تربطه علاقة قوية بالمتغيرات المستقلة (أبعاد جودة خدمة النقل) حيث بلغ الارتباط 0.849 ، كما تدلنا قيمة R المربعة (المعدلة) على أن 0.71 من التغيرات الواقعة في رضا الزبون تعزى لأبعاد جودة خدمة النقل.

ب. تحليل التباين لنموذج الانحدار:

الجدول 10 : تحليل تباين لنموذج الانحدار

F	SIG
104.786	0.000

المصدر : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يتضح من الجدول السابق أن نموذج الانحدار المتعدد لرضا الزبون على أبعاد جودة خدمة النقل معنوي حيث بلغت قيمة F 104.786 بقيمة عند مستوى دلالة 0.000 و عليه سنقوم باختبار صحة الفرضية الرئيسية كما يلي :

- الفرضية الرئيسية : يوجد تأثير لجودة خدمة النقل في تحقيق رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار، و تم التعبير عن هذه الفرضية وفق الصيغة التالية:



H0: لا يوجد تأثير لجودة خدمة النقل في تحقيق رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية وكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.

H1: يوجد تأثير لجودة خدمة النقل في تحقيق رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية وكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.

و بما أن sig أقل من 0.05 نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة احصائية لجودة خدمة النقل في تحقيق رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية .

ومن أجل قبول أو نفي الفرضيات الفرعية لابد لنا من الانتقال لنتائج معالم نموذج الانحدار الخطي .

ت. نتائج تقييم معالم نموذج الانحدار الخطي المتعدد للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع:

الجدول 11 : نتائج تقييم معالم نموذج الانحدار الخطي المتعدد للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع

النموذج	B	ERREUR	BETA	T	SIG
CONSTANTE	0.73	0.123		0.594	0.554
تقديم الخدمة	0.312	0.071	0.290	4.408	0.000
توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها	0.135	0.065	0.143	2.087	0.038
الإهتمام بالمسافرين	0.115	0.076	0.119	1.509	0.133
الراحة والأمن	0.390	0.082	0.388	4.781	0.000

المصدر : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من الجدول السابق نستطيع كتابة معادلة الانحدار كالتالي :

رضا الزبون = $0.73 + 0.312$ (تقديم الخدمة) + 0.135 (توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها) + 0.115 (الإهتمام بالمسافرين) + 0.390 (الراحة والأمن) .

و بما أن بعد الإهتمام بالمسافرين ليس له دلالة احصائية عند مستوى معنوية 0.05 فهذا يدفعنا إلى إلغائه من معادلة الانحدار لتصبح كالتالي :

رضا الزبون = $0.105 + 0.328$ (تقديم الخدمة) + 0.157 (توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها) + 0.461 (الراحة والأمن).

وهذا يعني :

- زيادة درجة واحدة في تقديم الخدمة تؤدي لزيادة رضا الزبون ب 0.328.

- زيادة درجة واحدة في توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها تؤدي لزيادة رضا الزبون ب 0.157.

- زيادة درجة واحدة في الراحة والأمن تؤدي لزيادة رضا الزبون ب 0.461.

و بناءً على المعادلات المذكورة وعلى قيم sig بالجدول سوف نقوم فيما يلي باختبار صحة الفرضيات الفرعية :



- **الفرضية الفرعية الأولى:** يوجد تأثير لتقديم خدمة النقل على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية، وتم التعبير عن هذه الفرضية وفق الصيغة التالية:
- H0: لا يوجد تأثير لتقديم النقل على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.
- H1: يوجد تأثير لتقديم خدمة النقل على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.
- يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير لتقديم خدمة النقل على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.
- **الفرضية الفرعية الثانية:** يوجد تأثير توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية، وتم التعبير عن هذه الفرضية وفق الصيغة التالية:
- H0: لا يوجد تأثير لتوفر المعلومة وسهولة الوصول إليها على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.
- H1: يوجد تأثير لتوفر المعلومة وسهولة الوصول إليها على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.
- يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير لتوفر المعلومة وسهولة الوصول على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.
- **الفرضية الفرعية الثالثة:** يوجد تأثير للإهتمام بالمسافرين على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية، وتم التعبير عن هذه الفرضية وفق الصيغة التالية:
- H0: لا يوجد تأثير للإهتمام بالمسافرين على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.
- H1: يوجد تأثير تأثير للإهتمام بالمسافرين على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.
- يتم رفض الفرضية البديلة وقبول الفرضية الصفرية التي تنص على عدم وجود تأثير للإهتمام بالمسافرين على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.
- **الفرضية الفرعية الرابعة:** يوجد تأثير للراحة والأمن على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية، وتم التعبير عن هذه الفرضية وفق الصيغة التالية:
- H0: لا يوجد تأثير للراحة والأمن على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.



H1: يوجد تأثير للراحة والأمن على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.

يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير للراحة والأمن على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية لوكالة بشار عند مستوى دلالة 5%.

خاتمة:

تعد جودة خدمات النقل محدد أساسي من محددات رضا الزبائن ، الأمر الذي يوجب على شركات النقل الاهتمام بتعزيز إدراكات الزبائن لجودة الخدمات المقدمة ، بهدف تعزيز مستوى الرضا لديهم وكسب ولائهم . فإذا المؤسسة حاولت التعرف على كيفية تقييم الزبائن لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم قد تساعدها في تحسين أداؤها وتعزيز مكانتها ورفع مستواها بما يحقق رغبات وحاجات الزبون وبما يفوق توقعاته، وهذا ما تسعى الدراسة للوصول إليه ، وفي ما يلي استعراض لأهم النتائج المتوصل إليها :

- عدد الرحلات المبرمجة على مدار الاسبوع غير كافٍ؛
- القاطرات التي تستخدمها الشركة غير حديثة، غير نظيفة والقدرة الإستيعابية لها غير مناسبة؛
- لا يتم الإيفاء بالوعود المقدمة مسبقا بعد تقديم الخدمة؛
- لا توفر الشركة خدمات مرافقة جيدة؛
- لا توفر الشركة معلومات عن خدماتها على الموقع الإلكتروني؛
- لا توظف الشركة عاملين ذوي كفاءة ولا يسعون لتقديم أفضل خدمة للزبون؛
- غالبية الزبائن لا يشعرون بالأمان عند التعامل مع الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية وكالة ولاية بشار؛
- لا تقدم خدمات ذات جودة عالية و لا تسعى دائما لتقديم خدمات تتناسب مع متطلبات الزبائن؛
- لا تشعر الشركة زبائنهم بأهميتهم ولا تقوم بمعالجة شكاويهم؛
- لا تقدم الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية خدمات تفوق توقعات زبائنهم؛
- أغلبية الزبائن غير راضون عن الخدمات التي تقدمها الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية وكالة ولاية بشار؛
- أفراد عينة الدراسة غير راضون عن جودة خدمات النقل المقدمة من طرف الشركة الوطنية لنقل عبر السكك الحديدية وكالة بشار وهذا بالنسبة للأبعاد التالية: تقديم الخدمة، توفر المعلومة وسهولة الوصول، والراحة والأمان؛
- أفراد العينة عموماً محايدون بالنسبة لبعد الإهتمام بالمسافرين.



أما فيما يخص النتائج المتعلقة بالعلاقة بين جودة خدمة النقل ورضا الزبائن، أثبتت الدراسة النتائج التالية:

- يوجد تأثير لجودة خدمة النقل في تحقيق رضا زبائن الشركة الوطنية لنقل عبر السكك الحديدية وكالة بشار؛
 - يوجد تأثير لتقديم خدمة النقل على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية وكالة بشار؛
 - يوجد تأثير لتوفر المعلومة وسهولة الوصول على رضا زبائن شركة النقل عبر السكك الحديدية وكالة بشار؛
 - لا يوجد تأثير للاهتمام بالمسافرين على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية وكالة بشار؛
 - يوجد تأثير للراحة والأمن على رضا زبائن الشركة الوطنية للنقل عبر السكك الحديدية وكالة بشار.
- ومن خلال تقديم النتائج التي تم التوصل لها سيتم فيما يلي تقديم مجموعة من الإقتراحات التي تقدم بعض الإستفادة منها والمتمثلة فيما يلي:

- توفير خدمة الحجز عبر الموقع الإلكتروني و القيام باستطلاعات لآراء الزبائن حول الخدمات المقدمة؛
- توظيف موظفين مؤهلين و لديهم قدرات وكفاءات عالية خاصة عند حدوث المشاكل (ضياع الأمتعة، تأخر الرحلة....)؛
- تنظيم عملية إلتحاق الركاب بمقاعدهم حسب الرقم الموجود في التذكرة كما هو الحال في النقل الجوي للتقليل من الفوضى .
- الحرص على الاهتمام بالزبائن وحسن معاملتهم والاستماع لشكاويهم والعمل على حلها؛
- صيانة القطارات والحرص على نظافتها ؛
- جلب قطارات حديثة و متطورة و صيانة السكة الحديدية و تحديثها لأنها تتسبب عادة في توقف الرحلات بسبب الزواجع الرملية .
- تصميم برامج تعمل على تحسين مستوى جودة خدمات النقل بالاعتماد على أبعاد الجودة.
- زيادة عدد القطارات لأن عدد الرحلات غير كافي بالنسبة لسكانتة الولاية .

قائمة المراجع:

- Kotler, P., & Dubois, B. (2000). Marketing Management (éd. 10). Paris: Pearson.
- Ray, D. (2001). Musurer et developper la satisfaction des clients (éd. 2). paris: edition d'organisation.
- الجريدة الرسمية لجمهورية الجزائرية، العدد 32، قانون رقم 11/09 المؤرخ في 5 يونيو 2011، يعدل ويتمم القانون رقم 01/13 المؤرخ في 07 غشت 2001 المتضمن توجيه النقل البري وتنظيمه .
- إيمان أحمد منصور. (2020). الوجيز في الإدارة الناجحة. عمان، الأردن: دار ابن النفيس للنشر والتوزيع.
- بشير العلاق، و حميد الطائي. (2009). إدارة عمليات الخدمة. عمان، الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- خكيم بن جروة، و نور الدين مزهودة. (2017). أهمية تسويق خدمات النقل الحضري العمومي في تحقيق البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة. مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، 7(12).



- رقية شطبي . (ديسمبر، 2019). القراءة الدالية لخطر الإفلاس باستخدام جدول سيولة الخزينة دراسة حالة الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية ناحية قسنطينة. مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية(52).
- زوليخة قطري . (2014). سياسات نقل الأشخاص في الجزائر واقع وآفاق، دراسة حالة منظومة النقل الحضري لمدينة الجزائر العاصمة. أطروحة دكتوراه تخصص تسيير مؤسسات. كلية العلوم الاقتصادية: جامعة الحاج لخضر باتنة.
- سامية لحو، و يزيد شهلي . (2015). أثر جودة خدمة النقل على رضا الزبون دراسة حالة مؤسسة النقل الحضري الجماعي بباتنة ETUB. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة(45).
- سعيد محمد المصري. (2001). إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية. مصر: الإسكندرية، الدار الجامعية.
- سليم بوقنة . (2005). دراسة نوعية الخدمة لدى مستعملي النقل الحضري الجماعي: دراسة ميدانية في مدينة قسنطينة. مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. جامعة منتوري قسنطينة.
- سناء رواجبي. (2010). النمو الحضري وعلاقته بمشكلات النقل الحضري. مذكرة ماجستير تخصص علم الاجتماع الحضري، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. جامعة الحاج لخضر باتنة.
- عبد الحميد شهدي. (2011). ماهية جغرافية النقل. كلية الآداب جامعة المنصورة.
- علي توفيق الحاج، و آخرون. (2009). تسويق الخدمات. عمان، الأردن: دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع.
- علي عبد السلام المعزاوي. (2006). اقتصاديات النقل. مصر: دار السلام.
- فريد كورتل. (2009). تسويق الخدمات. عمان، الأردن: دار الكنوز للمعرفة العلمية للنشر والتوزيع.
- فضيل دليو. (2023). اختبار العينات عبر الإنترنت في البحوث الاجتماعية. (جامعة قسنطينة، المحرر)، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، 60(6).
- ليلي بوحديد، و إلهام يحياوي . (2015). أثر جودة الخدمة المدركة على رضا الزبائن - دراسة حالة شركة الخطوط الجوية بمطار باتنة في الجزائر. مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الانسانية، 15(1).
- محمد خميس الزوكة. (2004). الجغرافيا الاقتصادية. الإسكندرية: دار المعرفة.
- محمد صالح ربيع العجيلي . (2015). جغرافية النقل الحضري مبادئ وأسس. عمان: دار مجدلاوي.
- محمود توفيق سالم. (1985). هندسة النقل والمرور. بيروت: دار الرتب الجامعية.
- نجلة يونس محمد آل مراد، و عمر ياسين الدليمي . (2012). التسويق بالعلاقة ودوره في تعزيز رضا الزبون. مجلة تنمية الراقدين، 34(107).
- نورة سياري. (2014). دراسة سوق النقل الحضري العمومي بالحافلات -دراسة حالة مدينة قسنطينة-.
- مذكرة ماجستير تخصص علوم التسيير . جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2.
- هاني حامد الضمور. (2005). تسويق الخدمات. عمان، الأردن: دار وائل للنشر.
- يوسف حجيم سلطان الطائي، و هاشم فوزي العبادي. (2009). إدارة علاقات الزبائن. عمان، الأردن: دار الوراق للنشر و التوزيع .