مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة وتوقعات العميل "دراسة ميدانية على عملاء شركة الخطوط الجوية الإفريقية للطيران"
اسم الكاتب: د. صلاح محمد شيخ ديب، د. شيراز عشير طرابلسية، جمعة علي أسويسي دريوك
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/4413
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 12:38 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (35) العدد (3) 2013
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (35) No. (3) 2013

العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة وتوقعات العميل "دراسة ميدانية على عملاء شركة الخطوط الجوية الإفريقية للطيران"

الدكتور صلاح محمد شيخ ديب*
الدكتورة شيراز عشير طرابلسية**
جمعة علي أسويسي دربوك***

(تاريخ الإيداع 21 / 2 / 2013. قُبِل للنشر في 16 / 4 / 2013)

□ ملخّص □

تناول البحث دراسة العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة المتمثلة في:

- الجوانب المادية الملموسة.
- جانب الاعتمادية أو المصداقية.
- جوانب سرعة الاستجابة ومساعدة العميل.
- جانب التعاطف والاهتمام الشخصي.
- جانب الثقة والأمان.

وذلك من خلال توقعات العملاء أو المسافرين لجودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الأفريقية للنقل الجوي في ليبيا.حيث حددت أولوية هذه الأبعاد من وجهة نظر العملاء المستقصى منهم والمسافرين على متن خطوط هذه الشركة، ثم تم تحديد أهم العناصر من حيث الأهمية والتي تخص بكل جانب أو بُعد. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية بين جودة الخدمة المقدمة لكل الأبعاد وتوقعات العميل لها، وإلى أنّ الجوانب المادية الملموسة كانت في المركز الأول، بينما جاء بُعد الثقة والأمان في المركز الثاني، أما المركز الثالث فكان لكلٍ من بُعد الاعتمادية أو المصداقية، وبُعد التعاطف مع العميل، حيث تحصلا على نفس الدرجة، وأما بُعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل فكان في المركز الرابع والأخير.

وخلص البحث إلى بعض التوصيات للشركة محل الدراسة للاستفادة منها عند معالجة بعض العيوب الموجودة في الخدمات التى تقدمها.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة، توقعات العميل، أبعاد جودة الخدمة، خدمات الطيران.

***أستاذ مساعد – قسم إدارة الأعمال– كلية الاقتصاد– جامعة تشرين– اللاذقية– سورية.**
****مدرس – قسم إدارة الأعمال– كلية الاقتصاد– جامعة تشرين– اللاذقية– سورية.**
*****طالب دراسات عليا (دكتوراة)– قسم إدارة الأعمال– كلية الاقتصاد– جامعة تشرين– اللاذقية– سورية.**

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (35) العدد (3) 2013
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (35) No. (3) 2013

The Relationship Between Service Quality Dimensions and Customer Expectations "A Field Study on Afriqiyah Airways customers"

Dr. Salah Sheikh Deeb*
Dr. Shiraz Traboulsie**
Jumah Ali Darbouk***

(Received 21 / 2 / 2013. Accepted 16 / 4 / 2013)

□ ABSTRACT □

This research examined the relationship between service quality in terms of the dimensions of Tangibles; Reliability; Responsiveness; Assurance and Empathy, the and passengers' expectations to the service quality provided by Afriqiyah Airways. The results of this study found that there is a positive relation (direct proportion) between all service quality dimensions and customer expectations. The dimensions from customers' viewpoint and passengers were identified and put in order of importance.

Keywords: Service Quality, Customer's Expectations, Service Quality Dimensions, Airline Services.

***Associate Professor, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.**
****Assistant Professor, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.**
*****Postgraduate student, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.**

مقدمة:

أدت التطورات التكنولوجية السريعة والمتلاحقة في البيئة المحيطة بالمنظمات بصفة عامة، وبمنظمات الخدمة بصفة خاصة، إلى ضرورة اتباع منهج يُعنى بملاحقة هذه التطورات ومحاولة السيطرة عليها، وذلك لتمكين المنظمة من الاحتفاظ بمكانتها السوقية في دنيا الأعمال، حيث تؤثر هذه التغيرات السريعة على رغبات العملاء وتوقعاتهم لجودة الخدمة المقدمة لهم، مما يستدعي ضرورة وجود نظام متكامل يهدف إلى الوفاء بمتطلبات هذه الخدمة.وتمر شركات النقل الجوي العاملة في قطاع الخدمات بتطورات هائلة ومتلاحقة تتمثل في ظهور التكتلات الإقليمية، وبخاصة في منطقة الاتحاد الاوروبي، والتي نهجت سياسة السموات المفتوحة، وتشديد الاشتراطات الواجب توافرها في الطائرات التي تطير إليها (صبح، 1996).

ولاشك أنّ هذه التطورات سوف يترتب عليها تعرض سوق النقل الجوي في ليبيا إلى خطر المنافسة بصورة أكبر من ذي قبل،ويتطلب هذا العمل توجيه كافة الموارد والإمكانيات للعمل على تحسين مستوى جودة هذه الخدمات لتفوق توقعات العميل.

مشكلة البحث:

إنّ هيكل السوق في قطاع النقل الجوي يحتم على الشركات المنافسة عن طريق تقديم خدمة متميزة وعالية الجودة لتلبية متطلبات وتوقعات العملاء، وبما أن كل شركات الطيران تخضع إلى القواعد والقوانين العالمية التي يقرها الاتحاد الدولي للنقل الجوي(IATA)والتي تتطرق إلى مجالات عديدة مثل تحديد الأسعار، نوع الوجبات، مواصفات الخدمات التي يجب تقديمها للعملاء، نسبة العمولة المسموح بها، .... إلخ.

ونظراً لارتباط جودة الخدمة بمدى توقعات العملاء لها فإن الأمر يحتم على شركة الخطوط الإفريقية ضرورة تقييم جودة خدماتها من وجهة نظر عملائها،ومن هنا تأتي هذه الدراسة كمحاولة لدراسة العلاقة بين جودة الخدمة وتوقعات العميل لها،

وبشكل أكثر تحديداً فإن مشكلة الدراسة يمكن تحديدها في الأسئلة البحثية الآتية:

1- ما هو مدى توافر الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة بعناصرها المختلفة. وما هي أولوية كل منها؟

2- هل هناك علاقة بين أبعاد جودة الخدمة المتمثلة في (الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية أو المصداقية، سرعة الاستجابة ومساعدة العميل، التعاطف والاهتمام الفردي، الثقة والامان)، وتوقعات العملاء لجودة الخدمة المقدمة في شركة الخطوط الافريقية؟

أهمية البحث وأهدافه:

نظراً لأهمية قطاع النقل الجوي وباعتباره أحد القطاعات الهامة في عالم الخدمات إذ أنه يربط الدولة بالعالم الخارجي ويؤثر على اقتصادياتها، لذلك فهو يمثل أهمية بالغة لغالبية الدول وبخاصة تلك التي هي في طور النمو. وبالتالي تتحدد أهمية هذا البحث في قياس وتحديد الأبعاد التي تؤثر على جودة خدمات النقل الجوي التي تقدمها شركة الخطوط الإفريقية، وفي ضوء ذلك اهتم الباحث بدراسة وتحليل توقعات العملاء لجودة تلك الخدمات لتحديد الأبعاد الأساسية المؤثرة على تفضيل هؤلاء العملاء للتعامل مع شركة ما دون غيرها، الأمر الذي سوف يساعد هذه الشركة على رسم سياستها التسويقية من جانب، وزيادة حصتها السوقية من جانب آخر.

وبصورة أكثر تحديداً فإن هذه الدراسة تهدف إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. دراسة مدى توافر الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة وبعناصرها المختلفة.

2. دراسة العلاقة بين الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة وتوقعات العملاء لها في شركة الخطوط الإفريقية.

3. محاولة التوصل الى مجموعة من النتائج والتوصيات بناءً على الدراسة الميدانية من أجل تحديد أكثر أبعاد جودة خدمات النقل الجوي تأثيراً على توقعات العملاء لجودة الخدمات المقدمة لهم.

منهجية البحث:

لقد أعتمد الباحث عند إعداد هذا البحث على المنهج التحليلي الوصفي واستخدم نوعين أساسيين من البيانات هما:

البيانات العامة: وقد تمّت الاستعانة بها في مراجعة الدراسات والأبحاث السابقة التي تناولت موضوع جودة الخدمة والجوانب الأساسية التي تحدد أبعادها وطرق قياسها والجوانب المتعلقة بتوقعات العميل لهذه الجودة، كما تمّ الاعتماد عليها في التعرف على أهمية قطاع الخدمات بصفة عامة، وخدمات النقل الجوي بصفة خاصة.

البيانات الخاصة: وقد قام الباحث بدراسة مسحية من أجل تجميع البيانات الأولية من عينة البحث، والتي تعكس أبعاد جودة الخدمة في قطاع النقل الجوي ومدى توقعات العملاء عن تلك الخدمات، وقد تمّ تجميع البيانات الأولية عن طريق تصميم قائمة استبيان معدة لهذا الغرض، وذلك من أجل اختبار فرضيات البحث باستخدام البرامج والأساليب الإحصائية المناسبة.

مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث في كافة المسافرين على شركة الخطوط الإفريقية سواء الدرجة الأولى أو السياحية، ونظراً لكبر حجم المجتمع وعدم إمكانية الوصول إلى كافة مفرداته، فقد تقرر الاعتماد على أسلوب العينات لتجميع البيانات الخاصة بالبحث.ولذلك اقتصرت الدراسة على عينة من المسافرين من مدينة طرابلس (ليبيا) باعتبارها العاصمة، وأكبر المدن من حيث الكثافة السكانية، ولكونها تضم أهم المكاتب الخدمية التابعة للشركة وهي:مكتب مبيعات الفندق الكبير، مكتب مبيعات غوط الشعال، مكتب مبيعات مطار طرابلس العالمي.

أما فيما يتعلق بحجم العينة، فقد تمّت الاستعانة بالمراجع الإحصائية لتحديد حجم العينة حيث أشار (بازرعة، 2005)إلى أنه إذا كان حجم المجتمع كبيراً وكان معامل الثقة المطلوب95%، وباعتبار أن نسبة توافر الخصائص المطلوب دراستها في المجتمع هي50%،وأن الخطأ يبلغ 5% فإن حجم العينة يحسب من العلاقة.

$$\text{حجم العينة} = \frac{(\text{الدرجة المعيارية})^2 \times (\text{نسبة توافر الخصائص}) \times (\text{مكمل النسبة لـ } 100\%)}{(\text{الخطأ المسموح به})^2} = \frac{(1.96)^2 \times (50\%) \times (50\%)}{(0.05)^2}$$

$$= \frac{0.9604}{0.0025} = 384 \text{ مفردة}$$

ولمراعاة مألوفية الخدمة وإمكانية الحكم على جودتها فقد روعي أن يكون المسافر قد تعامل مع الشركة بما لا يقل عن مرتين في السابق.

فرضيات البحث

بناءً على مراجعة وتقييم الدراسات السابقة وبما يتناسب مع عنوان البحث حدد الباحث فرضيات البحث الرئيسية بما يأتي:

ف1: تتوافر الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة بنسب متوسطة أو أكثر في شركة الخطوط الجوية الإفريقية. وتتفرع عن هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية:

ف1-1: إن بُعد الجوانب المادية الملموسة متوفر بنسبة متوسطة أو أكثر في الشركة الخطوط الجوية الإفريقية.

ف1-2: إن بُعد الاعتمادية أو المصداقية متوفر بنسبة متوسطة أو أكثر في الشركة الخطوط الجوية الإفريقية.

ف1-3: إن بُعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل متوفر بنسبة متوسطة أو أكثر في الشركة الخطوط الإفريقية.

ف1-4: إن بُعد التعاطف مع العميل متوفر بنسبة متوسطة أو أكثر في الشركة الخطوط الجوية الإفريقية.

ف1-5: إن بُعد الثقة والأمان متوفر بنسبة متوسطة أو أكثر في الشركة الخطوط الجوية الإفريقية.

ف1-6: إن توقعات الزبائن عن جودة الخدمة متوفرة بنسبة متوسطة أو مرتفعة في الشركة الخطوط الإفريقية.

ف2:لا توجد علاقات ذات دلالة إحصائية بين توافر أبعاد جودة الخدمة وتوقعات الزبائن عنها في شركة الخطوط الجوية الإفريقية"**.ويتفرع عن هذه الفرضية الرئيسية عدة فرضيات فرعية هي:**

ف2-1:لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بينبُعد الجوانب الملموسة، وتوقعات العملاء لجودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

ف2-2: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بُعد الاعتمادية أو المصداقية، وتوقعات العملاء لجودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

ف2-3: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بُعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل، وتوقعات العملاء لجودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

ف2-4: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بُعد التعاطف مع العميل، وتوقعات العملاء لجودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

ف2-5: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بُعد الثقة والأمان، وتوقعات العملاء لجودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

ف3: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين توقعات الزبائن وجملة الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

الخلفية النظرية والدراسات السابقة:

بهدف الاطلاع والاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في تحديد المتغيرات والفرضيات الخاصة **تم تقسيم هذه الدراسة إلى قسمين هما:**

أولاً: دراسات تناولت تحديد أبعاد جودة الخدمة:

على الرغم منتباين وجهات نظر الباحثين والمهتمين والمختصين حول مفهوم جودة الخدمة غير أنّ هناك اتجاهاً بين العديد منهم في الفترة الأخيرة نحو النظر لجودة الخدمة على أنها مقارنة بين ما يريده وما يتوقعه العميل، وبين إدراكه لتطابق الأداء الفعلي مع هذه الرغبات والتوقعات (Zakaria et al., 2010).

فعل سبيل المثال، يرى البعض أنّ الدراسات التي قام بها (Parasuroman et al., 1985) كانت هي أكثر الدراسات قبولاً لتحديد أبعاد جودة الخدمة، حيث توصل هؤلاء الباحثين إلى الأبعاد الأساسية التي تحدد جودة الخدمة وفقاً لإدراك وتوقعات العميل كما يأتي:

– **الجوانب المادية الملموسة Tangibles:** وهي تتمثل في المظهر المادي للتسهيلات، المعدات، الأفراد، مواد الاتصال، المباني ومظهر الموظفين، وكل هذه العناصر تعطي الصورة الذهنية للخدمة التي يستخدمها العملاء، وخاصة العملاء الجدد لتقييم الجودة.

– **الجوانب الاعتمادية (المصداقية) Reliability:**وهي تعني القدرة على أداء الخدمة أداءً دقيقاً جديراً بالاعتماد عليه وفقاً للوعود المعطاة من خلال الاتصالات التسويقية.

– **جوانب سرعة الاستجابة ومساعدة العميل Responsiveness:** هذا البُعد يركز على الاهتمام والسرعة في التعامل مع طلبات العملاء، الشكاوى والمشكلات، ويمكن التعبير عنه من خلال طول الفترة الزمنية التي ينتظرها العميل للحصول على المساعدة أو الإجابة على التساؤلات.

– **جوانب الثقة والأمانAssurance:**وهى قدرة الموظفين على خلق الثقة والأمان في نفوس العملاء.

– **جانب التعاطف (العناية والاهتمام الشخصي) Empathy:** يمكن التعبير عنه من خلال إظهار العميل على أنه مميز ومهم، فالعميل يريد أن يشعر بأنه مهم في نظر الشركة.

وفي دراسة نظرية لمناقشة طرق قياس جودة الخدمة لشركات الطيران الماليزية حدد (Gardner, 2004) العناصر الآتية كأبعاد أساسية لقياس جودة الخدمة: خدمة الحجز بالتليفون، خدمة طاقم الكابينة، خدمة طاقم الضيافة، خدمة تأكيد الحجز، سرعة تسليم الحقائب، المعلومات المعطاة في حالة تأخر الرحلة والإجراءات بالمطار،وإذا كانت نتائج هذه الدراسة قد وضحت عناصر الخدمة، إلا أنها أهملت الأولوية لكل عنصر من وجهة نظر العميل.أما دراسة كلٍ من(JinWoo, et al., 2005) فقد أظهرت نتائجها وجود اختلافات في أهمية العناصر التي تشكل جودة الخدمة وذلك باختلاف طبيعة المنظمات الخدمية، وعليه أوضحت نتائجها الميدانية عن وجود اختلافات إدراكية بين العملاء حول طبيعة خدمة شركات الطيران العالمية، ولكنها أهملت أولوية عناصر الخدمة ووجود اختلافات جوهرية لتلك العناصر من وجهة نظر العميل.

ثانياً: دراسات تناولت توقعات العميل لجودة الخدمة:

يرى كلٍ من (Zeithaml et al., 1993) أنّ العميل يعتمد على سمعة الشركة في بناء توقعاته حول قدرتها على تقديم المنافع التي يرغب في الحصول عليها، ويحدد العميل توقعاته عن الخدمة عن طريق وضعه لحدود دنيا وأخرى عليا لمنطقة القبول للأداء الفعلي للخدمة وهي ما يسمى بمنطقة التسامح، والتي تمثل نقطة المنتصف لهذا المدى، بمعنى النقطة المرجعية التي يكون الأداء حولها أقل أو أعلى من المستوى المتوقع. واستناداً على هذا المبدأ فإنّ المفهوم العام لوظيفة التوقعات في كل الدراسات والبحوث العلمية التي تناولت دراسات جودة الخدمة تعتبرها معياراً مهماً

للمقارنة من منظور العميل نفسه(Poister and Thomas, 2011).وفى حين لايمكن للمنظمة التحكم فى الخبرة السابقة التى تتكون لدى العميل وتؤثر في مستوى توقعاته بشأن الأداء المستقبلي لخدماتها، فيجب وإلى حد كبير التأثير إيجابياً على مستويات توقعاته من خلال توفيرها للمعلومات التسويقية الصادقة والموضوعية عن تلك الخدمة، فالمبالغة في المعلومات التى تقدمها بعض الشركات التجارية بقصد استمالة المستهلك لشراء فإنها تقود العميل الى تكوين مستويات عالية من التوقعات والت يتفوق الأداء الفعلي عن مقدم الخدمة، والذي سيكون له تأثير سلبي عندما يدرك بأنّ الأداء الفعلي لا يتوافق مع ما كوّنه من توقعات حول جودة الخدمة (أبو النجأ، 2011: عبدالحميد، 2006).

أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

بعد مراجعة الدراسات السابقة اتضح أنها اتفقت على وجود خمسة أبعاد للخدمة وهي مذكورة سابقاً، وأنّ توقعات العميل تختلف من خدمة لآخرى، ولكنها لم تهتم بتحديد أولوية كل بُعد من هذه الأبعاد من وجهة نظر العميل،وحيث إنّ العلاقة بين هذه الأبعاد وتوقعات العميل لها لم تكن واضحة. لذلك قام الباحث بهذه الدراسة لتحديد وترتيب أولوية كل بُعد من هذه الأبعاد من وجهة نظر العميل، وما يتوقعه من جودة متوفرة في الخدمة المقدمة والتى على أساسها تمت صياغة فرضيات الدراسة، واختبارها للوصول إلى طبيعة العلاقة المتبادلة بين هذه المكونات والمتمثلة في كل من المتغيرات المستقلة والتابعة، وكذلك تمّ تطبيق البحث على بيئة جديدة، وهي عملاء شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

تصميم قائمة الاستقصاء:

تم تصميم قائمة الاستبانة على أن تكون الأسئلة واضحة ومباشرة، بحيث يمكن للمستقصى منه إدراك الهدف منها بوضوح، وتمّ تقسيم الاستبانة إلى ثلاث مجموعات من الأسئلة وهي:

المجموعة الأولى:تتعلق بالخصائص الديموغرافية لمفردة العينة، وتشمل الأسئلة من(1 إلى 6).

المجموعة الثانية: تتعلق بأبعاد جودة الخدمة لمفردات العينة، وتشمل الأسئلة من(7 إلى 39) موزعة كما يأتي:

7 أسئلة لبُعد الجوانب المادية الملموسة، 7 أسئلة لبُعد الاعتمادية والمصداقية، 7 أسئلة لبُعد سرعة الاستجابة، 6 أسئلة لبُعد التعاطف، 6 أسئلة لبُعد الثقة والامان.

المجموعة الثالثة: تتعلق بتوقعات العملاء لأبعاد جودة الخدمة، وتشمل الأسئلة من(40 إلى 46).

وقد قام الباحث بعرض هذه القائمة على عدد من المحكمين في قسم إدارة الاعمال في كلية الاقتصاد جامعة تشرين، وقد كانت هناك بعض التعليقات على القائمة من قبلهم، وقام الباحث بتعديل قائمة الاستبانة بناءً على تعليقاتهم، حيث تمّ استخدام مقياس ليكرت***Likert الخماسي***، ولبيان درجات الموافقة وتم إعطاؤها القيم التصاعدية كما يأتي:

الجدول رقم (1) يبين درجات الموافقة لقائمة الاستبيان

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

كما تم الاتفاق على تصنيف متوسطات الإجابات إلى ثلاثة مستويات: عال، متوسط، ومتدنّ، وعلى أساس أنّ درجة محايد هي درجة متوسطة من الموافقة ويقابلها العدد(3)،وبناء على ذلك أعتمد التصنيف الآتي:

الجدول رقم (2) يبين تصنيف الاجابات

من 1 إلى أقل من 2.5	من 2.5 إلى أقل من 3.5	من 3.5 إلى 5
متدنّ	متوسط	عالي

ثم قام الباحث بجمع البيانات مباشرة من المسافرين الموجودين في مكاتب السفر المذكوره حتى بلغ حجم العينة 384 مسافراً وذلك خلال الفترة من 07-01-2013 إلى 16-01-2013،ومن أجل تحليل الإجابات من قائمة الاستقصاء استخدم الباحث المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري باستخدام البرنامج الإحصائيSPSS 18.

دراسة صدق وثبات أداة البحث:

بعد دراسة الصدق الظاهري لأداة البحث كما ذكر سابقاً، تم اختبار الاتساق الداخلي لأسئلة الاستبانة لتحديد مدى ارتباطها مع بعضها البعض بحيث لا تتغير إذا طبقت في ظروف مختلفة،وتمّ استخدام معامل (ألفا كرونباخCronbachs' Alpha)، لهذا الغرض كما هو مبين بالجدول.

الجدول رقم (3) يبين قيمة ألفا كرونباخ

المتغيرات	عدد الاسئلة	قيمة ألفا كرونباخ
الجوانب المادية الملموسة.	7	0.751
جانب الاعتمادية أو المصداقية.	7	0.824
جانب سرعة الاستجابة.	7	0.728
جانب التعاطف والاهتمام الشخصي.	6	0.753
جانب الثقة والامان.	6	0.753
مجموع جوانب جودة الخدمة	33	0.944
توقعات العملاء	7	0.741

(المصدر: التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 18)

نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة ألفا قد تراوحت بين(0.824 ; 0.741)، مما يعني أن مجموعات أسئلة الاستبيان المستخدم في البحث تتمتع بمعامل ثبات مقبول، وهو أعلى من القيمة المقبولة إحصائياً والتي أشار إليها (Narver and Slater, 1990; P 5)، أن تكون أكبر من(0.70). وتشير قيمة ألفا الإجمالية لكافة جوانب الخدمة والبالغة (0.944) مقبولة فيالأغراض البحثية. وبهذا يخلص البحث إلى أنّ هناك اتساقاً داخلياً بين جميع أسئلة الاستبانة وأنها تصلح كأداة للدراسة.

النتائج والمناقشـة:

بناءً على نتائج الاستقصاء تم تقسيم هذا الجزء الرئيسي من الدراسة إلى قسمين هامين:

الإحصاءات الوصفية:

يهدف هذا الجزء من البحث إلى تحديد قيم الإحصاءات الوصفية (الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، القيم النسبية، الترتيب، ودرجة الموافقة) لكل عبارة من عبارات المقاييس، ولكل متغير من متغيرات البحث.

أ- **اختبار الفرضية (ف1-1).**

إن الأسئلة التي تقيس المتغير المستقل الجوانب المادية الملموسة في الشركة محل الدراسة(X1) هي الأسئلة (7، 8، 9، 10، 11، 12، 13) والتي نعرض نتائجها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (4) يبين الاحصاءات الوصفية لإجابات المبحوثين حول توصيف جانب الملموسية

الرقم	السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيم*النسبية%	الترتيب	درجة الموافقة
7	مكاتب الحجز بالشركة ذات مظهر جميل وجذّاب.	3.25	1.032	65	6	متوسطة
8	الموقع الجغرافي لمكاتب الحجز سهل الوصول إليه.	3.55	.990	71	2	عالية
9	الأدوات المتعلقة بالخدمة كالتذكرة شكلها أنيق.	3.52	1.004	70.4	4	عالية
10	موظفو الشركة أنيقي المظهر.	3.54	1.008	70.8	3	عالية
11	الطائرة حديثة الطراز.	3.26	1.156	65.2	5	متوسطة
12	خيارات الأطعمة والمشروبات متعددة داخل الطائرة.	3.20	1.041	64	7	متوسطة
13	أدوات الاتصال حديثة وذات تقنية عالية.	3.76	1.030	75.2	1	عالية
	المقياس الكلي لواقع الملموسية	3.44	.658	68.8		متوسطة

(المصدر: التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSSإصدار 18)

تقيس الأسئلة السابقة من (7 إلى 13) واقع توافر بُعد الملموسية في الشركة محل البحث، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لأسئلة هذا البُعد بين (3.20، 3.76)وتبين أنّ المبحوثين لديهم معرفة سابقة عن الخدمات المتعلقة بهذا البُعد بدليل درجة الموافقة العالية على الأسئلة(8، 9، 10، 13)،ودرجة الموافقة المتوسطة لباقي الأسئلة.ويرى عملاء الشركة بأنّ واقع توافر بُعد الجوانب المادية الملموسة بدرجة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الكلي(3.44) وبانحراف معياري (658.) وهي تفوق درجة الموافقة المتدنية للمقياس (أقل من 2.5)، وهذا يشير إلى أن درجة توفر جودة الخدمة في هذا الجانب متوسطة. وهذا يبرهن على صحة الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية الأولى.

ب- اختبار الفرضية (ف1-2):

إن الأسئلة التى تقيس المتغير المستقل جانب الاعتمادية أو المصداقية في الشركة محل الدراسة(X2) هي الأسئلة (14، 15، 16، 17، 18، 19، 20) والتى نتائجها معروضة في الجدول الآتي:

(الجدول رقم 5 يبين الاحصاءات الوصفية لإجابات المبحوثين حول توصيف جانب المصداقية)

الرقم	السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيم* النسبية%	الترتيب	درجة الموافقة
14	تلتزم الشركة بتقديم الخدمة في الوقت المحدد.	3.40	1.105	68	2	متوسط
15	الشركة تهتم بحل أية مشكلة تواجه المسافر.	3.21	1.064	64.2	4	متوسط
16	تقدم الخدمة بشكل صحيح من أول مرة.	3.21	1.033	64.2	4	متوسط
17	دقة المعلومات المعطاه عن حالة الرحلة.	3.19	1.057	63.8	5	متوسط

***لقد تم حساب القيم النسبية في هذا الجدول وفي الجداول التالية من خلال العلاقة (x̄ ÷ 5) 100**

***لقد تم حساب القيم النسبية في هذا الجدول وفي الجداول التالية من خلال العلاقة (x̄ ÷ 5) 100**

18	تعدد وانتظام الرحلات لدى الشركة.	3.39	1.031	67.8	3	متوسط
19	دقة مواعيد الإقلاع والوصول.	3.39	1.144	67.8	3	متوسط
20	القدرة على تأدية الخدمة بكل ثقة ودقة.	3.91	1.047	78.2	1	عالية
المقياس الكلي لواقع الاعتمادية أو المصداقية		3.39	.746	67.8		متوسطة

(المصدر: التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSSإصدار 18)

تقيس الأسئلة من (14 إلى 20) واقع توافر بُعد الاعتمادية في الشركة محل الدراسة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لأسئلة هذا البُعد بين (3.19، 3.91) وتبين أنّ المبحوثين لديهم معرفة سابقة عن الخدمات المتعلقة بهذا البُعد بدليل درجة الموافقة العالية عن السؤال(20)،ودرجة الموافقة المتوسطة عن بقية الأسئلة الأخرى.

ويرى عملاء الشركة بأنّ واقع توافر بُعد الاعتمادية بدرجة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الكلي (3.39) وبانحراف معياري(746.) وهي تفوق درجة الموافقة المتدنية للمقياس(أقل من 2.50) هذا يشير إلى أنها متوسطة.

وهذا يبرهن على صحة الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الأولى.

ت- إختبار الفرضية (ف1-3):

إن الأسئلة التى تقيس المتغير المستقل جانب سرعة الإستجابة ومساعدة العميل في الشركة محل الدراسة (X3) هي الأسئلة (21، 22، 23، 24، 25، 26، 27) والتى نتائجها معروضة في الجدول التالي:

(الجدول رقم 6 يبين الاحصاءات الوصفية لإجابات المبحوثين حول توصيف جانب سرعة الإستجابة)

الرقم	السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيم النسبية%	الترتيب	درجة الموافقة
21	سهولة الحجز وتأكيده.	3.35	1.044	67	5	متوسط
22	عدد العاملين بمكاتب الحجز مناسب لتقديم الخدمة بسرعة.	3.38	1.060	67.6	4	متوسط
23	الموظفون يقومون بإخبارك متى الخدمة ستقدم بالفعل.	3.14	1.018	62.8	7	متوسط
24	موظفو الشركة على استعداد دائم لمساعدتك.	3.22	1.032	64.4	6	متوسط
25	ساعة الوصول للبلد المسافر إليه مناسبة لك.	3.57	.978	71.4	1	عالية
26	وجود إرشادات تدل على مكان تأدية الخدمة بالمطار.	3.47	1.126	69.4	2	متوسط
27	سهولة وسرعة إجراءات المغادرة Cheek in.	3.39	1.042	67.8	3	متوسط
المقياس الكلي لواقع الاعتمادية أو المصداقية		3.36	.643	67.2		متوسطة

(المصدر: التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSSإصدار 18)

تقيس الأسئلة من (21 إلى 27)واقع توافر بُعد سرعة الاستجابة في الشركة محل البحث، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لأسئلة هذا البُعد بين(3.14، 3.57)،وتبين أنّ المبحوثين لديهم معرفة سابقة عن الخدمات المتعلقة بهذا البُعد بدليل درجة الموافقة العالية عن السؤال (25) ودرجة الموافقة المتوسطة عن بقية الأسئلة الأخرى،ويرى عملاء الشركة أنّ واقع توافر بُعد الاعتمادية بدرجة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الكلي (3.36) وبانحراف معياري(643.)وهي تفوق درجة الموافقة المتدنية للمقياس(أقل من 2.50) وهذا يشير إلى أنها متوسطة. وهذا يبرهن على صحة الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الأولى.

ث- إختبار الفرضية (ف1-4):

إن الأسئلة التى تقيس المتغير المستقل جانب التعاطف في الشركة محل الدراسة (X4) هي الأسئلة (28، 29، 30، 31، 32، 33) والتى نتائجها معروضة في الجدول الآتي:

(الجدول رقم 7 يبين الاحصاءات الوصفية لإجابات المبحوثين حول توصيف جانب التعاطف مع العميل)

الرقم	السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيم النسبية%	الترتيب	درجة الموافقة
28	الشركة تعطي العميل اهتماماً شخصياً.	3.49	1.077	70	2	متوسطة
39	ساعات العمل لدى الشركة مناسبة لجميع العملاء.	3.29	1.028	68.4	4	متوسط
30	الشركة لديها مصلحة العميل من أولى اهتماماتها.	3.26	1.001	66.8	5	متوسط
31	موظفو الشركة يتفهمون احتياجاتك الخاصة.	3.35	1.038	65.8	3	متوسط
32	الخدمة بالطائرة تؤدي لتلبية احتياجاتك الشخصية.	3.15	1.054	66	6	متوسط
33	الاهتمام الفردي الذى توفره الشركة لعملائها.	3.79	1.055	72.4	1	عالية
	المقياس الكلي لواقع التعاطف مع العميل	3.39	.697	67.8		متوسطة

(المصدر: التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 18)

تقيس الأسئلة من (28 إلى 33) واقع توافر بُعد التعاطف مع العميل في الشركة محل الدراسة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لأسئلة هذا البُعد بين (3.15، 3.79)،وتبين أنّ المبحوثين لديهم معرفة سابقة عن الخدمات المتعلقة بهدا البُعد بدليل درجة الموافقة العالية على السؤال (33)،ودرجة الموافقة المتوسطة لبقية الأسئلة الأخرى،ويرى العملاء أن واقع توافره بدرجة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الكلي لإجمالي حجم العينة (3.39) وبانحراف معياري (.697)، وهي تفوق درجة الموافقة المتدنية للمقياس(أقل من 2.50) وهذا يعني أنها متوسطة.وهذا يبرهن على صحة الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الأولى.

ج- إختبار الفرضية (ف1-5):

إن الأسئلة التى تقيس المتغير المستقل جانب الثقة والامان في الشركة محل الدراسة (X5) هي الأسئلة (34، 35، 36، 37، 38، 39) والتى نتائجها معروضة في الجدول الآتي:

(الجدول رقم 8 يبين الاحصاءات الوصفية لإجابات المبحوثين حول توصيف جانب الثقة والأمان)

الرقم	السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيم* النسبية%	الترتيب	درجة الموافقة
34	سلوك موظفي الشركة يجعلك تثق بهم.	3.50	1.025	70	2	عالية
35	شعورك بالأمان عند تعاملك مع الشركة.	3.42	.985	68.4	3	متوسط
36	موظفو الشركة مهذبين بشكل دائم مع العملاء.	3.34	.943	66.8	4	متوسط
37	الموظفون لديهم الخبرة للإجابة على كل استفساراتك.	3.29	.999	65.8	6	متوسط
38	العناية بالحقائب وسرعة تسليمها عند الوصول.	3.30	1.109	66	5	متوسط
39	مجاملة الموظفين وقدرتهم على نقل الثقة والاطمئنان.	3.62	1.063	72.4	1	عالية
المقياس الكلي لواقع الثقة والامان		3.41	.684	68.2		متوسطة

(المصدر: التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSSإصدار 18)

***لقد تم حساب القيم النسبية في هذا الجدول وفي الجداول التالية من خلال العلاقة (÷ẋ 5) 100**

تقيس الأسئلة (من34 إلى 39) واقع توافر بُعد الثقة والأمان في الشركة محل الدراسة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لأسئلة هذا البُعد بين (3.29، 3.62)، وتبين أنّ المبحوثين لديهم معرفة سابقة عن الخدمات المتعلقة بهذا البُعد بدليل درجة الموافقة العالية عن السؤالين (34، 39)، ودرجة الموافقة المتوسطة عن بقية الأسئلة الأخرى،ويرى العملاء أنّ واقع توافر هذا البُعد بدرجة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الكلي (3.41) وبانحراف معياري (.684)، وهي تفوق درجة الموافقة المتدنية للمقياس (أقل من 2.50) وهذا يعني أنها متوسطة.وهذا يبرهن على صحة الفرضية الفرعية الخامسة من الفرضية الرئيسية الأولى.

ح- إختبار الفرضية (ف1-6):

إن الأسئلة التى تقيس المتغير التابع توقعات العملاء عن جودة الخدمة المقدمة من الشركة محل الدراسة (Y) من خلال الأسئلة (40، 41، 42، 43، 44، 45، 46) والتى نتائجها معروضة في الجدول الآتي:

(الجدول رقم 9 يبين الاحصاءات الوصفيةلإجابات المبحوثين حول توقعاتهم عن جودة خدمات الشركة)

الرقم	السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيم* النسبية%	الترتيب	درجة الموافقة
40	توقعاتي مبنية على تجاربي السابقة في السفر.	3.63	1.049	72.6	2	عالية
41	توقعاتي مبنية على آراء وتوصيات الأقارب.	3.95	.960	79	1	عالية
42	تستند توقعاتي على اساس احتياجات سفري.	3.50	1.040	70	5	عالية
43	توقعاتي مبنية على الإعلانات التى تصدرها الشركة.	3.30	1.099	66	7	متوسط
44	توقعاتي مبنية على ما سوف نواجه في المرة القادمة.	3.35	1.078	67	6	متوسط
45	توقعاتى مبنية على سمعة وشهرة الشركة بالسوق.	3.52	1.069	70.4	4	عالية
46	توقعاتي مبنية على نوع درجة الحجز.	3.60	1.060	72	3	عالية
	المقياس الكلي لواقع توقعات عملاء الشركة	3.54	.653	70.8		عالية

(المصدر: التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSSإصدار 18)

تقيس الأسئلة من (40 إلى 46) واقع توقعات عملاء الشركة محل الدراسة لجودة الخدمة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لأسئلة هذا البُعد بين (3.30، 3.95)، وتبين أنّ المبحوثين لديهم معرفة سابقة عن الخدمات المتعلقة بهذا البُعد بدليل درجة الموافقة العالية عن السؤال (40، 41، 42، 45، 46)، ودرجة الموافقة المتوسطة عن السؤالين الباقيين،وعليه نجد أن توقعات العملاء لجودة خدمات الشركة مرتفعة،حيث بلغ المتوسط الكلي 3.54 وبانحراف معياري (.653)وهي تفوق درجة الموافقة المتوسطة للمقياس(أقل من 3.50) وهذا يعني أن القيم المتوقعة للخدمات يجب أن تكون من المستوى العالي. وهذا يبرهن على صحة الفرضية الفرعية السادسة من الفرضية الرئيسية الأولى.

اختبار فرضيات البحث الأخرى:

1. اختبار الفرضية (ف2-1):لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بينبُعد الجوانب الملموسة، وتوقعات العملاء لجودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

*لقد تم حساب القيم النسبية في هذا الجدول وفي الجداول التالية من خلال العلاقة (ẋ÷ 5) 100

المتغير المستقل: الجوانب المادية الملموسة **(X1).المتغير التابع:** توقعات العميل لجودة الخدمة**(Y)**

Correlations(الجدول رقم 10)

		X1	Y
X1	Pearson Correlation	1	.494**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	384	384
Y	Pearson Correlation	.494**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	384	384
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

يظهر من الجدول أن قيمة معامل الارتباطبين المتغيرين المستقل والتابع في الشركة محل الدراسة ذات علاقة طردية، حيث بلغت49.4% وهي قيمة ضعيفة ولكنها معنوية عند المستوى المعياري (0.01)،وللحصول على نتائج أكثر دقة نستخدم تحليل الانحدار البسيط بين المتغيرين.

Model Summary(الجدول رقم 11)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.494[a]	.244	.242	.56828

a. Predictors: (Constant), X1

يتضح من الجدول أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين تساوي (0.494)وهي تدل على وجود علاقة ارتباط طردية، وتشير قيمة معامل التحديد البالغة ($R^2 = 0.244$) إلى أن نسبة توقعات العميل للجودة تعود إلى الجوانب المادية الملموسة بنسبة24.4% فقط وما تبقى يعود لعوامل أخرى لم تؤخذ في الحسبان،وللتحقق من صلاحية هذا النموذج لدراسة العلاقة بين هذين المتغيرين لابدّ من دراسة تحليل تباين الانحدار.

ANOVA[b] (الجدول رقم 12)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.900	1	39.900	123.551	.000[a]
	Residual	123.364	382	.323		
	Total	163.263	383			

a. Predictors: (Constant), **X1**; b. Dependent Variable: **Y**

يظهر الجدول نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية الانحدار، حيث نجد أنّ احتمال الدلالة يساوي (.000) وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05) مما يشير إلى أنّ مستوى الثقة مرتفعاً، وأن الانحدار معنوي، وبمقارنة قيمة(F)المحسوبة (123.551) مع قيمتها الجدولية البالغة (6.76) يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الجوانب المادية الملموسة، وبين وتوقعات العملاء لجودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الإفريقية.

Coefficients[a](الجدول رقم 13)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.855	.155		11.994	.000
	X1	.491	.044	.494	11.115	.000
a. Dependent Variable: **Y**						

يتضح من الجدول أنّ قيمة الميل(B)موجبة وتساوي (0.491)،أما الخطأ المعياري له فهو (0.044) وهذا يدل على أن العلاقة طردية بين المتغيرين. ولاختبار معنوية الثابت(B) يستخدم مؤشر اختبار (Z) حيث نجد أن قيمة (t) المحسوبة تبلغ(11.115)، وعند المقارنة نجد أن$P = 0.000 < \alpha = 0.05$ وبالتالي نجدأن قيمة الميل(B) معنوية وتعبّر عن وجود علاقة حقيقية بين المتغيرين.

وهذا يبرهن على رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التى تنص على وجود علاقة بين توقعات العملاء والجوانب المادية الملموسة لجودة الخدمة.

2. اختبار الفرضية (ف2-2):لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بُعد الاعتمادية أو المصداقية، وتوقعات العملاء لجودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

المتغير المستقل: جانب الاعتمادية أو المصداقية(**X2**).**المتغير التابع:** توقعات العميل لجودة الخدمة (**Y**).

Correlations(الجدول رقم14)

		X2	Y
X2	Pearson Correlation	1	.503**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	384	384
Y	Pearson Correlation	.503**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	384	384
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

يظهر من الجدول أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين المستقل والتابع في الشركة محل الدراسة ذات علاقة طردية حيث بلغت(50.3%)وهي قيمة ضعيفة ولكنها معنوية عند المستوى المعياري (0.01)،وللحصول على نتائج أكثر دقة يستخدم تحليل الانحدار بين المتغيرين.

Model Summary (الجدول رقم 15)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.503[a]	.253	.251	.56494

a. Predictors: (Constant), **X2**

يتضح من الجدول أنّ قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين تساوي(0.503) وهي تدل على وجود علاقة ارتباط طردية ومتوسطة، وتشير قيمة معامل التحديد البالغة ($R^2 = 0.253$) إلى أنّ توقعات العميل لجودة الخدمة تعود

بنسبة(25.3%)إلى جانب الاعتمادية، وما تبقى يعود لعوامل أخرى لم تؤخذ في الحسبان، وللتحقق من صلاحية هذا النموذج لدراسة هذه العلاقة يجب دراسة تحليل تباين الانحدار.

ANOVA[b](جدول رقم 16)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.346	1	41.346	129.550	.000[a]
	Residual	121.917	382	.319		
	Total	163.263	383			
a. Predictors: (Constant), **X2**; b. Dependent Variable: **Y**						

يظهر الجدول نتائج تحليل التباينANOVAلاختبار معنوية الانحدار، حيث نجد أنّ احتمال الدلالة يساوي (.000) وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05)، مما يشير إلى أن مستوى الثقة مرتفعٌ، وأن الانحدار معنوي، وبمقارنة قيمة(F)المحسوبة(129.550) وقيمتها الجدولية البالغة(6.76)، يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين جانب الاعتمادية، وبين توقعات العملاء لجودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

Coefficients[a](جدول رقم 17)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.052	.134		15.300	.000
	X2	.440	.039	.503	11.382	.000

a. Dependent Variable: **Y**

يتضح من الجدول أنّ قيمة الميل(B) موجبة وتساوي (0.440)، أما الخطأ المعياري له فهو (0.039)، وهذا يدل على أنّ العلاقة طردية بين المتغيرين. ولاختبار معنوية الثابت(B) يستخدم مؤشر اختبار(Z) حيث نجد أنّ قيمة(t) المحسوبة تبلغ(11.382)عند المقارنة نجد أن$P = 0.000 < \alpha = 0.05$ وبالتالي يخلص الباحث إلى أنّ قيمة الميل(B) معنوية وتعبّر عن وجود علاقة حقيقية بين المتغيرين.

3. اختبار الفرضية (ف2-3):لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين بُعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل، وتوقعات العملاء لجودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

المتغير المستقل: جانب سرعة الاستجابة(**X3**).**المتغير التابع:** توقعات العميل لجودة الخدمة(**Y**).

Correlations(الجدول رقم 18)

		X3	Y
X3	Pearson Correlation	1	.513**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	384	384
Y	Pearson Correlation	.513**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	384	384
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

يظهر من الجدول أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين المستقل والتابع في الشركة محل الدراسة ذات علاقة متوسطة وطردية حيث بلغت(51.3%) وهي قيمة مقبولة ومعنوية عند المستوى المعياري(0.01)،وللحصول على نتائج أكثر دقة استخدم الباحث تحليل الانحدار بين المتغيرين.

Model Summary (الجدول رقم 19)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.513[a]	.263	.261	.56113

a. Predictors: (Constant), **X3**

يتضح من الجدول أنّ قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين تساوي(0.513) وهي تدل على وجود علاقة ارتباط طردية، ومن ناحية أخرى تشير قيمة معامل التحديد البالغة ($R^2 = 0.263$)، إلى أن توقعات العميل لجودة الخدمة تعود إلى جانب سرعة الاستجابة بنسبة26.3%، وما تبقى يعود لعوامل أخرى لم تؤخذ في الحسبان، وللتحقق من صلاحية النموذج لدراسة هذه العلاقة لابدّ من دراسة تحليل تباين الانحدار.

ANOVA[b](الجدول رقم 20)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.903	1	42.983	136.511	.000[a]
	Residual	120.280	382	.315		
	Total	163.263	383			
a. Predictors: (Constant), **X3**; b. Dependent Variable: **Y**						

يظهر الجدول نتائج تحليل التباينANOVAلاختبار معنوية الانحدار، حيث نجد أنّ احتمال الدلالة يساوي(.000) وهو أقل من مستوى المعنوية(0.05)مما يشير إلى أن مستوى الثقة مرتفعاً، وأن الانحدار معنوي، وبمقارنة قيمة(F)المحسوبة تبلغ(136.511)وقيمتها الجدولية البالغة(6.76) يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين جانب سرعة الاستجابة ومساعدة العميل، وبين توقعات العملاء لجودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

Coefficients[a](الجدول رقم 21)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.793	.152		11.758	.000
	X3	.521	.045	.513	11.684	.000
a. Dependent Variable: **Y**						

يتضح من الجدول أنّ قيمة الميل(B) موجبة وتساوي (0.521)، أما الخطأ المعياري له فهو (0.045)وهذا يدل على أن العلاقة طردية بين المتغيرين. ولاختبار معنوية الثابت(B)يستخدم مؤشر اختبار(Z) حيث نجد أن قيمة(t)

المحسوبة والبالغة (11.684) عند المقارنة نجد أن0.05 = α > 0.000 = P وبالتالي يخلص الباحث إلى أنّ قيمة الميل(B) معنوية وتعبّر عن وجود علاقة حقيقية بين المتغيرين.

4. اختبار الفرضية (ف2-4): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بُعد التعاطف مع العميل، وتوقعات العملاء لجودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

المتغير المستقل: جانب التعاطف مع العميل(**X4**). **المتغير التابع:** توقعات العميل لجودة الخدمة(**Y**).

Correlations(جدول رقم 22)

		X4	Y
X4	Pearson Correlation	1	.538**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	384	384
Y	Pearson Correlation	.538**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	384	384

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

يظهر من الجدول أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين المستقل والتابع في الشركة محل الدراسة ذات علاقة طردية ومتوسطة حيث بلغت(53.8%) وهي قيمة مقبولة ومعنوية عند المستوى المعياري (0.01) وللحصول على نتائج أكثر دقة نستخدم تحليل الانحدار المتعدد بين المتغيرين.

Model Summary (الجدول رقم 23)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.538[a]	.290	.288	.55092

a. Predictors: (Constant), **X4**

يتضح من الجدول أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين تساوي(0.538) وهي تدل على وجود علاقة ارتباط طردية، ومن ناحية أخرى تشير قيمة معامل التحديد البالغة (R^2 = 0.290)، إلى أن نسبة توقعات العميل لجودة الخدمة تعود إلى جانب التعاطف بنسبة29%، وما تبقى يعود لعوامل أخرى لم تؤخذ في الحسبان، وللتحقق من صلاحية النموذج لدراسة العلاقة بين توقعات العميل وجانب التعاطف يجب دراسة تحليل تباين الانحدار.

ANOVA[b] (الجدول رقم 24)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.321	1	47.321	155.911	.000[a]
	Residual	115.942	382	.304		
	Total	163.263	383			

a. Predictors: (Constant), **X4**; b. Dependent Variable: **Y**

يظهر الجدول نتائج تحليل التباينANOVAلاختبار معنوية الانحدار، حيث نجد أنّ احتمال الدلالة يساوي(.000) وهو أقل من مستوى المعنوية(0.05) مما يشير إلى أن مستوى الثقة مرتفعٌ، وأن الانحدار معنوي، وبمقارنة

قيمة(F)المحسوبة تبلغ(155.911) وقيمتها الجدولية البالغة (6.76) يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة: أي أنه توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين جانب التعاطف والمجاملة، وبين توقعات العملاء لجودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

Coefficients[a](الجدول رقم 25)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.836	.140		13.151	.000
	X4	.504	.040	.535	12.486	.000
a. Dependent Variable: **Y**						

يتضح من الجدول أنّ قيمة الميل(B) موجبة وتساوي (0.504)، أما الخطأ المعياري له فهو (0.040) وهذا يدل على أن العلاقة طردية بين المتغيرين. ولاختبار معنوية الثابت(B) يستخدم مؤشر اختبار(Z) حيث نجد أن قيمة (t) المحسوبة والبالغة (12.486) عند المقارنة نجد أن$P = 0.000 < \alpha = 0.05$وبالتالي يخلص الباحث إلى أنّ قيمة الميل(B) معنوية وتعبّر عن وجود علاقة حقيقية بين المتغيرين.

5. **اختبار الفرضية (ف2-5):**لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بُعد الثقة والأمان، وتوقعات العملاء لجودة الخدمة في شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

المتغير المستقل: جوانب الثقة والأمان(**X5**).**المتغير التابع:**توقعات العميل لجودة الخدمة(**Y**).

Correlations(الجدول رقم 26)

		X5	Y
X5	Pearson Correlation	1	.562**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	384	384
Y	Pearson Correlation	.562**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	384	384
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

يظهر من الجدول أنّ قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين المستقل والتابع في الشركة محل الدراسة ذات علاقة طردية حيث بلغت (56.2%) وهي قيمة معنوية عند المستوى المعياري (0.01)، وللحصول على نتائج أكثر دقة نستخدم تحليل الانحدار بين المتغيرين.

Model Summary (الجدول رقم 27)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.562[a]	.316	.314	.54084

a. Predictors: (Constant), **X5**

نلاحظ من الجدول أنّ قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين تساوي (0.562) وهي تدل على وجود علاقة ارتباط طردية، ومن ناحية أخرى تشير قيمة معامل التحديد البالغة (R^2 = 0.316)، وهي تعني أن توقعات العميل لجودة الخدمة تعود إلى هذا الجانب بنسبة 31.6%، وما تبقى يعود لعوامل أخرى لم تؤخذ في الحسبان، ولاختبار معنوية الفروق لابدّ من دراسة تحليل تباين الانحدار.

ANOVA[b](الجدول رقم 28)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51.526	1	51.526	176.154	.000[a]
	Residual	111.737	382	.293		
	Total	163.263	383			

a. Predictors: (Constant), **X5**; b. Dependent Variable: **Y**

يظهر الجدول نتائج تحليل التباينANOVAلاختبار معنوية الانحدار، حيث نجد أنّ احتمال الدلالة يساوي (.000) وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05) مما يشير إلى أن مستوى الثقة مرتفعٌ، وأن الانحدار معنوي، وبمقارنة قيمة (F) المحسوبة (176.154) وقيمتها الجدولية البالغة (6.76) يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة، أي أنه توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين جانب الثقة والأمان، وبين توقعات العملاء لجودة الخدمة المقدمة من الشركة.

Coefficients[a] (جدول رقم 29)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.712	.141		12.172	.000
	X5	.536	.040	.562	13.272	.000

a. Dependent Variable: **Y**

يتضح من الجدول أنّ قيمة الميل(B) موجبة وتساوي (0.536)، أما الخطأ المعياري له فهو(0,040)وهذا يدل على أن العلاقة طردية بين المتغيرين، ولاختبار معنوية الثابت(B) يستخدم مؤشر اختبار(Z) حيث نجد أن قيمة (t) المحسوبة والبالغة (13.272) عند المقارنة نجد أن $P = 0.000 < \alpha = 0.05$ وبالتالي يخلص الباحث إلى أنّ قيمة الميل(B) معنوية وتعبّر عن وجود علاقة حقيقية بين المتغيرين.

اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين توافر جملة أبعاد جودة الخدمة، وتوقعات العملاء لجودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الإفريقية.

المتغير المستقل:إجمالي أبعاد جودة الخدمة (X).**المتغير التابع:** توقعات الزبون لجودة الخدمة(Y).

ولاختبار هذه الفرضية اعتمد الباحث على اختبار نموذج الانحدار الخطي المتعدد Multiple Linear Regression، والذي يأخذ في حسابه أكثر من متغير مستقل X، ويتم تحليل الانحدار للتنبؤ بقيمة المتغير التابع Dependent Variable من خلال مجموعة المتغيرات المستقلة Independent Variables.

ويتم ذلك من خلال تمثيل العلاقة بين المتغير التابع Y والمتغيرات المستقلة بالمعادلة الخطية الآتية:

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \alpha_3 X_3 + \alpha_4 X_4 + \alpha_5 X_5 + e$$

حيث إن:

Y: هو المتغير التابع المعبّر عن توقعات الزبائن لجودة الخدمة.

X_1: هو المتغير المستقل المعبِّر عن بُعد الجوانب المادية الملموسة.

X_2: هو المتغير المستقل المعبِّر عن بُعد الاعتمادية أو المصداقية.

X_3: هو المتغير المستقل المعبِّر عن بُعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل.

X_4: هو المتغير المستقل المعبِّر عن بُعد التعاطف مع العميل.

X_5: هو المتغير المستقل المعبِّر عن بُعد الثقة والامان.

α_i: تمثل معاملات الانحدار الخاصة Partial Regression Coefficient، أو الميول الخاصة لكل من المتغيرات المستقلة.

e: يمثل الخطأ العشوائي، ويكون عدد معالم النموذج الخطي هو P = n+1، حيث إن n: يمثل عدد المتغيرات المستقلة في النموذج، ومتغيراً تابعاً واحداً.

نموذج رقم (30) يبين معامل الارتباط بين الأبعاد والتوقعات Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.587[a]	.345	.336	.53197	1.795

a. Predictors: (Constant), x5, x1, x3, x2, x4 b. Dependent Variable: Y

من الجدول أعلاه، يتضح أن قيمة معامل الارتباط المتعدد (R = 0.587)، بين التوقعات بوصفها متغيراً تابعاً، وأبعاد جودة الخدمة بوصفها متغيرات مستقلة، على وجود علاقة ارتباط طردية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وأن قيمة معامل التحديد البالغة(R^2 = 0.345) إلى أنه يمكننا أن نسب 34.5% من التغير الحاصل في التوقعات إلى التغيرات لجملة أبعاد جودة الخدمة وما تبقي يعود لعوامل أخرى.

نموذج رقم (31) يبين تحليل تباين خط الانحدار للعلاقة بين الأبعاد والتوقعات ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	56.293	5	11.259	39.784	.000[a]
	Residual	106.970	378	.283		
	Total	163.263	383			

a. Predictors: (Constant), x5, x1, x3, x2, x4 b. Dependent Variable: y

من جدول تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية الانحدار، نجد أن احتمال الدلالة000. = Sig، وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05، لذا يمكن القول بإن العلاقة معنوية وذات دلالة إحصائية وبالتالي نقول بإن علاقة الانحدار معنوية. آي توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وبمقارنة قيمة F المحسوبة والبالغة (39.784) مع القيمة الجدولية (6.76) بدرجة حرية (5) للانحدار، و (378)درجة حرية للبواقي، نجد أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية، وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين توافر أبعاد جودة الخدمة وتوقعات العملاء عن الجودة بالشركة محل الدراسة، ولمعرفة معنوية وأهمية كل من أبعاد الجودة في هذه العلاقة الدالة إحصائياً، لابد من دراسة معادلة خط الانحدار المتعدد.

جدول رقم (32) نتائج تحليل الانحدار المتعدد للعلاقة بين توافر أبعاد الجودة وتوقعات العميل Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.427	.158		9.025	.000
	X1	.130	.070	.130	1.860	.064
	X2	-.014	.075	-.017	-.194	.846
	X3	.090	.081	.089	1.122	.263
	X4	.118	.083	.125	1.413	.158
	X5	.298	.078	.312	3.821	.000

a. Dependent Variable: y

من الجدول السابق نحصل على معادلة خط الانحدار المقدرة والخطأ المعياري لكل معامل فيها، وذلك من خلال العمود Std. Error.ولمعرفة أي من الأبعاد يكون معنوياًتكون العلاقة بين المتغيرات وفق معادلة خطية نكتبها كما يلي:

$$\mathbf{Y = (1.427) + (.130X_1) + (-.014X_2) + (.090X_3) + (.118X_4) + (.290X_5)}$$

ثم ننظر إلى العمود الذي يعطي قيمة احتمال الدلالةSig لكل بُعد على حدة. فنلاحظ أن المتغير المعنوي الوحيد هو(X5)، (بُعد الثقة والامان)، لأن قيمة000. = Sig وهي أصغر من (0..05) أي ميله معنوي، وبالتالي نستنتج أن السبب الحقيقي لوجود العلاقة الدالة إحصائياً هو المتغير المعبر عن بُعد الثقة والامان، فكلما زاد توجه الشركة محل الدراسة بهذا البُعد، تحققت التوقعات، وتعدّ هذه النتيجة منطقية، نظراً لأهمية الثقة في خدمة الطيران وذلك لأرتفاع درجة المخاطرة الجوية.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

في ضوء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية أمكن التوصل إلى النتائج الآتية:

- إن بُعد الجوانب المادية الملموسة احتل المركز الأول بنسبة 68.8% ودرجة موافقة متوسطة، وأن العنصر المتعلقبأدوات الاتصال الحديثة وذات التقنية العالية أخذ المرتبة الأولى بدرجة 75.2% بالنسبة لهذا البعد.
- إن بُعد الثقة والأمان احتل المركز الثاني بنسبة 68.2% ودرجة موافقة متوسطة، وأن عنصر مجاملة الموظفين وقدرتهم على نقل الثقة جاء في المرتبة الأولى بدرجة 72.4% بالنسبة لعناصر هذا البُعد.
- أما المركز الثالث فكان لبُعدي التعاطف مع العميل، والاعتمادية أو المصداقية وبنسبة 67.8% ودرجة موافقة متوسطة لكلٍ منهما، وكان عنصر الاهتمام الفردي الذي توفره الشركة لعملائها في المرتبة الأولى من عناصر بُعد التعاطف وبدرجة 72.4% من عناصر هذا البُعد، أما المرتبة الأولى لعناصر بُعد الاعتمادية أو المصداقية فكانت لعنصر القدرة على تأدية الخدمة بكل ثقة ودقة وبدرجة 78.2%.
- أما بُعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل فكان في المركز الرابع والأخير في الترتيب وبنسبة 67.2% ودرجة موافقة متوسطة، وأن عنصر ساعة الوصول للبلد المسافر إليه احتل المرتبة الأولى وبدرجة 71.4% بالنسبة لعناصر هذا البُعد.

- وبناءً على اختبار الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية الأولى تبين أن واقع توافر بُعد الجوانب المادية الملموسة بدرجة متوسطة في شركة الخطوط الجوية الإفريقية.
- وبناءً على اختبار الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الأولى تبين أن واقع توافر بُعد الاعتمادية أو المصداقية بدرجة متوسطة في الشركة محل الدراسة.
- وبناءً على اختبار الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الأولى تبين أن واقع توافر بُعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل بدرجة متوسطة في الشركة محل الدراسة.
- وبناءً على اختبار الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الأولى تبين أن واقع توافر بُعد التعاطف مع العميل بدرجة متوسطة في الشركة محل الدراسة.
- وبناءً على اختبار الفرضية الفرعية الخامسة من الفرضية الرئيسية الأولى تبين أن واقع توافر بُعد الثقة والأمان بدرجة متوسطة في الشركة محل الدراسة.
- وبناءً على اختبار الفرضية الفرعية السادسة من الفرضية الرئيسية الأولى تبين أن واقع توافر توقعات الزبائن بدرجة عالية في الشركة محل الدراسة.
- بناءً على اختبار الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية الثانية تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجوانب المادية الملموسة وتوقعات العملاء لجودة الخدمة المقدمة من الشركة محل الدراسة.
- بناءً على اختبار الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الثانية تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية أو المصداقية وتوقعات العملاء لجودة الخدمة المقدمة من الشركة محل الدراسة.
- بناءً على اختبار الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الثانية تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة ومساعدة العميل وتوقعات العملاء لجودة الخدمة المقدمة من الشركة محل الدراسة.
- بناءً على اختبار الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الثانية تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاطف مع العميل وتوقعات العملاء لجودة الخدمة المقدمة من الشركة محل الدراسة.
- بناءً على اختبار الفرضية الفرعية الخامسة من الفرضية الرئيسية الثانية تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الثقة والأمان وتوقعات العملاء لجودة الخدمة المقدمة من الشركة محل الدراسة.
- بناءً على اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة تبين أن بُعد الثقة والأمان هو المسبب الحقيقي بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين توافر أبعاد جودة الخدمة وتوقعات العملاء عن جودة الخدمة بالشركة محل الدراسة.

التوصيات:

بناءً على نتائج الدراسة الميدانية واختبار فرضيات البحث **نوصي** إدارة شركة الخطوط الجوية الإفريقية بما يأتي:

- الاهتمام بجودة الخدمة المقدمة وضرورة التعرف على التوقعات الفعلية للمسافرين تجاه الخدمة، وتقديم الخدمات التي تتوافق مع تلك التوقعات، آخذين في الاعتبار الأهمية النسبية لكل بُعد من أبعاد جودة الخدمة والتي تم التركيز عليها من وجهة نظر المسافرين والتي احتلت المراتب الأولى من إهتمامهم، وأهمها بُعد الثقة والآمان.
- اهتمام إدارة الشركة من خلال تأهيل موظفيها للتعامل بخبرة وثقة مع العملاء وذلك لاحتلال بُعد الثقة والأمان (كأحد الأبعاد المدروسة) مرتبة متقدمة في التقييم من وجهة نظر العملاء.
- تشخيص احتياجات المسافرين بدقة، وتفهم الاحتياجات الشخصية والفردية لهم.

▪ إجراء البحوث والدراسات من قبل الشركة وبشكل دوري للتعرف على مستوى جودة الخدمة المقدمة، حتى يمكن تحديد نقاط القوة لتدعيمها وتقويتها بصفة مستمرة، ونقاط الضعف لمعالجتها.

المراجع:

1- **أبو النجا، محمد عبد العظيم.** *دراسة الأثر الوسيط لقيمة العلامة على العلاقة بين الأنشطة التسويقية ونوايا إعادة الشراء: دراسة تطبيقية على خدمات النقل الجوي* "مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية. القاهرة. العدد الأول. المجلد الثامن والأربعون، 2011، 23.

2- **بازرعة، محمود صادق.** *بحوث التسويق*. الطبعة الثامنة، دار مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2005، 1-287.

3- **صبح، أحمد.** *عالم الطيران والسياحة*، مجلة دنيا الطيران، العدد السادس عشر، 1996، ص 16.

4- **عبد الحميد، طلعت أسعد.** *الاتصالات التسويقية المتكاملة طريقك المباشر إلى قلب وفكر العميل*، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، 360.

5- **محمد، الهام الشافعي.** *دور العميل في العملية الإنتاجية للخدمات وأثره على الجودة بالتطبيق على خدمة النقل الجوي بشركة مصر للطيران*، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة – جامعة القاهرة، 1998، 286.

6- **GARDNER, E. S.***Dimensional analysis of airline quality.* Interfaces. Vol. 34, No. 4, 2004, 272-279.

7- **JINWOO, P., ROBERTSO, R., & CHENGLUNG, W.** *Investigating the effects of airline service quality on airline image and passengers' future behavioural intentions: findings from Australian international air passengers*. Journal of Tourism Studies. Vol. 16, No. 1, 2005, 2-11.

8- **NARVER, J. C., & SLATER, S. F.** *The effect of a market orientation on business profitability*. The Journal of Marketing. Vol. 54, No. 4, 1990, 20-35.

9- **PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V. A., & BERRY, L. L.***A conceptual model of service quality and its implications for future research*. The Journal of Marketing. Vol. 49, No. 4, 1985, 41-50.

10- **POISTER, T. H., and THOMAS, J. C.***The effect of expectations and expectancy confirmation/disconfirmation on motorists' satisfaction with state highways*. Journal of Public Administration Research and Theory. Vol. 21, No. 4, 2011, 601-617.

11- **ZAKARIA, Z., HAMID, A. C., KARIM, Z. A., and DAUD, N. M.***Tourists' Expectations and Perceptions on the Service Quality in Malaysian Tourism Industry*. Global Business and Management Research: An International Journal. Vol. 1, No. 3/4, 2010, 69-83.

12- **ZEITHAML, V. A., BERRY, L. L., & PARASURAMAN, A.***The nature and determinants of customer expectations of service*. Journal of the academy of Marketing Science. Vol. 21, No. 1, 1993, 1-12.