

<u>المادة:</u> تسويق خدمات النقل	<u>محاضرة رقم (05):</u> للمحور الخامس	<u>السنة الدراسية :</u> 2021/2020
<u>تخصص:</u> تسويق الخدمات	<u>عنوان المحاضرة:</u> جودة خدمة النقل	<u>المستوى:</u> السنة الثانية
<u>نوع النشاط:</u> درس نظري	<u>الأستاذ:</u> بن ذهيبة محمد	<u>الوقت المخصص:</u> 3 سا
		<u>عناصر المحاضرة:</u> أولاً: مفهوم جودة خدمة النقل. ثانياً: مؤشرات قياس جودة خدمة النقل. ثالثاً: دورة جودة خدمة النقل.

المحور الخامس: جودة خدمة النقل.

إن التحديات التي تواجه مؤسسات اليوم من عولمة وتحرير الأسواق وثورة المعلومات وما يتبعها من تغيرات متسارعة وقوة المنافسة، تلزمها الاستجابة برؤية واضحة بهدف استشراق المستقبل. ومن أجل ذلك تكون المؤسسات مجبرة على التحول من الأساليب الإدارية التقليدية إلى تبني أساليب حديثة تمكنها من ترشيد قراراتها الإدارية ومواكبة التطورات المستمرة لترتقي بها إلى مستوى المنافسة. كما تفرض القوى الديناميكية في بيئة الأعمال على المؤسسات تطبيق استراتيجيات تضمن لها البقاء والنمو. وقد أدركت المؤسسات التركيز على الجودة كإستراتيجية اكتسبت أهميتها نتيجة لقوى المنافسة وأصبحت من أهم الأسلحة في السوق الوطني والعالمي. كما أدت هذه الأوضاع بما تتسم من تعدد الفرص في السوق وتوفير المعلومات عنه وعن متغيراته وسهولة الاتصالات وتبادل المعلومات إلى تعدد البدائل أمام متخذي القرار وتحول السوق في الواقع إلى سوق تتركز القوة الحقيقية فيه للزبائن الذين انفتحت أمامهم فرص الاختيار والمفاضلة بين بدائل متعددة. وفي ظل الظروف السابقة، أصبح الزبون محور التنافس، حيث تشترك المنظمات الناجحة في الوقت الحالي في التركيز على الزبون ومحاولة كسب رضاه. وفي ظل هذه المتغيرات أصبح هذا الأخير يبحث عن الجودة باعتبارها قيمة تستطيع من خلالها المؤسسة استخلاص رضا الزبون.

أولاً: مفهوم جودة خدمة النقل.

تنص المادة رقم 28 من القانون رقم 13/01 المؤرخ في 06 أوت سنة 2001 المتعلق بتوجيه وتنظيم النقل البري أن خدمات النقل الجماعي الحضري تتم في محيط النقل الحضري بواسطة مركبات مهيأة تسير عبر الطرقات أو وسائل متنقلة في مسارات خاصة بها. وتهدف على وجه الخصوص إلى الحد من اللجوء إلى النقل بواسطة مركبة خاصة (الجريدة الرسمية، 2001 ص 08).

وبذلك، يضع القانون خدمة النقل الجماعي الحضري في خانة الخدمات العمومية المنتظمة في المادة رقم 26 من نفس القانون حيث تخضع لخط سير وتوقيت ووتيرة محددة تعلق مسبقاً وتقوم بإركاب وإنزال الركاب في نقاط مبينة ومجسدة على مدى خطوط السير (الجريدة الرسمية، 2001، ص 08).

وفي المقابل، تتعدد تعاريف جودة خدمة النقل للأفراد بتعدد وجهات النظر لدى مستعملي هذا النوع من التنقلات، فكل شخص يقيم درجة تطابق الأداء الفعلي لخدمة النقل المقدمة له مع توقعاته لهذه الخدمة. وعموماً، يقصد بجودة خدمة النقل الجماعي للبعض على "أنها التنقل في مقاييس آمنة كافية". بينما تعني للبعض الآخر "دقة المواعيد والانتظام". وعليه، جودة خدمة النقل هي مجموعة المعايير الكيفية للجودة

والمسؤول عنها هو مقدم الخدمة (مؤسسة النقل). كما ترتبط مباشرة مع مستوى الرضا الذي يبديه مستعمل خدمة النقل الجماعي. وعليه، تمر جودة خدمة النقل من المفهوم "الموضوعي" إلى المفهوم "الشخصي والذاتي"، أي تتعلق بالشخص الذي يصدر الحكم. ومن أجل فهم جودة خدمة النقل الجماعي وعناصرها المكونة لا يكفي فهم العوامل المادية للخدمة فقط ولكن أيضا الشروط النفسية، الاجتماعية والثقافية، والتصرفات المحيطة بها.

وهناك ثلاث أطراف تدخل في خدمة النقل وهي: العملاء (الزبائن)، مقدمو خدمات النقل (مؤسسات النقل) والهيئات المكلفة بتسيير نظام النقل ككل كما يلي:

- الزبائن: تمثل جودة خدمة النقل في طريقة إشباع حاجاتهم حسب المقاربة (تكاليف/مزاي) والمحددة مسبقا؛

- مقدمو خدمات النقل: تنسب جودة الخدمة لمقدمو خدمة النقل إلى مجموعة من الخصائص التقنية والعلاقاتية، أي المرور من مرحلة المفهوم إلى مرحلة التنفيذ؛

- الهيئات المكلفة بتسيير قطاع النقل: تسهر على مدى احترام دفتر الشروط.

ثانيا: مؤشرات قياس جودة خدمة النقل.

وتتكون الجودة الكلية لنقل المسافرين من مجموعة مؤشرات يعتمد عليها الزبون للحكم على خدمة النقل المقدمة (الجودة المدركة) وهي مستوحاة من وهي مستوحاة من الجمعية الفرنسية للمعيارية AFNOR وأعمال المعهد الوطني للبحث حول النقل وأمنه بفرنسا INRETS.

ويحدد المعيار NF EN 13816 مؤشرات الجودة في خدمة نقل المسافرين (يمكن تطبيقها على كل صيغ النقل)، ويعتبر كأداة إدارية حيث يوضح تقسيم المسؤوليات وتجديد وتحسين كل الفاعلين المساهمين في إنتاج الخدمة، بالإضافة إلى أنه يسمح بتقديم مجموعة الفاعلين في خدمة النقل وتشجيع النقاش. كما يساعد هذا المعيار على تحسين خدمة النقل ومتابعة الالتزامات وتنميين خدمة نقل الأشخاص، بالإضافة إلى دوره الكبير على المستوى التنافسي.

وحسب هذا المعيار تحدد AFNOR ثمانية مجموعات أو أبعاد تضم كل مؤشرات جودة خدمة النقل العمومي الجماعي كما يلي: عرض الخدمة، سهولة الوصول، المعلومة، المدة، الاهتمام بالزبون، الأمن، الأثر البيئي (AFNOR, 2002).

1- عرض الخدمة Offre de service: يتضمن خمسة عناصر، وهي:

- صيغة النقل المستعملة، ويتم اختيار الصيغة حسب عدة عوامل: التواتر والطاقة الاستيعابية والاستجابة؛

- شبكة النقل (التغطية الجغرافية) وتتضمن البعد بين نقاط الصعود والنزول والتكامل بين وسائل النقل والربط بين المحطات؛

- الاستغلال، ويتم فيها تحديد ساعات بدأ أو انتهاء الخدمة والتواتر والطاقة الاستيعابية لوسيلة النقل؛

- ملائمة الخدمة؛

- اعتمادية (موثوقية) الخدمة.

2- سهولة الوصول **Accessibilité**: وتحتوي على العناصر التالية:

- الواجهة الخارجية التي تخص الراجلين وراكبي الدرجات ومستعملي سيارة الأجرة ومالكي السيارات الخاصة؛

- الواجهة، الدخول / الخروج وسهولة التنقل والوقت المستغرق؛

- تذاكر السفر، الشراء يكون داخل أو خارج الشبكة؛

- ركوب الأشخاص ذوي الحركة المحدودة.

3- المعلومة **Information**: وتتمثل في:

- المعلومات العامة حول عرض الخدمة وسهولة الوصول والاهتمام بالزبون والراحة والأمن والأثر البيئي؛

- معلومات حول السفر في الحالة العادية، الإشارة إلى أماكن التوقف داخل الحافلة والإشارة من الخارج (رقم الحافلة والاتجاه) وتحديد نقاط الصعود والنزول والمسار والمدة والسعر ونوع التذكرة؛

- معلومات حول السفر في حالات الاختلال، حالة الشبكة وحول التعويض ل وسائل النقل التعويض للمسافرين ومعالجة الشكاوى والاقتراحات والمتعة المعثور عليها.

4- المدة **Durée**: وتضم: مدة السفر، ويتم فيها تحديد الوقت اللازم لبرمجة الرحلة والوقت اللازم حتى نقطة الصعود منذ نقطة النزول ووقت الانتظار في نقاط النزول والصعود والوقت اللازم لتغيير الحافلة أو الخط.

5- الاهتمام بالزبون **Attention**: وذلك من خلال العناصر التالية: الالتزام، التركيز على الزبون والابتكار والمبادرة؛ واجهة الزبون، الاستعلامات ومعالجة الشكاوي والتصرفات التجارية؛ الموظفين من ناحية، الجاهزية وتصرفات التجارية والكفاءات واللباس؛ مساعدة المسافرين، عند انقطاع الخدمة وللزبائن

الذين يحتاجون المساعدة؛ شراء تذاكر السفر، المرونة وصيغ دفع متعددة وأسعار ممتازة وتعريف متكاملة والنصح حول سعر التذاكر.

6 - الرفاهية Confort: وتضم: سير عمل التجهيزات في نقاط الصعود والنزول وداخل وسيلة النقل؛ حالة المقاعد فضاءات الوقوف وفي نقاط الصعود والنزول وداخل وسيلة النقل؛ شروط المناخ داخل الحافلة من حيث السيافة والانطلاق / التوقف والعوامل الخارجية؛ شروط المناخ داخل الحافلة من ناحية التهوية والحرارة والنظافة والإنارة والرطوبة والضجيج؛ أعمال مضايقة أخرى؛ التجهيزات الثانوية، دورات المياه والمطاعم والمراكز التجارية والإعلانات وأجهزة الاتصال؛ سهولة استعمال المركبة أي سهولة التحركات ومكونات التجهيزات.

7 - الأمن Sécurité: ويضم: الحماية ضد السرقة والاعتداءات وذلك من خلال إجراءات احتياطية والإنارة وكاميرات المراقبة وتوفر رجال الأمن ونقاط نجدة ومساعدة معروفة؛ الوقاية من الحوادث بتواجد عتاد الحماية والاحتياط ضد الأخطار وتوفر رجال الحماية واعتمادية المركبات (في حالة جيدة من حيث الهيكل والمكابح...).

8 - البيئة Environnement: وتضم: التلوث بأنواعه (الهواء، الماء، الضجيج، المرئي) واهتزاز المركبة والغبار وعدم النظافة والروائح والأوساخ؛ الموارد الطبيعية من حيث استهلاك الطاقة والمساحة؛ الهياكل القاعدية، أثر الاهتزاز وتلويث الطريق واستعمال أدنى الموارد المتاحة أثر القطع بين المنطقتين. ويمكن تلخيص ما سبق في جدول يوضح مختلف معايير جودة خدمة النقل والتساؤلات حسب معيار NF 13816 EN.

ثالثا: دورة جودة خدمة النقل.

الشكل الموالي يظهر لنا دورة جودة خدمة النقل حسب نموذج **le cycle de la qualité de service** (CYQ). حيث يحدد نموذج (CYQ) ما يلي:

- **الخدمة المتوقعة le service attendu:** من الزبون التي تركز على احتياجاته وخبرته. "فهو تعبير على الرغبة في نظام المرجعية **un système de référence** ". وهو الذي يجده الزبون معقول في توقعه بهذه اللحظة وبهذا المكان وهذا السعر. وهو مستوى الجودة المصرح بها أو الضمنية التي يبحث عنها الزبون.

- **الخدمة المرغوبة le service voulu:** هو العرض الذي تحدده مؤسسة النقل الجماعي من خلال حاجات الزبون، وتريد فعلا تقديمه له. ويأخذ في الاعتبار القيود الاقتصادية، الخبرة **les savoir-faire**،

المنافسة ... وهو اختيار الإدارة العامة. وتحدد مؤسسة النقل الجماعي أهداف الخدمة التي ستقدمها آخذة في الاعتبار العوامل التالية:

- **الخدمة المحققة le servie réalisé**: هي تلك الخدمة المحققة فعليا من طرف المؤسسة أي التقرير المفصل، الهدف، تحقيق الخدمة ميدانيا ويوميا.

- **الخدمة المدركة le service perçu**: من الزبون وهو الإدراك الشخصي للحالة وليس تقييم موضوعي للخدمة. ويعتمد إدراك الجودة المحققة للزبون على خبرته الشخصية لخدمة النقل أو الخدمات المرتبطة بها.

1. تعريف موجز للخدمة المرجعية **service de référence** (التكرار أو التردد، وقت الانتظار الأقصى **temps d'attente maximum**، الالتزام بالمواعيد **ponctualité**، معالجة شكاوى الزبائن **traitement des réclamations clients**؛...)

2. مستوى التحقيق **un niveau de réalisation** أي النسبة المتوقعة أو المحسوبة لاستفادة الزبون من الخدمة المرجعية؛

3. حد لعدم القبول **un seuil d'inacceptabilité** عند وصول الخدمة إلى هذا الحد، تعتبر بذلك غير مقدمة.

وعليه، يعكس الانحراف بين الجودة المنتظرة والجودة المدركة رضا المسافرين، حيث تترجم الجودة المنتظرة مستوى الجودة الذي يتمناه الزبون والذي يجب أن يحدد انطلاقا من توقعات معلنة للزبون عن طريق الاستقصاءات النوعية وتوقعات مخفية للمسافرين. ولكن يجب الأخذ في الاعتبار تجزئة مستعملي خدمة النقل الجماعي، حيث تختلف توقعاتهم للجودة حسب الزبائن المنتظمين مثل العمال والمتدربين والزبائن غير المنتظمين مثل الذين يستعملون عدة صيغ للنقل، بالإضافة إلى غير الزبائن الذي تختلف توقعاتهم مثل الأشخاص ذوي الحركة المحدودة والأشخاص الذين يقطنون مناطق لا تصلها خدمات النقل الجماعي.