

تأثير الاداء المستدام في تعزيز تجربة الزبون / دراسة أستطلاعية لآراء عينة من طلبة جامعة كلكامش الأهلية

أ.د.كاظم احمد جواد/الجامعة المستنصرية/ uadh_jsheme@uomustansiriyah.edu.iq
م.احمد محمد ابراهيم/الجامعة المستنصرية/ ahmed84n@uomustansiriyah.edu.iq

P: ISSN : 1813-6729
E : ISSN : 2707-1359

<https://doi.org/10.31272/jae.i140.1054>

المستخلص:

يهدف البحث الى تحديد تأثير الاداء المستدام بأبعاده (الاداء البيئي، والاداء الاجتماعي، والاداء الاقتصادي) في تعزيز تجربة الزبون (البعد الحسي، البعد المعرفي، البعد المادي، البعد العاطفي)، وتمثلت المشكلة المبحوثة في الدور الذي يمكن ان تُحققه تجربة الزبون في اكتساب انطباع جيد عن الجامعة المبحوثة من خلال الاداء المستدام، إذ تواجه الجامعات عموماً والجامعة المبحوثة على وجه خصوصاً تفاوت و اضعف في اقبال الطلبة ناتج عن تصورات وانطباعات تتولد من الافراد الآخرين نتيجة تجربتهم في الجامعة و ما شاهدوه فعلاً فيها، و تأتي أهمية البحث من متغيراته المبحوثة، فالاداء المستدام أصبح نهج الجامعات عموماً والجامعة المبحوثة لكونه عنصر اساس في بيئة الاعمال المعاصرة، وتحثل تجربة الزبون أهمية كبيرة لما لها من دور تعزيز الموقف التنافسي للجامعة المبحوثة نتيجة الانطباع والتصور الايجابي الذي يتولد من تجربة زبون جيدة يترسخ في ذهن الزبائن و الذي يمكن ان يتلمسه الطالب من خلال الاداء المستدام للجامعة المبحوثة، و تم توزيع استمارة الاستبيان بصيغة (Google Forms) الى طلبة الجامعة، ومن ثم أختير عينة بلغت (150) طالب وطالبة من الردود من مجتمع البحث المتمثل بطلبة الجامعة بكلياتها و تم الحصول على المعلومات المطلوبة التي جرى تحليلها باستخدام برنامج (SPSS v.24) ومن خلال استخدام الأساليب الاحصائية تم تحليل المعلومات الناتجة والتوصل الى عدد من الاستنتاجات والتوصيات، إذ كان أبرز أستنتاج يتمحور حول الدور الذي لعبه الاداء المستدام في تعزيز تجربة الزبون وبناء تصورات وانطباع جيد عن الجامعة، و اما أبرز توصية فتتعلق بالاستمرار بتعزيز الاداء المستدام من خلال الابعاد التي تُعبر عنه.

الكلمات المفتاحية: الاداء المستدام، الاداء البيئي، الاداء الاجتماعي، الاداء الاقتصادي، تجربة الزبون.



مجلة الادارة والاقتصاد
مجلد 48 العدد 140 / أيلول / 2023
الصفحات : 32 - 50

المقدمة

لقد مضى أكثر من ثلاث عقود على ظهور مفهوم الاستدامة وتطور هذا المفهوم خلال هذه المدة ليحتل أهمية كبيرة لدى المنظمات الصناعية والخدمية ويشمل كافة المجالات والاقسام داخل منظمات الاعمال لما له من فوائد اقتصادية واجتماعية وبيئية تنعكس ايجاباً على منظمات الاعمال ، فالاداء المستدام يلبي التزامات منظمات الاعمال اتجاه المجتمع ومنظمات المجتمع المدني من جهة ومن جهة أخرى يمكن ان يعكس ذلك ايجاباً على الافراد كزبائن لمنظمات الاعمال من خلال التصور الجيد الذي يمكن ان ينتقل الى الافراد عن طريق تجربتهم مع تلك المنظمات فما يحققه الاداء المستدام يتعايش معه الزبون من خلال ما يحصل على منتجات من سلع او خدمات وما يرافق ذلك من الانطباع الايجابي الذي يدركه الزبون وبالتالي يمكن ان يعزز ذلك جوانب عديدة لمنظمات الاعمال كالقدرة التنافسية والحصة السوقية و غير ذلك ، وتعد الجامعات احدى المنظمات الخدمية التي دأبت ان تمارس اعمالها وهي تواكب المتغيرات والمتطلبات البيئية والتشريعات الحكومية، فلا يخفى على الجميع سعي الجامعات والجامعة المبحوثة الى تحقيق الاداء المستدام وقد قطعت شوطاً كبيراً في ذلك، لذا انتهج الباحثون دراسة الدور الذي يطلع به الاداء المستدام في تعزيز تجربة الزبائن (الطالب) فمن خلال معاشته و اداء الطالب لنشاطاته العلمية نحاول ان نشخص ذلك الدور للاداء المستدام في تجربة الزبون التي ستعكس ايجاباً على الجامعة المبحوثة عندما تتحقق تجربة جيدة للزبون (الطالب) في جامعته يمكن ان ينقل الطالب ما يحمله من جوانب ايجابية الى المجتمع وبالتالي يؤدي ذلك الى تعزيز قدرة الجامعة التنافسية ، خصوصاً ان الجامعات الاهلية اليوم تواجه منافسة كبيرة فيما بينها من ناحية جذب الطلاب ، تضمن البحث اربعة محاور، انصرف المحور الاول بتقديم منهجية البحث التي تُعبر عن المشكلة والاهمية والاهداف وبناء المخطط الفرضي للبحث وفرضياته والمجتمع والعينة ، اما المحور الثاني فتضمن عرض للجانب النظري الذي تطرق الى المضامين الفكرية والفلسفية للمتغيرات المبحوثة ، في حين أنصرف المحور الثالث الى الجانب العملي بفقراته الاساسية ، اما المحور الرابع فتضمن عرض لأهم الاستنتاجات والتوصيات التي توصل اليها الباحثان.

المحور الاول منهجية البحث

اولاً : مشكلة البحث

تواجه منظمات الاعمال عموماً والمنظمة المبحوثة على وجه الخصوص تحديات التأثيرات السلبية التي تنتج عن ممارسة اعمالها التشغيلية وما يرافقه من ضغوط خارجية وداخلية تُشكل عبئاً عليها، مما يتطلب منها تقليل تلك التأثيرات السلبية لأدنى حد ممكن من خلال تطبيق المفاهيم الإدارية المعاصرة لغرض تلافي التأثير السلبية الذي يعكس على ادائها، ويُعد الاداء المستدام إحدى المفاهيم او الادوات الإدارية المعاصرة التي يمكن من خلالها تعزيز اداء منظمات الاعمال عن طريق تحديد طبيعة تجربة الزبون (الطالب) وكيف كانت تجربته في الجامعة المبحوثة بما هو متحقق من اداء مستدام وبشكل عام يمكن وضع مضامين المشكلة من خلال التساؤل الرئيس الذي مفاده:

هل هنالك تأثير للاداء المستدام في تعزيز تجربة الزبون؟ و يتفرع عن هذا التساؤل الرئيس الاسئلة الفرعية الاتية:

- 1- هل تدرك العينة المبحوثة الاداء المستدام و تجربة الزبون ؟
- 2- هل هناك تصور واضح عن دور الاداء المستدام في تعزيز تجربة الزبون ؟
- 3- ما هو الدور الذي سيؤثر في تعزيز تجربة الزبون من خلال تسليط الضوء على الاداء المستدام ؟

ثانياً : اهداف البحث

يهدف البحث الى تحقيق الاهداف الاتية:

- 1- تحديد مستوى أدراك العينة المبحوثة للاداء المستدام وتجربة الزبون .
- 2- تحديد طبيعة العلاقة ما بين الاداء المستدام وتجربة الزبون في الجامعة المبحوثة .
- 3- تحديد طبيعة التأثير للاداء المستدام في تجربة الزبون للجامعة المبحوثة .

ثالثاً : أهمية البحث

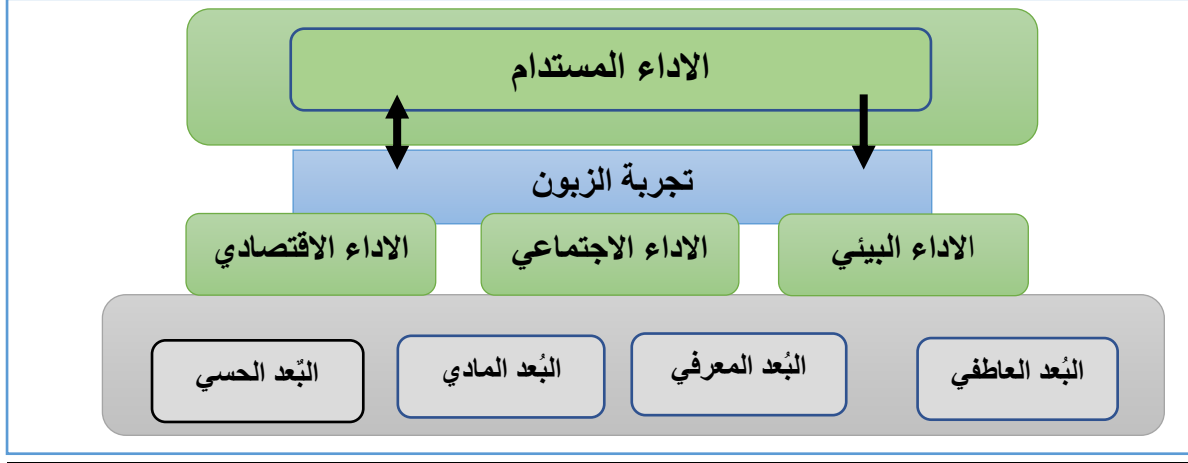
تأتي أهمية البحث من حداثة المتغيرات التي تطرق اليها الباحثان والتي ظهرت خلال العقود الثلاثة الأخيرة ، إذ نالت هذه المتغيرات اهتمام العديد من الباحثين والكتّاب من خلال الدراسات التي تطرقت اليها ، إذ لتجربة الزبون دور كبير في تحقيق مزايا تنافسية للجامعة ونقل صورة جيدة عنها امام المجتمع المبحوث فمن خلال

تأثير الاداء المستدام في تعزيز تجربة الزبون / دراسة استطلاعية لآراء عينة من طلبة جامعة كلكامش الأهلية

التصورات و الانطباعات الايجابية للطالب والتي يمكن ان تتحقق عند توافر متطلبات او ابعاد الاداء المستدام تتحقق تجربة جيدة تحقق العديد من المزايا التنافسية للجامعة.

رابعاً : المخطط الفرضي للبحث

لقد تم تحديد المخطط الافتراضي للبحث من خلال مراجعة الأدبيات ذات العلاقة بمتطلبات الاداء المستدام و تجربة الزبون، ويبين الشكل (1) التالي المخطط الفرضي للبحث:



الشكل (1)

المصدر : من اعداد الباحثان
ملاحظة : علاقة ارتباط ← علاقة تأثير

خامساً : فرضيات البحث

في ضوء تساؤلات البحث، أعتمد الباحثان على مجموعة من الفرضيات الرئيسية والفرعية المنبثقة عنها وعلى النحو الآتي :-

أ- الفرضية الرئيسية الاولى :- "توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاداء المستدام بأبعاده وتجربة الزبون". ويتفرع عنها الفرضيات الآتية:

- 1- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين البعد البيئي وتجربة الزبون .
 - 2- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين البعد الاجتماعي وتجربة الزبون .
 - 3- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين البعد الاقتصادي وتجربة الزبون .
- ب- الفرضية الرئيسية الثانية :- "يوجد تأثير معنوية ذو دلالة احصائية للاداء المستدام بأبعاده في تجربة الزبون". ويتفرع عنها الفرضيات الآتية:

- 1- توجد علاقة تأثير معنوية ذو دلالة احصائية للبعد البيئي في تجربة الزبون .
- 2- توجد علاقة تأثير معنوية ذو دلالة احصائية للبعد الاجتماعي في تجربة الزبون .
- 3- توجد علاقة تأثير معنوية ذو دلالة احصائية للبعد الاقتصادي في تجربة الزبون .

سادساً : مجتمع وعينة البحث

جرى تطبيق البحث في جامعة كلكامش الأهلية، وذلك نظراً لما توفره الجامعة من بيئة ملائمة لتطبيق موضوع البحث والذي يمكن ان يساهم في معالجة مشكلة تواجه معظم الجامعات والكليات الأهلية و تتعلق بالانطباع والتصور الذي يتولد لدى الطالب عن تلك الجامعات والكليات، و تكون مجتمع البحث من (923) طالب وطالبة، تم اختيار عينة مكونة من (150) طالب وطالبة من مختلف أقسام الجامعة عن طريق استمارة استبيان تم توزيعها بصيغة (Google Forms) ومن ثم القيام بمعالجة البيانات عن طريق البرنامج الاحصائي (SPSS v24) و تم تحليل النتائج باستخدام الوسط الحسابي بوصفه مؤشر عاماً لإجابات الخاصة بالعينة المبحوثة وكذلك استخدام الانحراف المعياري لمعرفة درجة التشتت في الإجابات و تحليل الانحدار البسيط لمعرفة معنوية تأثير الاداء المستدام في تعزيز تجربة الزبون.

سابعاً : أداة البحث

تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسية في جمع البيانات اللازمة، والتي تم توزيعها بصيغة (Google Forms) اما بالنسبة الى مستوى الاجابة فقد اعتمد مقياس ليكرت الخماسي وشمل (اتفق بشدة 5، اتفق 4، محايد 3، لا اتفق 2، لا اتفق بشدة 1)، و تم اعتماد المصادر التالية لمقياس الاداء المستدام (& Schultze Trommer,2011:10-13)، (Miller,2016:41)، (Eccles&Serafeim,2013:54)، اما متغير

تجربة الزبون فأعتمد المصادر التالية (Mishra & Sharma, 2011, : 204) ، (De Keyser et al., 2015:23) ، (Jain et al., 2016: 648-649)

ثامناً : أختبارات الاستبانة

1- **أختبار الصدق الظاهري للاستبانة :** يتم من خلال هذا الأختبار تحديد قدرة استمارة الاستبيان المستخدمة في جمع البيانات على قياس المتغيرات المبحوثة التي صُممت لقياسه، وتم الأخذ بنظر الاعتبار الشمولية في أستيعاب الأستمارة للمتغيرات المبحوثة والأبتعاد عن الأزواجية، ولغرض التحقق من مدى الصدق الظاهري لأستمارة الأستبيان قام الباحثان بعرضها على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص في تخصص الموضوع المبحوث بهدف الأخذ بأراءهم حول مدى الأداة بالنسبة الى صحة فقراتها ومدى ملائمتها لفرضيات البحث وأهدافه ومدى القدرة على قياس المتغيرات المبحوثة وبما يؤمن الوضوح في الفقرات والدقة العلمية، وقد حصلت أستمارة الاستبيان على اتفاق أغلب المحكمين وبنسبة بلغت (100%)، مع الأخذ بنظر الاعتبار بعض الملاحظات التي من شأنها تعديل بعض العبارات واعادة صياغة بعضها الآخر لتصبح أكثر ملائمة وأنسجام مع توجهات البحث وأهدافه وتمثيل متغيراته.

2 - **أختبار صدق وثبات الاستبانة :** يبين لنا هذا الأختبار مدى الصلاحية والانتماء لكل فقرة من الفقرات الخاصة بالاستبانة الى المجال الذي صُممت من أجله، و بالامكان التحقق من صدق المحتوى عن طريق معامل الثبات باستعمال المعادلة التالية (**الصدق = الجذر التربيعي لمعامل الثبات**) ، ويقصد بالثبات انه لو تم تطبيق المقياس على الافراد نفسهم بعد مدة من الزمن فإنه سيعطي ذات النتائج، ولأجل تحقيق ذلك يستخدم معامل (Cronbach Alpha) لتحديد معامل الثبات، وقد بلغت قيمة معامل الثبات (0.93) وهو اعلى من الحد الأدنى المقبول الذي يبلغ (60%)، ويدل هذا على أن الاستبانة المستخدمة في البحث مع مقاييسها المختلفة تتمتع بثبات عالٍ وبالامكان الاعتماد عليها في مختلف الاوقات لنفس الافراد وتعطي ذات النتائج، ونظراً لكون قيمة معامل الثبات الذي يستخرج بطريقة (Cronbach Alpha) = (0.93) فيصبح صدق الاستبانة = (0.96) وهي نسبة ممتازة وذات معامل مطمئن يؤكد على صدق المقياس .

المحور الثاني الجانب النظري

اولاً : الأداء المستدام

1- مفهوم الاداء المستدام

يصف (Schultze & Trommer, 2011:13) الاداء بأنه مدى تحقيق الشركات للمبادئ المستهدفة اي تلبية توقعاتهم ، ويعرف (Nofryant et al., 2021:2) الأستدامة بأنها قدرة الشركة على تحقيق أهداف الاعمال وزيادة قيمة المساهمين على الامد الطويل من خلال تضمين المحصلة النهائية الثلاثية في استراتيجية المنظمة"، اما الاداء المستدام هو "اداء الاعمال بجميع ابعادها وتعزيز استدامة الاعمال"، فالأداء المستدام هو استجابة الأعمال للمشاكل العالمية الناشئة كالفقر والجوع والبطالة المرتفعة وتغير المناخ والاحتباس الحراري العالمي، فالمنظمات التي تتحمل مسؤولياتها ضمن الأبعاد الاجتماعية والبيئية والاقتصادية تظهر تقدم نحو الاستدامة.

و يُشير كل من (Sapta et al., 2021:1) الى أن الاستدامة هي قضية استراتيجية في التنمية المستدامة ، إذ يمكن لمنظمات الاعمال ان تُساهم في تحقيق التنمية المستدامة إذا أهتمت بعملية التوازن في ثلاث جوانب هي (الاقتصادية ، والاجتماعية ، والبيئية) ، لذا يتحتم على منظمات الاعمال اعطاء الاولوية للأهداف المالية ، والاقتصادية والاهتمام بالمزايا الاجتماعية و الخدمات البيئية مسبقاً، لذا يتطلب الاداء المستدام ان تلي كل منظمة الاحتياجات الحالية من دون التضحية بأحتياجات الأجيال القادمة ، ويُشير (Aggarwal, 2013:61) الى أن الأستدامة تعتبر قضية ملحة وسبباً رئيسياً للقلق في جميع أنحاء العالم ، وقد عُرفت الأستدامة من اللجنة العالمية للبيئة والتنمية الأستدامة بأنها "تلبية أحتياجات الجيل الحالي من دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية أحتياجاتهم الخاصة"، وقد أكتسب مفهوم الأستدامة أهمية كبيرة لدى أصحاب المصالح، وبدأت العديد من المنظمات البحث عن الأستدامة في ادائها والتي تعني لها "التزام الاعمال التي تقوم بها بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة والعمل مع الموظفين وعوائلهم والمجتمع المحلي ككل لتحسين جودة حياتهم، ، وذكر (Baumgartner, 2008:118) ان مفهوم الأستدامة يُشير الى "إدارة الأعمال التي تترك أنها جزء لا يتجزأ من النظم الاجتماعية والبيئية والاقتصادية، وترتكز على الإدارة والعلاقات لتلبية المتطلبات البيئية والاجتماعية والاقتصادية للعديد من أصحاب المصلحة المختلفين في شبكتها، وتطرق (Rezaee, 2018:7) الى موضوع الاداء المستدام ضمن جانبين هما الجانب المالي والجانب غير المالي ، إذ أشار الى ان الأستدامة في الاعمال تركز على أنشاء توازن مناسب قصير الامد بهدف التحسين المستمر لكل من الاداء المستدام المالي والاداء

تأثير الاداء المستدام في تعزيز تجربة الزبون / دراسة استطلاعية لراء عينة من طلبة جامعة كلكامتر الأهلية

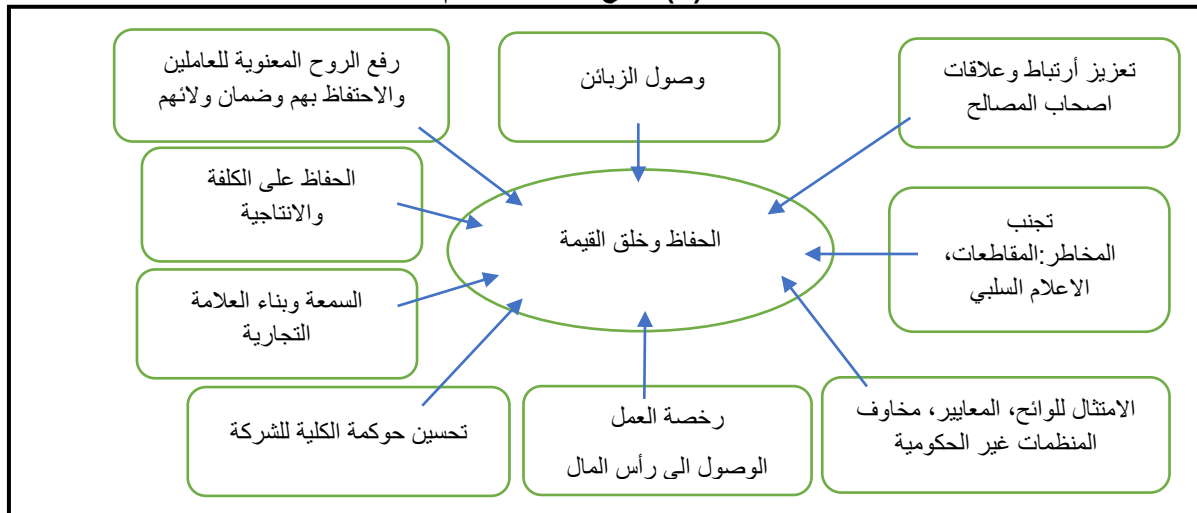
المستدام غير المالي ضمن الجوانب البيئية والاجتماعية والاخلاقية والحوكمة ، إذ قد تتخذ الادارة مداخل مختلفة ومتعارضة لأستدامة الاعمال ، فقد يتمثل أحد هذه المداخل في كون الاستدامة تعتبر مسألة أمثال لمبادرات طوعية او عمل خيري لايرتبط بالعمل الاساسي وهدف تكوين القيمة ، ومن جانب آخر يمكن ان يأخذ بنظر الاعتبار المدخل الناشئ الاستدامة في تمكين الفرص بهدف تكوين قيمة مشتركة من خلال التركيز على التحسين المستمر للاداء قصير الامد والنمو طويل الامد.

و يرى(Dalvi,2019:133-134) أن برامج الاستدامة كانت تهتم بتحسين الاداء البيئي أو الاجتماعي فقط، الا ان ارتفاع الطلب من قبل المُستثمرين أجبر الشركات على دمجها وإبقاء المستثمرين على اطلاع دائم بشأن ممارسات الأعمال والمخاطر المرتبطة بها، إذ كشفت الدراسات ان الشركات التي لديه تقارير الاستدامة تتمتع بالميزة التنافسية، فضلاً عن تقلبات الاسعار لديها تكون أقل نسبياً وسمعة افضل وصورة لعلامة تجارية افضل، لذلك نرى ان ان العديد من الشركات العالمية الرائدة تتبنى الممارسات التي تعمل على استدامة اعمالها مما يساعدها على البقاء والاستعداد للمستقبل لمواجهة اي تغيير في البيئة الخارجية، وخلال السنوات الماضية بدأت الشركات في الاعلان عن مزايا أافية مثل كفاءة الموارد وتخفيض التكاليف وأشاعة ثقافة الابتكار والتقارب بين اصحاب المصالح، مما غير من توقعات المجتمع من الاعمال التجارية إذ من المتوقع ان تخدم الاعمال التجارية اليوم احتياجات المجتمع مع تحقيق الارباح، ويؤكد الباحثون على ان منهج نموذج الاعمال المستدام يهتم بخلق القيمة الاجتماعية والبيئية ويتيح الاستدامة المتسقة

2- أهمية وفوائد الاداء المستدام

أكد كل من (Oncica-Sanislav & Candea,2016:45) على ان الطريق لأستدامة يرتبط بعملية التعلم، فالاستدامة لا تتطلب التغييرات الموجهة خارجياً فقط، بل تحتاج الى التغييرات الداخلية والتي تتعلق بتغيير الرؤيا والرسالة في القيم التنظيمية ضمناً، فضلاً عن تغيير في الثقافة التنظيمية، و يجب أيضاً تغيير سياسات التشغيل، وأخيراً وليس آخراً ، لابد من وضع أطر جديدة للتفكير الإداري، ويُشير (Nofryant et al.,2021:2) الى ان اعتماد أنشطة الاستدامة والإبلاغ عن أثارها التشغيلية يُحقق العديد من المنافع لمنظمات الاعمال، كالحفاظ على النمو الاقتصادي والتوسع به، وزيادة القدرة التنافسية وقيمة المساهمين، والسمعة، ورضا الزبائن وولائهم، والاحتفاظ بالموظفين الجيدين، وزيادة تحفيز الموظفين، وخفض التكاليف، و يُشير (Aggarwal,2013) الى ان الاستدامة تُحقق العديد من الفوائد للمنظمات نتيجة تضمينها في أعمالها ويمكن توضيحها في الشكل (2) التالي:

الشكل (2) منافع الاداء المستدام



Source: Aggarwal Priyanka ,2013, Impact of Sustainability Performance of Company on its Financial Performance: A Study of Listed Indian Companies, Global Journal of Management and Business Research Finance Volume 13 Issue 11 Version 1.0, pp:62.

ويعكس الاداء المستدام الاهداف النهائية للمنظمة من ناحية المسؤولية القائمة على الامتثال وتقارير الاداء القياسية لتلبية توقعات اصحاب المصلح (Nofryant et al.,2021:2)

3- أبعاد الأداء المستدام

يرى (Kühnen,2018:2-3) ان الأداء المستدام يتضمن ثلاث ابعاد (الاداء الاقتصادي، الاداء البيئي، الاداء الاجتماعي)، اما (Sapta et al.,2021:1) فيرى ان أن قياس الاداء المستدام يتضمن ثلاث أبعاد تغطي الاداء الاقتصادي والاداء التشغيلي والاداء البيئي، وذكر (Nofryant et al.,2021:2) بأنه يمكن قياس الأداء المستدام باستخدام المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. ، ويتفق معهم (Gadenne et al.,2012:212) على ان الاداء المستدام يتضمن (الاداء الاقتصادي والاداء الاجتماعي والاداء البيئي)، مما ورد سيتم اعتماد الابعاد التالية (الاداء البيئي، الاداء الاجتماعي، الاداء الاقتصادي) كأبعاد للأداء المستدام لكونها الابعاد الأكثر شيوعاً والتي يمكن تطبيقها في المنظمة المبحوثة، وفيما يلي شرح لها:

1- **الاداء البيئي** : ذكر كل من (Gallego-Alvarez et al.,2014) الى ان للاداء البيئي عدة تعريفات، إذ يعرف بأنه "التزام المنظمات في الحفاظ على البيئة الطبيعية وحمايتها على وفق خصائصها المتعددة كالحفاظ على جودة المياه والهواء والتربة وما الى ذلك"، ويمكن ان يعرف ايضاً بأنه "يُشير الى تأثيرات الانشطة التجارية والمنتجات على البيئة الطبيعية كاستهلاك الوقود وتوليد النفايات والانبعاثات السامة"، ويتعلق الاداء البيئي ايضاً بتقديم المنتجات من سلع وخدمات آمنة والابلاغ عن المخاطر البيئية ، اما (Schultze & Trommer,2011:10-13) فيشير الى المتطلبات المتعلقة بالبيئية لأصحاب المصالح، إذ هناك أصحاب مصالح تتعلق بالبيئة امام الشركات، إذ يجب على الشركات ان تُرضي مصالح المجموعات التي تتأثر بها، ويُعرف الاداء البيئي بأنه "فعالية الشركة في تلبية وتجاوز توقعات المجتمع فيما يتعلق بالمخاوف المتعلقة بالبيئة الطبيعية"، ويتعلق الاداء البيئي في استهلاك الوقود، والانبعاثات والغابات السامة، والكفاءة في الاستخدام الفعال للمواد الخام، والمخاطر، والتأثير البيئي، والفعالية في تحقيق اهداف الكفاءة البيئية، واجراءات الامتثال الى القوانين والتشريعات واللوائح الخاصة بالبيئة.

2- **الاداء الاجتماعي** : أشارة (Ioannou & Serafeim,2012) الى ان الاداء الاجتماعي يُعد احد التصنيفات التي على اساسها ترتب المنظمات، ويُشير الى "تشكيل لمنظمة الاعمال لمبادئ المسؤولية الاجتماعية، وعمليات الاستجابة الاجتماعية، والسياسات والبرامج، والنتائج الملحوظة من ناحية صلتها بالعلاقات المجتمعية للمنظمة"، (Ioannou & Serafeim,2012:2) ، وأشارة (Miller,2016:41) الى أنه يمكن اعتماد مبادئ المسؤولية الاجتماعية من قبل قادة المنظمات في تطوير اعمال مستدامة، ويعتبر الاداء الاجتماعي للشركة امتداداً للاعتبارات الاخلاقية لأصحاب المصالح ، ويتضمن الاطار المتعلق بالمنظور التركيز على:

- أ. توجهات القيمة المدركة للمهنيين الماليين للشركات.
 - ب. موقف المهنيين الماليين فيما يتعلق بقضايا أخلاقيات الاعمال.
 - ت. مواقف وتصورات المهنيين الماليين حول قضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- مما ورد يتضح أن الاداء الاجتماعي يلبي الاحتياجات الاجتماعية والمالية لأصحاب المصالح المتعددين..

3- الاداء الاقتصادي Economic performance

أشارة (Daly & Cobb, 1989:63) الى ان الأداء الاقتصادي هو مفهوم يدمج النمو الاقتصادي مع الأهداف البيئية والاجتماعية لتحقيق الازدهار على المدى الطويل ويركز هذا المفهوم على ان الأداء الاقتصادي لا ينبغي أن يركز فقط على المكاسب المالية قصيرة الأجل ، ولكن أيضاً يأخذ في الاعتبار التأثيرات طويلة المدى على الموارد الطبيعية والرفاهية البشرية والعدالة الاجتماعية . ، ويوضح (Eccles&Serafeim,2013:54) بأن الأداء الاقتصادي المستدام يشير إلى قدرة المنظمة على توليد قيمة اقتصادية طويلة الأجل أثناء العمل ضمن الحدود الاجتماعية والبيئية. " ، ويتضمن الاداء الاقتصادي خلق قيمة لجميع أصحاب المصلحة مع تقليل الأثار البيئية، ويمكن تحقيق ذلك من خلال اعتماد ممارسات ذات كفاءة بيئية ، مثل العمليات الموفرة للطاقة والموارد المستدامة للمواد. (Jensen & Remmen, 2018:1)، ويشير (Gao et al.,2021:15) إلى أن الأداء الاقتصادي هو ركيزة أساسية لأجندة التنمية المستدامة التي تركز على تعزيز النمو الاقتصادي الشامل والمستدام، لذلك يعد دمج الاداء الاقتصادي في أطر الاداء المستدام أمراً بالغ الأهمية للمنظمات لتحقيق نمو مستدام طويل الأجل مع تعزيز الممارسات الاقتصادية المسؤولة.

ثانياً : تجربة الزبون

1- مفهوم وتعريف تجربة الزبون

أشارة (Hwang and Seo,2015:2220) الى ان (Pine and Gilmore:2012) هم اول من قدموا مفهوم تجربة الزبون، إذ كانت تعرف بأنها "الأحداث التي يقوم بها الأفراد بطريقة شخصية"، و كان التأكيد على ان كل مشاركة عاطفية او جسدية او فكرية او روحية لكل زبون مرتبطة بالتجارب، لذا كان التأكيد هنا على الطابع الشخصي لتجربة الزبون، وأكد فيما بعد الباحثون على ان التجارب تظهر عندما يكتسب الزبائن الاحساس او المعرفة وتحصل في جميع انحاء سلسلة الاستهلاك وتتطلب تفاعلاً نشطاً بين المنظمات والزبائن

(Hwang and Seo,2015:2220)، ويذكر (Andajani,2015:630) الى ان كل من (Shaw&lvens,2002) ذكرا في كتابهما ان "تجربة الزبون هي تفاعل بين المنظمة والزبون،" وهي مزيج من الأداء المادي للمنظمة، وإثارة الحواس والعواطف للزبون، ويتم قياس كل منها بشكل حدسي مقابل تجربة الزبائن عبر جميع لحظات الاتصال"، وأشار (Jain et al.,2016:642-648) الى ان تجربة الزبون ظهرت كمفهوم تسويقي مهم يهدف إلى خلق تجربة فريدة وممتعة لا تنسى، فهو يُعد مفهوم جديد نسبياً، من الناحيتين النظرية والتطبيقية، وقد حظي باهتمام كبير خلال العقود الثلاثة الماضية، وتتطوي تجربة الزبائن على أنشطة ترفيهية مرحة ومنتعة حسية وأحلام يقظة ومنتعة جمالية واستجابات عاطفية، إذ أن الاستهلاك كتجربة يجب أن يُنظر إليها على أنها تتطوي على تدفق مستمر للمشاعر والمرح، وتحصل التجارب نتيجة مواجهة الأشياء أو المرور بها أو العيش من خلالها، والتي توفر قيماً حسية وعاطفية ومعرفية وسلوكية وعلائقية (Jain et al.,2016:642-648)، و ذكر (Makudza,2020:192) ان تجربة الزبون هي تصور الزبائن لكيفية تعامل المنظمة معهم، وهي تعني أيضاً عملية إدارة تجربة الزبون بأكملها بشكل استراتيجي مع منتج او منظمة، ويُشير (Gentile et al.,2007) الى التركيز في تجربة الزبون كان في البداية على الجوانب النفسية والفسولوجية الرئيسية للسلوك البشري، ويتفق (Makudza,2020:192) مع (Hwang and Seo,2015:2220) على ان تجربة الزبون تتألف من العناصر المعرفية والعاطفية والجسدية والحسية والروحية والاجتماعية التي تميز الزبون المباشر او غير المباشر مع الجهات الفاعلة الأخرى في السوق، وبالتالي يتم بناء تجربة الزبون من خلال التفاعل والمشاركة بين الزبون ومقدم الخدمة في نقاط الاتصال، وترتبط تجربة الزبون في جوهرها عادة بالحاجة الى تقديم خدمات رائعة للزبائن، (Makudza,2020:192)، وأشار (Zolkiewski,2017:173) الى أن الغرض الاستراتيجي من قياس تجربة الزبائن هو استخدام هذه المعرفة لدعم تجارب الزبائن الإيجابية والمرغوبة، بحيث يتم تحقيق مستويات أعلى من الولاء على المدى الطويل، ويمكن تصميم جوانب تقديم الخدمة التي تسهل التجارب الإيجابية بما يتماشى مع الاستراتيجية الشاملة ويمكن للشركات تطوير قدرات تركز على تجربة الزبائن (Zolkiewski,2017:173)، ويُعبر عنها (Jain et al.,2016: 648-649) بأنها "هي مجموع المشاعر والمفاهيم والمواقف التي تشكلت خلال العملية الكاملة لصنع القرار وسلسلة الاستهلاك التي تتضمن سلسلة متكاملة من التفاعل مع الأشخاص والأشياء والعمليات والبيئة، مما يؤدي إلى استجابات معرفية وعاطفية وحسية وسلوكية". ويظهر لنا الجدول (1) بعض تعاريف تجربة الزبون.

الجدول (1) بعض تعاريف تجربة الزبون

ت	الباحث والسنة	التعريف
1	(Gentile et al., 2007:397)	هي "عملية إدارة تجربة الزبون بالكامل مع منتج أو شركة بشكل استراتيجي، بهدف تحسين العلاقة بين الزبون والمنظمة".
2	(Mishra & Sharma, 2011, : 204)	هي "عملية تصميم وإدارة تفاعلات الزبائن بشكل استراتيجي لتحسين رضا الزبائن وولائهم وتأييدهم".
3	(Rosenbaum & Massiah,2011:4)	هي "ممارسة تصميم وتقديم تجارب إيجابية وذات مغزى تتجاوز توقعات الزبائن وتخلق قيمة للزبون والمنظمة".
4	(Jain et al.,2016: 648-649)	"التصور الكلي والتراكمي للزبون أثناء التعرف على منتج أو خدمة والحصول عليهما واستخدامهما وصيانتهمما والتخلص منهما".
5	(McColl-Kennedy et al. 2015:431).	"عملية شاملة بطبيعتها تتضمن استجابات الزبون المعرفية والعاطفية والاجتماعية والجسدية لأي اتصال مباشر أو غير مباشر مع جهاز الخدمة أو العلامة التجارية أو المنتج عبر نقاط اتصال متعددة خلال رحلة الزبون بأكملها".
6	(Chen & Chen,2018:17)	هي "عملية لإنشاء وإدارة التفاعل بين الزبون والمنظمة طوال رحلة الزبون بأكملها، بهدف تحسين التجربة الشاملة وتحقيق ولاء الزبائن".
7	(Gentile et al., 2019:35)	هي العمليات والأدوات التي تستخدمها المؤسسات لإدارة تجربة العميل الشاملة مع المؤسسة عبر جميع القنوات ونقاط الاتصال والتفاعلات
8	(Makudza,2020:192)	هي "النتيجة المعرفية والعاطفية لتعرض الزبون او تفاعله مع أفراد المنظمة وعملياتها وتقنياتها ومنتجاتها وخدماتها ومخرجاتها الأخرى".
9	(Grewal et al., 2021: 68)	هي "التسويق الاستراتيجي لجميع نقاط الاتصال التي تؤثر على تصور الزبون للمنظمة، بهدف تحسين رضا الزبائن وولائهم".

المصدر: اعداد الباحثان بالاستناد الى المصادر اعلاه

مما ورد في اعلاه من خلال عرض وجهات نظر الباحثين حول تعريف تجربة الزبون، نلاحظ ان اغلب الباحثين كان تركيزهم على النتيجة التي تظهر بعد قيام الزبون بالتعامل مع منتجات المنظمات من سلع او خدمات يحصل عليها وتتجسد تجربة الزبون من خلال الاحساس والمعرفة والعاطفة التي تتحقق خلال عملية التفاعل.

2- أهمية تجربة الزبون:

يُشير (Makudza,2020:192-193) الى ان تجربة الزبون تعمل كعامل تميز تنافسي يجعل المنظمة قادرة على المنافسة أمام المنافسين الآخرين، ويمكن من خلال تجربة الزبون تطوير حزمة شاملة من الخدمات التي تُقدم للزبون وتعمل على جذبهم والاحتفاظ بهم وأضاف قيمة لهم، ويرى (Zolkiewski,2017:173) الى ان تجربة الزبون تُعد محركاً مهماً لنجاح الأعمال والميزة التنافسية وقد حصلت على قدرًا كبيراً من الاهتمام لكل من القطاعين الخاص والعام، وأن ما يرغب فيه الزبون ليس المنتجات بل التجارب المرضية، (Zolkiewski,2017:173)، و يصفها العلماء والمسوقون بأنه عملية استراتيجية لخلق قيمة شاملة للزبائن، وتحقيق التمايز والميزة التنافسية المستدامة، إذ تحتل تجربة الزبائن مكانة مهمة في أداء المنظمات، وهناك اتفاق واسع على أن تقديم تجارب إيجابية للزبائن أمر ضروري لتحقيق الميزة التنافسية ورضا الزبائن والتمايز والصورة والولاء وكلمة الفهم،(Jain et al.,2016:642-645)،وأشارة (Saini,2016:8) الى ان مدخل تجربة الزبون يساعد الشركات على فهم احتياجات الزبائن والتطلع إلى ما هو أبعد من مدخل تقديم المنتجات او الخدمات التقليدي، إذ أن تجربة الزبون توفر تجارب حسية وعاطفية ومعرفية وسلوكية وعلاقية تحل محل القيم الوظيفية، وتؤدي زيادة نقاط الاتصال مع الزبائن إلى تهيئة الشركات لاستخدام إدارة تجربة الزبائن كميزة تنافسية.

3- أبعاد تجربة الزبون:

أختلف الباحثين والكتّاب في تحديد أبعاد تجربة الزبون، فقد أشارت (Makudza,2020:192-195) الى ان أبعاد إدارة تجربة الزبون هي عناصر تؤثر على إدارة تجربة الزبون في كل نقطة اتصال ويرى (Gentile et al.,2007) أن تجربة الزبون تمتلك ستة أبعاد، وهي البعد الحسي، والبعد العاطفي، والبعد المعرفي، والبعد العملي، وأسلوب الحياة، والبعد العلائقي، مستنداً بذلك على أن تجربة الزبون يتم اختبارها من خلال المحفزات المختلفة التي تقدمها المنظمة، بينما (Du Plessis and De Vries:2016) أن إدارة تجربة الزبون يتم تحديدها من خلال ما تفعله الشركة للزبون في كل لقاء سواء كان افتراضياً أو مادياً، بناءً على تحليل المحتوى، (Makudza,2020:192-195)، و يعرض الجدول (2) بعض آراء الباحثين والكتّاب عن ابعاد تجربة الزبون:

الجدول (2) يوضح بعض ابعاد تجربة الزبون

المعرفي/ الادراكي Cognitive (think)	السلوكي Behavioral (act)	الاجتماعي social (relate)	المادي physical	العاطفي affective (Feel)	الحسي Sensory (sense)	الابعد الباحث والسنة
✓		✓	✓	✓	✓	(Schmitt,1999)
✓		✓		✓	✓	(Gentile et al., 2007) نقلاً عن (Andajani,2015)
✓	✓			✓	✓	Brakus,2009:53
✓		✓	✓	✓		Verhoef et al. 2009: 32)
✓	✓	✓	✓	✓	✓	(De Keyser et al.,2015:23)
✓	✓			✓	✓	(Jain et al.,2017:
✓	✓	✓		✓	✓	(Lemon and Peter,2016:74
✓		✓	✓	✓		(Zolkiewski et al.,2017:179)
✓	✓	✓		✓	✓	(Moliner et al.,2019:5)
✓	✓		✓	✓	✓	(Gahler et al.,2022:4)

من خلال الاطلاع على الجدول (2) يتبين لنا عدم اتفاق الباحثين على ابعاد محددة، لذا سيتم اختيار الابعاد التي تتلائم مع المنظمة المبحوثة من جهة والتي حصلت على اتفاق اغلب الباحثين من جهة اخرى:

1- البعد العاطفي : يُشير (Gahler et al.,2022:4) الى ان البعد العاطفي يرتبط بالعواطف والمشاعر

والحالات المزاجية التي تتخلل تجربة الزبون خلال تفاعله مع العلامة التجارية او الموظفين من مقدمي الخدمة او الزبائن الآخرين في نفس بيئة الاعمال التي يتعامل معها، و يتمكن الزبون هنا من التمييز ما بين المتعة والسعادة والحب من جهة و الغضب والحزن من جهة أخرى نتيجة لما افرزته تجربته العاطفية من خلال حصوله على الخدمات او المنتجات المقدمة ، و يرى (Hwang & Seo,2016:2220) ان التجارب

العاطفية يُعبر عنها بالحالات المزاجية والمشاعر التي تصدر عن الزبون والتي تكون ناتجة عن تفاعله مع الخدمات او المنتجات التي تُقدم له .

2- البُعد المعرفي : يرى (Gahler et al.,2022) أن البُعد المعرفي يرتبط بالتحفيز الفكري للزبون وتعلمه خلال حصوله على الخدمات او المنتجات عن طريق التجربة الجيدة التي يعيشها، (Gahler et al.,2022:4)، ويرى (Zolkiewski et al.,2017:179) الى أن العمليات المعرفية هي ليست عمليات داخلية أو عقلية بحتة، ولكنها في الواقع علاقات متبادلة معقدة بين الإدراك البشري والتفسير وصنع المعنى والبيئة الأوسع التي تقع فيها المنظمة بحيث يتم وضع تصور للمهام والالتزام بالأهداف وهذا ينتج عن تعامله مع المنظمة من خلال خدماتها او منتجاتها، ، وإشارة (Hwang &Seo,2016:2220) الى ان البُعد المعرفي هو فكر يرتبط بالتفكير او العمليات الواعية للزبون اتجاه المنظمة من خلال ما يحصل عليه الزبون من منتجات او خدمات.

3- البُعد المادي : يُشير (Makudza,2020:195) الى أن البُعد المادي يُعبر عن الموقع الذي يتم فيه تقديم او الحصول على الخدمة، ويؤكد على أنه كلما كانت البيئة المادية جيدة سوف تكون تجربة الزبون افضل ويزداد عدد الزبائن المخلصين، وتتمثل البيئة المادية في المنظمات الخدمية من أجواء القاعات التي يتم الحصول على الخدمات فيها وامكان ركن المركبات والتهوية والمساحات المخصصة لأسترحة الزبائن وباقي المتطلبات المرافقة لتقديم الخدمة،، و يرى (Hwang &Seo,2016:2220) ان البُعد المادي يتعلق بجوانب تجربة الزبون التي تُعزى إلى المنتج او الخدمة التي تُقدم للزبون وما يحصل من تجربة جيدة بعد استخدامه لها

4- البُعد الحسي : اشارة (Gahler et al.,2022:4) الى ان البُعد الحسي يتعلق بالصفات الحسية لتفاعل الزبون والتي تعكس استخدامه للحواس الخمس نتيجة لتفاعل الذي يحصل بين الزبون والخدمات او المنتجات التي يحصل عليها، و تُشير تفاعلات الزبائن عموماً تصورات حسية متأصلة ترتبط بالزبون من خلال حواسه الخمسة وذكر (Andajani,2015:630) ان البُعد الحسي يتعلق بالتحفيز الذي تقوم به المنظمة اتجاه حواس الزبائن، ويمكن للمنظمة التحكم في المحفزات التي أعطيت لحواس الزبائن بشكل مختلف من خلال ماتقدمه من خدمات او سلع تمتلك جوانب تُحفز الجانب الحسي بشكل ايجابي، لذلك يمكن للشركة التحكم في رد فعل الزبائن الناتج عن عملية التحفيز، وبالتالي يمكن للشركة توجيه اكتساب تجربة الزبائن كما هو متوقع منها ، وذكر (Hwang &Seo,2016:2220) ان البُعد الحسي يتعلق بالتجارب المتعلفة بالجوانب الحسية الجيدة التي يدركها الزبون عن طريق البصر او اللمس.

المحور الثالث

الجانب العملي

عرض وتحليل نتائج البَحث الميداني

يتضمن هذا المحور وصف وتشخيص المتغيرات المبحوثة وتحليل أجابات العينة وتفسير نتائجها.

اولاً: وصف وتشخيص متغيرات البحث وتحليل أجابات العينة وتفسير نتائجها.

1- وصف وتشخيص فقرات الاداء المستدام (المتغير المستقل)

2- وصف وتشخيص فقرات بُعد الاداء البيئي

الجدول (3) المقاييس الاحصائية لفقرات بُعد الاداء البيئي

الاهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	الفقرات
0.89	0.60	4.45	1- تحرص جامعتنا على تحقيق الكفاءة في استهلاك الوقود وإدارة الطاقة.
0.81	0.63	4.07	2- تحرص جامعتنا على إنشاء البنايات الملائمة للدراسة والبيئة.
0.83	0.56	4.17	3- تحرص جامعتنا على توفير متطلبات التعليم الصديقة للبيئة
0.82	0.63	4.19	4- يساهم نموذج الاعمال الالكترونية في الجامعة على توفير الوقت والطاقة.
0.77	0.45	3.85	5- تساهم أنشطة الجامعة الالكترونية في تنفيذ عمليات صديقة للبيئة.
0.82	0.71	4.11	المؤشر الكلي

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.24. N=150

قيس هذا البُعد من خلال الفقرات (1- 5)، ومن خلال الاطلاع على الجدول (3) الذي يبين لنا الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية المعبرة عن وجهة نظر عينة البحث حول الاداء البيئي، إذ يظهر لنا الجدول اعلاه وسطاً حسابياً عاماً بلغ (4.11) وهو اعلى من الوسط الحسابي المعياري والبالغ (3)، في حين بلغ الانحراف المعياري (0.71)، وقد بلغت الأهمية النسبية (0.82)، وهذا يدل على وجود اتفاق عالي في اجابات افراد العينة حول فقرات الاستبانة بخصوص هذا البُعد، وفيما يتعلق بفقرات هذا البُعد فقد حققت الفقرة (1) التي تنص على (تحرص جامعتنا على تحقيق الكفاءة في استهلاك الوقود وإدارة الطاقة) على

تأثير الأداء المستدام في تعزيز تجربة الزبون / دراسة استطلاعية لراء عينة من
طلبة جامعة كلكامتر الأهلية

أعلى الأوساط الحسابية بمقدار (4.45) وبانحراف معياري مقداره (0.60)، وبأهمية نسبية بلغت (89%)، ويدل هذا على وجود اتفاق عالي في اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة، وهذا يشير الى (اهتمام الجامعة بموضوع الاستهلاك الاقتصادي والكفاءة للطاقة، على وفق وجهة نظر العينة المبحوثة وما يؤشره الواقع، ويلاحظ من الجدول المذكور تحقيق الفقرة (5) والتي نصت على (تساهم أنشطة الجامعة الالكترونية في تنفيذ عمليات صديقة للبيئة) على أقل وسط حسابي والذي بلغ (3.85) وبانحراف معياري مقداره (0.45)، اما الأهمية النسبية فقد بلغت (77%) مما يدل على وجود حيادية في اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة، مما يعني أن أسهام أنشطة الجامعة الالكترونية في تنفيذ عمليات صديقة للبيئة بمستوى مقبول ولكن دون الطموح.

1) وصف وتشخيص فقرات (الأداء الاجتماعي):

الجدول (4) المقاييس الاحصائية لفقرات بُعد الاداء الاجتماعي

الاهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	الفقرات
0.81	0.75	4.04	6- تساهم جامعتنا في تطوير المجتمع وتحقيق رفاهيته.
0.88	0.81	4.40	7- تساهم جامعتنا في البرنامج التدريبي التي تخدم المجتمع.
0.83	0.77	4.17	8- تدعم جامعتنا مبادرات مكافحة الفساد وتبني تحقيق معايير حقوق الانسان
0.82	0.49	4.11	9- تحرص جامعتنا على توفير روح المبادرة الاجتماعية بين الطلبة.
0.76	0.70	3.80	10- تساهم الجامعة في تنمية السياسات الاجتماعية بما في ذلك التعليم.
0.82	0.70	4.10	

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.24. N=150

قيس هذا البعد من خلال الفقرات (6 - 10)، ومن خلال الاطلاع على الجدول (4) الذي يبين لنا الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية المعبرة عن وجهة نظر عينة البحث حول الأداء الاجتماعي، إذ يظهر لنا الجدول اعلاه وسطاً حسابياً عاماً بلغ (4.10) وهو أعلى من الوسط الحسابي المعياري والبالغ (3)، في حين بلغ الانحراف المعياري (0.70)، وقد بلغت الأهمية النسبية (0.82)، وهذا يدل على وجود اتفاق عالي في اجابات افراد العينة حول فقرات الاستبانة بخصوص هذا البعد، وفيما يتعلق بفقرات هذا البعد فقد حققت الفقرة (7) التي تنص على (تساهم جامعتنا في البرنامج التدريبي التي تخدم المجتمع) على أعلى الأوساط الحسابية بمقدار (4.40) وبانحراف معياري مقداره (0.81)، وبأهمية نسبية بلغت (88%)، ويدل هذا على وجود اتفاق عالي في اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة، وهذا يشير الى (رغبة الجامعة في المساهمة في البرامج التي تخدم المجتمع ضمن دورات تدريبية او ورش عمل، على وفق وجهة نظر العينة المبحوثة، ويلاحظ من الجدول المذكور تحقيق الفقرة (10) والتي نصت على (تساهم الجامعة في تنمية السياسات الاجتماعية بما في ذلك التعليم) على أقل وسط حسابي والذي بلغ (3.80) وبانحراف معياري مقداره (0.70)، اما الأهمية النسبية فقد بلغت (76%) مما يدل على وجود حيادية في اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة، مما يعني أن أسهام الجامعة في تنمية السياسات الاجتماعية بمستوى مقبول الا انه بحاجة الى تطوير اكبر.

2) وصف وتشخيص فقرات (بُعد الاداء الاقتصادي):

الجدول (5) المقاييس الاحصائية لفقرات بُعد الاداء الاقتصادي

الاهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	الفقرات
0.75	0.48	3.75	11- يمتلك نموذج الاعمال الالكترونية في جامعتنا تعاملات كبيرة مع جهات متعددة.
0.81	0.62	4.07	12- يسمح نموذج الاعمال الالكترونية في جامعتنا ببناء قنوات تواصل بين الطلاب والتدريسيين.
0.83	0.53	4.17	13- يساعد الموقع الالكتروني للجامعة على تحقيق الكفاءة في انجاز المهام و تخفيض الكلف.
0.86	0.51	4.30	14- يساعد نموذج الاعمال الالكترونية في الجامعة في استقطاب الطلبة الجدد.
0.83	0.47	4.13	15- تدعم جامعتنا توفير فرص عمل ووظائف محلية للمجتمع.
0.82	0.52	4.08	

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.24. N=150

قيس هذا البعد من خلال الفقرات (11 - 15)، ومن خلال الاطلاع على الجدول (5) الذي يبين لنا الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية المعبرة عن وجهة نظر عينة البحث حول الأداء الاقتصادي، إذ يظهر لنا الجدول اعلاه وسطاً حسابياً عاماً بلغ (4.08) وهو اعلى من الوسط الحسابي المعياري والبالغ (3)، في حين بلغ الانحراف المعياري (0.52)، وقد بلغت الأهمية النسبية (0.82)، وهذا يدل على وجود اتفاق عال في اجابات افراد العينة حول فقرات الاستبانة بخصوص هذا البعد، وفيما يتعلق بفقرات هذا البعد فقد

حققت الفقرة (14) التي تنص على (يساعد نموذج الاعمال الالكترونية في الجامعة في أستقطاب الطلبة الجدد) على أعلى الأوساط الحسابية بمقدار (4.30) وبانحراف معياري مقداره (0.51)، وبأهمية نسبية بلغت (86%)، ويدل هذا على وجود اتفاق عالي في اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة، وهذا يشير الى (الموقع الالكتروني للجامعة ونشاطاته في أستقطاب الطلبة الجدد، على وفق وجهة نظر العينة المبحوثة، ويلاحظ من الجدول المذكور تحقيق الفقرة (11) والتي نصت على (يمتلك نموذج الاعمال الالكترونية في جامعتنا تعاملات كبيرة مع جهات متعددة). على أقل وسط حسابي والذي بلغ (3.75) وبانحراف معياري مقداره (0.48)، اما الأهمية النسبية فقد بلغت (75%) مما يدل على وجود حيادية في اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة، مما يعني أن تعاملات الجامعة في نموذج الاعمال الالكترونية مع الجهات الخارجية في مرحلة مقبولة. اما بالنسبة الى وصف المتغير المستقل (الأداء المستدام) على المستوى الاجمالي، يبين لنا الجدول (6) أن مستوى الإجابات عن الأداء المستدام كانت كالآتي:

الجدول (6) مستوى الإجابات عن ابعاد الاداء المستدام

ترتيب الأبعاد	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	ابعاد الاداء المستدام
الاول	0.71	4.11	الأداء البيئي
الثاني	0.70	4.10	الأداء الاجتماعي
الثالث	0.52	4.08	الأداء الاقتصادي
	0.64	4.09	اجمالي الاداء المستدام

- 1- من خلال الاطلاع على الجدول (6) وبناءً على قيم الأوساط الحسابية لابعاد المتغير المستقل (الأداء المستدام) يتضح لنا تحقيق هذا المتغير وسطاً حسابياً على المستوى الاجمالي بلغ (4.09) وبانحراف معياري (0.64)، وهذا يشير الى اتفاق في اجابة افراد العينة حول فقرات الاداء المستدام.
- 2- حققت أبعاد الاداء المستدام أوساطا حسابيا متقاربة على وفق آراء عينة البحث مما يدل على اتفاق افراد العينة المبحوثة في الاجابة حول فقرات الاداء المستدام.

ثانياً : وصف وتشخيص فقرات تجربة الزبون (المتغير المستجيب):

قيست أبعاد هذا المتغير بشكل أجمالي من خلال اربعة ابعاد هي (البعد العاطفي، والبعد المعرفي، والبعد المادي، والبعد الحسي)، وتضمنت الاسئلة معلومات تتعلق بتجربة الزبون (الطالب) وتصوراته ضمن الابعاد أنفة الذكر، وفيما يلي توضيح لوجهة نظر العينة المبحوثة حول هذه الابعاد من خلال الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية وكالاتي:

1- وصف وتشخيص فقرات البعد العاطفي:

الجدول (7) المقاييس الاحصائية لفقرات البعد العاطفي

الاهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	الفقرات
0.79	0.90	3.95	16- أنا مستمتع بالتجربة في هذه الجامعة و اشعر بأنني في حالة جيدة
0.78	0.65	3.90	17- خلال فترة الدوام في الجامعة أنسى مشاكل اليومية
0.72	0.95	3.59	18- أشعر في جميع اوقات الدوام بأنني متحكم في ما كان يحدث
0.83	0.68	4.13	19- لقد كانت التجربة فريدة من نوعها
0.85	0.59	4.25	20- كان من السهل بالنسبة لي اتخاذ قرار التسجيل في الجامعة
0.79	0.75	3.96	

قيس هذا البعد من خلال الفقرات (16-20)، ومن خلال الاطلاع على الجدول (7) الذي يبين لنا الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية المعبرة عن وجهة نظر عينة البحث حول البعد العاطفي، إذ يظهر لنا الجدول اعلاه وسطاً حسابياً عاماً بلغ (3.96) وهو اعلى من الوسط الحسابي المعياري والبالغ (3)، في حين بلغ الانحراف المعياري (0.75)، وقد بلغت الأهمية النسبية (79%)، وهذا يدل على وجود اتفاق عالي في اجابات افراد العينة حول فقرات الاستبانة بخصوص هذا البعد، وفيما يتعلق بفقرات هذا البعد فقد حققت الفقرة (20) التي تنص على (كان من السهل بالنسبة لي اتخاذ قرار التسجيل في الجامعة) على أعلى الأوساط الحسابية بمقدار (4.25) وبانحراف معياري مقداره (0.59)، وبأهمية نسبية بلغت (85%)، ويدل هذا على وجود اتفاق عالي في اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة، وهذا يشير الى قرار التسجيل في الجامعة لم يواجه صعوبات لتوافر الاجواء التي تلائم الزبون، على وفق وجهة نظر العينة المبحوثة، ويلاحظ من الجدول المذكور تحقيق الفقرة (18) والتي نصت على (أشعر في جميع اوقات الدوام بأنني متحكم في ما كان يحدث) على أقل وسط حسابي والذي بلغ (3.59) وبانحراف معياري مقداره (0.95)، اما الأهمية النسبية فقد بلغت

تأثير الأداء المستدام في تعزيز تجربة الزبون / دراسة استطلاعية لآراء عينة من
طلبة جامعة كلكامتش الأهلية

(72%) مما يدل على وجود حيادية في اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة، وهذا يدل على ان بعض الاحداث والامور تحصل من دون قدرة الزبون على التحكم فيها.
-2 وصف وتشخيص فقرات البُعد المعرفي:

الجدول (8) المقاييس الاحصائية لفقرات البُعد المعرفي

الاهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	الفقرات
0.78	0.96	3.92	21- تعتبر التجربة مع الجامعة ثرية
0.87	0.57	4.33	22- كانت التجربة مع زملائي الطلبة في الجامعة جيدة جداً
0.72	0.83	3.60	23- خلال فترة التقديم على الجامعة لم ابذل جهوداً للتركيز على ما قمت به
0.83	0.53	4.17	24- لقد تغلبت على جميع المشاكل التي حصلت خلال فترة التسجيل والدوام
0.82	0.55	4.12	25- كانت التجربة مع الكادر الاداري والتدريسي ممتعة ومفيدة
0.80	0.69	4.03	

قيس هذا البُعد من خلال الفقرات (21-25)، ومن خلال الاطلاع على الجدول (8) الذي يبين لنا الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية المعبرة عن وجهة نظر عينة البحث حول البُعد المعرفي، إذ يظهر لنا الجدول اعلاه وسطاً حسابياً عاماً بلغ (4.03) وهو اعلى من الوسط الحسابي المعياري والبالغ (3)، في حين بلغ الانحراف المعياري (0.69)، وقد بلغت الأهمية النسبية (80%)، وهذا يدل على وجود اتفاق عالي في اجابات افراد العينة حول فقرات الاستبانة بخصوص هذا البُعد، وفيما يتعلق بفقرات هذا البُعد فقد حققت الفقرة (22) التي تنص على (كانت التجربة مع زملائي الطلبة في الجامعة جيدة جداً) على أعلى الأوساط الحسابية بمقدار (4.33) وبانحراف معياري مقداره (0.57)، وبأهمية نسبية بلغت (87%)، وبمثل هذا على وجود اتفاق عالي في اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة، وهذا يشير الى (الموقع الالكتروني للجامعة ونشاطاته في أستقطاب الطلبة الجدد، على وفق وجهة نظر العينة المبحوثة، ويلاحظ من الجدول المذكور تحقيق الفقرة (11) والتي نصت على (يملك نموذج الاعمال الالكترونية في جامعتنا تعاملات كبيرة مع جهات متعددة). على أقل وسط حسابي والذي بلغ (3.75) وبانحراف معياري مقداره (0.48)، اما الأهمية النسبية فقد بلغت (75%) مما يدل على وجود حيادية في اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة، مما يعني أن تعاملات الجامعة في نموذج الاعمال الالكترونية مع الجهات الخارجية في مرحلة مقبولة.

-3 وصف وتشخيص فقرات البُعد المادي:

الجدول (9) المقاييس الاحصائية لفقرات البُعد المادي

الاهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	الفقرات
0.78	0.55	3.90	26- تتمتع الجامعة التي أدرس فيها بموجودات مادية جيدة (الاثاث، القاعات الدراسية، المختبرات)
0.82	0.78	4.10	27- تمتلك جامعتنا بنايات ذات تصميم يتلائم مع الظروف الجوية.
0.74	0.98	3.70	28- تتوفر وسائل التهوية اقتصادية والجو العام جيد.
0.85	0.64	4.27	29- تمتلك الجامعة بنايات ذات مواصفات تتلائم مع الجامعات المعاصرة.
0.83	0.97	4.15	30- البنايات الدراسية من قاعات ومختبرات ونادي ملائمة لأحتياجات الطلاب
0.80	0.78	4.02	

قيس هذا البُعد من خلال الفقرات (26-30) ومن خلال الاطلاع على الجدول (9) الذي يبين لنا الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية المعبرة عن وجهة نظر عينة البحث حول البُعد المادي، إذ يظهر لنا الجدول اعلاه وسطاً حسابياً عاماً بلغ (4.02) وهو اعلى من الوسط الحسابي المعياري والبالغ (3)، في حين بلغ الانحراف المعياري (0.78)، وقد بلغت الأهمية النسبية (80%)، وهذا يدل على وجود اتفاق عالي في اجابات افراد العينة حول فقرات الاستبانة بخصوص هذا البُعد، وفيما يتعلق بفقرات هذا البُعد فقد حققت الفقرة (29) التي تنص على (تمتلك الجامعة بنايات ذات مواصفات تتلائم مع الجامعات المعاصرة) على أعلى الأوساط الحسابية بمقدار (4.27) وبانحراف معياري مقداره (0.64)، وبأهمية نسبية بلغت (85%)، وبمثل هذا على وجود اتفاق عالي في اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة، وهذا يشير الى ما تتمتع به الجامعة من بنايات ذات مواصفات ملائمة للطلبة على وفق وجهة نظر العينة المبحوثة، ويلاحظ من الجدول المذكور تحقيق الفقرة (28) والتي نصت على (تتوافر وسائل التهوية اقتصادية والجو العام جيد) على أقل وسط حسابي والذي بلغ (3.70) وبانحراف معياري مقداره (0.98)، اما الأهمية النسبية فقد بلغت (74%) مما يدل على

وجود حيادة في اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة على الرغم من كونها اعلى من الوسط الفرضي البالغ (3)، وهذا يدل على وجود حاجة الى تعزيز وبذل المزيد من الجهود باتجاه تعزيز وسائل التهوية الاقتصادية. وصف وتشخيص فقرات البُعد الحسي:

الجدول (10) المقاييس الاحصائية لفقرات البُعد الحسي

الاهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	الفقرات
0.81	0.75	4.05	31- أمتلك احساس جيد عن مكان الجامعة من ناحية الموقع والبنيات
0.82	0.80	4.11	32- خلال فترة الدوام بالجامعة اشعر ان الوقت يتغير
0.85	0.55	4.25	33- تتمتع الجامعة بمناظر جيد تمنح شعور بالارتياح خلال فترة الدوام.
0.82	0.96	4.09	34- كان لدي انطباع جيد عن مكان الجامعة
0.82	0.79	4.12	35- لدينا انطباع جيد لما يرد على مسامعنا من الكادر الاداري والتدريسي
0.82	0.77	4.12	

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.24. N= 150
قيس هذا البُعد من خلال الفقرات (31-35) ومن خلال الاطلاع على الجدول (10) الذي يبين لنا الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية المعبرة عن وجهة نظر عينة البحث حول البُعد الحسي، إذ يظهر لنا الجدول اعلاه وسطاً حسابياً عاماً بلغ (4.12) وهو اعلى من الوسط الحسابي المعياري والبالغ (3)، في حين بلغ الانحراف المعياري (0.77)، وقد بلغت الأهمية النسبية (82%)، وهذا يدل على وجود اتفاق عالي في اجابات افراد العينة حول فقرات الاستبانة بخصوص هذا البُعد، وفيما يتعلق بفقرات هذا البُعد فقد حققت فقرات هذا البُعد وسطاً حسابياً تجاوز الـ (4) لجميع الفقرات وهو اعلى من الوسط الفرضي البالغ (3) وهذا يدل على اتفاق عالي في اجابات افراد العينة المبحوثة حول هذه الفقرات و يؤشر تحقيق فقرات هذا البُعد بنسبة كبيرة، وقد حققت الفقرة (33) التي تنص على (تتمتع الجامعة بمناظر جيد تمنح شعور بالارتياح خلال فترة الدوام) على أعلى الأوساط الحسابية بمقدار (4.25) وبانحراف معياري مقداره (0.55)، وبأهمية نسبية بلغت (85%)، ويدل هذا على وجود اتفاق عالي في اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة، وهذا يشير الى ما تتمتع به الجامعة من مناظر جيدة تمنح الطلبة شعور بالارتياح خلال فقرات الدوام .

المحور الثالث

اختبار فرضيات البحث

أولاً : اختبار علاقات الارتباط بين متغيرات البحث

يهدف تحليل تحليل المخطط الفرضي للبحث و اختبار الفرضيات الرئيسية والفرعية، ينبغي القيام بتحديد طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل (الأداء المستدام) والمتغير التابع (تجربة الزبون) ومعرفة مدى قبول أو رفض الفرضية الرئيسية الأولى والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها، ومن خلال استخدام معامل الارتباط البسيط (Spearman) والذي يُعد من الطرائق الاحصائية المستخدمة لقياس قوة العلاقة واتجاهها بين متغيرين سيتم القيام بذلك عبر البرنامج الاحصائي الجاهز (SPSS v.24) .

ولأجل تحليل طبيعة العلاقات بين تلك المتغيرات، تم حساب معاملات ارتباط الرتب سبيرمان لفحص وجود العلاقة، كما في الجدول (11) التالي:

الفرضية	المتغيرات		معامل الارتباط البسيط سبيرمان	مستوى الدلالة Sig. (2-tailed)	قوة العلاقة واتجاهها
	المستقل	المستجيب			
الثانوية	الأولى	الاداء البيئي	(0.79**)	(0.00)	قوية وطرديّة
	الثانية	الاداء الاجتماعي	(0.58**)	(0.00)	متوسطة وطرديّة
	الثالثة	الاداء الاقتصادي	(0.57**)	(0.00)	متوسطة وطرديّة
الرئيسية الأولى	الاداء المستدام	تجربة الزبون	(0.68**)	(0.00)	متوسطة وطرديّة
الفرضيات المقبولة	العدد		اربع فرضيات معنوية من بين اربع فرضيات		

الجدول (11) قيم معاملات ارتباط سبيرمان بين إدارة تجربة الزبون بأبعادها والاداء المستدام

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.24 N=150

ملاحظة: الرمز ** يعني أن قيمة معامل الارتباط معنوية عند مستوى معنوية (0.01).

يتبين لنا من الجدول (11) وجود وجود علاقة ارتباط معنوية قوية و طردية عند مستوى معنوية (0.01) Sig. (2-tailed) اي بحدود ثقة بلغت (99%) بين الاداء المستدام و تجربة الزبون، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (0.68**) وتشير هذا النتيجة الى وجود علاقة ارتباط متوسطة و طردية بين

**تأثير الاداء المستدام في تعزيز تجربة الزبون / دراسة استطلاعية لاراء عينة من
طلبة جامعة كلكامتر الأهلية**

الاداء المستدام و تجربة الزبون على المستوى الكلي، اذن تقبل الفرضية الرئيسية الاولى والتي نصت على (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاداء المستدام و تجربة الزبون). وفي ما يأتي تحليل العلاقات الفرعية بين ابعاد الاداء المستدام و تجربة الزبون كلاً على حدة على مستوى الفرضيات الفرعية.

1-1 تحليل العلاقة بين الاداء البيئي و تجربة الزبون :

من الجدول (11)، نلاحظ ان قيمة معامل الارتباط بين بُعد الاداء البيئي و تجربة الزبون قد بلغت (**0.79) وهي علاقة ارتباط معنوية وطرديّة قوية عند مستوى معنوية (2-tailed) Sig. (0.01) اي بحدود ثقة بلغت (99%)، وتشير هذه النتيجة إلى وجود علاقة قوية بين الاداء البيئي و تجربة الزبون، وهذا يدل على انه كلما ارتفع مستوى الاداء البيئي أدى ذلك الى ارتفاع في مستوى تجربة الزبون الجيدة، وتدعم هذه النتيجة فرضية البحث الفرعية الأولى المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاداء البيئي و تجربة الزبون"، وبالتالي تُقبل الفرضية.

1-2 تحليل العلاقة بين الاداء الاجتماعي و تجربة الزبون:

نلاحظ من الجدول (11)، ان قيمة معامل الارتباط بين الاداء الاجتماعي و تجربة الزبون قد بلغت (**0.58) وهي علاقة ارتباط معنوية وطرديّة متوسطة عند مستوى معنوية (2-tailed) Sig. (0.01) اي بحدود ثقة بلغت 99%، وتشير هذه النتيجة إلى وجود علاقة متوسطة القوة بين الاداء الاجتماعي و تجربة الزبون، وهذا يُشير الى انه كلما ارتفع مستوى الاداء الاجتماعي أدى ذلك الى ارتفاع في مستوى تجربة، وتدعم هذه النتيجة فرضية البحث الفرعية الثانية المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاداء الاجتماعي و تجربة الزبون"، وهذا يعني قبول هذه الفرضية.

1-3 تحليل العلاقة بين الاداء الاقتصادي و تجربة الزبون:

نلاحظ من الجدول (11) ، ان قيمة معامل الارتباط بين الاداء الاقتصادي و تجربة الزبون قد بلغت (**0.57) وهي علاقة ارتباط معنوية وطرديّة عند مستوى معنوية (2-tailed) Sig. (0.01) اي بحدود ثقة بلغت 99%، وتشير هذه النتيجة إلى وجود علاقة متوسطة القوة بين الاداء الاقتصادي و تجربة الزبون، وهذا يشير الى انه كلما ارتفع مستوى الاداء الاقتصادي أدى ذلك الى ارتفاع في مستوى تجربة الزبون، وتدعم هذه النتيجة فرضية البحث الفرعية الثالثة المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاداء الاقتصادي و تجربة الزبون"، وهذا يعني قبول هذه الفرضية.

ثانياً : اختبار التأثير بين متغيرات البحث

تسعى هذه الفقرة إلى اختبار فرضية البحث الرئيسية الثانية والمتعلقة باختبار التأثير بين متغيرات البحث الاداء المستدام (المتغير المستقل) و تجربة الزبون (المتغير المستجيب) والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط.

لأختبار صحة الفرضية الرئيسية الثانية لمعرفة فيما اذا كان هناك تأثير للاداء المستدام بأبعاده في تجربة الزبون من عدمه، فقد تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط وكانت النتائج كما في الجدول (12) ادناه.

الجدول (12) تحليل التباين لمعادلة الانحدار بين الاداء المستدام و تجربة الزبون

معامل التحديد R ² % نسبة التفسير	معامل الانحدار بيتا β	مستوى الدلالة Sig. (2-tailed)	F- test	المتغيرات		الفرضية
				المستجيب	المستقل	
0.39	0.70	(0.00)	93	تجربة الزبون	الاداء البيئي	الاولى
0.40	0.60	(0.00)	100		الاداء الاجتماعي	الثانية
0.59	0.49	(0.00)	215		الاداء الاقتصادي	الثالثة
0.51	0.94	(0.00)	156	تجربة الزبون	الاداء المستدام	الرئيسية الثانية
اربع فرضيات معنوية من بين اربع فرضيات			العدد	الفرضيات المقبولة		

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.24 N=150

يظهر لنا الجدول (12) قيم اختبار F – للانموذج ككل وقد بلغت قيمة اختبار (F- test) بالنسبة لتأثير الاداء المستدام في تجربة الزبون (156)، و بمستوى دلالة (2-tailed) Sig. * (0.00)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي للاداء المستدام في تجربة الزبون، و قد بلغت قيمة معامل β والذي يمثل قيمة ميل خط الانحدار (0.94)، والتي تفسر على انها مقدار التغيير في قيمة المتغير المستجيب عند حصول تغيير بمقدار وحدة واحدة في قيمة المتغير المستقل، اي ان زيادة قيمة متغير الاداء المستدام بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى تغيير بمقدار (0.94) في تجربة الزبون، وأشارت قيمة معامل التحديد (R²) والبالغة (51%) والذي يعني أن ما مقداره (51%) من التباين الحاصل في تجربة الزبون هو تباين مُفسر بفعل الاداء المستدام الذي دخل الأنموذج، وأن

(49%) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل إنموذج الانحدار، اذن تقبل الفرضية الرئيسية الثانية، اي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للأداء المستدام في تجربة الزبون.
وفيما يأتي هذا تحليل للتأثيرات الفرعية لابعاد الاداء المستدام في تجربة الزبون على مستوى الفرضيات الفرعية.

2-1 تحليل تأثير الأداء البيئي في تجربة الزبون: لأختبار صحة الفرضية الفرعية الاولى المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الثانية يبين الجدول (12) قيم اختبار F - test للأداء البيئي في تجربة الزبون والذي بلغ (93)، و بمستوى دلالة (2-tailed) Sig. (0.00)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي للأداء المستدام في تجربة الزبون، وبلغت قيمة معامل β (0.70)، اي ان زيادة قيمة الأداء المستدام بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى تغيير بمقدار (0.70) في تجربة الزبون، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) والبالغة (39%) والذي يعني أن ما مقداره (39%) من التباين الحاصل في تجربة الزبون هو تباين مُفسّر بفعل الأداء المستدام الي دخل الأنموذج، وأن (61%) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل إنموذج الانحدار، اذن تقبل الفرضية الفرعية الاولى ضمن الفرضية الرئيسية الثانية، اي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للأداء البيئي في تجربة الزبون.

2-2 تحليل تأثير الاداء الاجتماعي في تجربة الزبون

لاختبار صحة الفرضية الفرعية الثانية المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الثانية يبين الجدول (12) قيم اختبار F test للأداء الاجتماعي في تجربة الزبون والذي بلغ (100)، و بمستوى دلالة (2-tailed) Sig. (0.00)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي للأداء الاجتماعي في تجربة الزبون، وبلغت قيمة معامل β (0.60)، اي ان زيادة قيمة الأداء الاجتماعي بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى تغيير بمقدار (0.60) في تجربة الزبون، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) والبالغة (40%) والذي يعني أن ما مقداره (40%) من التباين الحاصل في تجربة الزبون هو تباين مُفسّر بفعل الأداء الاجتماعي الذي دخل الأنموذج، وأن (60%) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل إنموذج الانحدار، اذن تقبل الفرضية الفرعية الثانية ضمن الفرضية الرئيسية الثانية، اي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للأداء الاجتماعي في تجربة الزبون.

2-3 - تحليل تأثير الاداء الاقتصادي في تجربة الزبون.

لاختبار صحة الفرضية الفرعية الثالثة المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الثانية يبين الجدول (12) قيم اختبار F test للأداء الاقتصادي في تجربة الزبون والذي بلغ (215)، و بمستوى دلالة (2-tailed) Sig. (0.00)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي للأداء الاقتصادي في تجربة الزبون، وبلغت قيمة معامل β (0.49)، اي ان زيادة قيمة الأداء الاقتصادي بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى تغيير بمقدار (0.49) في تجربة الزبون، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) والبالغة (59%) والذي يعني أن ما مقداره (59%) من التباين الحاصل في تجربة الزبون هو تباين مُفسّر بفعل الأداء البيئي الذي دخل الأنموذج، وأن (41%) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل إنموذج الانحدار، اذن تقبل الفرضية الفرعية الثالثة ضمن الفرضية الرئيسية الثانية، اي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للأداء الاقتصادي في تجربة الزبون.

2-4 تحليل تأثير تصميم الموارد البشرية والعمل في رضا الزبون

لاختبار صحة الفرضية الفرعية الرابعة المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الثانية يبين الجدول (12) قيم اختبار F - test لتصميم الموارد البشرية والعمل في رضا الزبون والذي بلغ (113.072)، و بمستوى دلالة (2-tailed) Sig. (0.00)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي لتصميم الموارد البشرية والعمل في رضا الزبون، وبلغت قيمة معامل β (0.58)، اي ان زيادة قيمة تصميم الموارد البشرية والعمل بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى تغيير بمقدار (0.58) في رضا الزبون، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) والبالغة (66%) والذي يعني أن ما مقداره (66%) من التباين الحاصل في رضا الزبون هو تباين مُفسّر بفعل العوامل التي دخلت الأنموذج، وأن (34%) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل إنموذج الانحدار، اذن تقبل الفرضية الفرعية الرابعة ضمن الفرضية الرئيسية الثانية، اي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لتصميم الموارد البشرية والعمل في رضا الزبون.

المحور الرابع الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

1. توافر اهتمام ودعم كبير من الإدارة العليا في الجامعة المبحوثة بمرتكزات الاستدامة الرئيسية و هو ما عبر عنه الطالب من خلال طرح وجهة نظره.
2. أملاك الجامعة المبحوثة لمستوى جيد من الأداء المستدام معبراً عنه من خلال الأبعاد البيئية والاجتماعية والاقتصادية، والذي تجسد في نشاطات وموجودات وأجراءات تتخذها الجامعة ويتأثر بها الطالب.
3. تظهر لنا نتائج التحليل الاحصائي وجود علاقة ارتباط بين الأداء المستدام و تجربة الزبون وهي علاقة طردية تُشير الى انه كلما تحسن الاداء المستدام أدى ذلك الى تحقيق تجربة زبون جيدة والتي يمكن ان تنعكس بدورها بنتائج ايجابية على الجامعة.
4. تحقيق علاقة ارتباط قوية بين الاداء البيئي وتجربة الزبون، ويدل ذلك على انه كلما ارتفع مستوى الأداء البيئي ادى الى ارتفاع في مستوى تجربة الزبون.
5. تحقيق علاقة ارتباط متوسطة القوة بين الاداء الاجتماعي و تجربة الزبون ويدل ذلك على انه كلما ارتفع مستوى الأداء الاجتماعي ادى الى ارتفاع في مستوى تجربة الزبون.
6. تحقيق علاقة ارتباط متوسطة القوة بين الاداء الاقتصادي و تجربة الزبون ويدل ذلك على انه كلما ارتفع مستوى الأداء الاقتصادي ادى الى ارتفاع في مستوى تجربة الزبون.
7. أظهرت لنا نتائج التحليل الاحصائي وجود تأثير معنوي للأداء المستدام بأبعاده في تجربة الزبون ، ويشير ذلك الى انه كلما تحسن الاداء المستدام أدى ذلك الى تحسن تجربة الزبون.
8. وجود اهتمام من الجامعة المبحوثة بالاداء المستدام وابعاده المبحوثة وبمستوى مقبول من العينة المبحوثة.
9. تحرص الجامعة المبحوثة على تعزيز تجربة الزبون على وفق رأي العينة المبحوثة من خلال تحقيق الاداء المستدام من خلال الاهتمام الكبير في الجوانب البيئية وتقليل الاضرار والتلوث فضلاً عن تعزيز العلاقة بين الجامعة والمجتمع مع المحافظة على الجوانب الاقتصادية.
10. وجود تأثير معنوي لُبعد الاداء البيئي في تجربة الزبون مما يعني ان اي ان زيادة في قيمة الاداء البيئي سيؤدي الى زيادة في قيمة تجربة الزبون.
11. وجود تأثير معنوي لُبعد الاداء الاجتماعي في تجربة الزبون مما يعني ان اي ان زيادة في قيمة الاداء الاجتماعي سيؤدي الى زيادة في قيمة تجربة الزبون.
12. وجود تأثير معنوي لُبعد الاداء الاقتصادي في تجربة الزبون مما يعني ان اي ان زيادة في قيمة الاداء الاقتصادي سيؤدي الى زيادة في قيمة تجربة الزبون.

ثانياً: التوصيات

1. ضرورة الارتقاء بمستوى الاداء المستدام لكونه بالنتيجة يؤدي الى ارتفاع في مستوى تجربة الزبون.
2. الاهتمام بمستوى الأداء المستدام بشكل اكبر عن طريق مواكبة التطورات ذات الصلة بالاستدامة وبما يؤدي الى ارتفاع في مستوى تجربة الزبون.
3. الاهتمام بالمساحات الخضراء ووسائل التهوية بشكل مستمر.
4. الاهتمام بالبنائيات والاجهزة الكهربائية وبما يعمل على تقليل الاستهلاك للطاقة.
5. التوجه نحو إعادة التدوير للمخلفات الورقية و غير الورقية التي تنتج عن الجامعة من خلال الانظمة التي تعمل على ذلك .
6. الأخذ بنظر الاعتبار عند تصميم الابنية الجديدة ان تكون مباني خضراء .
7. التعامل مع المواد و المتجهيزات المستدامة التي يمكن اعادة تدويرها.
8. تقليل أستهلاك الطاقة بكافة أشكالها من خلال استخدام مصادر توليد الطاقة المتجددة.
9. نشر مفهوم الاستدامة والقضايا المتعلقة بها داخل الجامعة لما لها من دور مهم في تعزيز تجربة الزبون.
10. بذل المزيد من الجهود لتعزيز جسر التعاون مع منظمات المجتمع المدني من اجل الحفاظ على البيئة.
11. توفير نشرات و دوريات تتعلق بالاستدامة ودورها في جودة الحياة.

المصادر

- 1- Aggarwal Priyanka ,2013, Impact of Sustainability Performance of Company on its Financial Performance: A Study of Listed Indian Companies, Global Journal of Management and Business Research Finance Volume 13 Issue 11 Version 1.0, pp:61-70.
- 2- Andajani Erna,2015, **Understanding Customer Experience Management in Retailing**, 2nd Global Conference on Business and Social Science, 17-18 September 2015, Bali, Indonesia, pp:629-633.
- 3- Brakus J. Jo ~sko, Schmitt Bernd H., & Zarantonello Lia ,2009, **Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty?**, *Journal of Marketing* , Vol. 73 , 52–68.
- 4- Baumgartner R.J., 2008, **Corporate Sustainability Perfomance: Methods & Illustrative Examples**. *International Journal of Sustainability*, Vol. 3, No, pp: 117–131
- 5- Buttle Francis Arthur & Maklan Stan, 2015, Customer Relationship Management: Concepts and Technologies,
- 6- Chen, Y. S., & Chen, C. C. (2018). **The impact of customer experience management on customer loyalty: A study of online shopping context in Taiwan**, *Journal of Global Marketing*, 31(1), 16-29.
- 7- Daly, H. E., & Cobb, J. B. (1989), **For the Common Good: Redirecting the Economy Toward Community, the Environment, and a Sustainable Future**, Boston: Beacon Press.
- 8- De Keyser Arne, Lemon Katherine N., Klaus Philipp, and Keiningham Timothy L. 2015, **A Framework for Understanding and Managing the Customer Experience**, *Marketing Science Institute Working Paper Series* , No. 15-121,pp:1-47.
- 9- Eccles, R. G., & Serafeim, G. (2013). **The Performance Frontier: Innovating for a Sustainable Strategy**, *Harvard Business Review*, 91(5), 50-60.
- 10- Gadenne David, Mia Lokman, Sands John, Winata Lanita and Hooi George,2012, **The influence of sustainability performance management practices on organisational sustainability performance**, *Journal of Accounting & Organizational Change*, Vol. 8 No. 2, pp. 210-235.
- 11- Gahler Markus , Klein Jan F., and Paul Michael, 2022, **Customer Experience: Conceptualization, Measurement, and Application in Omnichannel Environments**, *Journal of Service Research*, Vol. 0(0),pp: 1–21.
- 12- Gallego-Álvarez Isabel & Vicente-Galindo M Purificación, 2014, **Environmental Performance in Countries Worldwide: Determinant Factors and Multivariate Analysis**, *Sustainability*, Vol.6,pp: 7807-7832
- 13- Gao, J., Dong, H., & Huang, X. (2021). Linking Economic Performance with Sustainable Development: A Literature Review. *Sustainability*, 13(1), 1-15.
- 14- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). **How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer**, *European Management Journal*, 25(5), 395-410.
- 15- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2019), "Managing the customer experience: A strategic framework". Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- 16- Grewal, D., Levy, M., & Kumar, V. (2021). **Marketing**. New York, NY: McGraw Hill Education
- 17- Hwang, Johye & Seo Soobin,2016, **A critical review of research on customer experience management Theoretical, methodological and cultural perspectives**, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 28 No. 10, pp. 2218-224.
- 18- Ioannou Ioannis & Serafeim George ,2012, **What Drives Corporate Social Performance? The Role of Nation-Level Institutions**, , pp:1-58

- 19- Jain Rahinish., Aagja Jayesh & Bagdare Shilpa,2016, **Customer experience – a review and research agenda**, *Journal of Service Theory and Practice*, Vol. 27 No. 3, 2017 pp. 642-662
- 20- Jensen, B. E., & Remmen, A. (2018). **Greening the economy through eco-efficient operations management: An exploratory study of the potential of eco-efficient manufacturing practices for improving resource efficiency and competitiveness**, *Journal of Cleaner Production*, 172, 1-12.
- 21- Lemon, K.N.; Verhoef, P.C. Understanding customer experience throughout the customer journey. *J. Mark.* 2016, 80, 69–96.
- 22- MacDonald, E. and Uncles, M. (2007), “Consumer savvy: conceptualisation and measurement”, *Journal of Marketing Management*, Vol. 23 No. 5/6, pp. 497-517.
- 23- Makudza Forbes .,2020, **Augmenting customer loyalty through customer experience management in the banking industry**, *Journal of Asian Business and Economic Studies* , Vol. 28 No. 3, 2021 pp. 191-203
- 24- Miller Dawn P., 2016,The Relationship between Corporate Social Performance and Financial Performance, *Walden Dissertations and Doctoral Studies* , Walden University .
- 25- Mishra, A., & Sharma, P. (2011). Customer experience management: A holistic approach to managing the customer journey. *Journal of Service Research*, 14(2), 195-210.
- 26- Moliner Miguel Ángel , Monferrer Diego , Estrada Marta and Rodríguez Rosa M. , 2019, **Environmental Sustainability and the Hospitality Customer Experience: A Study in Tourist Accommodation**, *Sustainability* 2019, 11, 5279, pp:1-15.
- 27- Nofryanti., Sembel Roy., Augustine Yvonne & Arsjah Regina Jansen,2021, **Sustainability Performance and Development Goals**, *International Journal of Sustainable Development & World Policy*, Vol. 10, No. 1, pp. 1-7.
- 28- Rosenbaum, M. S., & Massiah, C. (2011), **Winning at social customer care: How top brands create engaging experiences on social media**. New York: McGraw-Hill.
- 29- Saptia Ketut Setia, Sudja Nengah , Landra Nengah and Rustiarini Ni Wayan, **Sustainability Performance of Organization: Mediating Role of Knowledge Management**, *Economies*, 9(97),pp:1-16
- 30- Schmitt, Bernd H. (1999), **Experiential Marketing**,*Journal of Marketing*,Vol.15, pp:53-67.
- 31- Schultze Wolfgang & Trommer Ramona , 2011,**The concept of environmental performance and its measurement in empirical studies**, *Journal of Management Control*,pp:1-40.
- 32- Verhoef Peter C. , 2003,**Understanding the Effect of Customer Relationship Management Efforts on Customer Retention and Customer Share Development**, *Journal of Marketing* , Vol. 67,pp: 30–45.
- 33- Zolkiewski. Judy ., Story Victoria., Burton Jamie., Chan Paul ., Andre Gomes., Hunter-Jones Philippa., O'Malley Lisa ., Peters Linda D., Raddats Chris &William Robinson, 2017, **Strategic B2B customer experience management: the importance of outcomes-based measures**, *Journal of Services Marketing* ,Vol, No.31/2,pp: 172–184.

The Impact of Sustainable Performance in Enhancing the Customer Experience / A Survey study of the opinions of a sample of students at Gilgamesh Ahliya University

Prof.Dr.Kadhim Ahmed Jawad
Lecturer. Ahmed Mohammed Ibrahim

Abstract:

The research aims to determine the impact of sustainable performance with its dimensions (environmental performance, social performance, and economic performance) in enhancing the customer experience (sensory dimension, cognitive dimension, physical dimension, emotional dimension). Good about the researched university through sustainable performance, as universities in general and the researched university in particular face a clear disparity in student turnout resulting from perceptions and impressions generated by other individuals as a result of their experience in the university and what they actually saw in it, and the importance of the research comes from its researched variables, Sustainable performance has become the approach of universities in general and the university in question because it is a basic element in the contemporary business environment, and the customer experience occupies great importance because of its role in enhancing the competitive position of the researched university as a result of the positive impression and perception that is generated from a good customer experience that is entrenched in the minds of customers and which can be felt by the student Through the sustainable performance of the researched university, the questionnaire was distributed in the form of (Google Forms) to the university students, and then a sample of (150) male and female students was selected from the responses from the research community represented by the university students in its faculties. The required information that was analyzed using the (SPSS v.24) program and through the use of statistical methods. The resulting information was analyzed and a number of conclusions and recommendations were reached. The most prominent conclusion centered around the role that sustainable performance played in enhancing the customer experience and building perceptions and a good impression of the university. As for the most prominent recommendation, it relates to continuing to enhance sustainable performance through the dimensions that express it.

Keywords : sustainable performance , environmental performance , social performance , economic performance , customer experience .

