

العنوان:	جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية زأثرها على رضا العملاء
المصدر:	مجلة جامعة الزيتونة
الناشر:	جامعة الزيتونة
المؤلف الرئيسي:	أرحومة، مفتاح محمد عمار
مؤلفين آخرين:	أبو ليفة، عبدالمنعم(م. مشارك)
المجلد/العدد:	ع10
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2014
الصفحات:	1 - 15
رقم MD:	839967
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	EduSearch, EcoLink, IslamicInfo, HumanIndex
مواضيع:	شركات الطيران، إدارة الجودة الشاملة، رضا العملاء، الخطوط الجوية الليبية
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/839967

جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية و أثرها على رضا العملاء د. مفتاح محمد عمار⁽¹⁾ أ. عبد المنعم أبو ليفة⁽²⁾

ملخص الدراسة

تدور هذه الدراسة حول جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية و أثرها على رضا العملاء ، وتهدف إلى قياس الرضا العام للعميل عن الخدمات التي تقدمها الشركة ، و لتحقيق أهداف الدراسة فقد تمّ وضع استبيان ووزع على عينة الدراسة البالغ عددها (216) مفردة ، وأخضعت للتحليل الإحصائي ببرنامج (SPSS) الإحصائي ، وتمثلت العينة من عملاء الشركة في مطاري طرابلس ومصراته. وقد توصلت إلى أنّ هناك علاقة طردية بين الرضا عن أبعاد خدمة النقل الجوي ككل و الرضا العام للعميل عن هذه الخدمات ، وتوصلت إلى أن هناك انخفاضاً في درجات رضا العميل عن إجمالي خدمات النقل الجوي المقدمة من قبل الشركة ، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك اختلافات جوهرية في درجات الرضا العام عن خدمة النقل الجوي المقدمة من الشركة باختلاف بعض الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.

وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات أهمها:

- 1- أن تقوم الشركة وبشكل دوري بقياس الرضا العام لعملائها عن خدمة النقل الجوي التي تقدمها الشركة.
- 2- مراعاة الاحتياجات المختلفة لفئات العملاء عند التخطيط للخدمات الحالية و المستقبلية.
- 3- الاهتمام وتفعيل إدارة التسويق بالشركة ودعمها بالعناصر الأكفاء ذوي الخبرة و المؤهلات العالية.

المبحث الأول /الإطار العام للدراسة.

1.1. المقدمة

تعمل المنشآت و المنظمات الإنتاجية و الخدمية على تأكيد سيادة العميل في السوق من خلال التحدث عن حاجات و رغبات العميل من وجهة نظره ، سلعاً وخدمات ، والعمل علي إنتاجها بما يحقق توقعاته التي يطلبها وليس التي تقررها المنشأة من أجل تحقيق رضا العميل ، ويعدّ الرضا محورا رئيسيا في دراسة سلوك العميل ، بهدف التعرف على حاجاته و رغباته بكل دقة .

إنّ العميل الراضي و المنتفع بالسلعة أو الخدمة المقدمة له يكون لديه الاستعداد لتكرار عملية الشراء ، وإخبار الآخرين عنها من خلال تجربته. أما إذا كان العميل غير راض عما قدّم له فإنه لن يكرر عملية الشراء وسوف ينقل خبرته السلبية للآخرين ، وأنّ المدخل الرئيسي للاحتفاظ بالعميل هو إرضائه من خلال إشباع حاجاته و رغباته المتعلقة بالخدمة التي يطلبها.

1.2. مشكلة الدراسة :-

تحاول شركة الخطوط الجوية الليبية من خلال مسيرة عملها التعرف على كلّ جديد في صناعة الطيران و النقل الجوي ، وذلك من أجل تحسين مستوى خدماتها و الارتقاء بها ، و على الرغم من

¹ - عضو هيئة تدريس- قسم الإدارة – كلية الاقتصاد والعلوم السياسية / جامعة طرابلس.

² - عضو هيئة تدريس- قسم الإدارة – كلية الاقتصاد والعلوم السياسية / جامعة مصراته.

حرصت الشركة الدائم على الوفاء بالتزاماتها من خلال تقديم أعلى مستويات الخدمة لعملائها ، كشفت الدراسة الاستطلاعية و الزيارات الميدانية التي قام بها الباحثان للشركة عدم دقة مواعيد الإقلاع و الهبوط في الرحلات ومن مظاهر هذه المشكلة ما يلي: إلغاء الرحلات بشكل مستمر- عدم دقة إجراءات تسليم الحقائب- كفاءة طاقم الضيافة- عدم توفر شروط الأمن و السلامة على متن بعض الطائرات ، مما دعا دول الاتحاد الأوروبي منع طائرات شركة الخطوط الليبية من الهبوط في مطاراتها. ومن خلال الاطلاع على كشف الركاب المسافرين من مطار طرابلس العالمي الصادر عن وحدة الإحصاء بالمطار تبين أن عدد المسافرين على رحلات الخطوط الجوية الليبية خلال سنة 2010 م قليل جدا مقارنة بالشركات الأجنبية الأخرى ، والجدول التالي يوضح ذلك:-
جدول رقم (1.1) مجموع عدد الركاب للخطوط الليبية سنة (2010)

الوجهة	عدد ركاب الليبية	عدد ركاب النقل الأجنبي	نسبة الليبية
ليبيا / تركيا	40591	120223	%33.60
ليبيا / مالطا	10048	25200	%28.50

المصدر - إحصائيات مطار طرابلس العالمي 2010 م

وعليها تحددت مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤلات التالية :

- ما هي العلاقة بين أبعاد جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية و الرضا العام للعملاء عن هذه الخدمات؟
- هل هناك قصور في أبعاد جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية ؟
- هل هناك اختلافات جوهرية في درجات الرضا العام عن جودة خدمات شركة الخطوط الجوية الليبية باختلاف المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة ؟

1.3. أهداف الدراسة:-

- 1- قياس الرضا العام عن خدمة النقل الجوي التي تقدمها شركة الخطوط الجوية الليبية .
- 2- بيان طبيعة العلاقة بين الرضا العام للعميل عن خدمة النقل الجوي و الرضا عن الأبعاد الرئيسية لخدمة النقل الجوي.
- 3- بيان طبيعة العلاقة بين الرضا العام للعميل عن خدمة النقل الجوي و خصائصه الديموغرافية.
- 4- وضع مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تفيد المنظمة محل الدراسة.

1.4. أهمية الدراسة :-

- 1- الاهتمام برضا العملاء أصبح من أولويات إدارات التسويق بالشركات و المنظمات الربحية الخدمية أو الإنتاجية ، وعن طريق أبحاث التسويق يمكن الوصول وقياس رضا العملاء عن الخدمات الحالية أو المنوي تقديمها ، ولا شك أن وجهات نظر العملاء سيكون لها دور كبير في تعديل أو اقتراح الخدمات أو إلغاء بعض الجوانب الغير مرضى عنها.
- 2- ما تسفر عن هذه الدراسة من نتائج ومقترحات يمكن أن يكون خارطة طريق و مؤشر لشركة الخطوط الجوية الليبية ؛ لتحسين وتطوير خدماتها وفق الأساليب العلمية التسويقية الحديثة التي تركز على العميل باعتباره الركيزة الرئيسة للتسويق الحديث.

1.5.فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى:

H_{01} : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمات المقدمة من قبل شركة الخطوط الجوية الليبية و بين الرضا العام للعميل عن هذه الخدمات.

H_{11} : وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمات المقدمة من قبل شركة الخطوط الجوية الليبية و بين الرضا العام للعميل عن هذه الخدمات.

الفرضية الثانية:

H_{02} : لا يوجد هناك قصور في أبعاد جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية مما يؤدي إلى انخفاض الرضا العام للعميل عن هذه الخدمات.

H_{12} : هناك قصور في أبعاد جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية مما يؤدي إلى انخفاض الرضا العام للعميل عن هذه الخدمات.

الفرضية الثالثة:

H₀₃: لا توجد اختلافات جوهرية في درجات الرضا العام للعميل عن جودة خدمات شركة الخطوط الجوية الليبية باختلاف المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة.

H₁₃: توجد اختلافات جوهرية في درجات الرضا العام للعميل عن جودة خدمات شركة الخطوط الجوية الليبية باختلاف المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة.

1.6. منهجية الدراسة :

استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال تجميع البيانات وتحليلها و الوصول إلى نتائج و التوصيات بالشركة محل الدراسة

1- الأدوات المستخدمة في الدراسة :

• الجانب النظري:

اعتمد الباحثان للحصول على البيانات على الأدوات التالية :

تمّ الاعتماد على الكتب و المراجع العلمية والمجلات و الدوريات الصادرة ، و التي تتضمن الموضوع محل الدراسة.

• الجانب العملي :

اعتمد الباحثان في الحصول على البيانات عن طريق توزيع صحيفة استبيان على عينة من عملاء الشركة الجوية العربية الليبية.

2- حدود الدراسة:

• الحدود المكانية :

شملت هذه الدراسة عملاء شركة الخطوط الجوية الليبية من خلال صالات مغادرة ووصول المسافرين بمطار طرابلس العالمي و مطار مصراته الدولي ، وكذلك مكاتب السفر و السياحة .

• الحدود الزمنية :

الفترة التي شملتها الدراسة متمثلة في تحديد العلاقة بين جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية ورضا العملاء خلال الفترة 1-8-2010 إلى 25-8-2012.

3- مجتمع الدراسة و اختيار العينة:

يحدد مجتمع الدراسة في كافة الأفراد المسافرين على رحلات شركة الخطوط الجوية الليبية ، ونظرا لتجانس مجتمع الدراسة تمّ استخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة ، و تتمثل العينة في القادمين و المغادرين من مطار طرابلس العالمي و مطار مصراته الدولي ، وكانت عينة الدراسة (270) مفردة.

المبحث الثاني: الجانب النظري.

2.1 مفهوم جودة الخدمة:

عند الحديث عن الخدمات فإننا يجب أن نراعي المستفيدين من هذه الخدمات، و أنّ جودة الخدمة تكون ناتجة عن جودة التفاعل بين مقدم الخدمة و ممن لهم اتصال مباشر بالمستفيدين من هذه الخدمة ، وكذلك جودة التفاعل بين مقدمي الخدمة و القيادة الإدارية داخل المنظمة (الأداء الإداري) ، كل هذا بالإضافة إلى التركيز على جودة النتائج و هي مدى رضا المستفيدين من الخدمة المقدمة من حيث السعر ومدى الاستفادة منها.

و نجد أنّ البعض عرّف الجودة بأنّها قدرة الإدارة على إنتاج سلعة أو تقديم خدمة تكون قادرة على الوفاء بحاجات العملاء! بينما عرّفها البعض الآخر بأنّها القدرة على تحقيق رغبات العملاء بالشكل الذي يتطابق مع توقعاتهم و يحقق رضاهم التام عن السلعة المقدمة (الحداد،1999م).

وركز البعض الآخر من التعريفات على مقابلة احتياجات ومتطلبات العملاء، حيث عرّف لويس LEWIS مفهوم جودة الخدمة بأنه " إمداد العميل بما يحتاجه ، و في الوقت الذي يريده و بتكلفة مقبولة في ظل قيود التشغيل المرتبطة بالعمل" (محمود،2001م) .

كما عرّف كل من BERRY and PARAGUAYAN جودة الخدمة بأنها مدى توافق الخدمة مع المواصفات (المتطلبات) التي يضعها العميل ، فيقوم العملاء بتقسيم جودة الخدمة بمقارنة ما

يرغبونه أو (يتوقعونه) بما يحصلون عليه فعلا أو يدركون أنهم يحصلون عليه ، فالجودة هي ما يدركه العملاء عنها.(زين الدين،1994م) .
2.2.أبعاد جودة خدمة النقل الجوي:

اتجهت الكثير من الدراسات إلى تخيل الأبعاد التي يبني عليها العملاء حكمهم على جودة الخدمة المقدّمة ، فعلى سبيل المثال يرى (Swan and comb1976) أنّ جودة الخدمة لها بُعدان أساسيان هما: الجودة المادية و التي تتضمن الجوانب المادية الملموسة التي يتعرض لها العميل حال حصوله على الخدمة ، و الجودة التفاعلية وهي تمثل أداء العملية الخدمية ذاتها في أثناء تفاعل العاملين بالمنظمة مع العملاء، وفي نفس الاتجاه يميز (Sasser1976) بين ثلاثة أبعاد للخدمة هي: العناصر المادية-التسهيلات-الأفراد.

ويأتي (Lehtinen1982) ليضيف بُعداً ثالثاً في قياس جودة الخدمة إلي البعدين الذين حددهما (Swan and Comb1976) وهو جودة المنظمة ، و التي تتعلق بصورة المنظمة أو الانطباع الذهني عنها في نظر العميل، ويقسم (Gronroos 1984) أيضاً أبعاد الجودة إلى ثلاثة أبعاد رئيسية هي الجودة الفنية و التي تتعلق بما يتم تقديمه، و الجودة الوظيفية و التي تتعلق بأسلوب تقديم الخدمة. أما البعد الثالث لجودة الخدمة فإنه يتعلق بالصورة الذهنية للمنظمة من وجهة نظر العملاء (عبد المحسن،1999م) .

وفي عام 1988 قام هؤلاء الباحثون بتخفيض الأبعاد السابقة إلى خمسة أبعاد فقط للحكم على جودة الخدمة وهي: الجوانب المادية الملموسة - الاعتمادية- سرعة الاستجابة و مساعدة العملاء- الثقة- التعاطف مع العميل (خير الدين،2002م) .

وفي مجال خدمات الطيران تشير كتابات (Browne 1984) إلى إمكانية التعرف على الأبعاد الخاصة بالوقت ، وخدمة الضيافة ، وسعر التذكرة ، ونوعية الوجبات الغذائية الترفيهية، وعدد الحقايب المسموح بها.

وفي دراسة أكثر حداثة حدد (Kaynak1994) ثلاثة عشر بُعداً في الحكم على جودة الخدمة المقدّمة من شركة الطيران و ذلك على النحو التالي: خدمة الكاونتر بالمطار ، وفرة المعلومات عن حالة الرحلة ، خدمة الضيافة ، خدمة تسليم الحقايب ، ترابط خطوط الطيران ، ودقة مواعيد السفر و الوصول ، وإمكانية الحجز بالهاتف ، وجودة الأطعمة على الطائرة ، وتوافر مشروبات كحولية بالمجان ، وأسعار تنافسية، والارتباط بالمدن الرئيسية ، ووسائل التسلية على الطائرة ، وجود جدول زمني بالميل (عبد المحسن،1999م) .

يلاحظ على أبعاد جودة خدمة الطيران - والتي أفرزتها الدراسات السابقة - أنه لا يمكن تطبيقها في جميع الدراسات المتعلقة بخدمة الطيران ، حيث أنّ معظمها نتاج دراسات أجريت في بيئات أجنبية مختلفة عن البيئة الليبية ، و أنّ بعض هذه الأبعاد لا يمكن قياسها أو وضعها في شكل يصلح للقياس في علاقتها بموضوع الدراسة ، مثل توافر المشروبات الكحولية ، و لحوم الخنازير ضمن الوجبات التي تقدمها الشركات ، ومن ثمّ فإن الباحثين سيقومان بالاستفادة منها قدر الإمكان و الإضافة إليها ، و يخضعها للدراسة بما يتناسب مع طبيعة هذه الدراسة.

2.3.مقياس جودة الخدمات:

يمكن التفرقة بين خمسة طرق أساسية من طرق قياس جودة الخدمات من منظور العميل وهي: مقاييس عدد الشكاوى- مقياس الرضا- مقياس الأداء الفعلي للخدمة- مقاييس العميل الموجه بالقيمة- مقياس الفجوة.

ويتنوع هذا المقياس في خمس فجوات هي :

- الفجوة بين توقعات العملاء لمستويات الأداء و إدراك الإدارة لتلك التوقعات.
- الفجوة بين إدراك الإدارة لتوقعات العملاء و للمواصفات الفعلية للخدمة المقدّمة.
- الفجوة بين المواصفات المحددة للجودة و أداء الخدمة بالفعل في الواقع العلمي.

- الفجوة بين الخدمة المقدّمة بالفعل ووعود المنظمة عن الخدمة.
- الفجوة بين إدراك العملاء للخدمة الفعلية و توقعاتهم تجاه جودة هذه الخدمة (عبد المحسن،2002م).

2.4. مفهوم رضا العميل :

يعرّف الرضا بأنّه ردُّ الفعل الذي يتّبع تقديم الخدمة أي أنه حالة شعورية إما بالرضا أو بخيبة الأمل عن التعامل مع خدمة معينة ، كما يمكن تعريف الإشباع بأنّه ملخص لحالة نفسية يتعرض لها العميل عندما تتأكد توقعاته أو لا تتأكد. أيضا يمكن تعريف الرضا بأنه عبارة عن خبرة ما قبل الاستهلاك التي يقارن فيها العميل بين الخدمة التي يتصورها مع الجودة المتوقعة ، ويرتبط مفهوم رضا العميل ارتباطاً وثيقاً مع مفهوم جودة الخدمة ، حيث يُمثل رضا العملاء هدفاً لكل المنظمات التي ترغب في تقديم خدمات ذات جودة ، حيث يتفق الكُتاب في تعريف الرضا على أنه درجة التطابق بين الأداء المدرك للخدمة و توقعات العملاء ، فالعميل يكون راضياً عندما تقدم له خدمة بجودة عالية تتفق و توقعاته أو تزيد عليها ، بينما يكون العميل غير راضٍ عندما تزيد توقعاته عن مستوى أداء الخدمة. وقد اختلف الباحثون حول أيّهما يؤثر في الآخر ، أو أيّهما يمكن النظر إليه كمتغير مستقل ، و أيّهما يمكن النظر إليه على أنّه متغير تابع¹، في حين يرى الباحثان أنّ رضا العميل هو حكم عام أو اتجاه عام من قبل العميل يتصل بتفوق الخدمة ويقوم على عنصرَي الإدراك و التوقع (عبد الحميد،2003).

2.5. مقاييس رضا العميل:

لقد تعددت المقاييس التي استخدمها الباحثون في قياس رضا العميل سواء من ناحية بنودها أو إدراجها ، وفي هذا الصدد اقترح كلا من (Czepieland Rosenberg,1977) أنه يمكن إتباع أحد المنهجين في قياس رضا العميل وهما:

1- المنهج الإجمالي : ويعتمد على قيام العميل بتقسيم المنتج في ضوء كل الخبرات المتعلقة بشرائه واستخدامه.

2- المنهج التفصيلي : ويعتمد على قياس العميل عن كل مكون من مكونات المنتج على أساس أنّ هناك دوافع متعددة لسلوك المستهلك ومن ناحية أخرى، حدد كلا من (Mooreand Mhuptrine,1984) الطرق الممكنة لقياس رضا العميل في النقاط الآتية: (المنياوي،2001).

المقياس المتعدد النقاط : multi- item scale ، ويأخذ عدة أشكال منها:

- المقياس الثلاثي (راضٍ – محايد – غير محايد) ،
- المقياس الخماسي (راضٍ تماما – راضٍ – محايد – غير راضٍ – غير راضٍ تماما)
- والمقياس السباعي (راضٍ تماما – راضٍ – راضٍ إلى حدّ ما – محايد - غير راضٍ إلى حدّ ما – غير راضٍ – غير راضٍ على الإطلاق).

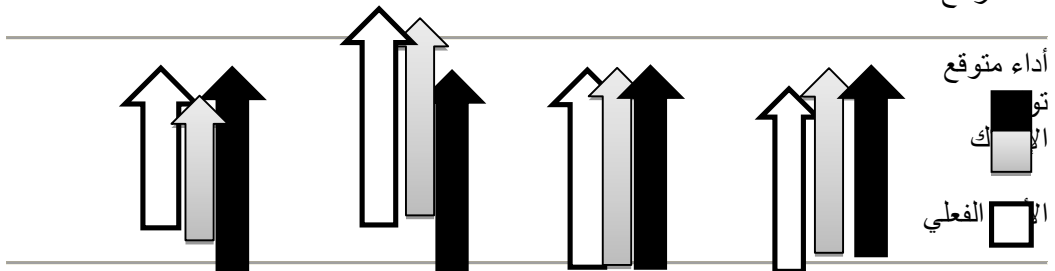
هذا و يؤكد كلا من (Sperngand Mackoy,1996) أنّ المقاييس السابقة من أكثر المقاييس

قبولاً و استخداماً في الواقع العملي.

ومن ناحية أخرى أشار (Mcnealy,1994) إلى أن قياس رضا العميل يتمُّ من خلال قياس الفرق بين توقعات العميل حول المنتج و إدراكه للأداء ، وهذا يعدُّ كشفاً للتغرات في مجال الرضا كما هو موضح

بالشكل :

أداء مرتفع



شكل(2.1) يمثل نموذج كشف الثغرات في مجال الرضا من أجل التخطيط لإجراء التحسين

المصدر: ريم الألفي، 2002م ، ص39

المبحث الثالث /الدراسة الميدانية.

يهدف هذا المبحث إلى معرفة الخطوات التي اتبعتها الباحثان في سبيل إجراء الدراسة الميدانية، و لقد تمَّ تحديد هذه الخطوات في الآتي:

3.1.فرضيات الدراسة:

تتمثل فرضيات الدراسة في الآتي:

الفرضية الأولى :

H₀₁: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمات المقدمة من قبل شركة الخطوط الجوية الليبية وبين الرضا العام للعميل عن هذه الخدمات.

H₁₁: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمات المقدمة من قبل شركة الخطوط الجوية الليبية و بين الرضا العام عن هذه الخدمات .

الفرضية الثانية:

H₀₂: لا يوجد هناك قصور في أبعاد جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية مما يؤدي إلى ارتفاع الرضا العام للعميل عن هذه الخدمات.

H₁₂: هناك قصور في أبعاد جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية مما يؤدي إلى انخفاض الرضا العام للعميل عن هذه الخدمات.

الفرضية الثالثة:

H₀₃: لا توجد اختلافات جوهرية في درجات الرضا العام للعميل عن جودة خدمات شركة الخطوط الجوية الليبية باختلاف المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة.

H₁₃: توجد اختلافات جوهرية في درجات الرضا العام للعميل عن جودة خدمات شركة الخطوط الجوية الليبية باختلاف المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة.

3.2.بيئة و مجتمع و عينة الدراسة:

1. بيئة الدراسة : تتمثل بيئة الدراسة في شركة الخطوط الجوية الليبية.
2. مجتمع الدراسة :- يتمثل مجتمع الدراسة في كافة عملاء الشركة المغادرين و القادمين على رحلات الخطوط الجوية الليبية سواء أكانت رحلات داخلية أم رحلات دولية.
3. عينة الدراسة :- تتمثل عينة الدراسة في العملاء القادمين و المغادرين من وإلى مطار طرابلس الدولي ، كذلك القادمون و المغادرون من وإلى مطار مصراته الدولي ، وكان حجم العينة (270) استمارة استبيان ، وبلغ مجموع الاستمارات التي تحصل عليها الباحثان (242) ، وتمَّ استبعاد (26) استمارة لعدم كفاية البيانات الواردة بها ، حيث كان عدد الاستمارات الخاضعة للتحليل (216) استمارة.

3.3..تحليل البيانات و اختبار الفرضيات:

بعد تجميع الاستمارات استخدم الباحثان الطريقة الرقمية في ترميز البيانات ، حيث تمَّ ترميز الإجابات المتعلقة بالعبارات الإيجابية ، وقد استخدم الباحثان مقياس ليكرات الخماسي و المستخدم في

العديد من الدراسات السابقة ، ويمكن توضيح درجات المقياس والأوزان المرجحة لكل درجة في الجدول رقم (3.1).

جدول رقم(3.1) يبين توزيع الدرجات علي الإجابات المتعلقة بالعبارات الايجابية

الإجابة الدرجة	راضٍ تماما	راضٍ	محايد	غير راضٍ	غير راضٍ تماما
	1	2	3	4	5

وبالتالي يكون متوسط هذه الدرجات (3) فإذا كان متوسط الإجابة أكبر من 3 فيدل علي انخفاض درجة الموافقة . أما إذا كان متوسط الإجابة أقل من 3 فيدل على ارتفاع درجة الموافقة، و بالتالي سوف يتم اختبار ما إذا كان متوسط درجة الموافقة يزيد أو يقل عن 3 أم لا.

وبعد الانتهاء من ترميز الإجابات وإدخال البيانات في الحاسب الآلي باستخدام حزمة البرمجيات الجاهزة SPSS وهي اختصار للبرنامج الإحصائي (statistical package for the social sciences). تم تنفيذ الاختبارات التالية:

3.4. اختبار كرونباخ ألفا (α) للصدق و الثبات:

يقصد بصدق الأداة قدرة الاستبانة على قياس المتغيرات التي وضعت لقياسها ، أمّا ثبات الأداة فيعني إمكانية الحصول على نفس النتائج في حالة تكرار الدراسة في ظروف مشابهة و باستخدام الأداة نفسها ، وفي هذه الدراسة تمّ استخدام مقياس ألفا كرونباخ لتحديد درجة ثبات الأداة وهي كالآتي !:

$$a = \left(\frac{N}{N - 1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 q}{\sigma^2} \right]$$

ويعدّ هذا المقياس جيدا إذا ما زادت قيمة ألفا كرونباخ عن (60%) ، وعند تطبيق هذا الاختبار باستخدام البرنامج الإحصائي وجد أن قيمة ألفا لجميع التغيرات =89.3% كما تمّ تطبيق معامل الثبات ألفا لقياس صدق الأداة باستخدام طريقة الصدق الذاتي ، حيث بلغ معامل الصدق (94.4%) وهو مؤشر جيد لصدق المقياس المستخدم في الدراسة ، و التي تمّ الحصول عليه باستخدام المعادلة التالية:

$$v = \sqrt{S}$$

حيث أن: V = درجة الصدق ، S = معامل الثبات و يمثل معامل ألفا كرونباخ في المعادلة السابقة .

3.5. اختبار فرضية الدراسة الأولى: لاختبار طبيعة و قوة العلاقة بين الرضا العام وجودة الخدمات المقدمة من الشركة تمّ إعداد مصفوفة معاملات الارتباط و الجدول التالي رقم (3.2) يوضح معاملات الارتباط.

جدول رقم (3.2) مصفوفة ارتباط اسبيرمان بين متغيرات الدراسة

	y	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14
x1	.438 .000	1													
x2	.451 .000	.553 .000	1												
x3	.184 .006	.311 .000	.418 .000	1											
x4	.456 .000	.313 .000	.110 .000	.107 .000	1										
x5	.413 .000	.323 .000	.078 .000	.347 .000	.204 .000	1									
x6	.433 .000	.229 .001	.208 .000	.180 .000	.338 .000	.384 .000	1								
x7	.331 .000	.284 .000	.374 .000	.214 .000	.261 .000	.183 .000	.447 .000	1							
x8	.158 .020	.184 .007	.326 .000	.399 .008	.180 .008	.107 .008	.266 .000	.371 .000	1						
x9	.394 .000	.158 .020	.184 .007	.326 .000	.399 .008	.180 .008	.107 .008	.266 .000	.371 .000	1					
x10	.371 .000	.384 .000	.158 .020	.184 .000	.326 .008	.399 .008	.180 .008	.107 .008	.266 .000	.371 .000	1				
x11	.266 .000	.371 .000	.384 .000	.158 .020	.184 .000	.326 .008	.399 .008	.180 .008	.107 .008	.266 .000	.371 .000	1			
x12	.107 .116	.266 .000	.371 .000	.384 .000	.158 .020	.184 .000	.326 .008	.399 .008	.180 .008	.107 .008	.266 .000	.371 .000	1		
x13	.116 .000	.266 .000	.371 .000	.384 .000	.158 .020	.184 .000	.326 .008	.399 .008	.180 .008	.107 .008	.266 .000	.371 .000	.116 .000	1	
x14	.384 .000	.180 .000	.107 .000	.266 .000	.371 .000	.384 .000	.158 .020	.184 .000	.326 .008	.399 .008	.180 .008	.107 .008	.266 .000	.371 .000	1
x15	.326 .000	.399 .000	.180 .000	.107 .000	.266 .000	.371 .000	.384 .000	.158 .020	.184 .000	.326 .008	.399 .008	.180 .008	.107 .008	.266 .000	.371 .000
x16	.184 .007	.326 .000	.399 .000	.180 .000	.107 .000	.266 .000	.371 .000	.384 .000	.158 .020	.184 .000	.326 .008	.399 .008	.180 .008	.107 .008	.266 .000
x17	.007 .000	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.008 .000	.020 .000	.007 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.000 .000
x18	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.008 .000	.020 .000	.007 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.000 .000	.000 .000
x19	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.008 .000	.020 .000	.007 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.000 .000	.000 .000
x20	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.008 .000	.020 .000	.007 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.000 .000	.000 .000
x21	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.008 .000	.020 .000	.007 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.000 .000	.000 .000
x22	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.008 .000	.020 .000	.007 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.000 .000	.000 .000
x23	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.008 .000	.020 .000	.007 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.000 .000	.000 .000
x24	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.008 .000	.020 .000	.007 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.000 .000	.000 .000
x25	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.008 .000	.020 .000	.007 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.008 .000	.116 .000	.008 .000	.000 .000	.000 .000

يتضح من الجدول رقم (3.2) وجود علاقة طردية موجبة بين أبعاد خدمة النقل الجوي كل على حده ، وبين الرضا العام عن خدمة النقل الجوي عند مستوى معنوية (0.00) و قد بلغ الارتباط أعلى درجاته بين الرضا العام وبين أبعاد خدمة النقل الجوي عن كل من (X1,X5,X2,X4) حيث كانت معاملات الارتباط على التوالي (0.456) (0.451) (0.438) (0.438) وهذا يدل على أن تعظيم درجات الرضا العام يرتبط و يتأثر بتعظيم درجات الرضا عن الأبعاد السابقة ، وبناء على ذلك تتحقق صحة الفرض الأول و هي وجود علاقة طردية بين أبعاد خدمة النقل الجوي وبين الرضا العام عن هذه الخدمة.

3.6. إجراء تحليل الانحدار و الاختبارات المصاحبة:

باستخدام تحليل الانحدار المتعدد و اختبار F المصاحب تم اختبار جوهرية العلاقة بين الرضا عن أبعاد خدمة النقل الجوي التسعة عشر (المتغيرات المستقلة) و الرضا العام للعميل عن خدمة النقل الجوي (المتغير التابع) و يمكن توضيح نتائج التحليل كما يلي:

معامل الارتباط الكلي المتعدد 0.682 - معامل التحديد 0.465 - قيمة F المحسوبة 8.981 - الجوهريّة 0.000 الدلالة الإحصائية دالة إحصائية.

يتضح من النتائج السابقة وجود علاقة جوهرية بين الرضا عن أبعاد خدمة النقل الجوي ككل و الرضا العام عن خدمة النقل الجوي المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية ، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000) كما أن العلاقة جيدة حيث بلغ معامل الارتباط الكلي المتعدد (0.682) . وبذلك يتم رفض الفرضية الصفرية و قبول الفرضية البديلة.

3.7. اختبار الفرضية الثانية: يهدف هذا الجزء إلى اختبار الفرضية الثانية للدراسة ، و التي تنص على أنّ هناك قصوراً في جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية مما يؤدي إلى انخفاض الرضا العام عن الخدمات المقدمة.

جدول (3.3) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة حول العبارات المتعلقة بالرضا عن أبعاد الخدمة

الرمز	المتغير	التكرار والنسبة%	راضي تماما	راضي	محايد	غير راضي	غير راضي تماما
X1	انتشار مكاتب بيع التذاكر	f	40	77	36	49	14
		%	18.5	35.6	16.7	22.7	6.5
X2	إجراءات الحجز و تأكيده	f	33	68	41	57	17
		%	15.3	31.5	19	26.4	7.9
X3	سعر التذكرة	f	23	57	29	65	42
		%	10.6	26.4	13.9	31.9	19.4
X4	العاملين بالشركة	f	21	52	69	54	20
		%	9.7	24.1	31.9	25	9.3
X19	استخدام الشركة للتقنيات الحديثة في تقديم خدماتها	f	12	19	47	62	76
		%	5.6	8.8	21.7	28.7	35.2
X5	وضوح الإرشادات في موقع الخدمة في المطار	f	14	41	51	74	36
		%	6.5	19	23.6	34.3	16.7
X6	السرعة في إنهاء الإجراءات بالمطار	f	17	29	45	71	54
		%	7.9	13.4	20.8	32.9	25

22	32	48	85	29	f	خدمة الوزن الزائد	X ₇
10.2	14.8	22.2	39.4	13.4	%		
27	51	49	64	25	f	إجراءات الصعود و النزول من الطائرة	X ₈
12.5	23.6	22.6	29.6	11.6	%		
70	77	32	24	13	f	إجراءات تسليم الحفائب	X ₁₅
32.4	35.6	14.8	11.1	6	%		
73	80	39	17	7	f	تعدد الرحلات و انتظامها	X ₁₆
33.8	37	18	7.9	3.2	%		
98	63	27	18	10	f	دقة المواعيد في الإقلاع و الهبوط	X ₁₇
45.4	29.2	12.5	8.3	4.6	%		
31	50	65	42	28	f	إجراءات الأمن و السلامة	X ₁₈
14.4	23.1	30	19.4	13	%		
17	41	64	68	26	f	نظافة الطائرة	X ₉
7.9	19	29.6	31.5	12	%		
18	56	61	65	16	f	راحة مقاعد الطائرة	X ₁₀
8.3	25.9	28.2	30.1	7.4	%		
39	76	49	35	17	f	الوجبة التي تقدم على متن الطائرة	X ₁₁
18.1	35.2	22.6	16.2	7.9	%		
27	58	53	45	33	f	بشاشة و كفاءة طاقم الضيافة	X ₁₂
12.5	26.9	24.5	20.8	15.3	%		
17	16	38	77	68	f	كفاءة طاقم القيادة	X ₁₃
7.9	7.4	17.5	35.6	31.5	%		
85	76	30	17	8	f	تنوع وسائل الترفيه على الطائرة	X ₁₄
39.4	35.2	13.9	7.9	3.7	%		

حيث أن $F = \text{التكرار} = \%$ ، النسبة المئوية

– تلاحظ من الجدول التكراري رقم (3.3) ارتفاع التكرارات في فئة الإجابة (2) و تناقصها تدريجياً في فئة الإجابة (4.3) بالنسبة للعبارات (X₁,X₂,X₇,X₈,X₉,X₁₃) وإن درجة الرضا أقل من المتوسط ، ووفقاً للمقياس المتبع لهذه الدراسة فإن هذه الإجابات تقع ضمن خانة ارتفاع الرضا.

– نلاحظ ارتفاع التكرارات في فئة الإجابة (3) و تناقصها تدريجياً في فئة الإجابة الأخرى بالنسبة للعبارات (X₄,X₁₀,X₁₂,X₁₈) ، و أن درجات الرضا متوسطة وفقاً للمقياس المتبع لهذه الدراسة.

– نلاحظ ارتفاع التكرار في فئات الإجابة (4.5) أي فئات الإجابة منخفضة الرضا بالنسبة للعبارات (X₁₄,X₁₁,X₁₇,X₁₆,X₁₅,X₁₉,X₃) .

ولاختبار معنوية مستوى رضا عملاء شركة الخطوط الجوية الليبية تم استخدام اختبار (T) Test حول المتوسط (3) فكانت النتائج كما في الجدول رقم (3.3) حيث كانت الفرضية الصفرية : متوسط مستوى رضا عملاء شركة الخطوط الجوية الليبية قيد الدراسة لا يختلف عن 3 .

تقابل الفرضية البديلة :- متوسط مستوى رضا عملاء شركة الخطوط الجوية الليبية قيد الدراسة لا يختلف عن 3 ويمكن توضيح ذلك بالجدول التالي :

جدول (3.4) الفرضية الصفرية و الفرضية البديلة لاختبار (T) Test

الفرضية الصفرية للاختبار	$H_0: \mu = 3$
الفرضية البديلة للاختبار	$H_1: \mu \neq 3$

جدول (3.5) الاختبارات الإحصائية المستخدمة لاختبار فرضية الدراسة الثانية

م	أبعاد الخدمة	المتوسط	الانحراف المعياري	إحصاء الاختبار T	الدالة المعنوية
1	انتشار مكاتب بيع التذاكر.	2.629	1.205	-4.516	.000
2	إجراءات الحجز و تأكيده .	2.80	1.213	-2.412	.017
3	سعر التذكرة.	3.21	1.315	2.379	.018
4	سلوك و أداء العاملين بشركة الخطوط الجوية الليبية.	3.00	1.120	000.	1.000

5	استخدام الشركة للتقنيات الحديثة في تقديم خدماتها.	3.79	1.176	9.889	.000
6	وضوح الإشارات في موقع الخدمة بالمطار.	3.35	1.156	4.530	.000
7	السرعة في إنهاء الإجراءات بالمطار.	3.53	1.223	6.452	.000
8	خدمة الوزن الزائد.	2.68	1.181	-3.858	.000
9	إجراءات الصعود والنزول من الطائرة.	2.95	1.224	-500	.618
10	إجراءات تسليم الحقائب.	3.77	1.188	9.558	.000
11	تعدد الرحلات و انتظامها .	3.90	1.058	12.533	.000
12	دقة المواعيد في الإقلاع والهبوط.	4.02	1.155	13.018	.000
13	إجراءات الأمن والسلامة .	3.06	1.233	772.	.441
14	نظافة الطائرة.	2.79	1.124	-2.724	.007
15	راحة مقاعد الطائرة .	2.97	1.093	-311	.756
16	الوجبة التي تقدم على متن الطائرة .	3.39	1.184	4.883	.000
17	بشاشة و كفاءة طاقم الضيافة.	3.00	1.263	054.	.957
18	كفاءة طاقم القيادة .	2.24	1.200	-9.236	.000
19	تنوع وسائل الترفيه على متن الطائرة .	3.98	1.088	13.309	.000

من خلال الجدول رقم (3.5) نلاحظ أن :

- أ- الدلالة المعنوية لإحصاء الاختبار أكبر من أي مستوى معنوية 0.05 للخدمات التالية:
سلوك وأداء العاملين بالشركة – إجراءات الصعود والنزول من الطائرة- إجراءات الأمن والسلامة – راحة مقاعد الطائرة – بشاشة كفاءة طاقم الطائرة.
- لذلك نقبل الفرضية الصفرية، و التي تنصُّ على أنَّ متوسط الرضا عن أبعاد هذه الخدمات لا يختلف عن 3، وهذا يدل على أنَّ مستوى رضا العملاء عن هذه الخدمات متوسطة.
- ب- الدلالات المعنوية لإحصاء الاختبار أقل من أي مستوى معنوية معروف ، و متوسطات رضا العملاء يقل عن المتوسط المفترض (3) للعبارات التالية: انتشار مكاتب بيع التذاكر- خدمة الوزن الزائد- نظافة الطائرة- كفاءة طاقم القيادة. لذلك نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة التي تنصُّ على أنَّ (متوسط مستوى رضا العملاء عن أبعاد خدمات النقل الجوي تختلف عن 3) ، وحيث أن متوسطات مستوى رضا العملاء عن هذه الخدمات يقل عن المتوسط المفترض (3) ووفقا للمقياس المتبع لهذه الدراسة فذلك يدل على ارتفاع مستوى رضا العملاء عن هذه الأبعاد.
- ج – الدلالات المعنوية لإحصاء الاختبار أقل من أي مستوى معنوية معروف و مستوى رضا العملاء يزيد عن المتوسط المفترض (3) للعبارات التالية:
- سعر التذكرة- استخدام التقنيات الحديثة- وضوح الإرشادات في موقع الخدمة في المطار- السرعة في إنهاء الإجراءات في المطار - إجراء تسليم الحقائب - تعدد الرحلات و انتظامها- دقة مواعيد الإقلاع و الهبوط- الوجبة التي تقدم على متن الطائرة- تنوع وسائل الترفيه على الطائرة.
- لذلك نرفض الفرضيات الصفرية لهذه الخدمات و نقبل الفرضيات البديلة لها ، وحيث أن متوسطات رضا العملاء تزيد عن المتوسط المفترض (3) وفقا للمقياس المتبع في هذه الدراسة ، فهذا يدل على انخفاض مستوى رضا العملاء في هذه الخدمات.
- كما تمَّ تقسيم خدمات النقل الجوي إلى ثلاث مجموعات رئيسية ، و هي كالتالي:

المجموعة الأولى :- الخدمات التي يتمُّ تقديمها في مكاتب الشركة ، و تضم الآتي: انتشار مكاتب بيع التذاكر- إجراءات الحجز و تأكيدها- سعر التذكرة- العاملون بشركة الخطوط الجوية الليبية- استخدام الشركة للتقنيات الحديثة في تقديم خدماتها.

المجموعة الثانية:- الخدمات التي يتمُّ تقديمها في المطار و تضم : وضوح الإرشادات في موقع الخدمة في المطار- السرعة في إنهاء الإجراءات بالمطار- خدمة الوزن الزائد- إجراءات الصعود و النزول من الطائرة- تعدد الرحلات و انتظامها- دقة المواعيد في الإقلاع و الهبوط- إجراءات الأمن والسلامة.

المجموعة الثالثة :- الخدمات التي يتمُّ تقديمها على متن الطائرة :
نظافة الطائرة- راحة مقاعد الطائرة- الوجبة التي تُقدم على متن الطائرة- بشاشة و كفاءة طاقم الضيافة- كفاءة طاقم القيادة- تنوع وسائل الترفيه على متن الطائرة.

وقد تمَّ حساب متوسط درجة الرضا حول تلك الخدمات ، و الجدول التالي يبين النتائج التي تمَّ التوصل إليها:
جدول(3.6) مقاييس الإحصائية لإجابات أفراد العينة حول العبارات المتعلقة بالرضا عن المجموعات الرئيسية لخدمات النقل الجوي

رمز العبارة	العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	الدلالة المعنوية	اختبار T
1C	الخدمات في مكاتب الشركة	3.08	812.	117.	1.575
2C	الخدمات في المطار	3.41	769.	000.	7.890
3C	الخدمات على متن الطائرة	3.06	777.	211.	1.255

لاختبار الفرضية الصفرية فإن متوسط درجة الرضا عن الخدمات التي تُقدم داخل مكاتب الشركة لا تختلف على 3، حيث تمَّ إجراء اختبار T، ووجد أن قيمة الاختبار T تساوي 1.575 ، و مستوى المعنوية 0.117. مما يشير إلى قبول الفرضية الصفرية ، أي أن متوسط رضا العملاء عن الخدمات التي تقدم في مكاتب الشركة لا تختلف عن 3، أي أن مستوى رضا العملاء عن هذه الخدمة متوسط.

لاختبار الفرضية الصفرية فإن متوسط درجة الرضا عن الخدمات التي تقدم داخل المطار لا تختلف على 3 ، و قد تمَّ إجراء اختبار T ، ووجد أن قيمة الاختبار تساوي 7.890 ومستوى المعنوية 000. مما يشير إلى رفض الفرضية الصفرية ، أي أن متوسط رضا العملاء عن الخدمات التي تقدم داخل المطار تختلف عن 3، وبما أن متوسط الرضا عن هذه الخدمات هو 3.41 وهو أعلى من المتوسط المفترض (3) ووفقا للمقياس المتبع لهذه الدراسة فهذا يدل على أن مستوى رضا العملاء عن هذه الخدمات منخفض.

لاختبار الفرضية الصفرية فإن متوسط درجة الرضا عن الخدمات التي تقدم على متن الطائرة لا تختلف على 3 ، و قد تمَّ إجراء اختبار T ووجد أن قيمة اختبار T يساوي 1.225 و مستوى معنوية 211. و يدل ذلك على قبول الفرضية الصفرية ، أي أن متوسط رضا العملاء عن هذه الخدمات لا يختلف على 3 ، أو أن مستوى رضا العملاء عن هذه الخدمات متوسط. و بعد إجراء هذه الاختبارات على المجموعات الرئيسية لخدمات النقل الجوي لشركة الخطوط الجوية الليبية يتأكد لنا أن متوسط الرضا عن هذه المجموعات غير متساوية.

ولاختبار الفرضية الفرعية بمستوى رضا العملاء عن إجمالي خدمات النقل الجوي التي تقدمها شركة الخطوط الجوية الليبية تمَّ إيجاد المتوسط العام لإجابات مفردات العينة على المستوى رضا العملاء على إجمالي الخدمات التي تقدمها الشركة واستخدام اختبار (T) حول المتوسط (3) فكانت النتائج كما في الجدول رقم (3.7)

جدول (3.7) المقاييس الإحصائية حول متوسط درجة الرضا عن إجمالي خدمات النقل الجوي المقدمة من الشركة

الرمز	العدد	إحصاء الاختبار T	المتوسط	الانحراف المعياري	الدلالة المعنوية
K	216	4.751	3.217	67390.	000.

من خلال الجدول رقم (3.7) نلاحظ أن قيمة إحصاء الاختبار (T) 4.751 بدلالة معنوية 000. وهي أعلى من أي مستوى معنوية معروف ؛ لذلك نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة ، أي متوسط إجابات أفراد العينة تختلف عن (3) ، وحيث أن متوسط إجابات أفراد العينة 3.2178 وهو يزيد عن المتوسط المفترض (3) ، وطبقا للمقياس المتبع لهذه الدراسة يدل ذلك على انخفاض مستوى رضا العملاء عن إجمالي الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية حيث كان الانخفاض في الخدمات الآتية:

1- سعر التذكرة- استخدام التقنيات الحديثة- وضوح الإرشادات في موقع الخدمة في المطار- السرعة في إنهاء الإجراءات بالمطار- إجراء تسليم الحقائب- تعدد الرحلات و انتظامها- دقة مواعيد الإقلاع و الهبوط - الوجبة التي تقدم على متن الطائرة- تنوع و سائل الترفيه على الطائرة ولاختبار الفرضية الفرعية المتعلقة بمستوى الرضا العام عن الخدمات المقدمة بشركة الخطوط الجوية الليبية تمَّ إيجاد المتوسط العام لإجابات أفراد العينة على الرضا العام عن جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية واستخدام الاختبار (T) حول المتوسط (3) حيث كانت الفرضية الصفرية : متوسط الرضا

العام عن الخدمات المقدّمة من شركة الخطوط الجوية الليبية لا يختلف عن (3) تقابلها الفرضية البديلة متوسط الرضا العام عن الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية يختلف عن (3) .
جدول (3.8) المقاييس الإحصائية حول درجة الرضا العام عن جودة خدمات شركة الخطوط الجوية الليبية

العدد	إحصاء الاختبار T	المتوسط	الانحراف المعياري	الدلالة المعنوية
216	2.025	3.1620	1.175	.04

من خلال الجدول رقم (3.8) نلاحظ أن قيمة إحصائي الاختبار 2.025 بدلالة معنوية 0.04. وهي أعلى من أي مستوى معنوية معروف ؛ لذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة ، أي أنّ متوسط إجابات أفراد العينة تختلف عن (3) ، وحيث أنّ متوسط إجابات أفراد العينة 3.1620 و هو يزيد عن المتوسط المفترض (3) ، وطبقاً للمقياس المتبع لهذه الدراسة يدل ذلك على انخفاض مستوى الرضا العام عن جودة الخدمات المقدّمة من شركة الخطوط الجوية الليبية بصورة عامة. وهذا ما يؤكد صحة الفرض الثاني البديل و الذي ينصّ على أن هناك قصوراً في جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية مما يؤدي إلى انخفاض الرضا العام للعميل عن هذه الخدمات.

3.7 اختبار الفرض الثالث:

يهدف هذا الجزء إلى اختبار الفرض الثالث للدراسة ، و الذي ينصّ على أنه " لا توجد اختلافات جوهرية في درجات الرضا العام باختلاف المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة" ولقد تمّ استخدام الاختبارات الملائمة لاختبار جوهرية الاختلافات في درجات الرضا العام باختلاف المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة ، و التي تمّ تحديدها و هي الجنس ، العمر ، المستوى التعليمي و المهنة .
أ- لاختبار جوهرية الاختلافات في درجات الرضا العام للعملاء عن خدمات شركة الخطوط الجوية الليبية باختلاف جنس العملاء أجرى الباحثان اختبار مان و يتي لاختبار جوهرية الاختلافات في درجات الرضا العام عن خدمات الشركة باختلاف الجنس و كانت النتائج موضحة بالجدول رقم (3.9)

جدول (3.9) يبين التوزيع التكراري و النسبي المفردات العينة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	169	%78.3
أنثى	47	%21.7
المجموع	216	%100

جدول (3.10) يبين نتائج اختبار جوهرية الاختلافات في درجات الرضا العام باختلاف الجنس

الاختبارات	الرضا العام X1
مان و يتي U	3220.500
Z	-2.049
الجوهرية	0.04
الدلالة الإحصائية	دالة إحصائية

يتضح من الجدول رقم (3.10) وجود اختلافات جوهرية بين درجات الرضا العام عن خدمات الشركة قيد الدراسة للذكور ودرجات الرضا العام عن خدمات الشركة قيد الدراسة للإناث عند مستوى معنوية 0.05 ، وقد يرجع ذلك إلى أنّ الذكور هم الطبقة العاملة الأكثر في المجتمع و بذلك يكونون هم أكثر سفراً من إناث ، وبذلك يتسنى لهم السفر على أكثر من شركة طيران أخرى ، و يمكنهم المقارنة بين الشركات بعكس الإناث ، كذلك ربما لأن العادات و التقاليد و الدين تمنع سفر المرأة إلا بحرم.

ب- اختبار جوهرية الاختلافات في درجات الرضا العام للعملاء عن خدمات شركة الخطوط الجوية باختلاف كلا من (العمر ، المستوى التعليمي ، المهنة) .

لاختبار جوهرية الفروق في درجات الرضا العام للعملاء باختلاف كلا من (العمر ، المستوى التعليمي و المهنة)

استخدم الباحثان اختبار كروسكال واليز ، و الجدول رقم (3.11) يوضح النتائج :

الرضا العام Y	المستوي التعليمي	العمر	المهنة
كا 2	15.147	5.531	1.112
درجات الحرية	3	3	4

الجوهرية	137.	0.02	.892
الدلالة الإحصائية	غير دالة إحصائياً	دالة إحصائياً	غير دالة إحصائياً

نلاحظ من الجدول عدم وجود اختلافات جوهرية بين درجات الرضا العام وبين المتغيرات الديموغرافية (العمر ، المهنة) ، و يرجع ذلك إلى أن معظم أفراد العينة من الفئات السنية القريبة من بعضها من ناحية العمر و المهنة أيضاً، وبهذا يتم قبول الفرضية الصفرية في هذا الجزء ورفض الفرضية البديلة ، بينما توجد اختلافات جوهرية في الرضا العام و العامل الديموغرافي المتمثل في المستوى التعليمي ، و يرجع ذلك إلى الفروقات في المستوى التعليمي بين أفراد العينة ، و بذلك يتم رفض الفرضية الصفرية و قبول الفرضية البديلة.

المبحث الرابع / نتائج وتوصيات البحث.

4.1. النتائج :

من خلال تحليل البيانات توصل الباحثان إلى النتائج التالية :-

- 1- وجود علاقة جوهرية بين الرضا عن كل بعد من أبعاد خدمات النقل الجوي المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية و الرضا العام للعميل عن هذه الخدمات - كما اتضح أنها طردية - وهذا يعني أنه بالعمل على تعظيم درجات الرضا عن أبعاد خدمة النقل الجوي تزداد درجات الرضا العام.
- 2- توجد علاقة طردية بين الرضا عن أبعاد خدمة النقل الجوي ككل و الرضا العام للعميل عن خدمة النقل الجوي.
- 3- توصلت الدراسة من خلال استخدام تحليل الانحدار إلى أنّ الرضا عن أبعاد خدمة النقل الجوي ككل تقوم بشرح (46.5%) من الاختلافات في الرضا العام عن خدمة النقل الجوي.
- 4- توصلت الدراسة إلى أن هناك تفاوتاً بين أبعاد جودة الخدمة المقدمة و درجة رضا العميل عن هذه الأبعاد ، حيث يزيد وينخفض بدرجات متفاوتة.
- 5- هناك زيادة في درجات رضا العميل بالنسبة للأبعاد المتمثلة في انتشار مكاتب البيع، خدمة الوزن الزائد، نظافة الطائرة ، كفاءة طاقم القيادة ، وهناك انخفاض في درجات رضا العميل بالنسبة للأبعاد المتمثلة في سعر التذكرة ، واستخدام الشركة للتقنيات الحديثة في خدماتها، ووضوح الإرشادات في موقع الخدمة في المطار ، والسرعة في إنهاء الإجراءات في المطار، وإجراءات تسليم الحقائب ، وتعدد الرحلات و انتظامها ، ودقة مواعيد الإقلاع و الهبوط و الوجبة التي تقدم على متن الطائرة ، وتنوع و سائل الترفيه على الطائرة. أما الأبعاد التي كانت درجات رضا العميل عنها متوسطة فتتمثل في: (العاملون بشركة الخطوط الجوية الليبية ، إجراءات الصعود و النزول من الطائرة ، إجراءات الأمن و السلامة ، راحة مقاعد الطائرة ، كفاءة طاقم الضيافة).
- 6- درجات رضا العميل عن الخدمات المقدّمة من شركة الخطوط الجوية الليبية على متن الطائرة كانت متوسطة.
- 7- درجات رضا العميل عن الخدمات المقدّمة من شركة الخطوط الجوية الليبية داخل مكاتب الشركة كانت متوسطة.
- 8- درجات رضا العميل عن الخدمات المقدّمة من شركة الخطوط الجوية الليبية داخل المطار كانت منخفضة.
- 9- توصلت الدراسة إلى أنّ هناك انخفاضاً في درجات رضا العميل عن إجمالي خدمات النقل الجوي المقدّمة من شركة الخطوط الجوية الليبية.
- 10- توصلت الدراسة إلى أن هناك انخفاضاً في درجات الرضا العام للعميل عن الخدمات المقدّمة من شركة الخطوط الجوية الليبية.
- 11- توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد اختلافات جوهرية في درجات الرضا العام عن خدمة النقل الجوي باختلاف بعض الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة (الجنس والمستوى التعليمي).
- 12- توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد اختلافات جوهرية في درجات الرضا العام عن خدمة النقل الجوي باختلاف بعض الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة (العمر و المهنة).

4.2. التوصيات:

بناء على النتائج التي تم التوصل إليها فإن الباحثين يعرضان بعض التوصيات ، والتي نأمل أن تسهم في تحسين مستوى جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية ، و تتمثل هذه التوصيات في الآتي :

- 1- العمل على القياس العلمي والدوري للرضا العام للعملاء عن خدمة النقل الجوي التي تقدمها لهم الشركة.
- 2- في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج تعبر عن تقييم عملاء شركة الخطوط الجوية الليبية للخدمات التي تقدم لهم يتعين على إدارة الشركة أن تدرك الأبعاد المهمة التي توصلت إليها هذه الدراسة ، و أن تتبنى برامج علمية فعّالة لتحسين مستوى جودة الخدمات ، وذلك من خلال:-
 - أ- بالنسبة للأبعاد التي تكون متوسطات الرضا عنها (متوسطة أو منخفضة) بشكل واضح يجب على الشركة أن تبحث عن أسبابه والعمل على إصلاح المشكلات الخاصة بكل بعد، فيجب على الشركة الاهتمام بالعاملين بالشركة من حيث وضع أسس لاختيارهم وفقا للمهارات المطلوبة لكل وظيفة ، ثم تدريبهم على أداء أعمالهم بدقة وسرعة والتزام ، مع تنمية الشعور بأهمية مساعدة العميل و الاستجابة لمطالبه مع العمل على دعمه ماديا و معنويا.
 - ب- الاهتمام بمقاعد الطائرة من حيث اختيار المقاعد ذات المواصفات الجيدة و المريحة ، كذلك ترك مسافات كافية بين هذه المقاعد لتحرك العملاء.
 - ج- الاهتمام بالنزول و الصعود من الطائرة عن طريق توفير وسائل نقل مريحة و آمنة ، و تدريب أطقم الضيافة على حسن معاملة العملاء بشكل جيد ، مع ضرورة الاحتفاظ بالابتسامة على وجوههم بشكل دائم و إظهار مشاعر الجدية في الخدمة دون التراخي في طريقة تقديمها، فضلا عن إعطاء معاملة متميزة للركاب ذوي الأهمية الخاصة ، كذلك الاستجابة لطلبات العملاء بشكل جيد من أول مرة وفي أقل وقت ممكن ، و تقديم خدمات إضافية كمزيد من المشروبات لبعض العملاء.
 - ح- الاهتمام بالسلامة سواء أكان ذلك في المطارات أم على متن الطائرة من خلال توفير الأجهزة الخاصة للكشف عن العملاء وحقائبهم وأمتعتهم ، كذلك توفير العنصر الأساسي لتقديم هذه الخدمات للأنث ، و اتباع إجراءات الأمن والسلامة على متن الطائرة و المعمول بها في جميع شركات الطيران العالمية أيضاً.
 - خ- الاهتمام بتسعير خدماتها ليس من زاوية التكاليف أو تحقيق العائد فقط ، بل من زاوية وجهة نظر العملاء مقارنة بالمنافسين أيضاً، كذلك على الشركة إعطاء سعر خاص لبعض العملاء في حالة انخفاض الطلب على الخدمة و السماح لهم بالتعامل بالبطاقات الائتمانية.
 - د- الاهتمام بالتقنيات الحديثة المستخدمة في خدماتها كتحديث الموقع الخاص بالشركة على الشبكة العالمية بشكل مستمر ، كذلك الحجز عن طريق الإنترنت و الهاتف.
 - ذ- الاهتمام بالإرشادات والتعليمات داخل المطارات في أثناء المغادرة والوصول من خلال توفير لوحات توضح الأماكن التي تقدم فيها الشركة خدماتها للعملاء داخل المطارات، كذلك الاهتمام بإنهاء الإجراءات بشكل منظم و سريع.
 - ر- الاهتمام بإجراءات وعمليات تسليم ونقل الحقائب والأمتعة الخاصة بالعملاء للحفاظ عليها من التلف و الضياع ، وذلك بالاعتماد على عناصر مدربة لعملية النقل اليدوي وعلى أجهزة حديثة لعملية النقل الآلي، كذلك السرعة والدقة والفعالية في التعامل بخصوص الأمتعة المفقودة أو التالفة حتى لا تترك أثارا سيئة لدى العميل.
 - ز- الالتزام بتعدد الرحلات وانتظامها من خلال الحفاظ على توقيت الرحلات وعدم الإلغاء المتكرر ، ويتم ذلك ، بوضع جدول زمني لفترة قادمة تكون ثابتة و معروفة للعملاء ، وعند حدوث أي إلغاء للرحلات يجب إعلام العملاء بسبب هذا الإلغاء.
 - ك- الالتزام بمواعيد الإقلاع والهبوط المعلن عنها مسبقا، و العمل على تجنب كافة أسباب التأخيرات، وإذا حدث أي تأخير يجب التنويه عنه ، مع إمداد العملاء في أثناء فترة الانتظار بالمعلومات الكافية عن أسبابه و التوقيت المتوقع أن تغلق فيه الطائرة، وإذا زادت فترة التأخير عن حدٍّ معين يجب تقديم الاعتذار في صورة وجبات ساخنة أو غيره.
 - ل- الاهتمام بالوجبة التي تقدم على متن الطائرة من حيث الكمية ، التنوع ، جودة الصناعة ، طريق التقديم.

ي- الالتزام بتوفير وتنوع وسائل الترفيه و التسلية كتنوع الصحف بعدة لغات ، عرض الخرائط التي توضح خط سير الرحلة ، عرض بعض الأفلام أسوة بما هو مطبق بخطوط الطيران العمالية.

- 3- بالنسبة للأبعاد التي تكون فيها متوسطات الرضا مرتفعة بشكل واضح يجب على الشركة أن تعتبرها مواضع قوة وتعمل على تدعيمها و تطويرها والاطلاع على برامج المنافسين لمجاراتها.
- 4- على شركة الخطوط الجوية الليبية مراعاة الاحتياجات المختلفة لفئات العملاء حسب خصائصهم الديموغرافية عند التخطيط لجودة خدماتها و أساليب تسويقها.
- 5- العمل على تفعيل إدارة متخصصة تهتم بتسويق الخدمات التي تقدمها الشركة و عرض الخدمات الجديدة ، والبحث عن عملاء جدد و تحليل العملاء المفقودين و تعيين موظفين أكفاء ذوى مؤهلات عليا بهذه الإدارة و الإدارات الأخرى.
- 6- من الممكن إجراء دراسة مقارنة يتم خلالها مقارنة معدلات إرضاء عملاء الشركات العالمية للطيران مع معدلات رضا عملاء شركة الخطوط الجوية الليبية والعمل على تحديد حجم فجوة الاختلاف ودراسة أسبابها وكيفية تقليصها.

المراجع

أولا : الكتب العربية:

- 1- أحمد محمود : تسويق الخدمات المصرفية (عمان: دار البركة للنشر ، 2001م).
- 2- ردينة يوسف :إدارة خدمات النقل الجوي (عمان: دار المناهج ، 2009م).
- 3- طلعت عبد الحميد :إدارة البنوك التجارية (القاهرة: مكتبة عين شمس ، 2003م).
- 4- عمر عقيلة : المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة(عمان: دار وائل للنشر ، 2001م).
- 5- عوض الحداد : تسويق الخدمات المصرفية (القاهرة: دار البيان، 1999).
- 6- مجدي عطية : التسويق في الفروع المصرفية (عمان: دار وائل ، 1997م).
- 7- محمد مصطفى : التسويق الاستراتيجي للخدمات (عمان: دار المناهج ، 2003م).
- 8- هاني الضمور : تسويق الخدمات (عمان: دار وائل للنشر ، ، 2008م).

ثانيا : المجلات العلمية :

- 1- توفيق عبد المحسن ، تحليل إدراك العملاء لجودة الخدمة بشركة مصر للطيران (المجلة العلمية للاقتصاد و التجارة ، جامعة الزقازيق ، المجلد الثالث، 1999م).
- 2- جمال الدين المرسي ، ثابت إدريس ، قياس جودة الخدمة و تحليل العلاقة بينها و بين كل من الشعور بالرضا (المجلة العلمية للاقتصاد و التجارة جامعة طنطا ، العدد الأول 1993م).
- 3- عائشة المنياوي، قياس رضا العملاء عن جودة خدمة الركاب عبر الأنفاق في مدينة القاهرة (مجلة البحوث الإدارية، العدد الأول، كلية التجارة، جامعة عين شمس، 2001).
- 4 -عمرو خير الدين ، تأثير إدراك العميل لجودة الخدمة على درجة الولاء (المجلة العلمية للاقتصاد و التجارة ، جامعة عين شمس ، العدد الرابع، 2002م).
- 5- فريد زيد الدين ، إدارة الجودة الشاملة و فرص تطبيقها في صناعة الغزل (مجلة البحوث التجارية ، كلية التجارة ، جامعة الزقازيق ، المجلد السادس عشر ، 1994م).
- 6 - محمد عبد العزيز ، استراتيجيات الإصلاح للتعليم الجامعي (المؤتمر العلمي الثاني ، إدارة الجودة الشاملة في تطوير التعليم الجامعي ، الزقازيق ، 1997م).

ثالثا: الرسائل العلمية:

- 1- برهم عطية ، الأبعاد المختلفة لخدمة النقل الجوي وأثرها على رضا العملاء (رسالة ماجستير غير منشورة ، أكاديمية الدراسات العليا ، طرابلس، 2006م).
- 2- ريم اللافي ، قياس رضا العميل عن الخدمة المقدمّة و علاقته بسلوك ما بعد الشراء (رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس، 2002م).

رابعا: التقارير:

- التقرير الصادر عن الخطوط الجوية الليبية 2010م.