

Customer Attitudes Toward Service Quality Provided by Libyan Airlines: A Study Based on a Sample of Libyan Airlines Customers (Benghazi Branch)

Dr. Hanan Abdul-Aali Khalil Al-Abdali *

Department of Marketing, Faculty of Economics, University of Benghazi, Benghazi, Libya

hanan.yagoub@uob.edu.ly

اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية
بالتطبيق على عينة من عملاء شركة الخطوط الجوية الليبية- فرع بنغازي

د.حنان عبدالعالي خليل العبدلي *

قسم التسويق، كلية الاقتصاد، جامعة بنغازي، بنغازي، ليبيا

Received: 19-07-2026	Accepted: 24-08-2026	Published: 28-08-2026
		
Copyright: © 2026 by the authors. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).		

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية – فرع بنغازي، وذلك من خلال قياس مستوى جودة الخدمة من وجهة نظر العملاء، والتعرف على مستوى تقييمهم لأبعاد جودة الخدمة المختلفة، ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة أداة رئيسية لجمع البيانات من أفراد العينة، ولتحليل البيانات واختبار تساؤلات وفرضيات الدراسة، تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة، شملت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية، إلى جانب الأساليب الإحصائية اللامعلمية، وأظهرت نتائج الدراسة أن المستوى العام لاتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية – فرع بنغازي جاء في مستوى متوسط، مع وجود تفاوت في مستويات تقييم العملاء لأبعاد جودة الخدمة، كما أظهرت النتائج أن بُعد الأمان جاء في المرتبة الأولى، يليه بُعد التعاطف، في حين جاء بُعد الاعتمادية والاستجابة بمستويات أقل نسبياً، بينما جاء بُعد الملموسية في المرتبة الأخيرة، وقد أوصت الدراسة بضرورة العمل على تحسين جودة الخدمات المقدمة، وتطوير الجوانب المادية والتجهيزات، والارتقاء بمستوى الاستجابة لشكاوى واستفسارات العملاء، وتعزيز برامج تدريب العاملين في مجال خدمة العملاء.

الكلمات الدالة: اتجاهات العملاء، جودة الخدمة، شركة الخطوط الجوية الليبية، فرع بنغازي.

Abstract

This study aimed to identify customers' attitudes toward the quality of services provided by Libyan Airlines – Benghazi Branch. It sought to measure the level of service quality from

customers' perspectives and assess their evaluations of the different dimensions of service quality. To achieve the study objectives, a descriptive-analytical approach was adopted, and a questionnaire was used as the main instrument for collecting data from the study sample. To analyze the data and test the study questions and hypotheses, appropriate statistical methods were employed, including arithmetic means, standard deviations, and relative weights, in addition to non-parametric statistical methods. The findings revealed that the overall level of customers' attitudes toward the quality of services provided by Libyan Airlines – Benghazi Branch was moderate. The results also indicated differences in customers' evaluations across the various dimensions of service quality. The assurance dimension ranked first, followed by empathy. Reliability and responsiveness received relatively lower evaluations, while tangibles ranked last. This study recommended improving the quality of services provided, developing physical facilities and equipment, enhancing responsiveness to customers' inquiries and complaints, strengthening employee training programs in customer service.

Keywords: Customers' Attitudes, Service Quality, Libyan Airlines, Benghazi Branch.

المقدمة:

لقد شهدت العقود الأخيرة تطور هام في مجال الخدمات وأصبحت المؤسسات الخدمية تواجه في عالم اليوم تحديات عديدة في مقدمتها تزايد أعداد المنظمات الخدمية وتنامي حدة المنافسة بينها، ولمواجهة هذه التحديات اتجهت معظم المنظمات الخدمية إلى الاهتمام بجودة خدماتها والتميز في خدمة عملائها (قادة، عبدالقادر، 2021، ص ص 225-243)، حيث تعتبر جودة الخدمات من أهم المداخل الحديثة التي حضت باهتمام واسع لا سيما في ظل التوجه بالعميل، وهذا ما جعل المؤسسات الخدمية تعمل من أجل التعرف على توقعات العملاء حول الخدمة التي يرغبون بها (كريمي، قاضي، 2022، ص 61)، حيث تفرض هذه المداخل عليها ضرورة تطبيق أنظمة إدارية فعالة، واعتماد استراتيجيات ملائمة لتحقيق النجاح والمكانة السوقية المميزة، (كريمي، قاضي، 2022، ص 41)، وتعد شركات الطيران من تلك المؤسسات التي تسعى إلى تحقيق النجاح على المدى البعيد من خلال تقديم خدمات متميزة ومتنوعة للمحافظة على عملائها الحاليين وجذب عملاء جدد، ومن خلال ذلك تسعى الدراسة الحالية للتعرف على اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية بالتطبيق على عينة من عملاء شركة الخطوط الجوية الليبية- فرع بنغازي.

الدراسات السابقة

دراسة (Venkatesh & Nargundkar, 2006) بعنوان: تصورات مستهلكي شركات الطيران المحلية في الهند حول جودة الخدمة

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن جودة خدمات الطيران في الهند التي تحتل المركز الثاني في مجال خطوط الطيران، وذلك بسبب تميز الخدمات التي تقدمها والتزامها بالمواعيد المحددة من دون تأخير، وقد توصلت الدراسة إلى أن الخدمات التي تقدمها هذه الشركات قبل السفر تتمحور في الالتزام بمواعيد الإقلاع، وتوفير الراحة للمسافرين، وإبلاغ المسافرين في حال حصول تأخير أو تأجيل للرحلة عبر الهاتف أو رسالة، والحرص على تزويد المسافرين بأية معلومة تهمة وتعويض المسافرين في حالات التأجيل أو التأخير الطويلة، وأن ما يميز هذه الشركات للخدمة بعد الطيران هو الحرص على عدم ضياع الحقايب والتعويض في حال حصول أمر كهذا.

دراسة (زاهر، صافيا، 2011) بعنوان "تحسين جودة الخدمة وأثرها على زيادة القدرة التنافسية للمنظمات: دراسة ميدانية على مؤسسة الطيران العربية السورية"

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مستوى جودة الخدمات المقدمة في المؤسسة العربية السورية للطيران، ومعرفة مدى رضا المسافرين عن تلك الخدمات وبيان مفهوم رضا العملاء وأهميته وأهدافه، كذلك توضيح أهمية التركيز على العميل ودوره في تحقيق الميزة التنافسية في تقديم الخدمات، وقد توصلت الدراسة إلى مستوى

جودة الخدمات في مؤسسة الطيران تحتاج للتطوير حتى تقابل متطلبات العملاء، وأن المؤسسة لا تقوم بدراسات حول العملاء الجدد والعملاء المفقودين، لمعرفة أسباب إقبال العملاء وأسباب التحول عن المؤسسة، ولا يوجد اهتمام كاف بدراسة شرائح المسافرين والتعرف على رغباتهم وتطويرها ومعرفة آرائهم بجوانب الخدمات المقدمة، وهناك قصور في البرامج الترويجية حيث لا تعكس الخدمات المقدمة بالشكل الذي ينافس الشركات الأخرى.

دراسة (Bin Miskeen, Alhodairi & Rahmat, 2013) بعنوان: تقييم جودة الخدمة لشركات الطيران المحلية في ليبيا باستخدام تحليل الأهمية والرضا

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مستوى رضا العملاء، وذلك لمساعدة إدارات شركات الطيران والمطارات على تحديد أوجه القصور في جودة خدماتها بشكل دقيق، وقد وزعت استبانة الدراسة شخصياً على عينة مستهدفة شملت المسافرين جواً على الرحلات الداخلية داخل ليبيا، وقد استخدم أسلوب المعاينة الطبقية في هذا البحث، حيث تكونت العينة النهائية من 312 مشاركاً، وأظهرت النتائج أن مستوى رضا العملاء متوسط، مما يشير بوضوح إلى وجود فجوة بين جودة الخدمات التي تقدمها شركة الطيران وتوقعات العملاء، وتخلص الدراسة إلى ضرورة اتخاذ صناع القرار وإدارات شركات الطيران إجراءات عملية لتحسين جودة الخدمات، إذ يعد إدراك أهمية رضا العملاء أمراً حيوياً لمقدمي خدمات الطيران، باعتباره ركيزة أساسية لنجاح الأعمال في ليبيا، وعلاوة على ذلك، تبرز أهمية الحد من تحول العملاء إلى وسائل نقل بديلة أو تجنب ذلك تماماً.

دراسة (عمار، أبوليفة، 2014) بعنوان جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية وأثرها على رضا العملاء

هدفت الدراسة إلى قياس الرضا العام عن خدمة النقل الجوي التي تقدمها شركة الخطوط الجوية الليبية، وبيان طبيعة العلاقة بين الرضا العام للعميل عن خدمة النقل الجوي والرضا عن الإبعاد الرئيسية لخدمة النقل الجوي، وبيان العلاقة بين الرضا العام للعميل عن خدمة النقل الجوي وخصائصه الجغرافية، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة جوهريّة بين الرضا عن كل بعد من أبعاد خدمات النقل الجوي المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية والرضا العام للعميل عن هذه الخدمات، وأن هناك تفاوتاً بين أبعاد جودة الخدمة المقدمة ودرجة رضا العميل عن هذه الإبعاد، حيث يزيد وينخفض بدرجات متفاوتة، وأنه لا توجد اختلافات جوهريّة في درجات الرضا العام عن خدمة النقل الجوي باختلاف بعض الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة (الجنس، العمر، المهنة، والمستوى التعليمي).

دراسة (بالأطرش، 2015) دور جودة خدمة النقل الجوي في كسب رضا الزبون-دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية بمدينة ورقلة

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل وتحديد أثر جودة خدمة النقل الجوي في تحقيق رضا زبائن الخطوط الجوية الجزائرية، بغرض مساهمة هذه المؤسسة في تبني استراتيجيات مناسبة تمكنها من كسب رضا زبائنهم، والمحافظة على الحاليين وجذب زبائن جدد، وقد توصلت الدراسة إلى أن كل أبعاد جودة خدمة النقل الجوي (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان) تؤثر في رضا زبائن الخطوط الجوية الجزائرية، كما يؤثر كل بعد لوحده في رضا الزبائن، وكان التعاطف هو أكثر الأبعاد تأثيراً في الرضا، في حين أن بعد الاعتمادية له تأثير ضعيف مقارنة مع الأبعاد الأخرى، كما أظهرت نتائج الدراسة أنه كلما زاد عمر أفراد العينة يزيد تأثيره على جودة الخدمة، وأن غالبية الزبائن يشعرون بالأمان عند تعاملهم مع عمال الخطوط الجوية الجزائرية.

دراسة (قادة، عبدالقادر، 2021) بعنوان "جودة الخدمة ودورها في تحقيق ولاء العميل بالمؤسسة الخدمية: دراسة حالة مؤسسة أوريدو للاتصالات-سعيدة"

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة معرفة أثر جودة الخدمة على ولاء العميل بالمؤسسة الخدمية (مؤسسة أوريدو للاتصالات بسعيدة)، وقد توصلت الدراسة إلى أنه يوجد تأثير دال إحصائياً لجودة الخدمة على ولاء العميل بمؤسسة أوريدو، وصياغة نموذجين للتنبؤ بالعلاقة بين جودة الخدمة وولاء العميل، حيث اعتمد النموذج الأول على بعد العناية فقط والذي فسر لوحده ما نسبته 26.7% من التغير الحاصل على ولاء العميل، أما

النموذج الثاني فقد اعتمد على بعدي العناية والاستجابة للذاتان فسرا معا ما نسبته 30.6% من التغير الحاصل في ولاء العميل، وتوصلت الدراسة ايضاً إلى وجود تأثير دال إحصائياً للمتغيرات المستقلة مجتمعة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الضمان والعناية).

دراسة (فريد، محمد، 2024) تأثير جودة الخدمة والسعر على وفاء الركاب لشركات الطيران منخفضة التكلفة في الجزائر

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة تأثير جودة الخدمة (من خلال أبعادها الخمسة) والسعر على وفاء الركاب من خلال ربط رضا الركاب تجاه شركات الطيران منخفضة التكلفة من وجهة نظر المسافرين الجزائريين، بناءً على ذلك تم تطوير نموذج واختباره لفحص تأثير هذه العوامل على الوفاء، وتم اختبار هذا النموذج من خلال عينة من 250 مسافر جزائري، وقد توصلت الدراسة إلى أن جودة الخدمة والسعر لهما تأثير إيجابي كبير على رضا الركاب، وسيؤدي ذلك إلى وفاء الركاب، وتوصلت أيضاً إلى الدور الوسيط لرضا الركاب بين جودة الخدمة والسعر والوفاء بشكل منفصل، مما يعني أن رضا الركاب هو عامل حيوي لشركات الطيران منخفضة التكلفة للبقاء في مثل هذه السوق الجوية شديدة المنافسة.

دراسة (Jeiya Shivaani et al., 2026) بعنوان: تصورات العملاء لجودة الخدمة في قطاع الطيران
تتناول هذه الدراسة تصورات العملاء حول جودة الخدمة في قطاع الطيران استناداً إلى خمسة أبعاد وهي الملموسية، والموثوقية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف، وقد جمعت البيانات الأولية من 120 مسافراً عبر شركات الطيران باستخدام استبانته منظمة، كما استُخدمت أساليب تحليل النسب المئوية البسيطة والترتيب لتفسير البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن الموثوقية والضمان هما العاملان الأكثر تأثيراً في رضا المسافرين، تليهما الاستجابة والتعاطف، في حين جاء بعد الملموسية في مرتبة أقل أهمية نسبياً، وتخلصت الدراسة إلى أن الأداء الخدمي المتسق، وضمان السلامة، والسلوك المهني للموظفين، تُعد عوامل تعزز بشكل كبير رضا العملاء وولاءهم في قطاع الطيران.

من خلال استعراض وتحليل الدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات الصلة بجودة خدمات شركات الطيران، يتضح أن هناك اهتماماً واسعاً بدراسة جودة الخدمة في قطاع النقل الجوي، وأن معظم الدراسات اتجهت إلى قياس أثر جودة الخدمة في مجموعة من المتغيرات، مثل رضا العملاء، والولاء، والثقة، والنوايا السلوكية، والقدرة التنافسية، كما اتفقت غالبية الدراسات على أهمية أبعاد جودة الخدمة المتمثلة في الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف، مع اختلاف درجة تأثير كل بُعد من دراسة إلى أخرى، وفيما يتعلق بالدراسات التي تناولت البيئة الليبية، فقد تناولت دراسة Bin Miskeen, Alhodairi and Rahmat (2013) جودة خدمات شركات الطيران المحلية في ليبيا، وأظهرت أن مستوى رضا العملاء كان متوسطاً، مما يشير إلى وجود فجوة بين مستوى الخدمات المقدمة وتوقعات العملاء، كما تناولت دراسة عمار وأبوليفة (2014) جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية وأثرها على رضا العملاء، وأظهرت وجود علاقة بين أبعاد خدمات النقل الجوي والرضا العام للعملاء، مع وجود تفاوت في درجات رضا العملاء عن أبعاد الخدمة المختلفة.

وعلى الرغم من أهمية هذه الدراسات، إلا أن الدراسة الحالية تختلف عنها في عدة جوانب، حيث تركز الدراسة الحالية على عملاء شركة الخطوط الجوية الليبية في فرع بنغازي تحديداً، في حين تناولت الدراسات الليبية السابقة شركات الطيران المحلية أو شركة الخطوط الجوية الليبية بصورة عامة دون التركيز على فرع بنغازي، كما ركزت غالبية الدراسات السابقة على رضا العملاء أو ولائهم أو ثقتهم باعتبارها متغيرات أساسية، بينما تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف بصورة مباشرة على اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة، من خلال قياس اتجاهاتهم نحو أبعاد جودة الخدمة والتعرف على مستوى تقييمهم لها، كما أن الدراسات التي تناولت شركة الخطوط الجوية الليبية يعود إلى سنوات سابقة، الأمر الذي يبرر الحاجة إلى دراسة ميدانية حديثة تكشف عن اتجاهات العملاء في الفترة الحالية، ومدى استمرار أوجه القصور أو حدوث تغير في تقييم العملاء لجودة الخدمات، كما تسعى الدراسة الحالية إلى تقديم نتائج ميدانية خاصة بفرع بنغازي

تساعد الإدارة على تحديد نقاط القوة والضعف في الخدمات المقدمة، والتعرف على الجوانب التي تحتاج إلى تطوير أو تحسين من وجهة نظر العملاء أنفسهم.

مشكلة الدراسة

تعد شركات الطيران من المؤسسات الخدمية الهامة، التي تلعب دوراً هاماً في التنمية الاقتصادية، وأن اتساع نطاق الخدمات التي تقدمها المؤسسات الخدمية وتزايد أعدادها والتشابه بين ما تقدمه من خدمات أدى إلى وجود عدد من المشكلات، يفرض عليها أعباء إضافية لتجاوزها حتى تتمكن من تحقيق التميز في تقديم الخدمات، حيث تتنافس شركات الطيران في مجال جودة الخدمة المقدمة التي تحقق رغبات العميل فيما يتعلق بالدقة والأمان والسعر وغيرها (زاهر، صافيا، 2011، ص 145)، وتحاول هذه الشركات أن تميز خدماتها المقدمة ذات الجودة الأفضل عن ما يقدمه الشركات المنافسة (كريمي، قاضي، 2022، ص 53)، ومن خلال دراسة استطلاعية قامت بها الباحثة تبين بأن مستوى جودة الخدمات بشركة الخطوط الجوية الليبية تحتاج إلى تطوير، وعلى الرغم من حرص الشركة الدائم على الوفاء بالتزاماتها من خلال تقديم أعلى مستويات الخدمة لعملائها، إلا أنه من خلال الدراسة تبين بأنه لا تتوفر مهارات الاتصال والعناية بالعملاء بشكل جيد، كذلك لا تتوفر مكاتب الحجز بشكل يرضي العملاء من حيث عددها وقربها، ولا يوجد دقة في مواعيد الإقلاع والهبوط، كذلك إلغاء الرحلات بشكل مستمر، وقلة عدد الطائرات وتقدم بعضها مما يسبب نقص كبير في عدد العملاء، وهذا يتفق مع نتائج دراسة (العكروت، 2024، ص 22-53)، والتي أوضحت بأن شركة الخطوط الجوية الليبية تعاني من ضعف الالتزام بالمواعيد المعلن لرحلاتها، وأن مواعيد الإقلاع والهبوط لم يكن في مستوى التوقعات، كما تعاني الشركة من ضعف مستوى الترفيه على الرحلة، ومن خلال ذلك جاءت هذه الدراسة للإجابة على التساؤل التالي:

ما هي اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية بالتطبيق على عينة من عملاء شركة الخطوط الجوية الليبية- فرع بنغازي؟

أهداف الدراسة

1. تحديد مستوى جودة الخدمات التي تقدمها شركة الخطوط الجوية للعملاء بمدينة بنغازي.
2. التعرف على اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية- فرع بنغازي.
3. التوصل إلى بعض النتائج والاقتراحات التي يمكن أن تساهم في تحسين الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية- فرع بنغازي.

أهمية البحث

1. تأتي أهمية البحث من أن جودة الخدمة وإيصالها إلى العميل بأفضل الطرق والأساليب من الأساسيات الهامة التي تلعب دوراً هاماً في نجاح عمل شركة الخطوط الجوية الليبية للطيران، حيث أصبحت المنافسة في مجال الخدمات يعتمد على إسعاد العميل وتجاوز توقعاته.
2. أن ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج ومقترحات يمكن أن تساهم في تحسين وتطوير خدمات شركة الخطوط الجوية وفق الأساليب العلمية التسويقية الحديثة التي تركز على العميل.

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية- فرع بنغازي، وتتفرع هذه الفرضية من الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بعد الملموسية.

الفرضية الفرعية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بعد التعاطف.

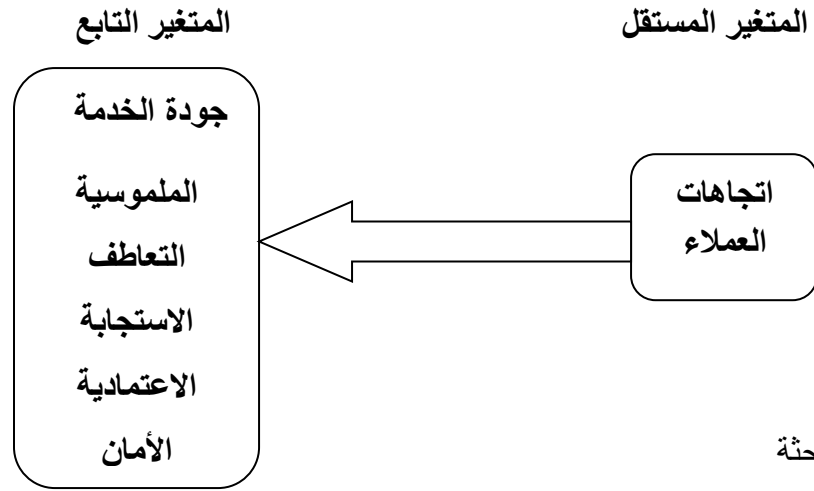
الفرضية الفرعية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بعد الاستجابة.

الفرضية الفرعية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بعد الاعتمادية.

الفرضية الفرعية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بعد الأمان.

نموذج الدراسة:

بالاستناد على الدراسات السابقة تم إعداد النموذج التالي (*):



الإطار النظري

تعريف الاتجاهات:

في إطار دراسة سلوك المستهلك تعتبر الاتجاهات من أكثر المتغيرات التسويقية التي شددت ولا زالت تشد رجال التسويق، ويرجع ذلك إلى الدور الذي تلعبه في قرار الشراء وخاصة في تحديد البدائل المتاحة (الخنساء، 2015)، وقد عرف فليب كوتلر الاتجاهات "بأنها مشاعر عاطفية يحملها الإنسان من تفضيل وعدم تفضيل تجاه شيء أو فكرة" (Kotler, 2000, p 96)، كما عرفها برايد "بأنها استعداد سلوكي نحو شيء ما، قد يكون سلعة أو إعلاناً أو رجل مبيعات أو مؤسسة أو فكرة، ويتضمن ذلك شعوراً معيناً نحوها" (Pride & Ferrell, 2002, p 25)، كذلك عرفت الاتجاهات "بأنها تلك الميول الناتجة عن التعلم، أو الخبرات السابقة التي تجعل الفرد المستهلك يتصرف بطريقة إيجابية أو سلبية ثابتة نسبياً نحو هذا الشيء" (عبيدات، 2004، ص 117)، كما عرفت الاتجاهات بأنها "استعدادات أو ميل للاستجابة بشكل إيجابي أو سلبي إزاء مثيرات معيشية في السوق (المنتجات، تصميمها، جودتها، أساليب ترويجها)، وذلك بصورة مؤقتة أو دائمة (باشراحيل، الجريري، 2010، ص ص 111-127).

أنواع الاتجاهات (دنيا، 2021، ص ص 14-15) ، (هدى، 2009، ص ص 65-68):

أ. الاتجاهات العامة والاتجاهات الجزئية: حيث تتناول الاتجاهات العامة المواضيع أو الظواهر من جميع الجوانب، بحيث يتم التعرض إليها بشكل كلي دون التعرض لجزئياتها أو البحث في مختلف التفاصيل، أما الاتجاهات الجزئية فهي تتناول جزء واحد فقط من مجموع الجزئيات المشكلة للظاهرة أو الموضوع محل الاتجاه، بحيث يتم التركيز على هذا الجزء فقط دون الكل.

ب. الاتجاهات الفردية والاتجاهات الجماعية: فالاتجاهات الفردية هي ذات ارتباط واضح بذاتية الفرد، والذي يصبح متعلق به فقط دون أن يكون له أي تأثير على اتجاهات الآخرين نحو موضوع معين، أما الاتجاهات الجماعية فتكون مرتبطة بعدد الأفراد الذين تكون لهم اتجاهات مشتركة نحو موضوع معين.

ج. الاتجاهات العلنية والاتجاهات السرية: تتضمن الاتجاهات العلنية بأن المستهلك لا يجد حرجاً في إظهارها والتعبير عنها علنياً والتحدث عنها أمام الآخرين، أما الاتجاهات السرية في التي يحاول المستهلك إخفائها عن الآخرين، ويحتفظ بها في قرار نفسه بل ينكرها أحياناً حين يسأل عنها، خوفاً من المسؤولية أو من المجتمع.

د. الاتجاهات القوية والاتجاهات الضعيفة: الاتجاهات القوية هي التي تكون مستندة على المعتقدات الدينية والعادات والقيم والمبادئ التي يتمسك ويعتز بها العميل، ويبدو الاتجاه القوي أيضاً في موقف العميل من هدف الاتجاه موقفاً حاداً لا رفق فيه ولا هوادة، أما الاتجاه الضعيف فهو يتمثل في الذي يقف من هدف الاتجاه موقفاً ضعيفاً متهاوناً يسهل تعديله وتغييره، فهو يفعل ذلك لأنه لا يشعر بشدة الاتجاه، كما يشعر بها المستهلك في الاتجاه القوي.

هـ. **الاتجاهات الايجابية والاتجاهات السلبية:** فالاتجاه الايجابي هو الاتجاه الذي ينال الرضا من العميل باعتبار أن هذا الاتجاه يشبع حاجاته ورغباته، أما الاتجاهات السلبية فهي تتميز بالرفض لكل ما يتعلق بالظاهرة موضوع الاتجاه، ونجد أن هذا الأمر ينكس على سلوكيات هذا العميل، فيعمل على محاربة هذه الظاهرة والدعوة ضدها.

المكونات الأساسية لاتجاهات العميل

تتكون الاتجاهات لدى الفرد نتيجة خبراته الناجمة عن التفاعل بينه وبين المحيطين الاجتماعي والمادي حوله، وأيضاً تفاعله مع البيئة المادية وما فيها من مؤثرات طبيعية ومؤثرات صنعها الإنسان، وتتكون اتجاهات العميل من المكونات الثلاثة التالية (منصور، 2008)، (علي، 2000):

1. **المكون العقلي أو الإدراكي:** وهو إشارة إلى مختلف العمليات العقلية والإدراكية التي لها علاقة بنمو التفكير لدى الفرد حول موضوع الاتجاه (منتج، متجر، شركة منتجة، دولة الصنع)، وتتضمن هذه العمليات معتقدات ومعلومات المستهلك عن الشيء، وما يؤمن به من آراء ووجهات نظر المكتسبة من خبراته السابقة.

2. **المكون العاطفي أو الوجداني:** هو عبارة عن ردود الأفعال العاطفية وقوة الانفعالات التي لها علاقة بوجدان وعاطفة ومشاعر الفرد أو الشيء موضوع الاتجاه، وقد تكون هذه المشاعر ايجابية نحو شركة معينة، نتيجة تعامل المستهلك مع هذه الشركة، أو نتيجة سمعة هذه الشركة في السوق، وقد تكون هذه المشاعر سلبية تجاه الشركة أو سمعتها.

3. **المكون السلوكي:** يعبر المكون السلوكي عن ميل المستهلك إلى التصرف بطريقة معينة نحو الشيء محل الاتجاه، مما يدل على قبوله أو رفضه بناءً على تفكيره النمطي حول إحساسه الوجداني به، ويعتبر هذا المكون هو المشكل للسلوك الفعلي للعميل، وهو المحصلة النهائية لتفكير المستهلك وانفعالاته حول مثيرات موضوع الاتجاه.

جودة الخدمة

عرفت جودة الخدمة بأنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة (المحايوي، 2006، ص 90)، كذلك عرفت جودة الخدمة على أنها الفجوة أو الانحراف ما بين توقعات الزبون للخدمة وإدراك الجودة بعد استهلاك الخدمة (السلمي، 2001، ص 18)، كم عرفت جودة الخدمة في شركات الطيران باعتبارها تقييماً ذاتياً لمستوى الخدمات المقدمة للمسافر، بما يشمل خدمات المناولة والخدمات على متن الطائرة والتواصل والسلامة والأمن والالتزام بالمواعيد وملائمة السعر لمستوى الخدمة (Kustra et al, 2023, p 5)، كما تعرف جودة الخدمة بأنها مستوى تقييم العملاء للخدمات التي تقدمها شركة الطيران خلال مختلف مراحل تجربة السفر، وما تعكسه هذه الخدمات من قدرة على تحقيق رضا المسافر (Badrillah et al, 2023, p 201).

أبعاد جودة الخدمة من وجهة نظر العملاء (هدى، 2009، ص ص 151-152) (زاهر، صافيا، 2011، 143، 159):

- **الاعتمادية:** وتتضمن تنفيذ الشركة لوعودها نحو العميل بدقة وبصورة أكثر تفضيلاً، وذلك عن طريق تقديم الخدمة بصورة صحيحة الوفاء بتقديم الخدمة للعميل في المواعيد المحددة وخلال فترة محددة من الوقت، الالتزام بتقديم المساعدة للمسافر عندما تواجهه مشكلات تتعلق بالسفر، وأداء العمل بجودة عالية من أول لحظة، وكذلك توفير سجل خاص بالأخطاء المرتكبة من طرف العاملين ليتم حلها مع عدم تكرارها.

- **الاستجابة:** وتشمل رغبة موظفي الشركة في مساعدة العملاء وتقديم خدمة فورية لهم، من خلال إبلاغ المسافرين عن مواعيد تقديم الخدمات بدقة وفي الوقت المناسب، واستعداد موظفي الشركة دائماً لتقديم المساعدة للمسافرين، وعدم انشغال موظفي الشركة وتقديم الاستجابة الفورية لطلبات المسافرين، والرد الفوري على استفسارات العملاء وشكاويهم.

- **الأمان:** ويقصد به توفير الخدمة للعميل في جو آمن يخلو من المخاطر قدر الإمكان، وتوفير الأمان من المخاطر المتعلقة بمعاملات العملاء وذلك عن طريق توفير مختلف التسهيلات أثناء إجراء المعاملات،

والمحافظة على سرية المعلومات وتفاذي تسريبها، وتوفير موظفي الأمن داخل وخارج المؤسسة مقدمة الخدمة.

- **الملموسية:** وتتمثل في تقييم جودة الخدمة من قبل العميل على ضوء المظهر أو المحيط المادي للخدمة مثل الموقع والتصميم الداخلي لمكان تقديم الخدمة، والأجهزة المستخدمة في أداء الخدمة، والمظهر اللائق لمقدمي الخدمة،

- **التعاطف:** ويتمثل في تحلي مقدمي الخدمة بالأدب وحسن التعامل مع العملاء، وفهم ومعرفة احتياجات الزبائن، وملائمة ساعات العمل، واللطف في التعامل مع الزبائن، واهتمامهم بالمسافرين بشكل شخصي وفهم احتياجاتهم.

- **الكفاءة:** تعكس المهارة والقدرة على أداء الخدمة التي تستمد من توافر المعلومات والإلمام بظروف وطبيعة العمل، وامتلاك جميع المهارات الضرورية لتحقيق الأداء السليم للخدمة.

- **الاتصال:** أي دوام إمداد العملاء بالمعلومات، ومخاطبة العميل باللغة التي يفهمها، والإنصات وتأمين الحصول على المعلومات المرتدة، لإجراء التعديلات المطلوبة للوصول إلى الخدمة التي تحقق رضا العملاء.

- **الضمان:** ويشمل ضمان شعور المسافرين بالأمان والراحة في سفرهم، السلوك الجيد لموظفي الشركة ينشئ الثقة لدى المسافرين، وتحلي الموظفين بالأدب والاحترام في التعامل مع المسافرين، كذلك تحلي الموظفين بالمعرفة والإجابة عن كل التساؤلات التي يطرحها المسافرين.

جودة الخدمة في شركة الخطوط الليبية

شركة الخطوط الجوية الليبية، هي الناقل الوطني لدولة ليبيا، ويقع مقرها الرئيسي في طرابلس، تأسست في العام 1964 تحت اسم “الخطوط الجوية للمملكة الليبية”، لديها أكثر من 20 وجهة دولية وداخلية ومقرها الرئيسي “الحالي” هو مطار معتيقه الدولي في طرابلس، مع فرع في مطار بنينا الدولي في بنغازي ومطار مصراته، وتتولى الشركة تشغيل خدمات ركاب وشحن مجدولة داخل ليبيا وإلى أوروبا وشمال أفريقيا والشرق الأوسط، كما تنظم الخطوط الجوية الليبية رحلات خاصة لموسم الحج تعود ملكية الشركة بالكامل لحكومة ليبيا، ومن أهداف الشركة تقديم خدمات النقل الجوي الآمن والذي يخدم أغراض عملائها الكرام بين شمال أفريقيا والعالم، وتعمل على زيادة هذه الخدمات وتوسيعها بواسطة التحالفات والمشاركات مع شركة الطيران الأخرى، كما توفر لعملائها أعلى مستويات السلامة والجودة والأمن والسفر المريح بواسطة رحلات منظمة واقتصادية، مع توفير خدماتها بأعلى مستويات الجودة بواسطة تكامل العاملين والتدريب المكثف، والعمل على زيادة الإنتاج والكفاءة بتوفير الإمكانيات للمحافظة على نمو منتظم بواسطة الاستثمار في التحسين والتطوير العناية بالعنصر البشري، ومن خدماتها التي تقدمها للمسافرين تسيير رحلات جوية داخلية بين المدن الليبية ورحلات خارجية لعدة جهات في إفريقيا والشرق الأوسط، والسماح باصطحاب عربات الأطفال القابلة للطي، وأغذية الأطفال الرضع، وحقيبة إضافية بوزن محدد، ويتم إنجاز تسجيل الوصول واستلام بطاقات الصعود مباشرة عبر مكاتب الشركة في المطار مع العلم (لا توجد خدمة إنهاء الإجراءات إلكترونياً)، حيث يتم حجز التذاكر وشراء المقاعد عبر زيارة مكاتب مبيعات الشركة المباشرة أو عبر وكالات السفر المعتمدة، لعدم توفر الحجز الإلكتروني المباشر، وتتراوح جودة خدمات الخطوط الجوية الليبية تاريخياً وحالياً بين المتوسطة والمنخفضة وفقاً لتقييمات المسافرين، وذلك من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية والدراسات الإحصائية المحلية (عمار، أبوليفة، 2014)، (العكروت، 2024)، حيث تحظى الشركة بتقدير في جوانب معينة وتواجه انتقادات حادة في جوانب أخرى، يثني العديد من المسافرين على حسن ضيافة وأخلاق أطقم الطائرة والموظفين الأرضيين، وتوفر الطائرات مساحات مريحة ومنتسعة لبسط القدمين في درجات السفر المختلفة، وتقديم خدمات جيدة للمسافرين مع أطفال رضع مثل السماح بعربات الأطفال والأمتعة الإضافية المخصصة لهم، أبرز العيوب والشكاوى من قبل المسافرين تكرار تأخير إقلاع الرحلات أو إلغائها المفاجئ نتيجة التحديات التشغيلية واللوجستية، وغياب إمكانية الحجز الإلكتروني المباشر أو إنهاء إجراءات السفر عبر الموقع الرسمي، مما يجبر المسافرين على زيارة المكاتب، وضعف أو غياب وسائل الترفيه على

متن الطائرة (الشاشات والإنترنت)، مع تفاوت في مستوى نظافة المقصورات وصيانة المقاعد، ويصف الكثير من الركاب الوجبات والمشروبات المقدمة أثناء الرحلات بأنها بسيطة جداً وتحتاج إلى تطوير.

منهجية الدراسة:

استندت الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي بوصفه المنهج الأكثر ملائمة لتحقيق أهدافها والإجابة عن تساؤلاتها واختبار فرضياتها، ويقوم هذا المنهج على وصف الظاهرة المدروسة وصفاً دقيقاً من خلال جمع البيانات المتعلقة بها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى استنتاجات علمية تسهم في فهم أبعادها المختلفة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع عملاء شركة الخطوط الجوية الليبية – فرع بنغازي، ونظراً إلى أن مجتمع الدراسة يُعد من المجتمعات غير المحدودة، أو يصعب تحديد حجمه بصورة دقيقة خلال الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة، فقد تم اللجوء إلى أسلوب المعاينة الاحتمالية من خلال اختيار عينة عشوائية منتظمة من العملاء، ولضمان تمثيل أفراد مجتمع الدراسة بصورة مناسبة والحد من احتمالية التحيز في اختيار مفردات العينة، تم توزيع استمارات الاستبيان على عملاء شركة الخطوط الجوية الليبية في مكاتب بيع التذاكر التابعة لفرع بنغازي، وذلك خلال فترة زمنية امتدت إلى أسبوعين، وقد تم تنظيم عملية اختيار مفردات العينة وفق أسلوب العينة العشوائية المنتظمة، من خلال اعتماد فترات زمنية متتابعة، وقد روعي في عملية التوزيع أن تشمل أوقاتاً مختلفة خلال فترة الدراسة، بما يساعد على تحقيق قدر مناسب من التنوع في خصائص العملاء المشمولين في العينة، وبلغ عدد الاستبيانات المستردة (285) استبانته، وكان عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل الإحصائي (276) استبانته، وبنسبة بلغت حوالي (96.8%) من إجمالي الاستبيانات المستردة.

جمع البيانات

استندت الباحثة في جمع البيانات على مصدرين أساسيين، مصادر أولية: تم الاعتماد في جمع البيانات الأولية على أداة الاستبانة، بوصفها أداة رئيسية في هذه الدراسة، ومصادر ثانوية: متمثلة في الكتب والمراجع العربية ذات العلاقة، والدوريات، والرسائل العلمية والتقارير ذات الصلة بموضوع الدراسة، وتمثلت أداة الدراسة في أداة الاستبيان، والتي تم إعدادها بالاستناد على الدراسات السابقة، وقد تم تطوير وتكييف الاستبانة بما يتماشى مع أهداف الدراسة، وتكونت أداة الاستبانة من قسمين **القسم الأول**: للتعرف على توزيع عينة الدراسة حسب الخصائص الوظيفية (النوع، العمر، العمر، المؤهل العلمي، عدد الرحلات مع شركة الخطوط الليبية).

القسم الثاني: متغير اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة: ويتكون من خمسة أبعاد البعد الأول: الملموسية، وتكون من (7 فقرات)، البعد الثاني: التعاطف، وتكون من (7 فقرات)، البعد الثالث: الاستجابة، وتكون من (7 فقرات)، البعد الرابع: الاعتمادية، وتكون من (7 فقرات)، البعد الخامس: الأمان، وتكون من (7 فقرات).

قياس متغيرات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجة استجابات أفراد العينة على عبارات الاستبانة، وفي ظله يقوم المبحوث بالإشارة إلى درجة الموافقة أو عدم الموافقة على مجموعة من العبارات تتعلق بموضوع الاتجاهات (إدريس، 2003، ص396)، حيث وُضعت أمام كل عبارة خمسة بدائل هي: (غير موافق بشدة - وغير موافق - ومحايد - موافق - وموافق بشدة)، وأعطيت لكل عبارة وزن وفق تدرج ليكرت الخماسي لتقدير درجة الموافقة كالتالي: خمس درجات للبديل موافق بشدة، وأربع درجات للبديل موافق، وثلاث درجات للبديل محايد، ودرجتان للبديل غير موافق، ودرجة واحدة للبديل غير موافق بشدة).

صدق وثبات أداة الدراسة

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة من خلال معامل (ألفا-كرونباخ) لقياس مدى التناسق في إجابات عينة الدراسة على كل فقرات الأداة، وقد تراوحت قيم معاملات ثبات أبعاد اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة ما بين (0.929-0.975)، أما قيمة معامل ثبات متغير اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة فقد بلغ (0.987)، وهي درجات ثبات مقبولة، وهذا يدل على أن استمارة الاستبيان اتسمت بالثبات وبدرجة جيدة من التميز، وذلك كما بالجدول التالي، وللتحقق من صدق أداة الدراسة استخدام طريقة الصدق الذاتي، وذلك

كما هو موضح بالجدول رقم (1)، حيث تراوحت قيم معاملات الصدق أبعاد متغير اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة ما بين (0.963-0.987)، وبلغت قيمة معامل صدق متغير اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة ككل (0.993)، وهذا يبرر صدق المقياس وأن فقرات الاستبيان تعكس قدرته على قياس ما صمم من لأجله.

الجدول (1) يبين قيم معامل الثبات والصدق لأداة الدراسة

متغيرات الدراسة	العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
بُعد الملموسية	7	0.929	0.963
بُعد التعاطف	7	0.955	0.977
بُعد الاستجابة	7	0.931	0.964
بُعد الاعتمادية	7	0.950	0.974
بُعد الأمان	7	0.975	0.987
متغير اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة	35	0.987	0.993

اختبار التوزيع الطبيعي: لقد تم إجراء اختبار التوزيع الطبيعي (Kolmogorv- Smirnov)، على أداة الدراسة الموزعة على عينة الدراسة، وذلك لمعرفة إن كانت البيانات التي تم الحصول عليها من المبحوثين تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وكانت نتائج هذا الاختبار كما موضحة في الجدول رقم (2):

جدول (2) قياس التوزيع الطبيعي للبيانات

كولموغورف-سميرنوف			متغيرات الدراسة
الدالة الإحصائية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	
0.000	276	0.156	بُعد الملموسية
0.000		0.211	بُعد التعاطف
0.000		0.199	بُعد الاستجابة
0.000		0.183	بُعد الاعتمادية
0.000		0.222	بُعد الأمان
0.000		0.262	متغير اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة

حيث يتضح من الجدول رقم (2) أن الدلالة الإحصائية لجميع متغيرات الدراسة أصغر من مستوي دلالة $\alpha = 0.05$ ، لذلك نرفض الفرضية القائلة إن البيانات لا تختلف عن التوزيع الطبيعي، وحيث أن البيانات في هذه الدراسة لا تتبع التوزيع الطبيعي (من خلال اختبار التوزيع الطبيعي)، وهذا يعني استخدام الاختبارات البارامترية (Nonparametric) هي الأنسب في اختبار فرضيات الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة، فقد استخدم معامل ألفا كرونباخ لإيجاد قيم ثبات أداة الدراسة، واستخدم اختبار (Kolmogorv- Smirnov) للتحقق من توزيع البيانات، والجدول التكرارية لاستخراج المؤشرات الأساسية لوصف البيانات بواسطة النسب المئوية، والتكرارات لكل بند من بنود الاستبانة، والمتوسطات الحسابية وذلك لتحديد تركيز الإجابات حول القيمة المتوسطة لجميع أبعاد الدراسة الرئيسية، والانحراف المعياري (Standard Deviation) لتحديد انحرافات الإجابات عن القيمة المتوسطة والخاصة بأبعاد الدراسة الرئيسية، والأساليب اللامعلمية ولكوكسون (Wilcoxon) للتعرف على اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية بالتطبيق على عينة من عملاء شركة الخطوط الجوية الليبية- فرع بنغازي.

تحليل بيانات الدراسة الميدانية واختبار الفروض: تختص هذه الدراسة بتحليل البيانات التي تم تجميعها من مجتمع الدراسة، وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS)، كما تم التحقق من صحة الفرضيات التي وضعت، وذلك على النحو التالي:

خصائص عينة الدراسة:

المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة: لقد تم تحليل البيانات الأولية لأفراد عينة الدراسة وكما وردت في أداة الدراسة، وذلك كما موضح في الجدول رقم (3):

جدول (3) توزيع عينة الدراسة حسب الخصائص أفراد العينة

المتغير	الفئة	العدد	النسبة
النوع	ذكر	160	58.0
	أنثى	116	42.0
	المجموع	276	100.0
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	35	12.7
	من 30 إلى 39 سنة	60	21.7
	من 40 إلى 49 سنة	76	27.5
	من 50 إلى 59 سنة	98	35.5
	60 سنة فأكثر	7	2.5
	المجموع	276	100.0
المؤهل العلمي	ثانوية عامة	73	26.4
	بكالوريوس	132	47.8
	دبلوم عالي أو ماجستير	62	22.5
	دكتوراه أو ما يعادلها	9	3.3
	المجموع	276	100.0
عدد الرحلات مع شركة الخطوط الليبية	رحلتان أو أقل	42	15.2
	3-6 رحلات	87	31.5
	7-10 رحلات	93	33.7
	أكثر من 10 رحلات	54	19.6
	المجموع	276	100.0

من خلال الجدول (3) الذي يتضمن تحليل البيانات الأولية لعينة الدراسة حسب متغير النوع يتبين أن النسبة الأعلى كانت لفئة (الذكور)، حيث بلغ عددهم (160) مفردة، ونسبة (58.0%) من إجمالي عينة الدراسة، في حين بلغ عدد الإناث (116) مفردة، ونسبة (42.0%)، ويشير ذلك إلى أن عينة الدراسة يغلب عليها الذكور مقارنة بالإناث مع وجود تمثيل لكلا الجنسين بما يتيح الاستفادة من آرائهما في تحقيق أهداف الدراسة، وفيما يتعلق بمتغير الفئات العمرية يتبين أن النسبة الأعلى كانت لفئة (من 50-59 سنة)، حيث بلغ عدد أفرادها (98) مفردة ونسبة (35.5%) من إجمالي عينة الدراسة تليها فئة (من 40-49 سنة) بعدد (76) مفردة ونسبة (27.5%)، ثم فئة (من 30-39 سنة) بعدد (60) مفردة ونسبة (21.7%)، كما بلغ عدد أفراد فئة (18-29 سنة) (35) مفردة ونسبة (12.7%)، في حين جاءت أقل نسبة لفئة (60 سنة فأكثر) حيث بلغ عدد أفرادها (7) مفردات ونسبة (2.5%)، ويشير ذلك إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة ينتمون إلى الفئات العمرية المتوسطة، ولا سيما الفئة العمرية (50-59 سنة) الأمر الذي يعكس تمثيلاً جيداً للأفراد ذوي الخبرة العملية، مما يعزز من موثوقية آرائهم بشأن جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الليبية، وأما بنسبة متغير المؤهل العلمي يتبين أن النسبة الأعلى كانت لفئة (البكالوريوس) حيث بلغ عدد أفرادها (132) مفردة ونسبة

(47.8%) من إجمالي عينة الدراسة، تليها فئة (الثانوية العامة) بعدد (73) مفردة وبنسبة (26.4%)، ثم جاءت فئة (الدبلوم العالي أو الماجستير) بعدد (62) مفردة وبنسبة (22.5%)، في حين جاءت أقل نسبة لفئة (الدكتوراه أو ما يعادلها) حيث بلغ عدد أفرادها (9) مفردات وبنسبة (3.3%)، ويشير ذلك إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة من حملة درجة البكالوريوس وهو ما يعكس ارتفاع مستوى التأهيل العلمي لدى أفراد العينة الأمر الذي يسهم في تعزيز موثوقية البيانات والنتائج التي توصلت إليها الدراسة، وأما متغير عدد الرحلات مع شركة الخطوط الليبية يتبين أن النسبة الأعلى كانت لفئة (7-10 رحلات) حيث بلغ عدد أفرادها (93) مفردة وبنسبة (33.7%) من إجمالي عينة الدراسة، تليها فئة (3-6 رحلات) بعدد (87) مفردة وبنسبة (31.5%)، ثم فئة (أكثر من 10 رحلات) بعدد (54) مفردة وبنسبة (19.6%)، في حين جاءت أقل نسبة لفئة (رحلتان أو أقل) حيث بلغ عدد أفرادها (42) مفردة وبنسبة (15.2%)، ويشير ذلك إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة لديهم خبرة جيدة في السفر عبر شركة الخطوط الليبية، الأمر الذي يعزز من قدرتهم على تقييم الخدمات المقدمة وإبداء آرائهم بشأن موضوع الدراسة بصورة أكثر دقة.

وصف متغيرات الدراسة

يهدف هذا الجزء إلى الإجابة عن تساؤلات الدراسة استناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها من أفراد عينة الدراسة، وفقاً للأساليب الإحصائية المناسبة، وذلك على النحو الآتي:

تساؤل الدراسة: ما مستوى اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية- فرع بنغازي؟

للإجابة عن هذا التساؤل، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لأبعاد متغير اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة، وذلك لقياس مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة وتحديد درجة تقييمهم لمختلف أبعاد جودة الخدمة، ومن ثم التعرف على المستوى العام لهذا المتغير، كما هو موضح في جدول رقم (4).

جدول (4) المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لمتغير اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة

م	الإبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المستوي	الرتبة
1.	بُعد الملموسية	2.509	1.069	50.2	منخفض	4
2.	بُعد التعاطف	2.693	1.238	54	متوسط	1
3.	بُعد الاستجابة	2.474	1.152	49.5	منخفض	5
4.	بُعد الاعتمادية	2.632	1.195	52.6	متوسط	2
5.	بُعد الأمان	2.614	1.412	52.3	متوسط	3
	المستوى العام لاتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة	2.584	1.156	52	متوسط	-

يتضح من الجدول (4) أن بُعد التعاطف جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.693) وانحراف معياري (1.238) ووزن نسبي (54.0%)، وجاء في المرتبة الثانية بُعد الاعتمادية بمتوسط حسابي (2.632) وانحراف معياري (1.195) ووزن نسبي (52.6%)، تلاه بُعد الأمان في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.614) وانحراف معياري (1.412) ووزن نسبي (52.3%)، ثم جاء بُعد الملموسية في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2.509) وانحراف معياري (1.069) ووزن نسبي (50.2%)، في حين جاء بُعد الاستجابة في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.474) وانحراف معياري (1.152) ووزن نسبي (49.5%)، وبوجه عام، بلغ المتوسط العام لمتغير اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة (2.584) بانحراف معياري (1.156) ووزن نسبي (52.0%)، وهو بمستوى متوسط مقارنة بمستويات الوزن النسبي المعتمدة في الدراسة، مما يشير إلى أن اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الليبية جاءت

بدرجة متوسطة، كما تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الأبعاد المكونة لهذا المتغير وذلك على النحو التالي:

-بعد الملموسية: لتحديد مدى توافر هذا البعد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لفقرات هذا البعد، وذلك على النحو التالي:

جدول (5) المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية بعد الملموسية

م.	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المستوي	الرتبة
1.	شركة الخطوط الليبية تمتلك طائرات حديثة ومتطورة	2.330	1.459	46.6	منخفض	6
2.	توفر الشركة المجلات والكتب ووسائل الترفيه أثناء الرحلة.	2.033	1.155	40.6	منخفض	7
3.	المستلزمات المادية المرتبطة في تقديم خدمات شركة الخطوط الليبية (التذاكر-بطاقة دخول الطائرة-المجلات-المنشورات) ذات مظهر جذاب.	2.496	1.202	50	منخفض	4
4.	مقاعد الجلوس للطائرة مريحة أثناء السفر.	2.844	1.391	57	متوسط	1
5.	توجد بالطائرة مقاعد جلوس خاصة بذوي الاحتياجات الخاصة.	2.493	1.228	50	منخفض	5
6.	يتقن طاقم الضيافة للخطوط الجوية الليبية لغات مختلفة.	2.707	1.211	54.1	متوسط	2
7.	تقدم الشركة وجبات جيدة ومتنوعة أثناء الرحلة.	2.659	1.265	53.2	متوسط	3
	المستوى العام الملموسية	2.509	1.069	50.2	منخفض	-

يتضح من الجدول (5) أن المتوسطات الحسابية لفقرات بعد الملموسية تراوحت بين (2.033-2.844)، بانحرافات معيارية تراوحت بين (1.155-1.459). وقد جاءت في المرتبة الأولى الفقرة "مقاعد الجلوس للطائرة مريحة أثناء السفر." بمتوسط حسابي بلغ (2.844)، وانحراف معياري (1.391)، ووزن نسبي (57.0%)، تليها في المرتبة الثانية الفقرة "يتقن طاقم الضيافة للخطوط الجوية الليبية لغات مختلفة." بمتوسط حسابي (2.707)، وانحراف معياري (1.211)، ووزن نسبي (54.1%)، أما في المرتبة ما قبل الأخيرة فقد جاءت الفقرة "شركة الخطوط الليبية تمتلك طائرات حديثة ومتطورة." بمتوسط حسابي (2.330)، وانحراف معياري (1.459)، ووزن نسبي (46.6%)، في حين جاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة "توفر الشركة المجلات والكتب ووسائل الترفيه أثناء الرحلة." بمتوسط حسابي (2.033)، وانحراف معياري (1.155)، ووزن نسبي (40.6%) وبوجه عام بلغ المتوسط العام لبعد الملموسية (2.509)، بانحراف معياري (1.069)، ووزن نسبي (50.2%) وهو بمستوى منخفض مقارنة بمستويات الوزن النسبي المعتمدة في الدراسة.

-بعد التعاطف: لتحديد مدى توافر هذا البعد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لفقرات هذا البعد، وذلك على النحو التالي:

جدول (6) المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية بعد التعاطف

م.	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المستوي	الرتبة
1.	تهتم الشركة باحتياجات ورغبات العملاء.	2.638	1.241	52.8	متوسط	5
2.	تهتم الشركة بدراسة شكاوى العملاء ومعالجتها.	2.591	1.260	52.0	متوسط	6
3.	يجيب مضيبي ومضيفات الطائرة بلباقة وبلطف عن كل الاستفسارات.	2.743	1.425	55.0	متوسط	3

4.	يتعامل مضيبي ومضيفات الطائرة بلطف وبعطف مع الأطفال والمسنين.	2.797	1.517	56.0	متوسط	1
5.	تحظى باستقبال جيد من طرف مضيبي ومضيفات الطائرة.	2.761	1.425	55.2	متوسط	2
6.	لدى موظفي شركة الخطوط الليبية ساعات عمل تكفي لكافة المسافرين.	2.580	1.355	51.6	منخفض	7
7.	يتعامل طاقم الضيافة بشكل خاص مع المرضى وذوي الاحتياجات الخاصة.	2.743	1.514	55.0	متوسط	4
المستوى العام التعاطف		2.693	1.238	54.0	متوسط	-

يتضح من الجدول (6) أن المتوسطات الحسابية لفقرات بُعد التعاطف تراوحت بين (2.580-2.797)، بانحرافات معيارية تراوحت بين (1.241-1.517). وقد جاءت في المرتبة الأولى الفقرة "يتعامل مضيبي ومضيفات الطائرة بلطف وبعطف مع الأطفال والمسنين." بمتوسط حسابي بلغ (2.797)، وانحراف معياري (1.517)، ووزن نسبي (56.0%)، تليها في المرتبة الثانية الفقرة "تحظى باستقبال جيد من طرف مضيبي ومضيفات الطائرة." بمتوسط حسابي (2.761)، وانحراف معياري (1.425)، ووزن نسبي (55.2%)، وأما في المرتبة ما قبل الأخيرة فقد جاءت الفقرة "تهتم الشركة بدراسة شكاوى العملاء ومعالجتها." بمتوسط حسابي (2.591)، وانحراف معياري (1.260)، ووزن نسبي (52.0%)، في حين جاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة "لدى موظفي شركة الخطوط الليبية ساعات عمل تكفي لكافة المسافرين." بمتوسط حسابي (2.580)، وانحراف معياري (1.355)، ووزن نسبي (51.6%)، وبوجه عام بلغ المتوسط العام لبُعد التعاطف (2.693)، بانحراف معياري (1.238)، ووزن نسبي (54.0%) وهو بمستوى متوسط مقارنة بمستويات الوزن النسبي المعتمدة في الدراسة.

بعد الاستجابة: لتحديد مدى توافر هذا البُعد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لفقرات هذا البُعد، وذلك على النحو التالي:

جدول (7) المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية بُعد الاستجابة

م.	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المستوى	الرتبة
1.	هناك سرعة في البحث عن الأمتعة الضائعة.	2.250	1.326	45	منخفض	6
2.	إجراءات التسجيل والحجز سهلة وسريعة.	2.475	1.573	49.5	منخفض	5
3.	يتواجد العاملون في مكان عملهم أثناء طلب الخدمة.	2.688	1.539	53.7	متوسط	1
4.	يتم إبلاغك عن تأجيل الرحلة أو إلغائها.	2.514	1.481	50.2	منخفض	4
5.	عندما تضيق أمتعتك تجد من يحل مشكلتك.	2.554	1.359	51.1	منخفض	3
6.	نحصل على تفسيرات عند تأخر الرحلة عن الوقت المحدد لها.	2.616	1.187	52.3	متوسط	2
7.	في حال إلغاء الرحلة وأنت بالمطار تحجز الشركة لك غرفة بالفندق للمبيت فيه.	2.217	1.046	44.3	منخفض	7
المستوى العام الاستجابة		2.474	1.152	49.5	منخفض	-

يتضح من الجدول (7) أن المتوسطات الحسابية لفقرات بُعد الاستجابة تراوحت بين (2.217-2.688)، بانحرافات معيارية تراوحت بين (1.046-1.573) وقد جاءت في المرتبة الأولى الفقرة "يتواجد العاملون في مكان عملهم أثناء طلب الخدمة." بمتوسط حسابي بلغ (2.688)، وانحراف معياري (1.539)، ووزن نسبي

(53.7%)، تليها في المرتبة الثانية الفقرة "نحصل على تفسيرات عند تأخر الرحلة عن الوقت المحدد لها". بمتوسط حسابي (2.616)، وانحراف معياري (1.187)، ووزن نسبي (52.3%)، ثم جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة الفقرة "هناك سرعة في البحث عن الأمتعة الضائعة". بمتوسط حسابي (2.250)، وانحراف معياري (1.326)، ووزن نسبي (45.0%)، في حين جاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة "في حال إلغاء الرحلة وأنت بالمطار تحجز الشركة لك غرفة بالفندق للمبيت فيه". بمتوسط حسابي (2.217)، وانحراف معياري (1.046)، ووزن نسبي (44.3%)، وبوجه عام بلغ المتوسط العام لبُعد الاستجابة (2.474)، بانحراف معياري (1.152)، ووزن نسبي (49.5%) وهو بمستوى منخفض مقارنة بمستويات الوزن النسبي المعتمدة في الدراسة.

بُعد الاعتمادية: لتحديد مدى توافر هذا البُعد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لفقرات هذا البُعد، وذلك على النحو التالي:

جدول (8) المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية بُعد الاعتمادية

م.	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المستوي	الرتبة
1.	يتم تعويضك عن التذكرة في حال لم تستعملها.	2.663	1.293	53.3	متوسط	3
2.	يتم إعلامك عند إلغاء الرحلة.	2.728	1.311	54.5	متوسط	2
3.	تقدم الشركة خدماتها للعملاء بسعر مناسب مقارنة مع الشركات المنافسة.	2.804	1.434	56.1	متوسط	1
4.	مواقيت الرحلات مناسبة.	2.609	1.334	52.2	متوسط	4
5.	الشركة تقدم تفسيرات عند تأخر الرحلة عن الوقت المحدد لها.	2.533	1.373	50.6	متوسط	6
6.	تلتزم الشركة بتقديم الخدمات في المواعيد المحددة.	2.496	1.336	50	متوسط	7
7.	الخدمات التي توفرها الشركة تتناسب مع سعر التذكرة.	2.591	1.446	52	متوسط	5
المستوى العام الاعتمادية		2.632	1.195	52.6	متوسط	-

يتضح من الجدول (8) أن المتوسطات الحسابية لفقرات بُعد الاعتمادية تراوحت بين (2.496-2.804)، بانحرافات معيارية تراوحت بين (1.293-1.446) وقد جاءت في المرتبة الأولى الفقرة "تقدم الشركة خدماتها للعملاء بسعر مناسب مقارنة مع الشركات المنافسة". بمتوسط حسابي بلغ (2.804)، وانحراف معياري (1.434)، ووزن نسبي (56.1%)، تليها في المرتبة الثانية الفقرة "يتم إعلامك عند إلغاء الرحلة". بمتوسط حسابي (2.728)، وانحراف معياري (1.311)، ووزن نسبي (54.5%)، أما في المرتبة ما قبل الأخيرة فقد جاءت الفقرة "الشركة تقدم تفسيرات عند تأخر الرحلة عن الوقت المحدد لها". بمتوسط حسابي (2.533)، وانحراف معياري (1.373)، ووزن نسبي (50.6%)، في حين جاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة "تلتزم الشركة بتقديم الخدمات في المواعيد المحددة" بمتوسط حسابي (2.496)، وانحراف معياري (1.336)، ووزن نسبي (50.0%)، وبوجه عام بلغ المتوسط العام لبُعد الاعتمادية (2.632)، بانحراف معياري (1.195)، ووزن نسبي (52.6%)، وهو بمستوى متوسط مقارنة بمستويات الوزن النسبي المعتمدة في الدراسة، مما يشير إلى أن مستوى الاعتمادية في الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الليبية جاء بدرجة متوسطة.

بُعد الأمان: لتحديد مدى توافر هذا البُعد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لفقرات هذا البُعد، وذلك على النحو التالي:

جدول (8) المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لبعد الأمان

م.	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المستوي	الرتبة
1.	تشعر بالأمان والطمأنينة على حقائبك وأغراضك التي تودعها قبل الصعود للطائرة.	2.576	1.393	51.5	متوسط	5
2.	أشعر بالراحة عندما أكون مسافر مع الخطوط الجوية الليبية.	2.703	1.464	54.1	متوسط	1
3.	تهتم الشركة بسلامة وأمن المسافرين.	2.667	1.520	53.3	متوسط	4
4.	يقوم موظفي الشركة باستقبالك بشكل جيد في مكاتب مبيعات التذاكر والحجز ويقدمون الإجابة عن أسئلتك ويصغون إليك.	2.685	1.484	53.7	متوسط	3
5.	السلوك الجيد لموظفي الشركة ينشئ الثقة والاطمئنان لدى المسافرين.	2.703	1.563	54.1	متوسط	2
6.	تحلي موظفي الشركة بالأدب والاحترام في التعامل مع المسافرين.	2.547	1.603	51	منخفض	6
7.	الإجابة عن كل التساؤلات التي يطرحها المسافرين.	2.420	1.553	48.4	منخفض	7
	المستوى العام الأمان	2.614	1.412	52.3	متوسط	-

اتضح من الجدول (8) أن المتوسطات الحسابية لفقرات بُعد الأمان تراوحت بين (2.420-2.703)، بانحرافات معيارية تراوحت بين (1.393-1.603) وقد جاءت في المرتبة الأولى الفقرة "أشعر بالراحة عندما أكون مسافرًا مع الخطوط الجوية الليبية." بمتوسط حسابي بلغ (2.703)، وانحراف معياري (1.464)، ووزن نسبي (54.1%)، تليها في المرتبة الثانية الفقرة "السلوك الجيد لموظفي الشركة ينشئ الثقة والاطمئنان لدى المسافرين." بمتوسط حسابي (2.703)، وانحراف معياري (1.563)، ووزن نسبي (54.1%)، أما في المرتبة ما قبل الأخيرة فقد جاءت الفقرة "تحلي موظفي الشركة بالأدب والاحترام في التعامل مع المسافرين." بمتوسط حسابي (2.547)، وانحراف معياري (1.603)، ووزن نسبي (51.0%)، في حين جاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة "الإجابة عن كل التساؤلات التي يطرحها المسافرون." بمتوسط حسابي (2.420)، وانحراف معياري (1.553)، ووزن نسبي (48.4%)، وبوجه عام بلغ المتوسط العام لبُعد الأمان (2.614)، بانحراف معياري (1.412)، ووزن نسبي (52.3%)، وهو بمستوى متوسط مقارنة بمستويات الوزن النسبي المعتمدة في الدراسة مما يشير إلى أن مستوى الأمان في الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الليبية جاء بدرجة متوسطة.

اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى: وتنص على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية-فرع بنغازي عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ "، وللتحقق من صحة الفرضية حسب متوسط الرتب، وتم استخدام ولكوكسون (Wilcoxon) لعينة واحدة لتحديد اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (9) يوضح دلالة الفروق اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة

البيان	العدد	الخطأ المعياري	الوسيط	قيمة ولوكسون (W)	Z	الدلالة الإحصائية	حجم التأثير
اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة	276	1,319.792	3	10,852.5	-6.154	0.000	0.370

يتضح من الجدول (9) أن الخطأ المعياري لمتغير اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة بلغ (1,319.792)، كما بلغ الوسيط (3)، وبلغت قيمة اختبار ولوكسون (W) (10,852.500)، في حين بلغت قيمة (Z) (-6.154)، وبلغت قيمة الدلالة الإحصائية (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha = 0.05$)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسيط استجابات أفراد عينة الدراسة والوسيط الفرضي، كما بلغ حجم التأثير (0.370)، وهو حجم تأثير متوسط، مما يشير إلى أن الفروق ذات أهمية عملية متوسطة، وبناءً على ذلك يتم رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية – فرع بنغازي عند مستوى دلالة (0.05)، وتشير هذه النتيجة إلى أن اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة جاءت بمستوى متوسط، وهو ما يتفق مع نتائج التحليل الوصفي التي أظهرت أن المتوسط العام للمتغير بلغ (2.584)، بوزن نسبي (52.0%).

وينبثق عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: وتنص على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بعد الملموسية من شركة الخطوط الجوية الليبية-فرع بنغازي عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ "، وللتحقق من صحة الفرضية حسب متوسط الرتب، تم استخدام ولوكسون (Wilcoxon) لعينة واحدة لتحديد توافر بعد الملموسية والدلالة الإحصائية، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (10) يوضح دلالة الفروق في بُعد الملموسية

البيان	العدد	الخطأ المعياري	الوسيط	قيمة ولوكسون (W)	Z	الدلالة الإحصائية	حجم التأثير
بُعد الملموسية	276	1,290.395	3	9,447.5	-6.959	0.000	0.418

يتضح من الجدول (10) أن الخطأ المعياري لبُعد الملموسية بلغ (1,290.395)، كما بلغ الوسيط (3)، وبلغت قيمة اختبار ولوكسون (W) (9,447.500)، في حين بلغت قيمة (Z) (-6.959)، وبلغت قيمة الدلالة الإحصائية (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha = 0.05$)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسيط استجابات أفراد عينة الدراسة والوسيط الفرضي، كما بلغ حجم التأثير (0.418)، وهو حجم تأثير متوسط، مما يشير إلى أن الفروق ذات أهمية عملية متوسطة، وبناءً على ذلك يتم رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد الملموسية بشركة الخطوط الجوية الليبية – فرع بنغازي عند مستوى دلالة (0.05)، وتشير هذه النتيجة إلى أن اتجاهات العملاء نحو بُعد الملموسية جاءت بمستوى منخفض، وهو ما يتفق مع نتائج التحليل الوصفي التي أظهرت أن المتوسط العام لهذا البُعد بلغ (2.509)، ووزناً نسبياً قدره (50.2%).

الفرضية الفرعية الثانية: وتنص على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد التعاطف من شركة الخطوط الجوية الليبية-فرع بنغازي عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ "، وللتحقق من صحة

الفرضية حسب متوسط الرتب، تم استخدام ولكوكسون (Wilcoxon) لعينة واحدة لتحديد توافر بُعد التعاطف والدلالة الإحصائية، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (11) يوضح دلالة الفروق في بُعد التعاطف

البيان	العدد	الخطأ المعياري	الوسيط	قيمة ولكوكسون (W)	Z	الدلالة الإحصائية	حجم التأثير
بُعد التعاطف	276	1,311.243	3	13,561.0	-4.024	0.000	0.242

يتضح من الجدول (11) أن الخطأ المعياري لبُعد التعاطف بلغ (1,311.243)، كما بلغ الوسيط (3)، وبلغت قيمة اختبار ولكوكسون (W) (13,561.000)، في حين بلغت قيمة (Z) (-4.024)، وبلغت قيمة الدلالة الإحصائية (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha = 0.05$)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسيط استجابات أفراد عينة الدراسة والوسيط الفرضي. كما بلغ حجم التأثير (0.242)، وهو حجم تأثير صغير، مما يشير إلى أن الفروق ذات أهمية عملية محدودة، وبناءً على ذلك يتم رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد التعاطف بشركة الخطوط الجوية الليبية – فرع بنغازي عند مستوى دلالة (0.05)، وتشير هذه النتيجة إلى أن اتجاهات العملاء نحو بُعد التعاطف جاءت بمستوى متوسط، وهو ما يتفق مع نتائج التحليل الوصفي التي أظهرت أن المتوسط العام لهذا البُعد بلغ (2.693)، ووزناً نسبياً قدره (54.0%).

الفرضية الفرعية الثالثة: وتنص على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد الاستجابة من شركة الخطوط الجوية الليبية-فرع بنغازي عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ "، للتحقق من صحة الفرضية حسب متوسط الرتب، تم استخدام ولكوكسون (Wilcoxon) لعينة واحدة لتحديد توافر بُعد الاستجابة والدلالة الإحصائية، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (12): يوضح دلالة الفروق في بُعد الاستجابة

البيان	العدد	الخطأ المعياري	الوسيط	قيمة ولكوكسون (W)	Z	الدلالة الإحصائية	حجم التأثير
بُعد الاستجابة	276	1,297.253	3	9,265.500	-7.168	0.000	0.431

تضح من الجدول (12) أن الخطأ المعياري لبُعد الاستجابة بلغ (1,297.253)، كما بلغ الوسيط (3)، وبلغت قيمة اختبار ولكوكسون (W) (9,265.500)، في حين بلغت قيمة (Z) (-7.168)، وبلغت قيمة الدلالة الإحصائية (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha = 0.05$)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسيط استجابات أفراد عينة الدراسة والوسيط الفرضي. كما بلغ حجم التأثير (0.431)، وهو حجم تأثير متوسط، مما يشير إلى أن الفروق ذات أهمية عملية متوسطة. وبناءً على ذلك يتم رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد الاستجابة بشركة الخطوط الجوية الليبية – فرع بنغازي عند مستوى دلالة (0.05)، وتشير هذه النتيجة إلى أن اتجاهات العملاء نحو بُعد الاستجابة جاءت بمستوى منخفض، وهو ما يتفق مع نتائج التحليل الوصفي التي أظهرت أن المتوسط العام لهذا البُعد بلغ (2.474)، ووزناً نسبياً قدره (49.5%).

الفرضية الفرعية الرابعة: وتنص على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد الاعتمادية من شركة الخطوط الجوية الليبية-فرع بنغازي عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ "، للتحقق من صحة الفرضية حسب متوسط الرتب، تم استخدام ولكوكسون (Wilcoxon) لعينة واحدة لتحديد توافر بُعد الاعتمادية والدلالة الإحصائية، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (13) يوضح دلالة الفروق في بُعد الاعتمادية

البيان	العدد	الخطأ المعياري	الوسيط	قيمة ولكوكسون (W)	Z	الدلالة الإحصائية	حجم التأثير
بُعد الاعتمادية	276	1,282.874	3	12,121.500	-4.810	0.000	0.289

يتضح من الجدول (13) أن الخطأ المعياري لبُعد الاعتمادية بلغ (1,282.874)، كما بلغ الوسيط (3)، وبلغت قيمة اختبار ولكوكسون (W) (12,121.500)، في حين بلغت قيمة (Z) (-4.810)، وبلغت قيمة الدلالة الإحصائية (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha = 0.05$)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسيط استجابات أفراد عينة الدراسة والوسيط الفرضي، كما بلغ حجم التأثير (0.289)، وهو حجم تأثير صغير، مما يشير إلى أن الفروق ذات أهمية عملية محدودة. وبناءً على ذلك يتم رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد الاعتمادية بشركة الخطوط الجوية الليبية – فرع بنغازي عند مستوى دلالة (0.05)، وتشير هذه النتيجة إلى أن اتجاهات العملاء نحو بُعد الاعتمادية جاءت بمستوى متوسط، وهو ما يتفق مع نتائج التحليل الوصفي التي أظهرت أن المتوسط العام لهذا البُعد بلغ (2.632)، ووزناً نسبياً قدره (52.6%).

الفرضية الفرعية الخامسة: وتنص على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد الأمان من شركة الخطوط الجوية الليبية-فرع بنغازي عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ ، للتحقق من صحة الفرضية حسب متوسط الرتب، تم استخدام ولكوكسون (Wilcoxon) لعينة واحدة لتحديد توافر بُعد الأمان والدلالة الإحصائية، وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (14): يوضح دلالة الفروق في بُعد الأمان

البيان	العدد	الخطأ المعياري	الوسيط	قيمة ولكوكسون (W)	Z	الدلالة الإحصائية	حجم التأثير
بُعد الأمان	276	1,296.530	3	12,741.000	-4.491	0.000	0.270

يتضح من الجدول (14) أن الخطأ المعياري لبُعد الأمان بلغ (1,296.530)، كما بلغ الوسيط (3)، وبلغت قيمة اختبار ولكوكسون (W) (12,741.000)، في حين بلغت قيمة (Z) (-4.491)، وبلغت قيمة الدلالة الإحصائية (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha = 0.05$)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسيط استجابات أفراد عينة الدراسة والوسيط الفرضي. كما بلغ حجم التأثير (0.270)، وهو حجم تأثير صغير، مما يشير إلى أن الفروق ذات أهمية عملية محدودة. وبناءً على ذلك يتم رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد الأمان بشركة الخطوط الجوية الليبية – فرع بنغازي عند مستوى دلالة (0.05)، وتشير هذه النتيجة إلى أن اتجاهات العملاء نحو بُعد الأمان جاءت بمستوى متوسط، وهو ما يتفق مع نتائج التحليل الوصفي التي أظهرت أن المتوسط العام لهذا البُعد بلغ (2.614)، ووزناً نسبياً قدره (52.3%).

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تعكس واقع جودة الخدمات المقدمة من وجهة نظر العملاء بشركة الخطوط الجوية الليبية – فرع بنغازي، والتي يتم عرضها فيما يلي:

1. أن المستوى العام لاتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية – فرع بنغازي جاء بدرجة متوسطة، مما يعكس وجود مستوى مقبول من رضا العملاء تجاه جودة الخدمات المقدمة.

2. أن مستوى بعد الملموسية جاء بدرجة منخفضة، مما يدل على وجود قصور في الجوانب المادية المرتبطة بتقديم الخدمة، مثل تحديث الطائرات، وتوفير وسائل الترفيه، وتحسين التجهيزات والمرافق المرتبطة بخدمة المسافرين.
3. أن مستوى بُعد التعاطف جاء بدرجة متوسطة، مما يعكس اهتمامًا مقبولًا من قبل الشركة والعاملين باحتياجات العملاء والتعامل معهم بأسلوب يتسم بالاحترام واللباقة.
4. أن مستوى بُعد الاستجابة جاء بدرجة منخفضة، مما يدل على وجود قصور في سرعة استجابة الشركة لاحتياجات العملاء، والتعامل مع المشكلات المتعلقة بتأخير أو إلغاء الرحلات وفقدان الأمتعة.
5. أن مستوى بُعد الاعتمادية جاء بدرجة متوسطة، مما يعكس وجود مستوى مقبول من ثقة العملاء في قدرة الشركة على تقديم خدماتها والوفاء بالتزاماتها.
6. أن مستوى بُعد الأمان جاء بدرجة متوسطة، مما يشير إلى شعور العملاء بدرجة مقبولة من الأمان والثقة أثناء تعاملهم مع شركة الخطوط الجوية الليبية.
7. وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية – فرع بنغازي عند مستوى الدلالة (0.05)، حيث تم رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل، كما أظهرت النتائج أن اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة جاءت بمستوى متوسط.
8. وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد الملموسية عند مستوى الدلالة (0.05)، وتم رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل، كما تبين أن مستوى هذا البعد جاء منخفضًا، مما يعكس حاجة الشركة إلى تحسين الجوانب المادية المرتبطة بتقديم الخدمة.
9. وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد التعاطف عند مستوى الدلالة (0.05)، وتم رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل.
10. وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد الاستجابة عند مستوى الدلالة (0.05)، وتم رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل، كما تبين أن مستوى هذا البعد جاء منخفضًا، مما يدل على وجود قصور في سرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء ومعالجة المشكلات المرتبطة بالخدمة.
11. وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد الاعتمادية عند مستوى الدلالة (0.05)، وتم رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل.
12. وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات العملاء نحو بُعد الأمان عند مستوى الدلالة (0.05)، وتم رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل.
13. أن مستوى جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية – فرع بنغازي جاء بمستوى متوسط من وجهة نظر العملاء، مما يشير إلى وجود جهود تبذلها الشركة في تقديم خدماتها، إلا أنها لا تزال بحاجة إلى مزيد من التطوير والتحسين.
14. أن بُعد الأمان جاء في المرتبة الأولى بين أبعاد جودة الخدمة، وهو ما يعكس شعور العملاء بالثقة والأمان أثناء تعاملهم مع الشركة، وأن بُعد التعاطف حقق مستوى جيدًا نسبيًا، مما يدل على اهتمام العاملين بالتعامل مع العملاء وتقديم الخدمة لهم باحترام ولباقة، وأن بُعد الاعتمادية جاء بمستوى متوسط، الأمر الذي يشير إلى وجود تفاوت في قدرة الشركة على تقديم الخدمة بصورة دقيقة وفي المواعيد المقررة، وأن بُعد الاستجابة يعد من أضعف الأبعاد، وهو ما يعكس وجود قصور في سرعة الاستجابة لاستفسارات وشكاوى العملاء، إضافة إلى بطء معالجة المشكلات المتعلقة بالخدمة، وأن بُعد الملموسية جاء في أدنى المراتب، مما يشير إلى حاجة الشركة لتطوير الجوانب المادية للخدمة، مثل الطائرات، وصلات الانتظار، والتجهيزات، والمظهر العام لمرافق الخدمة.
15. وجود تفاوت في تقييم العملاء لأبعاد جودة الخدمة، وهو ما يعكس اختلاف مستويات الأداء بين الأبعاد المختلفة، ويؤكد ضرورة التركيز على الأبعاد الأقل تقييمًا لتحقيق جودة متوازنة.

توصيات الدراسة:

1. العمل على تحديث الطائرات وتحسين المرافق والتجهيزات المادية المرتبطة بالخدمة، مع توفير وسائل ترفيه مناسبة للمسافرين، بما يساهم في تحسين بُعد الملموسية ورفع مستوى رضا العملاء.
 2. تطوير آليات الاستجابة السريعة لشكاوى واستفسارات العملاء، وتقليل الزمن اللازم لمعالجة المشكلات المتعلقة بتأخير أو إلغاء الرحلات أو فقدان الأمتعة، بما يعزز ثقة العملاء في الشركة، والاستفادة من ملاحظات العملاء في تحسين جودة الخدمات المقدمة.
 3. تعزيز برامج التدريب المستمر للعاملين في مجالات خدمة العملاء والاتصال الفعال، بما يساهم في تحسين مهارات التعامل مع المسافرين والاستجابة لاحتياجاتهم بكفاءة واحترافية.
 4. تحسين نظام التواصل مع العملاء من خلال استخدام الرسائل النصية والتطبيقات الإلكترونية لإبلاغهم بأي تغييرات تتعلق بمواعيد الرحلات أو التأخيرات أو الإلغاءات بشكل فوري.
 5. تعزيز الالتزام بمواعيد الرحلات المعلنة، والعمل على تقليل حالات التأخير غير المبرر، ووضع خطط بديلة للتعامل مع الظروف الطارئة بما يحد من تأثيرها على المسافرين.
 6. مراجعة سياسات التعويض عن التأخير أو إلغاء الرحلات أو فقدان الأمتعة، بما يحقق العدالة والشفافية ويعزز ثقة العملاء بالشركة.
 7. تعزيز ثقافة الجودة الشاملة داخل الشركة من خلال وضع معايير واضحة لقياس جودة الخدمات، وإجراء تقييمات دورية لمستوى الأداء، والعمل على التحسين المستمر.
 8. إجراء استطلاعات دورية لقياس رضا العملاء عن الخدمات المقدمة، والاستفادة من نتائجها في تطوير الخدمات ومعالجة جوانب القصور بصورة مستمرة.
 9. الاستفادة من التقنيات الرقمية في إجراءات الحجز والتسجيل وخدمة العملاء، بما يساهم في تسريع تقديم الخدمة وتحسين تجربة المسافر وتقليل الازدحام في منافذ الخدمة.
 10. توفير برامج تدريبية متخصصة لموظفي الصفوف الأمامية تركز على مهارات التواصل، وإدارة المواقف الطارئة، والتعامل مع كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة، بما يعزز مستوى التعاطف والأمان لدى العملاء.
 11. إجراء دراسات مستقبلية تتناول جودة الخدمات في شركات الطيران الليبية الأخرى، أو دراسة متغيرات إضافية مثل رضا العملاء، والولاء، والصورة الذهنية، وجودة الخدمات الإلكترونية، بما يساهم في إثراء الأدبيات العلمية وتقديم نتائج يمكن الاستفادة منها في تطوير قطاع النقل الجوي الليبي.
- المصادر والمراجع :**
- إدريس، ثابت، بحوث التسويق: أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض، الإسكندرية، مصر: الدار الجامعية، 2002-2003، ص. 396.
- بالأطرش، دلال، دور جودة خدمة النقل الجوي في كسب رضا الزبون-دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية بمدينة ورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، 2015.
- هدى، أوغيدني، اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة باجي مختار - عنابة، 2009، ص 151-152.
- بشراحيل، عوض، الجريري، صالح، اتجاهات المستهلك نحو شراء المنتجات الغذائية الوطنية والأجنبية: دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة عدن، مجلة العلوم الإدارية، العدد الثاني، 2010.
- الخنساء بلباهي، ، أثر تطوير المنتجات على اتجاهات المستهلكين" دراسة استطلاعية لعينة من مستهلكي منتجات مؤسسة كوندور إلكترونيكس بولاية بسكرة، جامعة محمد خيضر - الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، 2015.
- دنيا، بوخملة، اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية الإسلامية والعوامل المؤثرة في تبنيها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2021، ص ص 14-15.
- زاهر، بسام، صافيا، غزل، تحسين جودة الخدمة وأثرها على زيادة القدرة التنافسية للمنظمات: دراسة ميدانية على مؤسسة الطيران العربية السورية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، المجلد 33، العدد 3، 2011، ص 145.
- السلمي، علي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للإيزو 9000، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص 18.
- عباس، هشام، قياس جودة خدمات المكتبات الجامعية، مكتبة فهد الوطنية، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، المجلد 11، العدد 1، 2005، ص ص 35-51.

- عبيدات، محمد، "سلوك المستهلك: مدخل استراتيجي"، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص 216.
- عمار، مفتاح، أبو ليفة، عبد المنعم، جودة الخدمات المقدمة من شركة الخطوط الجوية الليبية وأثرها على رضا العملاء، *مجلة جامعة الزيتونة*، العدد 10، 2014، ص ص 1-15.
- العكروت، نجلاء، جودة الخدمة المقدمة في مجال الضيافة الجوية بشركة الخطوط الجوية الليبية بين المتوقع والواقع، *مجلة كلية الاقتصاد، جامعة طرابلس*، الهدد 2024، 18، ص ص 22-53.
- علي، لونيس، 2007، العوامل الاجتماعية والثقافية وعلاقتها بتغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري. رسالة دكتوراه غير منشورة، ص 22.
- فريد، سعيدي، محمد، بن أشنهو، تأثير جودة الخدمة والسعر على ولاء الركاب لشركات الطيران منخفضة التكلفة في الجزائر، *مجلة دفاتر*، المجلد 20، العدد 2، 2024، ص ص 417-429.
- قادة، بيزيد، عبدالقادر، طلحة، جودة الخدمة ودورها في تحقيق ولاء العميل بالمؤسسة الخدمية: دراسة حالة مؤسسة أوريدو للاتصالات-سعيدة، *مجلة الأبحاث الاقتصادية*، المجلد 16، العدد 02، 2021، ص ص 225-243.
- كريمي، لينة، قاضي، ياسمين، تأثير تقنيات الاتصال التجاري على جودة الخدمة في قطاع الطيران دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية-وكالة قالمة، رسالة ماجستير غير منشورة، 2022، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
- المحيلاوي، قاسم، إدارة الجودة في الخدمات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
- منصور، يمن، 2008. دراسة المستهلكين في محافظة اللاذقية لشراء المنتجات الوطنية، *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العالمية- سلسلة البحوث الاقتصادية*، 30 (2)، 77-95.
- Badrillah, M. I. M., Shuib, A., & Nasir, S. (2023). How airline service quality (AIRQUAL) affects customer decision making in airline choices—A conceptual paper. In B. Alareeni & A. Hamdan (Eds.), *Sustainable Finance, Digitalization and the Role of Technology* (pp. 201–215). Springer International Publishing.
- Bin Miskeen, M. A. A., Alhodairi, A. M., & Rahmat, R. A. A. B. O. (2013). Evaluate the Service Quality of Local Airline Companies in Libya Using Importance-Satisfaction Analysis. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(6), 154–165.
- K.S. Jeiya Shivaani, Joseph K, V. Selvam, A Study on Customer Perception of Service Quality in Aviation Industry, *International Journal of Arts, Science and Humanities*, vol. 13, no. S1, 2026, pp. 28–32.
- Kustra, M., Żmigrodzka, M., & Płaczek, J. (2023). An attempt to determine the scale of the quality of passenger service by airlines. *Aviation and Security Issues*, 3(1).
- Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2002). *Marketing*. Boston: Houghton Mifflin Company, p25.
- Jeiya Shivaani, K. S., Joseph, K., & Selvam, V. (2026). A study on customer perception of service quality in aviation industry. *Shanlax International Journal of Arts, Science and Humanities*, 13(S1), 28–32.
- Venkatesh, B., & Nargundkar, R. (2006). Service Quality Perceptions of Domestic Airline Consumers in India: An Empirical Study. *Journal of Management*, 3(12), 34–42.
- <https://libyanairlines.aero/ar/libyan-airlines>
- <https://www.google.com/search>

Disclaimer/Publisher's Note: The statements, opinions, and data contained in all publications are solely those of the individual author(s) and contributor(s) and not of JLABW and/or the editor(s). JLABW and/or the editor(s) disclaim responsibility for any injury to people or property resulting from any ideas, methods, instructions, or products referred to in the content.