



عمادة البحث العلمي
DEANSHIP OF SCIENTIFIC RESEARCH

مجلة العلوم الاقتصادية

Journal homepage:
<http://journals.sustech.edu/>



كلية الإدارة والعلوم التطبيقية

تحليل الفجوة بين الخدمة المدركة والمتوقعة من وجهة نظر المسافرين

الهام حسن فتح الرحمن حاج منصور

داليا محمد الزبير دياب

جامعة الخرطوم – مدرسة العلوم الادارية

المستخلص:

هدفت هذه الدراسة للتعرف على رضا المسافرين من خلال معرفة الفرق بين توقعاتهم وإدراكاتهم لمستوى جودة الخدمة في مطار الخرطوم الدولي. لذلك تم اجراء دراسة مقطعية واستخدم الاستبيان لجمع المعلومات عن توقعات وإدراكات المسافرين عن جودة الخدمة المقدمة في مطار الخرطوم الدولي كما تم استخدام مقياس الفجوة (SERVQUAL) الذي طوره (Parasuraman et al., 1988) لقياس الفجوة بين الادراكات والتوقعات لابعاد الخدمة الثلاث (العاملين، البيئة المادية، الاجراءات) للتحقق من الرضا. لهذا الغرض تم اختيار عينة عشوائية من المسافرين بلغت (230). كما تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية في العلوم الاجتماعية (SPSS) لإجراء المعالجات الإحصائية الوصفية والتحليلية الآتية: التكرار والنسب المئوية المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وتم استخدام اختبارات (Paired T-test) لمعرفة دلالة الفروقات بين التوقعات والادراكات ومن ثم اختبار الفرضيات.

وقد تم التحقق من ثبات معاملات الدراسة الثلاث باستخدام معامل الفا كرونباخ. وقد بينت نتائج التحليل الإحصائي انخفاض واضح في مستوى ادراك جودة الخدمة من قبل المسافرين في مطار الخرطوم الدولي. كما اظهرت النتائج وجود فجوات سالبة ذات دلالة احصائية شملت أبعاد جودة الخدمة الثلاثة: العنصر البشري (العاملين)، محيط الخدمة (البيئة المادية)، العمليات (الاجراءات) الأمر الذي انعكس بشكل واضح في انخفاض مستوى رضا المسافرين المتوقع في مطار الخرطوم الدولي لان الخدمة المقدمة اقل من توقعات المسافرين. كما اظهرت النتائج ان اكبر اختلاف بين التوقعات والادراكات كان لمحدد الاجراءات يليه محدد البيئة المادية بينما اقل اختلاف كان لمحدد العنصر البشري. لذلك تحتاج الخدمة في مطار الخرطوم الدولي الى تحسينات في الابعاد الثلاثة لتقليل الفجوة.

Abstract:

The study aimed to measure the level of satisfaction and service quality offered by the Khartoum International Airport from passenger's point of views. The study is a cross sectional research that used survey instrument which aimed to capture the passengers' perceptions and expectations about the service they received at the airport, leading to an evaluation of overall perceived service quality based on gap analysis. A total of 230 passengers responses were analyzed using descriptive statistics, paired T-test analysis to identify the quality gap in the airport services. Therefore, the quality gap of the services was determined according to differences between the passengers' perceptions and expectations.

The results demonstrated that there was a significant negative quality gaps in all the quality dimensions (the people, the physical layout, and the processes). The perceived services offered at the airport were below the passengers expectations indicating a low level of the satisfaction. Thus, more improvements are recommended to reduce the gap across the three above-mentioned dimensions.

الكلمات المفتاحية: خدمة المطار - فجوة الجودة - التوقعات .
المقدمة:

ان المطار يخلق انطباع المسافر الأول والأخير من المدينة أو البلد، لذلك فان تجربة المطار الممتعة تشجع المسافرين على تكرار السفر في المستقبل. وتعتبر خدمة العملاء الممتازة واحدة من أعظم أصول المطار في بيئة اليوم التنافسية. لقد أصبح النقل الجوي واحدة من الصناعات الرئيسية في جميع أنحاء العالم، وفي أي بلد يلعب المطار دوراً حاسماً في هذا الاتجاه. لذا أصبح تقييم جودة الخدمات ومستويات رضا الركاب عن خدمات المطار مسألة هامة لإدارة المطار حيث تعتبر أحد مؤشرات الأداء الرئيسية لتشغيل المطار.

لقد ظلت المطارات على مدار العقد الماضي واقعة تحت ضغط تجاري جدير بالاعتبار من قبل الركاب ومشغلي الطائرات، وتتنافس المطارات على الركاب وشركات الطيران كما تتنافس مع المطارات الأخرى بالنسبة لجهة الإقلاع وجهة الوصول والاتصال بحركة النقل. فقد أصبحت شركات الخطوط الجوية واتحادات شركات الخطوط الجوية تفرض المزيد من المطالب فيما يتعلق بخدمات مباني الركاب والتصميم والتخطيط الذي يتطلب تقديم خدمات معدلة وفقاً لحاجة العملاء والمرافق والمنشآت الخاصة بمبنى الركاب أو المناطق الخاصة بمباني الركاب المعدلة وفقاً لاحتياجات العملاء. فقد أصبح الركاب أيضاً لديهم المزيد من المتطلبات فيما يتعلق بالعمليات الخاصة بالمطار والخدمات وتصميم مباني الركاب والأنشطة التجارية بالمطارات. وهنا تحتاج المطارات للاستجابة إلى هذه التوقعات المتزايدة لكي تظل كعدها دائماً تتميز بالجاذبية بصفتها جهات مغادرة أو وصول أو انتقال، وذلك في مصلحة الركاب ومصلحة صناعة الطيران.

لذلك نجد ان تقديم خدمات ذات جودة عالية للمسافرين بمختلف انواعهم هي من اساسيات البقاء وتكوين الميزات التنافسية للمطارات في ظل تعدد الخيارات امامهم والمنافسة عليهم من قبل المطارات ، ولتحقيق رضا المسافرين يحتاج مديري المطارات لفهم توقعات هؤلاء العملاء وترجمتها في مستويات جوده مناسبة لهذه التوقعات . ويعتبر تحديد وقياس رضا العميل وجودة الخدمة عنصرين أساسيين لإدارة تسويق الخدمات الناجحة.

جودة الخدمة:

" الخدمة هي أي نشاط أو منفعة يمكن لطرف أن يقدمه لطرف آخر، وتتميز بكونها غير ملموسة ويستفاد منها دون تملكها" (مبيك هيلين و مبيك ريتشارد ، 2008). تتعدد المفاهيم بالنسبة لجودة الخدمة و ذلك لإختلاف حاجات و توقعات العملاء في البحث عن جودة الخدمة المطلوبة ، و إختلاف العملاء في الحكم على جودة الخدمة ،و يمكن تعريف جودة الخدمة من حيث مدركات العميل بمعنى مدى وجود مطابقة بين الخدمات المدركة و التوقعات أو حتى ظهور مستوى يفوق التوقعات . و هذا الإختلاف مهم حيث يجبر مسوقي الخدمات على الأخذ بعين الإعتبار وجهة نظر العميل ، و تحديد ما هو متوقع من قبله فيما يتعلق بجودة الخدمة أو تقييم جودة الخدمة و من ثم تطوير الخدمات لتتطابق مع هذه التوقعات أو تفوقها (Denton, 1996). كما يعتبر تحديد وقياس رضا العميل وجودة الخدمة عنصرين أساسيين لإدارة تسويق الخدمات الناجحة.

أبعاد جودة الخدمة:

من الطرق الأساسية التي تستطيع من خلالها مؤسسات تقديم الخدمة تمييز نفسها عن منافسيها في السوق تقديم مستويات عالية من الجودة في خدماتها. وتختلف الخدمة عن السلعة بسبب عدم حصول العميل على شئ ملموس وإنما يحصل على مجموعة منافع يصعب قياسها وتؤثر كيفية حصوله عليها على تجربته وانطباعة عن الخدمة. وهناك ثلاث أبعاد يمكن من خلالها قياس جودة الخدمة من وجه نظر العميل (Zeithmal, et al,2008) وهي:

• **الجانب الفني (Technical) :** ويقصد به الاجراءات والانشطة التي تقدم من خلالها الخدمة والتكنولوجيا المتاحة وتعد ذات اهمية لأن العميل يكون مضطراً للمرور بجميع اجراءات الخدمة مما ينعكس على انطباعة حول الخدمة من ناحية الدقة والسرعة والتسلسل المنطقي.

• **الجانب الوظيفي (Functional) :** يقصد به كيفية تنفيذ الخدمة من قبل الجهات التي تلعب دوراً في تقديم الخدمة وبالتالي التأثير على متلقي الخدمة . ويعتبر العاملون من العناصر الأساسية في انتاج وتقديم الخدمة والتأثير على رضاء العميل بمهارتهم في الاداء والصدق والالتزام بالوعود والود والرغبة في تقديم المساعدة .

• **الجانب البيئي أو محيط الخدمة (Mechanical) :** ويعني بيئة الخدمة التي يتم التفاعل فيها بين مقدم الخدمة والعملاء ويمثل الجانب الملموس من المباني والتجهيزات والمعدات التي تساعد في اداء الخدمة .

قام (Parasuraman et al., 1988) بتصميم نموذج بهدف تقييم جودة الخدمة وإدارتها، يركز هذا النموذج على الفرق بين توقعات العميل عن الخدمة في مجال معين وتقييمه لهذه الخدمة بعد الحصول عليها. لذلك هدفت هذه الدراسة الى تطبيق هذا النموذج من خلال معرفة الفرق بين توقعات العملاء وإدراكاتهم لمستوى جودة الخدمة للعناصر الثلاث الأساسية المرتبطة بتسويق الخدمات وهي: الأفراد، عملية التسليم والخصائص الملموسة. وذلك لان عند تسويق الخدمة غالباً ما يكون العميل موجوداً و أو مشتركاً في عملية توصيل الخدمة واستقبالها. ومن ثم، فإن كفاءة الموظفين وعمليات التسليم والبيئة المادية المرتبطة بتوصيل الخدمة تعد من العناصر الأكثر أهمية في سياق تسويق الخدمة.

• **الأفراد:** ينتج عن تزامن الخدمة وجود أفراد لهم دور أكثر أهمية في تسويق الخدمات، ويمكن أن يعتبر هؤلاء الأفراد بمثابة المنتج، وذلك على عكس العديد من المنتجات التي تكون فيها خصائص المنتج والعلامة التجارية هي العوامل المسيطرة عند تقييم العميل للمنتج.

ويعتبر دور الأفراد مهماً على وجه التحديد في تسويق الخدمات، حيث تصبح الخدمة فعلاً غير ملموسة أكثر من كونها منتجاً ملموساً. ومن ثم، تأتي جودة الخدمة الى حد كبير بالمؤسسة التي توفر الخدمة ويمدى تفاعلها مع العميل.

إن الأهمية المباشرة لعنصر الأفراد في تقديم الخدمة تتوقف على مستوى التواصل مع العميل والاحتكاك به الى جانب توفر مستوى المهارة المطلوب أيضاً. وليس كافياً أن تقتصر مهمة الموظفين على القيام بعملهم وحسب وتحقيق مستوى الخدمة المطلوب، حيث يجب أن تكون لديهم أيضاً القدرة على فهم ما يمثله كل من المنتج والشركة وأن يعملوا بأسلوب يناسب تسويق هذا المنتج. لذلك يجب على الشركة أن تدرب العاملين لديها على مواجهة المشكلات وعلاجها وعلى اساليب التعامل مع العملاء وتكافئهم بالطريقة المناسبة وتوفر بيئة عمل تمكنهم من إنجاز عملهم بشكل فعال.

وكلما زاد مستوى الاحتكاك بالعميل، زادت أهمية الأفراد (فريق العمل) في التأثير المباشر على انطباعة العميل عن الخدمات.

• **التسليم:** يشتمل التسليم على الانظمة والمعدات اللازمة لتقديم الخدمة بمستوى الجودة المطلوب. ويعد كل من عدم إمكانية تخزين الخدمة وتزامنها مع طلب العميل لها وتغير شكلها من الاسباب الرئيسية التي تضاعف من أهمية عملية التسليم في تسويق الخدمة. فعندما يطلب العميل خدمة ما، فإنه إما يريدتها في الحال أو في وقت لاحق مستقبلاً. وفي الحالتين، تكون الانظمة على أتم استعداد لضمان توفير الخدمة في الوقت الذي حدده العميل.

يشير مصطلح تزامن الخدمة الى احتمالية أن تكون عملية تسليمها مرئية بالنسبة للعميل، في حين أن النواحي غير الملموسة للخدمة قد ينتج عنها أن تصبح عملية التسليم عنصراً مهماً عند تقييم العميل لمستوى توصيل الخدمة. كما أن تدفق المعلومات إلى العميل ووقت الانتظار وسهولة الدفع، جميعها عناصر أساسية وشائعة الاستخدام عند تقديم معظم الخدمات.

• **الخصائص الملموسة:** مصطلح البيئة المادية للخدمات يشير الى الجوانب الملموسة من بيئة الخدمات. وتعتبر الخصائص الملموسة للخدمة أو للشركة السمات المادية الوحيدة التي يمكن أن يستخدمها العميل لتحديد قيمة الخدمة، وهي تتضمن التصليح والديكور وتصميم المباني والمعلومات الترويجية الخاصة بالشركة (مثل الكتيبات الترويجية والخطابات وبطاقات العمل) إلى جانب المظهر الخارجي للعاملين بالشركة. وللبيئة المادية تأثيرها الملحوظ من حيث: سلوك العملاء، سلوك الموظفين وكفاءتهم، المدى الذي تسمح من خلاله بيئة الخدمات بتقوية العلاقة بين الموظفين والعملاء ومراعاة الأدوار الخاصة بكل منهم. وفي حالة البيئة الضعيفة للخدمات، يصبح العميل مضطرباً خشية أن يبدو عليه الجهل ومن المستبعد أن يكرر تجربته بالحصول على هذه الخدمة، مما يكون له أثر سلبي طويل المدى على ربحية المؤسسة (مبيك هيلين و مبيك ريتشارد ، 2008).

رضا العميل:

إن رضا العميل مفهوم مجرد يصعب تعريفه بدقة. ويكون تعريفه أكثر صعوبة في مجال تسويق الخدمات مقارنة بتسويق المنتجات. إن العملاء يتقدمون للحصول على الخدمة ولديهم توقع مسبق عما ينبغي أن يحصلوا عليه منها، والذي يعتمد على بعض أو جميع ما يلي: تجربتهم السابقة مع الخدمة أو تجربتهم مع خدمة من شركة منافسة أو أي من العناصر العامة التي تأسست بناءً عليها وجهة نظرهم بشأن الخدمة. وإذا تجاوزت الخدمة توقعات العميل، فإنه يحكم عليها بأن مستوى جودتها عالٍ. أما إذا لم تتمكن من تحقيق توقعاته، فإن حكمه يكون أن مستوى جودتها منخفض (مبيك هيلين و مبيك ريتشارد ، 2008). ولكن طالما تمكنت الشركات من تحقيق التوقعات أو تجاوزها، فإن العملاء سيشعرون بالرضا. يمكن قياس مستوى رضا العملاء من خلال تحليل مصادر المعلومات المتاحة بالفعل بإستخدام قواعد بيانات الشركة من أجل تحليل شكاوي العملاء إجراء بحث خاص عنهم أو من خلال استطلاعات الرأي الخاصة بالعملاء لمعرفة هل قابلت الخدمة توقعات العملاء أو تجاوزتها أم لم تقابل التوقعات. إن قياس الرضا كمحصلة نهائية للعملاء الحاليين هو في حقيقة الأمر تعبير عن نجاح منظمة الأعمال في تلبية حاجات هؤلاء العملاء بطرق مقنعة و تستجيب لمؤشراتهم التي إعتدوها في الحكم على العلاقة التبادلية بينهم و بين المنظمة من خلال منتجاتها و خدماتها. كما أن هذا يعطي تغذية عكسية لقياس قدرة المنظمة بالوفاء بتحقيق حاجات العملاء و الحصول على نتائج مرضية للطرفين جراء هذا التبادل (Kaplan & Atkinson, 1998). و يتعلق رضا الزبون بعنصرين أساسيين : طبيعة و مستوى التوقعات الشخصية للزبون من جهة و الإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة اخرى (Abu Hasan et al, 2008). لذلك هدفت هذه الدراسة للتعرف على رضا المسافرين من خلال استطلاعات الرأي الخاصة بهم لمعرفة الفرق بين توقعاتهم وادراكاتهم لمستوى جودة الخدمة في مطار الخرطوم.

الدراسات السابقة :

قد تمت دراسة الأداء التشغيلي وجودة الخدمة للمطارات الدولية على مدى سنوات من قبل العديد من الباحثين في الغرب ، ولم يجد الباحث اي دراسة في الدول العربية عن جودة الخدمة في المطارات. ولذلك سنستعرض الدراسات السابقة ذات الصلة بالبحث الحالي:

دراسة (Jin-Woo and Se-Yeon (2011) والتي قامت بدراسة انطباعات ركاب الانتظار عن جودة الخدمة في المطار وتأثيرها على القيمة والرضا وصورة المطار وسلوك المسافرين في مطار انشوين الدولي (Incheon International Airport). بينت النتائج أن جودة الخدمة للمطار من شأنها رفع مستوى رضا ركاب الانتظار وتصورات قيمة، وتشكيل صورة المطار. بالإضافة إلى ذلك، بينت النتائج ان جودة الخدمة في المطار لها تأثير غير مباشر على سلوك الركاب عن طريق القيمة، والرضا، وصورة المطار .

وفي دراسة (Ozlem Atalic (2008) عن اهمية توقعات العملاء وتأثيرها على درجة الرضا في مطار اتاتورك بتركيا . اجريت الدراسة علي 140 مسافر باستخدام طريقة الاستبانة لجمع المعلومات وملئها عن طريق المقابلة الشخصية . وجدت الدراسة ان المسافرين يعطون معظم عناصر المرافق والقدرات الاهمية الاكثر بينما بعض العناصر الاخرى مثل عدد المطاعم والمقاهي ومحلات التسوق الداخلية وخدمات الهاتف والفاكس اقل اهمية ، كما اوضحت الدراسة ان التوقعات بشأن بعض عناصر المرافق والقدرات فيما يتعلق بحجمها ونظافتها وتوافرها ، مشبعة لدرجة كبيرة ، بينما هنالك بعض الخدمات التي اعتبرت مهمة من جانب المسافرين ولكنها لم تشبع بالدرجة الكافية او اشبعت بصورة اقل مثل : سهولة الوصول وتوافر مواقف للسيارات والاشارات الدالة علي الاماكن والاتجاهات وشاشات عرض معلومات الطيران وغيرها .

دراسة (Magri & Alves 2005) التي قدمت انطباعات المسافرين عن جودة الخدمة في ستة مطارات برازيلية. على أساس دراسة استقصائية لجودة الخدمة أجراها مجلس المطارات الدولية (ACI) لقياس 36 من خصائص او سمات الخدمة المقدمة و أيضا سمات منشآت المطار والتي تؤثرعلى المسافرين مباشرة. حسبت لكل من المطارات ستة في الدراسة، 36 من مؤشرات الجودة، شملت: توافر عربات الأمتعة، مناسبة الجو ودرجة الحرارة داخل المطار، والراحة السمعية . قدمت نتائج منهجية للتحقق من صحة المنهجية لتحديد الخصائص أو الجوانب التي تساهم أكثر لمفهوم جودة خدمات المطارات من وجه نظر مستخدميها، مما يجعل من الممكن للمهنيين إتخاذ الحلول التي تساهم اكثر في تحسين انطباع المسافرين عن جودة الخدمة وبالتالي يزيد من رضا المسافرين داخل مبنى المطار .

دراسة (Yeh & Kuo, 2003) والتي هدفت لدراسة وتحليل جودة الخدمة في مجموعة من 14 مطار من المطارات الدولية في دول المحيط الهادي الآسيوية. وقد تمت دراسة مجموعة من السمات مثل : الراحة، والوقت اللازم للتجهيز، والسهولة، ولباقة الموظفين، وتوافر المعلومات والأمن لكل مطار في العينة باستخدام استبانة لجمع المعلومات من وكالات سياح تايوانية والتي قامت بزيارة كل المطارات في العينة . وجدت الدراسة ان السمات الست المستخدمة لا تعطي صناع القرار صورة واضحة عن النقاط التي يجب ان تركز عليها جهود التحسين.

اما دراسة (عبد المحسن, 1999) هدفت الى التعرف على أهم الأبعاد التي تشكل جودة الخدمة في شركة مصر للطيران من وجهة نظر العملاء وتحديد الأخطى الفعلي لأبعادها من وجهة نظر عملاء الشركة . ودراسة وتحليل أوجه أو الفجوات المحتملة بين إدراك العملاء لأهمية الأبعاد التي تشكل جودة الخدمة بالشركة ودرجة أدق هذه العوامل في الواقع العلمي.

وشملت عينة الدراسة ٤٥٠ عميل، ومن أهم نتائج الدراسة هو وجود اختلافات في مستوى ألد العناصر التي تشكل جودة الخدمة بشركة مصر للطيران، وأن أفضل هذه العناصر هي الأمن والسلامة على الطائرة، كفاءة طاقم الكابينة، نظافة الطائرة، راحة مقاعد الطائرة، تعدد الرحلات وإنظامها، وإجراءات الصعود للطائرة، سعر التذكرة، سهولة الحجز وتأكيده. وقد بينت النتائج وجود اختلافات معنوية لكثير من العناصر السابق ذكرها والتي تشكل جودة الخدمة المتوقعة من شركة مصر للطيران من وجهة نظر العملاء . وقد اظهرت النتائج كذلك ان مستوى الخدمة المقدمة من شركة مصر للطيران بشكل عام ليس على الوجه المرضي لعملائها وأن هناك حاجة لتطويرها وتحسينها ، وحيث يجد هؤلاء العملاء غالباً الفرق شاسعاً بين ما يتوقعون ويطمحون إليه من خدمة متميزة وبين واقع الألد الفعلي لهذه الخدمة . ومن ثم فإنه توجد اختلافات معنوية بين إدراك عملاء شركة مصر للطيران للأهمية النسبية لعناصر جودة الخدمة ومستوى ألد هذه العناصر بالفعل .

فرضيات الدراسة:

- 1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توقعات المسافرين عن العنصر البشري بالمطار وإدراكاتهم
- 2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توقعات المسافرين عن البيئة المادية للمطار وإدراكهم
- 3- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاجراءات المدركة والمتوقعة من قبل المسافرين
- 4- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخدمات المدركة من قبل المسافرين وتوقعاتهم لهذه الخدمات

المنهجية:

يتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي للوقوف على الوضع الحالي للخدمة في مطار الخرطوم الدولي ومقارنة مستوى الفجوة بين الإدراكات للخدمة الفعلية في المطار وتوقعات المسافرين حيث تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها عن طريق الإستبيان الذي وزع على عينة البحث . ان الغرض الاساسي من هذه الدراسة هو تحديد مستوى جودة الخدمة وقياس رضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مطار الخرطوم الدولي من وجهة نظر العملاء وتقديم مقترحات - بناء علي رغبات وحاجات العملاء - تؤدي الي تحقيق الرضا والذي يعتبر بمثابة الهدف الذي تسعى اليه أي منظمة سواء كانت عامة او خاصة.

يعتبر المسافرون عبر مطار الخرطوم الدولي مجتمع الدراسة الاصيلي فقد تم توزيع عدد 300 استبانة على المسافرين في صالات المطار عشوائياً وذلك لان العينات الاكثر من 30 وأقل من 500 مناسبة لمعظم البحوث (Sekaran Uma & Bougie Roger , 2010) وتم الحصول علي 230 استبانة صالحة للتحليل بنسبة استجابة بلغت 77%. تكونت الاستبانة من ثلاثة اجزاء الاول منها يتعلق بالبيانات الشخصية - الاسئلة العامة - الجزء الثاني يتعلق بتوقعات المسافرين عن الخدمة في المطار، اما الجزء الثالث يتعلق بادراكات المسافرين للخدمة الفعلية التي قدمت لهم . و للاجابة علي الاسئلة تم استخدام مقياس ليكرت الذي يحتوي علي خمس درجات. كما تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية في العلوم الاجتماعية (SPSS) لإجراء المعالجات الإحصائية الوصفية والتحليلية الآتية : التكرار والنسب المئوية المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وتم استخدام اختبارات (Paired T-test) لمعرفة دلالة الفروقات بين التوقعات والادراكات ومن ثم اختبار الفرضيات.

وصف العينة :

من الجدول (1) نلاحظ ان اغلب افراد العينة من الذكور بنسبة 73.5 % وتتراوح اعمارهم ما بين 21-40 سنة بنسبة 65.7%، وقد كان الافراد المتزوجين هم اصحاب اعلي نسبة 54% يليهم الافراد العازبين بنسبة 43.9% ونجد ان اكثر من نصف العينة كان مستواهم التعليمي جامعي بنسبة 55.7% ، يليهم المستوي فوق الجامعي بعدد 43 بنسبة 18.7% بينما عدد الافراد الذين مستواهم التعليمي ثانوي بلغ عددهم 38 بنسبة 16.5% اما الافراد الذين تعليمهم ما دون ذلك لا تتجاوز نسبتهم 14%.

جدول (1) : الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة

النسبة	التكرار	الخاصية:
العمر		
		اقل من 21
11.7%	27	من 21 الي 30
42.6%	98	من 31 الي 40
23.1%	53	من 41 الي 50
9.6%	22	اكثر من 50
13%	30	
النوع		
73.5%	169	ذكر
26.5%	61	أنثى
الحالة الاجتماعية		
43.9%	101	أعزب
54%	124	متزوج
2.1%	5	أخرى
المستوى التعليمي		
21.2%	49	ثانوي وأقل
60.1%	138	جامعي
18.7%	43	فوق جامعي
100%	230	المجموع

المصدر: إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج الاستبيان

تعرض البيانات في الجدول رقم (2) خبرة وعدد مرات السفر و نلاحظ ان اغلب الافراد المسافرين عبر المطار تجربتهم صغيرة حيث تراوحت بين 1 - 3 مرات وهذا بالتأكيد سينعكس علي توقعاتهم ورضاهم عن الخدمات المقدمة ، يليهم في

الترتيب ونسبة بلغت 25.7% الافراد الذين سافروا من 4 - 7مرات ثم الاشخاص الذين سافروا اكثر من 11مرة بنسبة 21% بينما الذين سافروا بعدد مرات بين 8 - 11 مرة بلغ عددهم 10 بنسبة 4.4%.

جدول (2): عدد مرات السفر عبر مطار الخرطوم خلال العمر

النسبة	التكرار	الفئة
48.9%	112	من 1 الي 3 مرات
25.7%	59	من 4 الي 7 مرات
4.4%	10	من 8 الي 11 مرة
21%	49	أكثر من 11
100%	230	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج الاستبيان

أما من حيث توزيع الرحلات فنلاحظ من البيانات في الجدول رقم (3) ان نسبة 69% من الاشخاص المبحوثين كانت رحلاتهم داخلية بينما 31% كانت رحلاتهم خارجية .

جدول (3) نوع الرحلة

النسبة	التكرار	التصنيف
69.3%	72	داخلية
31%	158	خارجية
100%	230	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج الاستبيان

و توضح البيانات في الجدول رقم (4) ان المسافرين من الجنسية السودانية كانت نسبتهم الاعلى (91%) و 9% كانوا من الجنسيات الاخرى.

جدول (4) الجنسية

النسبة	التكرار	نوع الجنسية
90.9%	209	سوداني
9.1%	21	اجنبي
100%	230	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج الاستبيان

تحليل و مناقشة النتائج:

لغرض لتحليل ابعاد جودة الخدمة واختبار الفرضيات تم تقسيم اسئلة الاستبانة الخاصة بقياس جودة الخدمة الي ثلاثة اجزاء الاول (من س 1 الي س 10) يتعلق ب العنصر البشري اي مقدمي الخدمة من الموظفين والعاملين في المطار والثاني (من س 11 الي س 23) ويتعلق بالبيئة المادية بالمطار وتجهيزاته واما الجزء الثالث (من س 24 الي س 31) فيتعلق بالاجراءات والعمليات الخاصة بتسهيل السفر وتم استخدام مقياس لايكرت ، بحيث يطلب من المسافر الإجابة مرتين عن كل عنصر

باستخدام متدرج خماسي تَبَعاً لمقياس ليكرت (Likert) يتفاوت بين الموافقة الشديدة والمعارضة الشديدة (موافق بشدة، ووافق، ومحايد، وغير موافق ، وغير موافق بشدة) بحيث يحدد المسافر درجة موافقته أو معارضته للعبارات التي توضح ادراكه للخدمة الفعلية التي تلقاها في المطار، ثم يحدد درجة موافقته أو معارضته للعبارات التي توضح مستوى توقعاته عن الخدمة في المطار قبل استخدامه .وبذلك يوفر المقياس درجتين لكل مسافر لكل عنصر من ابعاد الخدمة بحيث ان درجة تمثل مستوى إدراكه للخدمة والأخرى تمثل مستوى توقعه لهذه الخدمة . لاختبار ثبات المقياس تم حساب معامل الفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لقياس الثبات، حيث يبين الجدول رقم (5) قيم معامل الفا لفقرات الاستبانة والتي تتميز بثبات عال، وهذا يدل على قدرة الاستبانة على تحقيق أغراض الدراسة .

جدول رقم (5) قيم معاملات ألفا لفقرات الاستبانة

البعاد	عدد الفقرات	معامل الفا للخدمة المدركة	معامل ألفا للخدمة المتوقعة
العنصر البشري (العاملين)	10	.94	.92
محيط الخدمة (البيئة المادية)	13	.96	.94
العمليات (الاجراءات)	8	.95	.94
الاداة ككل	31	.98	.97

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج الاستبيان

وقد اعتبر الباحث هذه المعاملات مؤشرات مناسبة لثبات المقياس وإمكانية الاعتماد عليها لتحقيق أهداف الدراسة الحالية باستخدام هذا المقياس لكون جميع قيمها قد تجاوزت الحد الأدنى المقبول إحصائياً وهو (60) (, Sekaran Uma & Bougie Roger , 2010). ويعكس الجدول رقم (6) البيانات الخاصة بتوقعات وإدراكات المسافرين للابعاد الثلاثة للخدمة وذلك بحساب المتوسطات الحسابية لإدراكات الدارسين وتوقعاتهم لكل مجال من مجالات الخدمة التي يقدمها المطار والعناصر التي تشتمل عليها هذه المجالات، حيث تشير الفروقات السالبة بين التوقعات والإدراكات إلى انخفاض مستوى الخدمة وبالتالي انخفاض مستوى الرضا لدى المسافرين، بينما تشير الفروقات الموجبة بين هذه التوقعات والإدراكات إلى جودة هذه الخدمة وارتفاع مستوى الرضا، ولدى استخدام اختبارت (Paired T test) تم الوصول إلى النتائج المبينة في الجدول رقم (6): المتوسطات والمقارنة بينها لمعرفة الفروق ومن ثم قياس الاختلاف.

جدول (6): الفجوة بين توقعات المسافرين وإدراكهم للخدمة المقدمة

الفرق	التوقعات	الإدراكات	الأبعاد
-313	3.90	3.59	1- للموظفين منظر حسن وانيق
-304	3.63	3.32	2- الموظفون ليسوا مشغولون عن تلبية حاجات المسافرين
-452	3.56	3.11	3- الموظفون قادرين علي أداء دورهم
-483	3.83	3.35	4- لدي الموظفون رغبة واستعداد للمساعدة
-452	3.65	3.20	5- موظفو المطار اجتماعيون وأشعر بإرتياح عند تعاملهم معهم
-535	3.78	3.25	6- الموظفون يعتدرون عند حدوث أخطاء او تأخير في تقديم الخدمة
-470	3.74	3.27	7- يتعامل الموظفون بكل رقي
-665	3.69	3.03	8- الموظفون حريصون علي خدمة المسافرين
-730	3.61	2.88	9- الشعور بالاهتمام الفردي من قبل الموظفون
-639	3.57	2.93	10- الموظفون يعرفون الإحتياجات الخاصة للمسافرين
-644	3.53	2.89	11- المباني نظيفة وجذابة التصميم
-609	3.47	2.86	12- الاجهزه والمعدات حديثة ومسايرة للعصر
-635	4.21	3.58	13- وجود علامات واشارات توضح الاتجاهات
-668	3.73	3.06	14- هناك شاشات لعرض معلومات الطيران
-861	3.82	2.96	15- هنالك مواقف واسعة للسيارات
-690	3.75	3.06	16- هناك حمامات نظيفة ومريحة الإستخدام
-712	3.91	3.20	17- الوصول الي داخل المطار بسهولة
-674	3.81	3.14	18- خدمات الاتصال والفاكس والصراف الالي متوفرة
-622	3.90	3.27	19- هناك مطاعم ومقاهي ومتنوعة
-504	3.70	3.20	20- هناك اماكن للتسوق ويتوفر فيها كل ما احتاج
-476	3.94	3.46	21- توجد اماكن لاداء الصلاة
-470	3.84	3.37	22- يسود الهدوء وعدم الازعاج داخل الصالة
-478	3.87	3.39	23- وسيلة نقل الامتعة داخل المطار (ترولي) مريحة ومتوفرة
-496	3.78	3.28	24- الترحيل من / الي الطائرة سهل ومريح
-474	3.81	3.34	25- هناك سرعة في الرد علي الإستفسارات او الطلبات
-548	3.68	3.14	26- الاخطاء تكتشف وتصحح فوراً
-687	3.74	3.05	27- الحصول علي الخدمات بسرعه

-683	3.89	3.21	28- اكتمال الخدمات والاجراءات سريعا
-744	3.88	3.14	29- السرعة في اجراءات الامن والسلامة
-739	3.75	3.01	30- ستلام الامتعة سريعا
-670	3.74	3.07	31- العلامات الموضوعية علي امتعتي متميزة
-584	3.76	3.18	المتوسط العام

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج الاستبيان

إذا نظرنا نظرة عامة للمتوسطات الخاصة بالتوقعات والادراكات نجد انها تتراوح ما بين ثلاث الى اربع درجات على مقياس ليكرت الخماسي وهي اعلى من المتوسط في معظمها، و تشير النتائج في الجدول (6) ما يلي:

1. في قائمة مؤشرات الجودة المتوقعة نجد أن جميع متوسطات درجات المؤشرات التي تمثل الجودة المتوقعة للخدمات أكبر من المتوسط الطبيعي وهو 3 درجات، وهذا يدل على أن توقعات المسافرين عن خدمات المطار كانت عالية خاصة فيما يتعلق بالمتغير "وجود علامات وإشارات توضح الاتجاهات" والذي يقع ضمن بعد الجودة (البيئة المادية) وذلك بمتوسط بلغ (4.21). وهو اعلى توقع ويليه المتغير "تواجد اماكن للصلاة" بمقدار (3.87). ثم المتغيرين "تواجد المطاعم والمقاهي" ومظهر الموظفين" اللذان جاءا في المرتبة الثالثة في قائمة التوقعات بمقدار (3.90). مما يعني ان على ادارة المطار تحسين مستوى جودة خدماتهم المقدمة في هذه المجالات خاصة إلى جمهور المستخدمين بشكل أفضل لتتطابق او تفوق توقعات المسافرين.

2. ان تقييم المستخدمين للمطار للخدمات المقدمة فعليا جاءت في معظمها (25) اكبر من المتوسط الطبيعي، وهذا يدل على أن الزبائن يقيمون جودة خدمات المطار المقدمة لهم فعليا بشكل إيجابي وان كانت اقل من توقعاتهم لهذه الخدمات. ففي قائمة الخدمة المدركة نجد ان متغير "منظر واناقة الموظفين" حاز على متوسط بمقدار (3.59) درجة و يتعلق بالموظفين او العنصر البشري يليه متغير "وجود علامات وإشارات توضح الاتجاهات" اما اقل متوسط فقد كان لمتغير "الاجهزة والمعدات حديثة ومسايرة للعصر" بمتوسط (2.86). أما المؤشرات التي كانت اقل من المتوسط الطبيعي فهي متغير "الشعور بالاهتمام الفردي من قبل الموظفين"، "الموظفين يعرفون الإحتياجات الخاصة للمسافرين"، "المباني نظيفة وجذابة التصميم" و "الاجهزة والمعدات حديثة ومسايرة للعصر" ومما يدل على أن المستخدمين للمطار غير راضين عن أداء الخدمة في هذه المجالات ويقيمون هذه الخدمات بشكل سيئ وعلى ادارة المطار الاهتمام بالمباني ونظافتها بشكل اكبر مما هو موجود حاليا وتوفير الاجهزة الحديثة التي تحسن من شكل الخدمات في المطار وتوفير الوقت للمسافرين. اما المؤشرات "الموظفين حريصون علي خدمة المسافرين" و"استلام الامتعة سريعا" فقد جاءت مطابقة تقريبا للمستوى الطبيعي.

3. أما من جهة الفجوة بين جودة الخدمة المدركة والمتوقعة فكانت اكبر فجوة سالبة بين الادراكات والتوقعات لمتغير "وجود مواقف واسعة للسيارات" بمقدار (-.86) درجة، بينما اقل فجوة سالبة بين الادراكات و التوقعات كان لمتغير: "الموظفون ليسوا مشغولون عن تلبية حاجات المسافرين" بفارق مقداره (-.304).

4. أن تقييم افراد العينة من المسافرين لمستوى الجودة العامة لخدمات المطار مقياسة بالفارق بين متوسطي الإدراك والتوقعات لكل المتغيرات التي تشتمل عليها الابعاد المختلفة للخدمة كان سالبا في معظمه. مما يدل على مستوى الرضا المنخفض

وتدني الخدمات الفعلية التي تلقاها المستخدمين للمطار عن مستوى توقعاتهم. وفي المقارنة بين متوسطات التوقعات والادراكات سنلاحظ ان هنالك فجوة سالبة (توقعات المسافرين للخدمة اكبر من الخدمات المقدمة فعليا) في جميع العناصر، وايضا وجودها في المتوسط العام حيث تشير الفجوة السالبة بين التوقعات والإدراكات إلى انخفاض مستوى الخدمة المقدمة في مطار الخرطوم حسب رأي المسافرين. ويؤكد ذلك الحاجة الماسة إلى إعادة النظر في جميع هذه المؤشرات وتحسين الأداء فيها بحيث تتلائم مع مستوى توقعات المسافرين وذلك من أجل الارتقاء بمستوى جودة الخدمة التي يقدمها المطار، بحيث تقل أو تتلاشى هذه الفجوة السالبة.

اختبار الفرضيات:

لاختبار الفرضيات تم استخدام اختبار (Paired T-Test) لدراسة الفروق بين درجة جودة الخدمات الفعلية و درجة جودة الخدمات المتوقعة، وكذلك معادلة نظرية الفجوة و يتضح ذلك من خلال جدول (7) .
الفرضية الاولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توقعات المسافرين عن العنصر البشري بالمطار وادراكهم للخدمة الفعلية التي تلقوها من الموظفين.

توضح البيانات في الجدول رقم (7) وجود فرق ذو دلالة احصائية ($t = -5.903$, $p\text{-value} = .000$) بين المتوسط العام للخدمة الفعلية والمتوقعة العنصر البشري بمقدار (-504). وهذا يدل على أن أبعاد جودة العنصر البشري (العاملين) الفعلية أقل من الجوانب المتوقعة من قبل المسافرين، وبذلك نرفض الفرضية القائلة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العنصر البشري الفعلية والمتوقعة. وقبول الفرضية البديلة بوجود فجوة بين جودة الخدمة الفعلية والمتوقعة من وجهة نظر المسافرين.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توقعات المسافرين عن البيئة المادية للمطار وادراكهم الفعلي. تبين البيانات في الجدول رقم (7) وجود فرق ذو دلالة احصائية ($t = -7.2973$, $p\text{-value} = .000$) بين المتوسط العام للخدمة الفعلية والمتوقعة للبيئة المادية بمقدار (-619). وهذا يدل على أن أبعاد البيئة المادية الفعلية أقل من الجوانب المتوقعة من قبل المسافرين، وبذلك نرفض الفرضية القائلة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ابعاد الجودة للبيئة المادية الفعلية والمتوقعة. وقبول الفرضية البديلة بوجود فجوة بين جودة الخدمة الفعلية والمتوقعة من وجهة نظر المسافرين.

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاجراءات المدركة والمتوقعة من قبل المسافرين. اظهرت النتائج وجود فرق (-630) بين متوسط مؤشرات بعد العمليات او الاجراءات الفعلية والمتوقعة دالة احصائيا ($t = -7.115$, $p\text{-value} = .000$) وبذلك نرفض الفرضية القائلة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ابعاد الجودة للعمليات الفعلية والمتوقعة. وقبول الفرضية البديلة بوجود فجوة بين جودة الخدمة الفعلية والمتوقعة من وجهة نظر المسافرين.

جدول رقم (7): دراسة الفروق بين ابعاد الجودة الفعلية والمتوقعة

الأبعاد	الادراكات	التوقعات	الفرق	t	Sig.
متوسط العنصر البشري	3.19	3.70	-.504-	-5.903-	.000
متوسط البيئة المادية	3.19	3.81	-.619-	-7.297-	.000
متوسط العمليات	3.15	3.78	-.630-	-7.115-	.000
أبعاد الجودة	3.18	3.76	-.5844	-.735	.000

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج الاستبيان

الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخدمات المدركة من قبل المسافرين وتوقعاتهم لهذه الخدمات.

لاختبار الفرضية الرابعة والتي تنص على انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ($t = -7.115$, $p\text{-value} = .000$) بين الخدمات الفعلية المدركة من قبل المسافرين وتوقعاتهم لهذه الخدمات تم قياس الفرق بين المتوسط العام للتوقعات والمتوسط العام للادراكات وباجراء اختبار (Paired T-Test) اتضح وجود فرق بمقدار ذو دلالة احصائية وبذلك نرفض الفرضية القائلة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ابعاد الجودة الفعلية والمتوقعة من وجهة نظر المسافرين. مما يعني ان توقعات العملاء كانت اعلي من مستوى الخدمات المقدمة فعليا ما يعني ان هنالك فجوة سالبة لجميع محددات جودة الخدمة مما يعكس عدم رضا العملاء عن الخدمات المقدمة.

اما في محددات الجودة فقد وجد ان اكبر اختلاف بين التوقعات والادراكات كان لمحدد الاجراءات بمقدار (-.630) يليه محدد البيئة المادية بمقدار (-.619) بينما اقل اختلاف كان لمحدد العنصر البشري بمقدار (-.504) مما يعني ان على ادارة المطار بذل الجهود لتحسين الاجراءات وعمليات تسهيل السفر حيث توجد اكبر فجوة لتتطابق او تفوق توقعات المسافرين.

الخاتمة :

ان تحقيق الجودة اصبح يراود جميع المنظمات انتاجية كانت ام خدمية وذلك من اجل تخفيض التكاليف واكتساب ميزة تنافسية عن طريق تقديم سلع وخدمات تتميز بالجودة العالية لترضي حاجات ورغبات عملائها. فالعمل هو محور الجودة وهذا يعني ان على المنظمة ان تحدد السلع والخدمات من وجهة نظر العميل وليس من وجهة نظر الادارة ، حتى تستطيع تحديد معايير ومعدلات الاداء والمواصفات التي تشبع احتياجات العملاء.

هدفت هذه الدراسة للتعرف على رضا المسافرين من خلال معرفة الفرق بين توقعاتهم وادراكاتهم لمستوى جودة الخدمة في مطار الخرطوم الدولي باستخدام مقياس الفجوة. وقد اظهرت النتائج وجود فجوات سالبة ذات دلالة احصائية شملت أبعاد جودة الخدمة الثلاثة: العنصر البشري (العاملين)، محيط الخدمة (البيئة المادية)، العمليات (الاجراءات) الأمر الذي انعكس بشكل واضح في انخفاض مستوى رضا المسافرين. مما يعني ان الفشل في تقديم خدمة جيدة لنقل الركاب من الاسباب الرئيسية التي تقلل مستوى الرضا ويساعد في تكوين انطباع سالب لدى الركاب مما يلحق الضرر بصورة المطار وسمعته. واستناداً إلى هذه النتائج فإنه يمكن القول إن مستوى الخدمة التي يقدمها مطار الخرطوم كانت دون مستوى رضا المسافرين. ولأن مطار الخرطوم يعد من اكبر المطارات في السودان من حيث عدد المسافرين فان الدراسات والمعلومات المفصلة عن رضا المسافرين وانطباعهم عن الخدمة المقدمة تعتبر في غاية الاهمية

في عملية تقييم المطارات في السودان وتساعد نتائج هذه الدراسة هيئة الطيران المدني في تحديد معايير جديدة لتحسين الخدمة في المطارات السودانية.

التوصيات والدراسات المستقبلية:

في ضوء نتائج الدراسة وبناء على اوجه القصور التي اوضحتها الدراسة الميدانية نوصي بما يلي :

1. توصي الدراسة ببذل الجهود في تقديم خدمات افضل من المقدمة حاليا تناسب توقعات المستخدمين للمطار لان الخدمات الحالية جميعها دون مستوى التوقعات وذلك حتى يتمكن مطار الخرطوم الدولي من تقديم افضل الخدمات لعملائه وتحقيق مستوي عالي من الاداء يجعله في مصاف مطارات العالم الاولي،.
2. علي ادارة المطار عمل تقصيات دورية عن اراء واقتراحات العملاء والاهتمام بشاكوي وملاحظات المسافرين والعمل على تحليلها ووضع الحلول او تبني الاقتراحات من اجل التحسين والتطوير.
3. بعض العناصر حازت على توقعات عالية من قبل المسافرين مثل وجود الاشارات لتوضيح الاتجاهات وتوفير اماكن الصلاة والمواقف الواسعة و توافر مطاعم ومقاهي تعتبر ذات اهمية عالية لدي العملاء ولكن كان اشباعها ضعيفا حيث كانت الخدمة الفعلية فيها أقل من التوقعات لذلك نوصي بالعمل باقصي مايمكن لرفع مستوي الاشباع فيها وتحقيق رضا المسافرين لهذه المجالات.
4. توصي الدراسة بتحسين مستوى جميع الخدمات والتركيز اكثر علي خدمات العمليات واجراءت السفر.
5. توصي الدراسة بوضع استراتيجيات تسويقية تعتمد علي معايير جودة الخدمة مع اخذ اراء وتطلعات العملاء في المستقبل.
6. توصي الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات والبحوث في هذا المجال تتناول متغيرات أخرى ومن وجهة نظر فئات أخرى غير المسافرين كالعاملين في خدمة المسافرين والمدراء والمشرفين وغيرهم ممن لهم علاقة بالخدمة التي يقدمها المطار حتى يكون هناك حكماً موضوعياً لتقييم جودة الخدمة
7. توصي الدراسة بالاهتمام بالعنصر البشري ووضع برامج تدريبية للعاملين في الخطوط الامامية في مقابلة والتعامل مع المسافرين لزيادة الوعي بجودة الخدمة وتأهيلهم بمهارات البيع والتسويق وحسن التعامل مع الجمهور.
8. طبقت هذه الدراسة على مطار الخرطوم فقط في فترة زمنية معينة ، عليه توصي الدراسة بتعميم الدراسة علي مطارات السودان لمعرفة مستويات جودة الخدمات التي تقدمها ومقارنتها بمطار الخرطوم والمطارات الدولية التي تطبق معيير الجودة العالمية.

المراجع :

1. مبيك هيلين و مبيك ريتشارد (2008) ، إدارة التسويق ،ترجمة خالد العامري، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية.
2. عبد المحسن(1999) "قياس وتحليل ادراك العملاء لجودة الخدمة بشركة مصر للطيران" ، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة ، كلية التجارة ، القاهرة عين شمس.

المراجع الانجليزية:

1. Abu Hasan. H; Ilias, R; Rahman,R. and Abd Razak,.M.,(2008), "Service Quality and Student Satisfaction: A Case Study at Private Higher Education Institutions", International Business Research, Vol.1 No.3, PP.136-175.
2. Denton Keith (1996), "How to give quality services to your customers", universal book stall, P.334.

3. Jin-Woo, Park and Se-Yeon, Jung (Transfer Passengers' Perceptions of Airport Service Quality: A Case Study of Incheon International Airport)International Business Research Vol. 4, No. 3; July 2011
4. Kaplan Robert S, & Atkinson Anthony A. (1998), "Advanced management accounting", Prentice Hall International, upper saddle river, New Jersey, P.552.
5. Margi & Alvis (2005), "Passenger Terminals: An Evaluation of quality", Journal of the Brazilian Air Transportation Research Society, No.1.
6. Ozlem Atalic (2008), customer experience –case study Istanbul Ataturk airport.
7. Parasurman, et al. (1988). "SERVQUAL: A multiple-items scale for measuring customer perception of service quality".
8. Yeh, C.H. Kuo, Y.L. (2003). Evaluating passenger services of Asia-Pacific international airports. Transportation Research Part E. 39(1), 35-48.
9. Wilson A., Zeithaml V. A., Bitner M. J. and Gremler D. D. (2008), "Services marketing: integrating customer focus across the firm", published by McGraw-Hill Education, 1st European Ed.