

# إسهام عوامل اختيار موقع المشروع في تعزيز أبعاد جودة الخدمة

## دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في بعض مراكز التسوق في مدينة الموصل

م.م. حسان ثابت نعمان الحسيني

رئاسة الجامعة التقنية الشمالية

[hassanthabit1311@ntu.edu.iq](mailto:hassanthabit1311@ntu.edu.iq)

ISSN 2709-6475 DOI: <https://dx.doi.org/10.37940/BEJAR.2022.2.2.17>

تأريخ النشر ٢٠٢٢/٦/١٠

تأريخ قبول النشر ٢٠٢٢/٤/٢٧

تأريخ استلام البحث ٢٠٢٢/٤/٢٢

### المستخلص

يسعى البحث الحالي إلى تحديد إسهام عوامل اختيار موقع المشروع (الموقع الجغرافي، وسائل النقل، الخصائص الديموغرافية) في تعزيز أبعاد جودة الخدمة على مستوى بعض مراكز التسوق في مدينة الموصل، إن الهدف من البحث يتمثل في تقديم إطار نظري يركز حول عوامل اختيار موقع المشروع التي ترتبط بمراكز التسوق وأبعاد جودة الخدمة واختبار علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث، وذلك عبر توزيع (44) استمارة استبانة، فضلاً عن تقديم مجموعة من المقترحات التي بالإمكان أن تسهم في حل المشاكل التي تواجهها المراكز فيما يخص اختيار موقع المشروع، وتتبع أهمية البحث عن طريق الربط بين المتغيرات، وهذا يمثل مبادرة للمراكز لمواجهة المشاكل الموجودة في البيئة التي تعمل بها وتحقيق أهدافها المخططة، وقد تم تطبيق البحث على عدد من مراكز التسوق في مدينة الموصل. وتم اختيار الأفراد العاملين في الإدارة العليا والوسطى كعينة للبحث كونهم أكثر معرفة وخبرة ولهم تأثير على عملية اتخاذ القرار، وقد تم تحليل هذه الاستمارات بالاعتماد على البرنامج (SPSS.Ver-28)، ومن أهم النتائج التي تضمنها البحث هي صحة الافتراضات التي تضمنها البحث عبر تحقق وجود علاقة ارتباط معنوية بين متغيرات البحث، فضلاً عن وجود تأثير معنوي لعوامل اختيار موقع المشروع في أبعاد جودة الخدمة، وهذا الأمر يعكس اهتمام مراكز التسوق المبحوثة بتبني هذه العوامل وتوافق طبيعة عمل المراكز والمتغيرات البحثية.

**الكلمات المفتاحية:** عوامل اختيار موقع المشروع، أبعاد جودة الخدمة.



مجلة اقتصاديات الأعمال  
المجلد (٢) العدد (٢) ٢٠٢٢  
الصفحات: ٣٤٧-٣٣١

(٣٣١)

**The Contribution of The Project Site Selection Factors in  
Enhancing The Service Quality Dimensions**  
**An exploratory study of the opinions of a sample of employees working  
at some malls in Mosul City**

**Abstract**

The current research sought to determine the roles of the project site selection factors (geographic location, transportation, demographic characteristics) in enhancing the quality of service dimensions at some malls in Mosul. The aim of the research is to provide a theoretical framework based on project site selection factors related with malls and quality service dimensions, and testing the correlation and regression between research variables, by distributing (44) questionnaires, As well as a set of suggestions that could contribute to solving the problems that could face the malls for the selection of the project site, and the importance of research come from linking between variables of the research and This is an initiative for malls to face problems in their environment and achieve their planned goals, The search was applied to a number of malls in Mosul and individuals in top and middle management were selected as the sample for the research as being more knowledgeable and experienced and having influence on decision-making , These forms were analyzed on a statistical software (SPSS.Ver-28), the most important result of the research being the validity of the research assumptions by verifying a significant correlation between the research variables and a significant effect of the project site selection factors on the quality of service dimensions, This reflects the malls interest in research in adopting these factors and the compatibility of their business and research variables.

**Key words:** Project Site Selection Factors, Service Quality Dimensions.

**المقدمة:**

في ظل الاهتمام المتزايد بالقضايا المتعلقة بجودة الخدمة وزيادة حدة المنافسة بين المنظمات لتحقيق رضا الزبائن، أصبح الحصول على الحصة السوقية من أهم الصعوبات التي تواجهها المنظمات، وهذا بدوره يدفعها إلى البحث عن الأساليب والطرق الجديدة في تقديم الخدمة للزبائن والتفوق على المنافسين، وتعد عوامل اختيار موقع المشروع من أبرز الأسباب التي تمكن المنظمات من النجاح والاستمرار في السوق، فضلاً عن إن هذه العوامل والمتمثلة بالموقع الجغرافي ووسائل النقل والخصائص الديموغرافية من الممكن أن تسهم في تعزيز أبعاد جودة الخدمة والمتمثلة بإمكانية الوصول والملموسية والاعتمادية، وهذا ما سيتم التطرق إليه في البحث، ويمكن الإشارة إلى أن عوامل اختيار موقع المشروع بأنها عملية تستند إلى طبيعة العمل ونمطه لأن اختيار المواقع بالنسبة للمشاريع بصورة عامة بحاجة إلى إجراء الدراسات المعمقة للجدوى الفنية والاقتصادية للبدائل المتاحة بغية اختيار البديل المناسب منها، إذ أن الاختيار غير المناسب يؤدي إلى خسائر جسيمة على مستوى المشروع والاقتصاد الوطني، وعلى هذا الأساس فإن مسألة اختيار مواقع المشاريع ينبغي أن تعتمد على دراسة العديد من العوامل التي تساعد في تطوير العلاقة ما بين حقول الصناعة المختلفة ونموها وتعميقها، أما أبعاد جودة الخدمة فإنها مقياس لقدرة المنظمة في الحفاظ على زبائنها، إذ يمكن الحكم على مستوى جودة الخدمة المقدمة عبر نسبة الزبائن التي قامت المنظمة في الحفاظ عليهم، وبالاعتماد على ما تم ذكره في أعلاه تضمن هذا البحث أربعة مباحث تم تخصيص المبحث الأول لمنهجية البحث، بينما خصص الثاني للإطار النظري، وخصص المبحث الثالث للإطار العملي للبحث، بينما خصص الرابع للاستنتاجات التي تم التوصل إليها من قبل الباحث والمقترحات المقدمة إلى المراكز المبحوثة

**المبحث الأول: منهجية البحث:****أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته:**

مشكلة البحث تتمثل في افتقار العديد من مراكز التسوق في مدينة الموصل إلى المواقع المخصصة للسيارات، مما يؤثر بشكل سلبي على إمكانية وصول الزبائن إلى هذه المراكز، فضلاً عن خلق اختناقات مرورية لأن المواقع الجغرافية المختارة لهذه المراكز تقع في مناطق فيها كثافة سكانية، وقد تم اختيار بعض المراكز في جانبي المدينة بصورة قصدية (1:10، Mid Town، الوطنية، Today)، والسبب في اختيار هذه المراكز هو إن هذه المراكز تفتقر إلى التسهيلات التي توفر جودة الخدمة للزبائن بسبب وجودها في مواقع غير مناسبة، كما إن الدراسات التي تناولت متغيري البحث كانت قليلة، فضلاً عن إن المراكز المبحوثة تحتاج إلى اختيار مواقع مناسبة لمثل هذه النوع من المشاريع لتحقيق التفوق على المنافسين وجذب الزبائن، وقد تم التعرف على ذلك عن طريق الدراسة الاستطلاعية والزيارات الميدانية التي قام بها الباحث قبل الخوض في إعداد البحث، وبناءً على ما تقدم يمكن تحديد مشكلة البحث بالتساؤلات الآتية:

١. هل يمكن الاعتماد على عوامل اختيار موقع المشروع في تعزيز أبعاد جودة الخدمة؟
٢. هل توجد علاقة ارتباط معنوية بين عوامل اختيار موقع المشروع وأبعاد جودة الخدمة؟
٣. هل يوجد تأثير معنوي لعوامل اختيار موقع المشروع في أبعاد جودة الخدمة؟

### ثانياً: أهمية البحث:

أهمية البحث تنبع عبر تقديم إطار نظري يركز على الربط بين متغيرات البحث (عوامل اختيار موقع المشروع، أبعاد جودة الخدمة)، وهذا يعد بمثابة مبادرة للمراكز المبحوثة في تحقيق أهدافها الساعية إلى تقديم خدمات بجودة تتناسب مع تطلعات الزبائن بالاعتماد على عوامل اختيار موقع المشروع التي تتسجم مع طبيعة عمل المراكز المبحوثة، كما إن هذا الإطار النظري يمكن أن يكون إضافة علمية إلى المكتبة العراقية في مجال إدارة الإنتاج والعمليات، فضلاً عن تقديم مجموعة من المقترحات التي يمكن أن تسهم في حل المشاكل التي تواجه المراكز فيما يخص اختيار الموقع المناسب للمشروع وتحقيق أبعاد جودة الخدمة.

### ثالثاً: أهداف البحث:

يمكن الإشارة إلى أهداف البحث بالآتي:

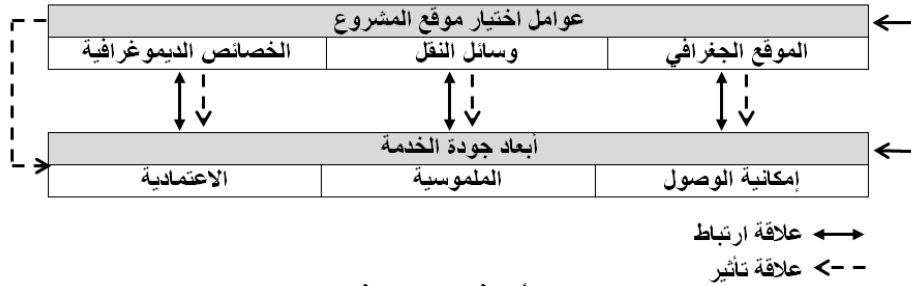
1. تحليل واقع عوامل اختيار موقع المشروع التي يمكن أن تتبناها المراكز المبحوثة.
2. اختبار طبيعة العلاقة بين عوامل اختيار موقع المشروع وأبعاد جودة الخدمة.
3. التعرف على طبيعة تأثير عوامل اختيار موقع المشروع في أبعاد جودة الخدمة.

### رابعاً: فرضيات البحث:

**الفرضية الأولى:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين عوامل اختيار موقع المشروع وأبعاد جودة الخدمة في مراكز التسوق المبحوثة.

**الفرضية الثانية:** هنالك تأثير ذو دلالة معنوية لعوامل اختيار موقع المشروع في أبعاد جودة الخدمة في مراكز التسوق المبحوثة.

### أنموذج البحث المقترح:



الشكل (1) أنموذج البحث الافتراضي

المصدر: الشكل من إعداد الباحث.

### خامساً: أساليب جمع البيانات والمعلومات:

للحصول على المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع البحث، قام الباحث بالاعتماد على

الآتي:

1. الاستعانة بعدد من المراجع العربية والاجنبية ذات الصلة بمحتوى البحث وهذا فيما يخص الجانب النظري.
2. استعمال استمارة الاستبانة التي تناولت متغيرات البحث، إذ تم الاعتماد على: (الحمداي، ٢٠٠٥)، (الاعوج، ٢٠١٨) ودراسة (Farahani, et.al., 2018) فيما يخص عوامل اختيار

(٣٣٤)

موقع المشروع، أما بالنسبة لأبعاد جودة الخدمة فقد تم الاعتماد على دراسة كل من (هرماس، ٢٠٢١)، (Pakurár, et al., 2019)، (Palese & Usai, 2018)، فضلاً عن المقابلات الشخصية لغرض تفسير المحتوى العملي للنتائج التي تم التوصل إليها.

#### سادساً: أساليب التحليل الإحصائي:

لكي يحقق البحث الحالي النتائج المرجوة قام الباحث بالاعتماد على البرنامج الإحصائي (SPSS. Ver-28) بوصفه أداة رئيسة في التحليل الإحصائي مع التركيز على الأساليب الإحصائية الآتية: (التكرارات، النسب المئوية، معامل الارتباط، معامل التحديد، معامل الانحدار الخطي البسيط، اختبار F، اختبار T).

#### سابعاً: حدود البحث:

١. الحدود الزمنية: امتدت للمدة من (2021/9/26 ولغاية 2022/4/25).
٢. الحدود المكانية: طبق البحث في بعض مراكز التسوق في مدينة الموصل.
٣. الحدود البشرية: شملت الافراد العاملين في الإدارة العليا والوسطى في مراكز التسوق في مدينة الموصل.

#### ثامناً: وصف عينة البحث:

تم اختيار عينة قصدية تمثلت بالأفراد الذين يعملون في مراكز التسوق المختارة في مدينة الموصل التي يبلغ عددها (4) مراكز من الذين لديهم الاطلاع والخبرة في مجال نشاطهم "الضمان تحقيق الفائدة من المعلومات الدقيقة والمفيدة المقدمة منهم"، "إلى جانب الصلاحيات التي يتمتعون بها في اتخاذ القرارات التي من الممكن أن تسهم في إجراء تغييرات جذرية جديدة في مجمل الأنشطة المتعلقة باختيار موقع المراكز"، وبالتالي إمكانية الحصول على الأفكار والمقترحات التي تعزز من أهمية الدراسة، وبموجب ذلك قام الباحث بتوزيع (48) استمارة استبانة على عينة البحث في مواقع عملهم بواقع (12) استبانة على كل مركز وكان عدد الاستمارات الصالحة للتحليل (44)، وهذا يشير إلى أن نسبة الاستجابة هي (91.66) والجدول (1) يبين التفاصيل المتعلقة بتوزيع استمارة الاستبانة على عينة البحث.

الجدول (1) خصائص الأفراد المبحوثين في المراكز المبحوثة

توزيع الافراد المبحوثين بحسب العمر (سنة)									
51- فأكثر		50-41		40-31		30-20			
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
3	6.82	5	11.36	11	25	25	56.82		
توزيع الافراد المبحوثين بحسب التحصيل الدراسي									
اعدادية		دبلوم		بكالوريوس		ماجستير		دكتوراه	
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
8	18.18	12	27.27	24	54.55	0	0	0	0
توزيع الافراد المبحوثين بحسب سنوات العمل في المجال									
21- فأكثر		20-16		15-11		10-6		5-1	
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
0	0	0	0	3	82.6	8	18.18	33	75

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على استمارة الاستبانة.

**المبحث الثاني: الإطار النظري للبحث:****المحور الأول: عوامل اختيار موقع المشروع:****أولاً: اختيار موقع المشروع:**

عملية اختيار موقع المشروع تستند إلى طبيعة العمل ونمطه لأن اختيار المواقع بالنسبة للمشاريع بصورة عامة بحاجة إلى إجراء الدراسات المعمقة للجدوى الفنية والاقتصادية للبدائل المتاحة بغية اختيار البديل المناسب منها، إذ إن الاختيار غير المناسب يؤدي إلى خسائر جسيمة على مستوى المشروع والاقتصاد الوطني، وعلى هذا الأساس فإن مسألة اختيار مواقع المشاريع ينبغي أن تعتمد على دراسة العديد من العوامل التي تساعد في تطوير العلاقة ما بين حقول الصناعة المختلفة ونموها وتعميقها (أمير، ٢٠١٣: ٣٥٠)، إن موقع المشروع يعني الأنشطة المتعلقة بإنتاج وتبادل واستهلاك السلع والخدمات والمعلومات، الموقع الذي تحدث فيه هذه الأنشطة يسمى موقع النشاط الاقتصادي، أن العوامل التي تؤثر على موقع الأنشطة الاقتصادية تختلف، وغالباً ما تزن المنظمات التجارية مزايا وعيوب عدد من المواقع قبل أن تقرر مكان البناء (Hanáčková & Gubaňová, 2018:6)، لقد أصبح اختيار موقع المشروع من القرارات المعقدة في الوقت الحاضر بسبب الاتجاهات الحديثة لهذا القرار والمتمثلة في العولمة وأثرها في قرار اختيار الموقع، ولذلك لم يعد للبلد أو الإقليم تأثير على نشاط المنظمات في الوقت الحاضر، وتؤثر على المفاضلة في اختيار مواقع المشاريع: العديد من العوامل منها: وفرة الطاقة الكهربائية، والظروف المناخية المتعلقة بتحديد احتياجات المشروع من أنظمة التهوية وتكييف الحرارة والبرودة، ومصادر المواد الإنشائية المتاحة في تلك المنطقة، والموارد الطبيعية ومدى توفرها ووسائل النقل والمواصلات والاتصالات ومدى قربها أو بعدها عن الموقع، فضلاً عن الموقع الجغرافي والخصائص الديموغرافية، وهذا يعتمد على طبيعة نشاط المشروع، وبالتالي فإن مسألة اختيار موقع المشروع تعتمد في الأساس على العوامل المباشرة التي تساعد في تحقيق المنافع على الأمد البعيد، ومن هذه العوامل آثار المشروع المقترح إنشاؤه في تطوير الاقتصاد الوطني، وفي رفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي لمختلف المناطق والأقاليم (Yang, 2017:4)، وتؤثر القرارات المتعلقة بالموقع على العمليات والإدارات في جميع أنحاء المنظمة، فضلاً عن ذلك فإنه عند تحديد موقع مرافق البيع بالتجزئة، يتعين على قسم التسويق أن يقيم بعناية الكيفية التي قد يجذب بها الموقع الزبائن، كما إن اختيار موقع المشروع يمكن أن يؤثر تأثيراً كبيراً على مواقف القوة العاملة للمنظمة وعلى قدرة المنظمة على العمل بفعالية عبر مختلف الإدارات، فضلاً عن أن للموقع آثار على إدارة الموارد البشرية في المنظمة وهو ما يجب أن يتوافق مع احتياجات المنظمة من التعيين والتدريب (Krajewski, et.al., 2013:407).

**ثانياً: أهمية اختيار موقع المشروع:**

تتجسد أهمية اختيار موقع المشروع:

إن أهمية قرار تحديد موقع المرافق، في أي منظمة، بصرف النظر عن حجمها وصناعتها، تحتاج إلى اتخاذ هذا القرار في مرحلة ما من مراحل عملها، من جهة أخرى، إن قرار تحديد الموقع يمثل مجالاً جذاباً للباحثين في جميع أنحاء العالم ونتيجة لذلك، وُضعت نظريات كثيرة لمساعدة المنظمات على اتخاذ قرار أفضل (Lumbwe, 2018:120)، ويؤدي اختيار موقع المشروع دوراً هاماً في التصميم الاستراتيجي للمشروع، ولاسيما المشروع الدولي غير أن هذه عملية معقدة لا تسمح للمنظمة بأن تغير موقعها بشكل متكرر، ويعد اختيار الموقع المناسب من بين مجموعة معينة

من البدائل عملاً صعباً يتطلب تقييم العوامل النوعية والكمية على السواء وأحد القرارات الاستراتيجية التي يتخذها العديد من المنظمات هو موقع أعمالها، كما أن العديد من المنظمات في جميع أنحاء العالم تستخدم مفهوم وتقنيات قرار تحديد الموقع والموقع تأثير كبير على مجمل المخاطر التي تتعرض لها المنظمة وعلى أرباحها فالمنظمات لا تتخذ قراراتها في الموقع إلا نادراً وذلك عادة بسبب قدرة المرفق أو بسبب التغيرات في إنتاجية العمل وأسعار الصرف والتكلفة (Heizer,2016:340).

### ثالثاً: أهداف اختيار موقع المشروع:

الهدف الأساسي لقرار لموقع التسهيلات هو تحديد موضع المرافق في المجال المحدد ثم يتعين على المنظمة أن تقرر المجال الذي ستختاره لتنظيم أعمالها، فضلاً عن ذلك فإن الهدف من قرار تحديد الموقع هو تحقيق أقصى استفادة من المنظمة، ومن ناحية أخرى يتطلب قرار تحديد الموقع اختيار موقع للأعمال التجارية لتقليل تكاليف العمليات (Heizer,et.al.,2017)، وحسب (Aswathappa,et.al.,2010:303)، فإن أهمية اختيار موقع المشروع تنبع من أنه وظيفة تحديد موقع المشروع لتحقيق أقصى قدر من الاقتصاد التشغيلي والفعالية، قرار الموقع هو جانب من جوانب إدارة العمليات المتعلقة بموقع الأعمال الجديدة من أجل تحسين هدف واحد على الأقل مثل التكلفة أو الربح أو المسافات أو الميزة التنافسية أو الخدمة أو وقت الانتظار.

### رابعاً: عوامل اختيار موقع المشروع:

يمكن القول إن هناك العديد من هذه العوامل التي تؤثر في قرارات الموقع، وأنه من الممكن أن يكون عامل واحد أو بعض العوامل القليلة أكثر أهمية في اتخاذ القرار، فعلى سبيل المثال في عمليات التصنيع فإن العوامل المؤثرة تتضمن في الغالب وفرة الطاقة اللازمة للإنتاج وتدفق المياه، فضلاً عن المواد الأولية، كما أن الصناعات الثقيلة مثل إنتاج الحديد والألمنيوم تتطلب كميات كبيرة من الطاقة الكهربائية، في حين تمثل كلف النقل عاملاً رئيساً في قرارات الموقع للعديد من المشاريع، وفي بعض المنظمات التي تقدم سلع وخدمات مثل الميدان المبحوث (مراكز التسوق) فإن العوامل الأكثر تأثيراً تتمثل بما يرتبط بالسوق من عوامل تتضمن نماذج المرور الملائمة ومواقع المنافسين والقرب من السوق، فمثلاً وكالات تأجير السيارات تتوطن بالقرب من المطارات ووسط المدينة (الحمداي، ٢٠٠٥: ٩٧)، وتستند عملية اختيار موقع المشروع على طبيعة الإنتاج لأن اختيار مواقع المشاريع يتطلب إجراءات المعقمة للجدوى الفنية والاقتصادية للبدائل المتاحة بغية اختبار البديل المناسب منها، إذ يؤدي الاختيار غير المناسب للموقع خسائر كبيرة للمنظمة (النجار وحسن، ٢٠١٤: ٢٢٤)، وقد تحتاج المنظمات القائمة إلى اتخاذ قرارات بشأن مواقعها لمجموعة متنوعة من الأسباب، فالمنظمات مثل البنوك وسلاسل الوجبات السريعة والمتاجر الكبرى ومحلات التجزئة تنظر إلى المواقع بعدّها جزءاً من استراتيجية التسويق، وهي تبحث عن مواقع تساعد على توسيع أسواقها وأساساً، تعكس القرارات المتعلقة بالمواقع في تلك الحالات إضافة مواقع جديدة إلى نظام قائم وتحديث حالة مماثلة عندما تشهد منظمة نمواً في الطلب على منتجاتها أو خدماتها لا يمكن تلبيته بالتوسع في موقع قائم، وغالباً ما تكون إضافة موقع جديد ليكمل النظام القائم بديلاً واقعياً، وتواجه بعض المنظمات قرارات تتعلق بموقعها بسبب استنزاف المدخلات الأساسية (Stevenson,2018: 343)، ويمكن الإشارة إلى أن العوامل التي سيتناولها البحث تم اختيارها اعتماداً على الزيارات الميدانية التي قام بها الباحث، إذ أنها تتوافق مع طبيعة عمل مراكز التسوق التي تتضمن:

## ١. الموقع الجغرافي:

خيارات الموقع الجغرافي للمشروع قديمة كقدم البشرية، فقد اختار الأفراد على الدوام مكان إقامتهم، بدءاً بالمغارة المناسبة، التي ينبغي أن تكون على مقربة معقولة من الأماكن التي يمكن العثور فيها على الطعام والعمل (Eiselt,2015:2)، فضلاً عن ذلك فإن الموقع الجغرافي للمشروع له دور كبير في المنافسة القائمة بين المنظمات التي تعمل في المجال نفسه، إذ لا بد من دراسة عدد المنافسين الحاليين والمحتملين (يمكن أن يكونوا منافسين مباشرين وغير مباشرين)، وكثافة ومستوى المنافسة في سوق موقع محدد، والمسافة بين المنافسين الرئيسيين قبل تحديد الموقع الجغرافي (Veerayuth,2017:43)، أحد أكبر التحديات في قرار اختيار موقع المشروع هو أن يكون الموقع الجغرافي للمشروع بعيداً نوعاً ما عن الأنهار لأنه قد يكون هناك مخالفات لهذا المشروع، وبالتالي تؤثر على البيئة بشكل سلبي، فضلاً عن الابتعاد عن المناطق السياحية للحفاظ على الناحية الجمالية لتلك المناطق (Heizer,2016:344).

## ٢. وسائل النقل:

يتضمن هذا العامل التكلفة لأي نوع من أنواع النقل، إذ أنه ضروري لمعظم المنظمات العمل على خفض تكلفة النقل لأنه يمكن أن يوفر الكثير من المال للمنظمة، ينبغي أن يكون الوصول إلى الموقع سهلاً، وينبغي أن تكون المنظمات قادرة على نقل وإخراج المواد إلى الموقع، كما إنه إذا لم يتم وضع البنية التحتية المطلوبة بالنسبة لوسائل النقل، فإن ذلك يمكن أن يكون له تأثير سلبي على وقت التنفيذ والاستجابة ورضا الزبائن (Kalantari,2013:37)، كما إن مدة النقل، والقدرة على النقل، والقدرة على الاحتفاظ بالمخزون، ومعدل النقل، وحالة الطريق، وإدارة المرور تؤثر بصورة كبيرة على إرضاء الزبائن (Farahani,et.al.,2018:5)، فضلاً عن أن تواجد المشروع في موقع يكون قريب من وسائل النقل يعتبر ميزة تنافسية، إذ أن الزبائن لا يواجهون صعوبة في الوصول إلى الموقع للحصول على السلع والخدمات التي يتم تقديمها (Karakitsiou,2015:34).

## ٣. الخصائص الديموغرافية:

إن الخصائص الديموغرافية لها دور كبير في تحديد موقع المشروع، إذ تتضمن جوانب مختلفة، إذ أن وجود عدد كبير من السكان في موقع المشروع قد ينعكس إيجاباً على المشروع لأن هذا يعني وفرة في الموارد البشرية من اليد العاملة التي لها دور أساسياً في نجاح المشروع وبالخصوص المشاريع التي تتطلب عدد كبير من العاملين، أو المشاريع التي تحتاج مستوى عالي من المهارات والخبرات، وعلى العكس من ذلك فإذا كان موقع المشروع في مكان يكون فيه التعداد السكاني كبير قد ينعكس سلباً على المجتمع مثل التسبب بالاختناقات المرورية التي تحدث نتيجة للعدد الكبير من السكان بالقرب من موقع المشروع (الاعوج، ٢٠١٨: ١٧)، ولذلك يتوجب على القائمين على اختيار موقع المشروع دراسة الخصائص الديموغرافية للزبائن واختيار المواقع بناءً على التوافق بين التعداد السكاني وطبيعة المشروع (Krajewski,et.al.,2013:410).

## المحور الثاني: أبعاد جودة الخدمة:

### أولاً: مفهوم جودة الخدمة:

وتتعلق جودة الخدمة بالدرجة الأولى بمفهوم الجودة، التي تعرف على أنها تكييف الخدمات لتلبية احتياجات الزبائن بالتكلفة المناسبة (سغيري وبن يزة، ٢٠٢٢: ٣٨٤)، وهي تلك الجودة التي تركز على كل من البعد الإجرائي والبعد الشخصي على أنها أبعاد ذات أهمية عند تقديم خدمة ذات (٣٣٨)



جودة عالية، إذ يتضمن الجانب الإجرائي من الإجراءات المحددة والنظم لتقديم الخدمات، بينما الجانب الشخصي فهو يتعلق بكيفية تعامل الأفراد العاملين مع الزبائن (خثير ومرايمي، ٢٠١٧: ٣٢)، فضلاً عن ذلك فإن جودة الخدمة هي قدرة الخدمة على تحقيق الأداء المطلوب ووفقاً للمواصفات المحددة (القيبي وزعيبة، ٢٠١٧: ١٦٠)، كما إنها وحسب (Ramya, et.al., 2019: 38) قدرة المنظمة في الحفاظ على زبائنها، إذ يمكن الحكم على مستوى جودة الخدمة المقدمة عبر نسبة الزبائن التي قامت المنظمة في الحفاظ عليهم. ويرى الباحث إن جودة الخدمة هي ذلك التفاعل الذي يجري بين الزبائن ومقدمي الخدمات ويستطيع الزبون الحكم على مستوى جودة الخدمة المقدمة عن طريق المقارنة بين توقعاته وما يلمسه فعلياً من الخدمة.

### ثانياً: أهمية جودة الخدمة:

يمكن الإشارة إلى أن أهمية جودة الخدمة يمكن عرضها وفق النقاط الآتية: (أحمد، ٢٠١٠: ٦٠)، (محمد، ٢٠٢٠: ٧٧)، (مرازقة ومخلف، ٢٠١٧: ٣٨٥)، (Thumawongcha, 2017: 37)، (Gupta & Kaushik, 2018: 82)

١. تحسين مستوى القدرة التنافسية.
٢. كفاء المنظمة تزداد من حيث إرضاء الزبائن.
٣. رفع مستوى الأداء والإنتاجية في المنظمة.
٤. زيادة فرصة المنظمة في البقاء والاستمرار في السوق.
٥. رفع مستوى مبيعات المنظمة وبالتالي زيادة الأرباح.
٦. الحفاظ على سمعة المنظمة والعمل على تحسينها بصورة تدريجية.

### ثالثاً: أهداف جودة الخدمة:

تتمثل أهداف جودة الخدمة بالنقاط الآتية: (Venugopal & Raghu, 2009: 266)، (Lumbwe, 2018: 25)، (Su & Teng, 2018: 215)، (Viraiyan, 2020: 3)

#### ١. خفض التكاليف:

إن الجودة تتطلب القيام بالأشياء الصحيحة بالطريقة الصحيحة من أول مرة ومن أول محاولة، وبالتالي فإن هذا يعني تقليل المواد التالفة أو إعادة استعمالها والاستفادة منها وبالتالي تخفيض الكلف.

#### ٢. تقليل الوقت اللازم لإنجاز المهمات للزبون:

إن الإجراءات التي وضعت من قبل المنظمة ركزت على تحقيق الأهداف ومراقبتها لإنجاز الخدمات للزبون، وهذا بدوره يؤثر بشكل سلبي على الزبائن لأن هذه الإجراءات طويلة وجامدة في كثير من الأحيان وتتضمن العديد من الحلقات الزائدة التي تتسبب في زيادة الوقت والجهد دون أي إضافة.

#### ٣. تحقيق الجودة:

ويتحقق ذلك عبر العمل على تطوير المنتجات بحسب رغبة الزبون، وإن زيادة الوقت لأداء وإنجاز المهام وزيادة أعمال المراقبة يحدث عادة نتيجة لعدم الاهتمام بالجودة، وبالتالي زيادة شكوى وتذمر الزبائن المستفيدين من هذه الخدمات.

**رابعاً: أبعاد جودة الخدمة:**

في هذا البحث تم الاعتماد على ثلاث أبعاد لجودة الخدمة (إمكانية الوصول، الاعتمادية، الملموسية)، وذلك بناءً على الزيارات الميدانية التي قام بها الباحث لعدد من مراكز التسوق في مدينة الموصل لغرض تحديد أكثر الأبعاد قرباً إلى واقع عمل هذه المراكز، فضلاً عن المقابلات التي تم إجرائها مع بعض العاملين في تلك المراكز، ولذلك فإن الأبعاد التي سيتم تناولها في هذا البحث دون غيرها لأنها تتوافق مع طبيعة عمل هذه المراكز هي:

**١. إمكانية الوصول:**

وهي تعني عدم وجود عوائق جغرافية أو اجتماعية أو مالية أو مؤسسية تحول دون وصول الزبائن المحتاج للخدمة من الوصول إليها (هرماس، ٢٠٢١: ١٦٩)، كما انه سهولة الوصول إلى المكان المقصود وسهولة الاتصال، كما إنه يعني أن الخدمة يمكن الوصول إليها بسهولة عن طريق الهاتف، ووقت الانتظار لاستلام الخدمة ليست طويلة، وهناك ساعات مناسبة من التشغيل، ومرفق الخدمة في موقع مناسب، الوصول يعني السهولة والراحة التي يمكن للزبائن من خلالها استعمال الخدمات التي تقدمها المنظمات، وتعد سرعة الوصول وسهولة الاتصال أهم عنصرين من عناصر إمكانية الوصول، وقد أظهرت البحوث أن زيادة إمكانية الحصول على الخدمات تؤدي إلى زيادة رضا الزبائن وكأحد أبعاد صورة الخدمة، قد يكون لإمكانية الوصول تأثير كبير مباشر أو غير مباشر على قرار اختيار موقع المشروع (Pakurár, et.al., 2019:6).

**٢. الاعتمادية:**

تعرف الاعتمادية بأنها القدرة على أداء الخدمة الموعودة بشكل موثوق ودقيق، وبالمعنى الواسع، تعني الاعتمادية وعود منظمات الخدمات بشأن التسليم، وشروط الخدمة، وحل المشاكل، والتسعير، فالزبائن يحبون التعامل مع هذه المنظمات التي تفي بوعودها، (Ananda & Devesh, 2017:2)، لذلك فإن الاعتمادية عنصر مهم في إدراك جودة الخدمة من قبل الزبون وولائه، وبالتالي تحتاج المنظمات إلى أن تكون على دراية بتوقع الزبون من الاعتمادية، وهي درجة ثقة الزبون في المنظمة ومدى اعتماده عليها في الحصول على الخدمات التي يتوقعها (Palese & Usai, 2018:134)، ويعكس هذا البعد مدى قدرة المنظمة على الوفاء بتقديم الخدمات في المواعيد المحددة، وبدرجة عالية من الدقة، ومدى سهولة وسرعة إجراءات الحصول على الخدمة (الجبوري، ٢٠٠٩: ١٧)، ويتفق كل من (Yilmaz, et.al., 2019:10)، (Viraiyan, 2020:19)، (Kotler, 1997:465) على أنها تعني أن المنظمات تؤدي الخدمة بشكل صحيح في المرة الأولى وعلاوة على ذلك، فإنه يظهر أن المنظمات تسعى إلى الوفاء بالوعد والاهتمام بالنتائج، وفي بعض الأحيان يتم تصنيف الاعتمادية على أنها البعد الأول لجودة الخدمة.

**٣. الملموسية:**

يتم الإشارة إليها على انها مظهر المرافق المادية والمعدات و مواد الاتصال والتكنولوجيا، كل هذه توفر تلميحات كافية للزبائن حول جودة خدمة المنظمة، كما أن هذا البعد يعزز صورة المنظمة، ومن ثم فإن بُعد الملموسية مهم للغاية للمنظمات وتحتاج إلى الاستثمار بكثافة في ترتيب المرافق المادية، وتحديد مواقع هذه المرافق (بابان، ٢٠١٤: ٣٣٣)، فضلاً عن ذلك فإنها تتضمن بيانات الخدمات، مثل البيانات والبطاقات (الخصم والائتمان) وسرعة المعاملات وكفاءتها، فضلاً عن ذلك يمكن عن طريق الملموسية تحقيق عدة امتيازات في مجال موقع المشروع مثل المظهر الخارجي في

حال كان موقع المشروع في منطقة تحتوي على مناظر طبيعية، فضلاً عن شكل البناية (إطلاق وبني سعيد، ٢٠٢١: ٤٥٤).

### المبحث الثالث: الإطار العملي للدراسة:

#### أولاً: وصف مجتمع البحث وأسلوب جمع البيانات:

هنالك العديد من مراكز التسوق في مدينة الموصل الموزعة في مواقع مختلفة داخل المدينة التي يوجد فيها مستوى متفاوت من حيث توفير أبعاد جودة الخدمة بالنسبة للزبائن، وإن عدد المراكز التي تقوم بدراسات معمقة لاختيار موقع المركز محدودة، وتم التماس ذلك عن طريق الزيارات الميدانية التي قام بها الباحث، تم اختيار مراكز التسوق في جانبي مدينة الموصل الأيمن والأيسر وذلك لتغطية أكبر قدر ممكن من الرقعة الجغرافية، إذ تم اختيار كل من مركز (الوطنية، Today) في جانب المدينة الأيمن، وتم اختيار (١٠:١، Mid Town) في جانب المدينة الأيسر، كما إن عدد الأفراد العاملين في المراكز التي تم اختيارها يتوافق مع طبيعة البحث، وقد كان عدد المراكز التي تضمنتها عينة الدراسة (4) موزعة في المدينة وبواقع (44) استمارة مع إجراء زيارات ميدانية لعدد من هذه المراكز ومقابلة الأفراد العاملين فيها.

#### ثانياً: وصف أبعاد البحث وتشخيصها:

خصص هذا المحور لوصف طبيعة متغيرات البحث وفقاً لإدراك الأفراد المبحوثين في المراكز، ولتحقيق ذلك قام الباحث باستعمال البرنامج الإحصائي (SPSS.Ver-28) للحصول على الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرارات ونسبها المنوية ويتضمن هذا المحور الآتي:

#### ١. الإدراك الأولي للأفراد المبحوثين عن عوامل اختيار موقع المشروع:

اعتمد الباحث في قياس عوامل اختيار موقع المشروع عبر ثلاثة عوامل تمثلت بـ(الموقع الجغرافي، وسائل النقل، الخصائص الديموغرافية) للتعرف على مستوى إدراك الأفراد المبحوثين، وقد بلغ مجموع الفقرات (12) فقرة، إذ تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي، والجدول (2) يوضح وصف هذا المتغير كما يدركه الأفراد المبحوثين.

الجدول (2) التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسب الاستجابة ومعامل الاختلاف لعوامل اختيار موقع المشروع في المراكز المبحوثة

معامل الاختلاف %	نسبة الاستجابة %	مؤثر	المتغير	مقياس الاستجابة					المتغير
				لا أتفق تماماً %	لا أتفق %	محايد %	أتفق %	أتفق تماماً %	
				%	%	%	%	%	
19.64	81.62	0.84	4.62	0.23	4.48	15.04	43.56	42.35	الموقع الجغرافي X1-X4
22.63	81.46	0.93	4.22	0.6	5.05	19.64	37.35	40.03	وسائل النقل X5-X8
21.65	83.23	0.91	4.15	0.7	5	17.07	34.01	34.86	الخصائص الديموغرافية X9-X12
21.31	82.10	0.89	4.33	0.51	4.85	17.25	38.31	39.08	المعدل العام
				5.36	17.25		77.39		المجموع

يتبين من معطيات الجدول (2) إن هناك اتفاق بين آراء الأفراد المبحوثين بشأن فقرات عوامل اختيار موقع المشروع، إذ بلغ معدل الانسجام العام لإجابات الأفراد المبحوثين بالاتفاق (أتفق تماماً، واتفق) (77.39%) ويشير هذا إلى درجة عالية من الانسجام في إجابات الأفراد المبحوثين على فقرات عوامل اختيار موقع المشروع، أي إن آراء الأفراد المبحوثين تتجه نحو الجانب الإيجابي بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي وعزز ذلك الوسط حسابي (4.33)، في حين بلغت درجة عدم الانسجام العام لإجابات الأفراد المبحوثين على فقرات عوامل اختيار موقع المشروع (5.36%) وهي نسبة قليلة، أما نسبة الإجابات المحايدة فهي (17.25%) وهي نسبة قليلة بالنسبة للأفراد المبحوثين، وبلغت قيمة معامل الاختلاف (21.31%) وهذا يعني اتفاق الأفراد المبحوثين وبدرجة واضحة حول هذه المتغيرات وفقاً لوجهة نظرهم الشخصية، في حين بلغت نسبة الاستجابة (82.10%)، وكان لعامل (الموقع الجغرافي) الإسهام الإيجابي الأكبر في إثراء عوامل اختيار موقع المشروع وقد حصل على أعلى نسبة اتفاق (85.91) وبوسط حسابي (4.62)، ويعود السبب في ذلك إلى أن الموقع الجغرافي له مساهمة كبيرة جداً في نجاح المشروع، إذ أن اختيار الموقع الجغرافي المناسب لمركز التسوق من حيث القرب من وسائل النقل والطرق العامة والقرب من مصادر المواد الأولية والموردين والابتعاد عن المناطق كثيفة السكان، فضلاً عن الابتعاد عن المنافسين سيوفر فرصة كبيرة لنجاح المشروع.

## ٢. الإدراك الأولي للأفراد المبحوثين عن أبعاد جودة الخدمة:

اعتمد الباحث في قياس أبعاد جودة الخدمة عبر ثلاثة أبعاد تمثلت بـ (إمكانية الوصول، الملموسية، الاعتمادية) للتعرف على مستوى إدراك الأفراد المبحوثين، وقد بلغ مجموع الفقرات (12) فقرة، إذ تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي، والجدول (3) يوضح وصف هذا المتغير كما يدركه الأفراد المبحوثين.

الجدول (3) التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة ومعامل الاختلاف لأبعاد جودة الخدمة في المراكز المبحوثة

معدل الاختلاف %	نسبة الاستجابة %	أثر المتغير	الوسط الحسابي	مقياس الاستجابة					المتغير	المتغير
				لا أتفق تماماً	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماماً		
				%	%	%	%	%		
18.37	82.57	0.86	4.73	0.33	3.98	14.06	44.76	45.35	إمكانية الوصول X16-X13	مجموع
21.80	80.36	0.88	4.25	0.27	6.02	18.34	35.45	42.03	الملموسية X20-X17	
20.75	82.22	0.93	4.32	0.36	4.85	16.88	37.03	33.84	الاعتمادية X24-X21	
20.31	81.72	0.89	4.43	0.32	4.95	16.43	39.08	37.94	المعدل العام	
					5.27	16.43	77.02		المجموع	

يتبين من معطيات الجدول (3) هناك اتفاق بين آراء الأفراد المبحوثين بشأن فقرات أبعاد جودة الخدمة، إذ بلغ معدل الانسجام العام لإجابات الأفراد المبحوثين بالاتفاق (أتفق تماماً، واتفق) (77.02%) ويشير هذا إلى درجة عالية من الانسجام في إجابات الأفراد المبحوثين على فقرات

أبعاد جودة الخدمة، أي إن آراء الأفراد المبحوثين تتجه نحو الجانب الإيجابي بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي وعزز ذلك الوسط حسابي (4.43)، في حين بلغت درجة عدم الانسجام العام لإجابات الأفراد المبحوثين على فقرات عوامل اختيار موقع المشروع (5.27%) وهي نسبة قليلة، أما نسبة الإجابات المحايدة فهي (16.43%) وهي نسبة قليلة بالنسبة للأفراد المبحوثين، وبلغت قيمة معامل الاختلاف (20.31%)، وهذا يعني اتفاق الأفراد المبحوثين وبدرجة واضحة حول هذه المتغيرات وفقاً لوجهة نظرهم الشخصية، في حين بلغت نسبة الاستجابة (81.72%)، وكان لُبعد (إمكانية الوصول) الإسهام الإيجابي الأكبر في إثراء أبعاد جودة الخدمة، وقد حصل على أعلى نسبة اتفاق (90.11) وبوسط حسابي (4.73)، ويعود السبب في ذلك إلى أن أحد أهم الأسباب التي تدفع الزبائن إلى القيام بعملية الشراء من مركز التسوق هو توفر كافة السبل التي تسهل عليه الوصول إلى موقع المركز من مواقف قريبة ومتاحة للسيارات ومن وجود تسهيلات مخصصة لذوي الهمم، فضلاً عن توفر المصاعد والسلالم الكهربائية.

### ثالثاً: اختبار علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث وتحليلها:

#### ١. اختبار علاقات الارتباط بين متغيرات البحث وتحليلها:

الفرضية الأولى للبحث تنص على وجود علاقة ارتباط معنوية بين عوامل اختيار موقع المشروع وأبعاد جودة الخدمة، وتم تحليل هذه العلاقة على مستوى المراكز المبحوثة والجدول (4) يوضح علاقة الارتباط بين عوامل اختيار موقع المشروع وأبعاد جودة الخدمة على مستوى المركز المبحوثة.

الجدول (4) نتائج علاقة الارتباط بين عوامل اختيار موقع المشروع وأبعاد جودة الخدمة في المراكز المبحوثة

أبعاد جودة الخدمة	المتغير المعتمد
*0.831	المتغير المستقل
	عوامل اختيار موقع المشروع

\*P≤0.05

N = 44

يلاحظ من الجدول (4) وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين عوامل اختيار موقع المشروع وأبعاد جودة الخدمة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (\*0.831) عند مستوى معنوية (0.05) مما يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين، إذ تشير هذه النتيجة إلى أنه كلما زادت المراكز من اهتمامها بعوامل اختيار موقع المشروع أدى ذلك إلى تحقيق أبعاد جودة الخدمة، وهذا يعني إن عناية القائمين على مشروع مركز التسوق باختيار الموقع المناسب للمشروع وتوفير وسائل النقل الملائمة للزبائن والاستفادة من إيجابيات الخصائص الديموغرافية للموقع الذي سيتم فيه إقامة المشروع سيسهم في تعزيز أبعاد جودة الخدمة، إذ سيكون من السهل على الزبائن الوصول إلى المركز مع الشعور بلموسية الخدمات التي يقدمها المركز، مما سيولد لدى الزبائن الثقة والرغبة في تكرار عملية الشراء من المركز نفسه، وبناءً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الأولى على مستوى المراكز المبحوثة.

## ٢. اختبار علاقات التأثير بين متغيرات البحث وتحليلها:

الفرضية الثانية للبحث تنص على وجود تأثير ذو دلالة معنوية لعوامل اختيار موقع المشروع في أبعاد جودة الخدمة، وقد تم تحليل علاقة التأثير على مستوى المراكز المبحوثة، والجدول (5) يوضح النتائج لعوامل اختيار موقع المشروع في أبعاد جودة الخدمة.

الجدول (5) نتائج التأثير لعوامل اختيار موقع المشروع في أبعاد جودة الخدمة في المراكز المبحوثة

اختبار F		R <sup>2</sup>	عوامل اختيار موقع المشروع		المتغير المستقل	
الجدولية	المحسوبة		$\beta_1$	$\beta_0$	قيم معاملات $\beta$	أبعاد جودة الخدمة
4.06	60.318	0.576	0.821 (7.748)*	0.758		
*P<0.05		N = 44	df= (1, 42)		( ) تشير إلى قيمة T المحسوبة	

يتبين من الجدول (5) الخاص بنتائج تحليل الانحدار وجود تأثير معنوي موجب لعوامل اختيار موقع المشروع بوصفها متغير مستقل في أبعاد جودة الخدمة بوصفها متغير معتمد، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (60.318) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.06) عند درجتي حرية (1,42) وبمستوى معنوية (0.05)، وبلغت قيمة معامل التحديد (R<sup>2</sup>) (0.576)، وهذا يعني أن (57.6%) من الاختلافات المفسرة في أبعاد جودة الخدمة تعود إلى تأثير عوامل اختيار موقع المشروع، أما الباقي فيعود إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلة في نموذج الانحدار أصلاً، وعن طريق متابعة معامل (B<sub>1</sub>) البالغ (0.821) واختبار (T) لها تبين أن قيمة (T) المحسوبة (7.748\*) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.676) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1,42). وبناءً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الثانية على مستوى المراكز المبحوثة.

## المبحث الرابع: الاستنتاجات والمقترحات:

## أولاً: الاستنتاجات:

- تحقق وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين عوامل اختيار موقع المشروع وأبعاد جودة الخدمة في المراكز المبحوثة، وهذا يشير إلى أن زيادة اهتمام المراكز بعوامل اختيار موقع المشروع سيسهم في تعزيز أبعاد جودة الخدمة.
- تبين وجود تأثير ذي دلالة معنوية لعوامل اختيار موقع المشروع في أبعاد جودة الخدمة في المراكز المبحوثة، وهذا يشير إلى أنه هناك إمكانية لاعتماد عوامل اختيار موقع المشروع في تعزيز أبعاد جودة الخدمة.
- اتضح افتقار المراكز إلى العديد من التسهيلات التي توفر الوقت والجهد على الزبائن والمتمثلة بالبنى التحتية كمواقف السيارات و السلاسل الكهربائية، فضلاً عن اضطرار الموردين للسلع إلى إدخال السلع من المداخل الخاصة بالزبائن نفسها.
- تبين إن القرار الخاص باختيار موقع المشروع لم يكن مدروساً بصورة جيدة بالنسبة للمراكز المبحوثة، إذ تم إقامتها في مواقع تؤثر بصورة سلبية على المجتمع كالاختناقات المرورية، فضلاً عن تراكم النفايات بالقرب من الأحياء السكنية.
- تبين من نتائج التحليل بأن الأهمية النسبية لعوامل اختيار موقع المشروع حسب الإدراك الأولي للأفراد المبحوثين في المراكز المبحوثة، هي إن عامل الموقع الجغرافي قد حصل على المرتبة

- الأولى، بينما كان عامل وسائل النقل في المرتبة الثانية، وقد حصل عامل الخصائص الديموغرافية على المرتبة الثالثة على مستوى المراكز المبحوثة.
٦. اتضح أن المراكز المبحوثة غير مواكبة إلى حد ما للتقنيات الحديثة، إذ أنها لا تمتلك على سبيل المثال موقع لها على Google Map.
٧. تبين إن مستوى الاهتمام بالجوانب البيئية بالنسبة للمراكز المبحوثة ضعيف، إذ أنها تفتقر إلى المساحات الخضراء التي ينعكس توفرها بصورة ايجابية على جذب الزبائن.

#### ثانياً: المقترحات:

١. ينبغي على المراكز المبحوثة زيادة الاهتمام بعوامل اختيار موقع المشروع (الموقع الجغرافي، وسائل النقل، الخصائص الديموغرافية) لما لهذه الأبعاد من أهمية كبيرة في أنشطة هذه المراكز.
٢. ضرورة زيادة اهتمام المراكز المبحوثة بأبعاد جودة الخدمة وإيلائها أهمية كبيرة لأنها تعد بمثابة مصدر مهم لهذه المراكز للبقاء والاستمرار والتفوق على المنافسين عبر تقديم خدمات مبتكرة تلبي احتياجات الزبائن المختلفة وبدرجة عالية من الايصائية.
٣. ضرورة زيادة الاهتمام باختيار موقع المشروع في مناطق لا تؤثر على المجتمع بطريقة سلبية مثل التسبب باختناقات مرورية أو تراكم النفايات بالقرب من المناطق السكنية وتوفير أماكن لوقوف السيارات، وهو ما تفتقر إليه العديد من مراكز التسوق في مدينة الموصل، فضلاً عن اختيار الموقع بالقرب من وسائل النقل مع العمل على الابتعاد من المناطق ذات الكثافة السكانية.
٤. ضرورة الاطلاع على تجارب الدول المتقدمة في مجال عوامل اختيار موقع المشروع والعمل على محاكاتها في بيئة العمل العراقية، وبالتالي تحقيق التفوق على المنافسين المستوى المحلي.
٥. نشر مفاهيم عوامل اختيار موقع المشروع وأبعاد جودة الخدمة بين العاملين في مراكز التسوق وذلك عبر إقامة حملات تثقيفية ودورات تدريبية في هذا المجال لغرض ترسيخ وتعزيز عوامل اختيار موقع المشروع وأبعاد جودة الخدمة.
٦. ينبغي وضع ضوابط من الجهات الرسمية فيما يتعلق بموقع إقامة المراكز لتجنب الضرر بالمجتمع والبيئة.
٧. العمل على مواكبة التطورات التقنية الحديثة، كالاتتماد على التطبيقات الخاصة بالتوصيل وتحديد الموقع مما يحفز الزبائن على القيام بعملية الشراء.

#### المصادر:

##### أولاً: المصادر العربية:

١. أحمد، بثينة لقمان، ٢٠١٠، الإبداع وانعكاساته على تطوير الجودة لخدمات المعلومات بالتطبيق في المكتبة المركزية بجامعة الموصل، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (٨)، العدد (٢٥)، العراق.
٢. الاوج، عبدالقادر محمد، ٢٠١٨، اختيار موقع المشروع، مجلة كلية الدراسات العليا بالجامعة الاسمية الإسلامية، العدد (١)، ليبيا.
٣. أمير، حيدر عدنان، ٢٠١٣، العوامل المؤثرة على اختيار موقع المشروع الصناعي وأثر ذلك على تلوث البيئة، مجلة دراسات محاسبية ومالية، جامعة بغداد، المجلد (٨)، العدد (٢٢)، العراق.
٤. بابان، رعد فاضل، ٢٠١٤، أبعاد جودة الخدمة المصرفية ودورها في تحقيق رضا الزبون: دراسة تطبيقية في مصرف الرشيد، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد (٩)، العدد (٢٩)، العراق.
٥. الجبوري، ميسر ابراهيم، ٢٠٠٩، أثر المشكلات الوظيفية في جودة الخدمة المصرفية، مجلة تنمية الراقدين، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد (٣١)، العدد (٩٦)، العراق.

٦. الحمداي، رعد عدنان، ٢٠٠٥، علاقة وأثر مضامين التسويق الأخضر وعوامل تحديد موقع المشروع: دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية / نينوى، أطروحة دكتوراه، جامعة الموصل.
٧. خثير، محمد ومرامي، أسماء، ٢٠١٧، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد (٣)، العدد (٤)، الجزائر.
٨. سغيري، وهيبه وبن يز، يوسف، ٢٠٢٢، المشاركة العامة وأثرها على جودة الخدمة العمومية في الجزائر: دراسة ميدانية، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد (٧)، العدد (١)، الجزائر.
٩. طلفاح، شافع سليمان وبنو سعيد، نضال مصطفى، ٢٠٢١، جودة الخدمة المقدمة ومستوى الرضا عنها من وجهة نظر اللاعبين المشاركين في البطولة الدولية للعبة الريشة الطائرة المقامة في الأردن عام 2019، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة اليرموك، المجلد (٣٠)، العدد (٢)، الأردن.
١٠. القبي، الطيب محمد وزعيبة، صلاح محمد، ٢٠١٧، أثر التخطيط الاستراتيجي على جودة الخدمة: دراسة ميدانية على شركة بريد ليبيا، مؤتمر ريادة الأعمال في ليبيا.
١١. محمد، أيوب محمود، ٢٠٢٠، "أثر جودة الخدمة في تحقيق ولاء الزبون: دراسة تطبيقية على عينة من مشتركي شركة ايرث لينك لخدمات الانترنت في محافظة اربيل، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد (١٨)، العراق.
١٢. مرزوقة، عيسى ومخلوف، سيهام، ٢٠١٧، أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد (١٢)، جامعة باتنة ١ الحاج لخضر، الجزائر.
١٣. النجار، صباح مجيد وحسن، شفاء بلاسم، ٢٠١٤، تقييم أساليب اختيار الموقع، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد (٤٢)، العراق.
١٤. هرماس، محمد، ٢٠٢١، متطلبات الموارد البشرية لجودة الخدمة الصحية في المؤسسة العمومية الاستشفائية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر.

#### ثانياً: المصادر الأجنبية:

15. Ananda S. & Sonal Devesh, 2017, Service quality dimensions and customer satisfaction: empirical evidence from retail banking sector in Oman, Total Quality Management & Business Excellence journal, Oman, <https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1393330>.
16. Aswathappa, K. & Bhat, K. Shridhara, 2010, Production and Operations Management, Global Media.
17. B. Palese, A. Usai, 2018, The relative importance of service quality dimensions in E-commerce experiences, International Journal of Information Management, Vol. (40), Issue 1, USA.
18. Farahani, Reza Zanjirani, Samira Fallah, Rubén Ruiz, Sara Hosseini & Nasrin Asgari, 2018, OR models in urban service facility location: A critical review of applications and future developments, European Journal of Operational Research, Vol. 1, issue 17, UK.
19. Gupta, Pragya, Kaushik, Neeraj, 2018, Dimensions of service quality in higher education-critical review (students' perspective), International Journal of Educational Management, USA, <https://doi.org/10.1108/IJEM-03-2017-0056>.
20. H. A. Eiselt, 2015, Applications of Location Analysis, Springer International Publishing Switzerland.
21. Hanáčková, Denisa & Monika Gubáňová, 2018, Location Factors and Their Importance in Location (in Conditions of Slovak Republic) Case Study, Vol. 10, Issue 1, 5-18, Slovakia.
22. Heizer, J., Barry, R., 2016, Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, Global Edition, USA.
23. Heizer, Jay, Render, Barry & Munson, Chuck, 2017, Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, 12<sup>th</sup> ed., PEARSON, USA.
24. Kalantari, Amir Hossein, 2013, Facility Location Selection for Global Manufacturing, Master of Science in Engineering, The University of Wisconsin-Milwaukee, USA.
25. Karakitsiou, Athanasia, 2015, Modeling Discrete Competitive Facility Location, Luleå University of Technology, Luleå, Sweden, Springer Cham Heidelberg, Sweden.
26. Kotler, Philip, 1997, Marketing Management: Analysis Planning, Implementation and Control, 9<sup>th</sup> ed., Printice-Hall Inc., New Jersey.



27. Krajewski, Lee J., Ritzman, Larry P. & Malhotra, Manoj K., 2013, Operations Management Processes And Supply Chains, Tenth Edition, England.
28. Lumbwe, Alice, 2018, The Impact of Location Decision on Small, Micro, and Medium Enterprises' Performance in Johannesburg, International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Paris, France.
29. Pakurár, Miklós, Haddad, Hossam, Nagy, János, Popp, József, Oláh, Judit, 2019, The Service Quality Dimensions that Affect Customer Satisfaction in the Jordanian Banking Sector, Sustainability Journal, Vol. 11, Hungary.
30. Ramya N. A. & Kowsalya, K. Dharanipriya, 2019, Service Quality and Its Dimensions, Epra International Journal of Research & Development, Vol. (4), Issue (2), India.
31. Stevenson, William J., 2018, Operations Management, 13th ed., McGraw-Hill Education, New York, USA.
32. Su, Yaohua, Teng, Weichen, 2018, Contemplating museums' service failure: Extracting the service quality dimensions of museums from negative on-line reviews, Tourism Management, Vol 69, pp. 214-222, Taiwan.
33. Thumawongcha, Veerayuth, 2017, Models and factors used for production location decisions: a review and categorizing framework, Master Thesis, School of Innovation, Design and Engineering, Mälardalen University, Sweden.
34. Venugopl, Vasanti, Raghu, V. N., 2009, Services Marketing, 7<sup>th</sup> ed., Himalaya Publishing House, Mumbai.
35. Viraiyan, Teeroovengadum, 2020, Service quality dimensions as predictors of customer satisfaction and loyalty in the banking industry: moderating effects of gender, European Business Review, Vol. (34), Issue (1).
36. Yang, Shuo, 2017, Improving the Performance of Service Network through Location-Based Optimization and Analysis of-a Case Study on Postal Service in a City in Northern Norway, Master's thesis, The Arctic University of Norway.
37. YILMAZ, Veysel, Erkan ARI, Gürbüz, Hüseyin, 2019, Investigating the relationship between service quality dimensions, customer satisfaction and loyalty in Turkish banking sector: an application of structural equation model, International Journal of Bank Marketing, Turkey, <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2017-0037>.

