

تأثير خارطة مجرى التدفق في ولاء الزبون دراسة تحليلية لعينة من المصارف

الباحثة سارة فاضل حميد (**)

أ.د. كاظم احمد جواد الجشعمي (*)

المستخلص:

يحظى مفهوم خارطة مجرى التدفق بأهمية متزايدة في مختلف الدول يوماً بعد يوم ويتأثر مثل أي توجه تسويقي آخر بالعديد من العوامل كالحكومية والسياسية والتغيرات الاجتماعية والتقدم التكنولوجي والتغير في التوجهات بالنسبة لمشروعات الاعمال مما يجعل من هذا المفهوم محوراً هاماً للبحث. تسعى الباحثة عن طريق الدراسة الحالية تقديم اطاراً متكاملأ يعمل على وصف المتغيرات البحث وتشخيصها فضلاً عن تحليل العلاقة والتأثير فيما بينهم وتقديم بعض التوصيات التي تساهم في تحسين واقع العمل في مجتمع الدراسة والمتمثلة بالمصارف الأهلية العراقية لوجود تحديات عديدة ومسؤولية كبيرة تواجهها لذلك تم اختيارها لتصبح ميداناً للدراسة الحالية. تحديد مشكلة الدراسة من الاجراءات المهمة والمحورية التي ينبغي على الباحثة أن تسلط الضوء عليها ، حيث أنها تمثل المدخل الذي يمكن في ضوءها فهم بعض الأمور الواقعية التي تحتاج إلى حلول ومعالجات معينة في ظل المنافسة الشديدة ، فلا بد من ايجاد طرائق جديدة للتغلب على منافسيها ولضمان بقائها يستدعي الأمر الكثير من الجهود لأجل مواجهه التحديات، ولعل اهم ما يساعد في تحقيق ذلك هو قيام المنظمة بالتركيز على خارطة مجرى التدفق ، والجودة والتسليم في الوقت المناسب لكونه احد عوامل نجاح المنظمات ولذلك يبرز الجانب الاول من المشكلة ، أما بالنسبة للجانب الاخر هو توجيهها صوب رضا الزبون وولائه ماهي الا استراتيجيات فاعلة وناجحة لغرض المحافظة على الزبائن الحاليين وجذب زبائن مستقبليين. ويعد الحصول على ولاء الزبون الشغل الشاغل لهذا النوع من المنظمات .

(*)الجامعة المستنصرية /كلية الادارة والاقتصاد

sarah1991@gmail.com

(**)الجامعة المستنصرية /كلية الادارة والاقتصاد

وتأتي أهمية الدراسة من خلال أهمية المجتمع المختار والمتمثل بالقطاع المصرفي كونها من القطاعات الخدمية المهمة والتي تقدم خدماتها للجهات المستفيدة وأهمية متغيرات الدراسة مع ابراز أهم مناطق القوة والضعف لإمكانات المنظمة المبحوثة في أداءها التسويقي وزيادة قدرتها على تحقيق اهدافها وتدعيم موقعها التنافسي. وسعت هذه الدراسة إلى بلوغ جملة من الاهداف أبرزها معرفة علاقة الارتباط والتأثير بين متغيرات خارطة مجرى التدفق في تحقيق ولاء الزبون في المنظمة المبحوث فيها. وقد تم اختيار المصارف الاهلية العراقية مجتمعاً لتطبيق الدراسة الحالية باعتبارها احدى المنظمات الموجودة في العراق التي تسعى لتقديم خدماتها للجهات المستفيدة. إما عينة الدراسة فقد تم اختيار اسلوب العينة القصدية والتي تتكون (٦٠) فرداً من المدراء والافراد الموزعين على عدد من المستويات الادارية.

المبحث الاول

منهجية البحث

اولاً: منهجية البحث

ان طبيعة الدراسة ألزمت الباحثة استعمال أسلوب معين ومنهج خاص بالتحليل و عليه اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي في انجازها إذ يعد هذا المنهج أكثر ملاءمة لمتغيراتها، وكون الباحثة اعتمدت المنهج (الوصفي) فأنها قامت بمراجعة نظرية فكرية لما كتب عن المتغيرات التي تناولتها في الدراسة الحالية فضلاً عن جميع البيانات والمعلومات حول آراء وتوجهات الافراد وافكارهم، سواء أكانت بطريقة شفوية ام مسحاً مكتوباً (الاستبانة)، كما انه ملائم للدراسات التي هدفها الوصول الى العلاقة بين متغيراتها وتأثيراتها، أما المنهج (التحليلي) فقد أعتمد في تحليل نتائج المعالجات الاحصائية لمتغيرات الدراسة ثم وضع الاستنتاجات و على أساسها تبنى التوصيات.

مشكلة البحث

لقد أدت التطورات التكنولوجية المتسارعة واحتدام المنافسة وتغير أذواق الزبائن الى ظهور تحديات كبيرة تواجه منظمات الاعمال عموماً والخدمية منها على وجه الخصوص نظراً للاحتكاك الكبير بين الزبون والخدمة المقدمة التي يحصل عليها وبشكل مباشر، ونظراً لما تواجهه المنظمات الخدمية من واقع يتسم بالصعوبات والتحديات في البيئة الداخلية والخارجية، مما يحتم عليها مواكبة تلك التطورات وبالشكل الذي يلبي رغبات واحتياجات الزبائن. وبما يعزز تمسكهم وارتباطهم بها، وانطلاقاً من ذلك تسعى منظمات الاعمال وبشكل مستمر الى إدخال تلك التطورات وتطبيق أفضل الأساليب العلمية من اجل بقائها في ساحة المنافسة مع المحافظة على زبائن وكسب ولائهم و عليه برزت الحاجة إلى دراسة تأثير خارطة مجرى التدفق في تعزيز ولاء الزبون.

واستناداً لما ذكر آنفاً يمكن اظهار مشكلة الدراسة من خلال اشارة عدد من التساؤلات وكما يأتي:-

١. هل تمتلك المصارف المبحوثة الوعي المجتمعي والمصرفي بأهمية خارطة مجرى التدفق لتعزيز ولاء الزبائن.
٢. ما هو الدور الذي تلعبه خارطة مجرى التدفق لانسيابية الخدمة وتعزيز ولاء الزبائن في المصارف المبحوثة.
٣. ما سبب الضعف الواضح في اعتماد خارطة مجرى التدفق كأحد ركائز الأساسية لاستقطاب الزبون وتحقيق ولاءه.
٤. هل هنالك علاقة ارتباط معنوية بين متغيرات الدراسة (خارطة مجرى التدفق وولاء الزبون) في المصارف المبحوثة.
٥. هل هنالك تأثير معنوي خارطة مجرى التدفق في تحقيق ولاء الزبون في المصارف المبحوثة.

اهمية البحث

لحاجة المصارف المبحوثة الى اعادة هيكلية انسيابية العمل بما يلائم المتغيرات العالمية الجديدة في عالم المصارف لرفع الحلقات الزائدة للابتعاد عن الروتين برزت أهمية خارطة مجرى التدفق كأحد المعالجات الانية والمستقبلية لاستقطاب الزبون ورسم صورة ذهنية جديدة للولاء وتحديد الفوائد منها لإحداث نقلة نوعية في التعاملات المصرفية بكفاءة وفاعلية والذي يحدد أهمية الدراسة وفقاً للنقاط التالية.

١. تكمن في أهمية متغيراتها المبحوثة وتأثيرها في أداء المنظمة الخدمية وقدرتها على المنافسة.
٢. تكمن في عرض متغير خارطة مجرى التدفق بإطار نظري وتطبيقي باستعمال الإدارة والاساليب الحديثة في العمل
٣. تساعد الدراسة على توفير معلومات للقيادات الادارية العليا في المنظمة وجميع المسؤولين الاداريين في المنظمات المبحوثة على تطوير خدماتها مما يجعلها قادرة على الوفاء بالتزاماتها امام الزبائن..
٤. للتطورات الحاصلة في العالم الرقمي التي فرضته المتغيرات العالمية الجديدة جاءت الدراسة بالانتقال النوعي نحو رقمنة الخدمة الرشيقة كأحد الانتقالات المفروضة للعالم الجديد. تعد خارطة مجرى التدفق اهم أولويات المؤسسات الخدمية بشكل عام والمنظمة المبحوثة بشكل خاص كون خدمات هذا المنظمة جزء لا يتجزأ من حياة الأشخاص في الوقت الحاضر لذ فإن الدراسة متطلبات الأساسية لمعظم الأشخاص في ظل التنافس الكبير بين المنظمة المختلفة ومع ضعف الاهتمام بخارطة

مجرى التدفق وكثرة الهدر والضياع الذي يؤدي في الغالب إلى عدم تحقيق طموحات الزبون من حصول على خدمة ذات جودة مقارنة بما يدفعه من فواتير لقاء تلك الخدمة الامر الذي يؤدي إلى صعوبة تحقيق ولاء الزبون.

اهداف البحث:

تسعى الدراسة الحالية في ضوء ما طرحته المشكلة وتساؤلاتها نحو تحقيق مجموعة من الأهداف تتصل في مضمونها للإحاطة بالمسببات الرئيسية والسعي لإيجاد الحلول المناسبة للتساؤلات المطروحة ويمكن توضيح هذه الأهداف على النحو التالي: -

١. بناء الوعي المجتمعية المصرفي لأهمية تعزيز ولاء الزبون باعتماد معايير خارطة مجرى التدفق

٢. تسعى الدراسة الى محاولة تحليل استكشاف العلاقة بين خارطة مجرى التدفق ودورها في تعزيز ولاء الزبون ضمن الأصول العلمية

٣. بيان الدور الذي تلعبه خارطة مجرى التدفق في تعزيز ولاء الزبون.

٤. تحديد اسباب الضعف الواضح في إدارة المصارف المبحوثة واعتماد خارطة مجرى التدفق

٥. قياس واختبار علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة (خارطة مجرى التدفق بأبعاده ولاء الزبون بأبعاده

٦. قياس واختبار تأثير خارطة مجرى التدفق بأبعاده في تحقيق ولاء الزبون بأبعاده في المنظمات المبحوثة.

مجتمع وعينة البحث:

تم اختيار مجتمع الدراسة حسب دراسة ومعلومات وزيارات ميدانية أجراها الباحث لعدد من المصارف الأهلية التجارية في بغداد المتمثلة في خمس مصارف أهلية تجارية عراقية وهي كالتالي (مصرف الاتحاد ، مصرف النور ، مصرف اشور ، مصرف الخليج التجاري، مصرف إيلاف.تم اختيار عينة الدراسة حسب دراسة ومعلومات وزيارات ميدانية أجرتها الباحثة لعدد من المصارف الأهلية التجارية في بغداد، وفي ضوء ذلك تم توزيع عدد الاستبانات والبالغ (٦٠) استبانة لعينة قصدية شملت القيادات الادارية في المصارف وتم تقسيمها لكل مصرف (١٢) استبانة، وتضمن مجتمع الدراسة من (٥) مصارف أهلية

ثانياً: المخطط الفرضي للبحث

ثالثاً: فرضيات البحث:

فرضيات الدراسة

تتمثل فرضيات الدراسة بفرضيتين رئيسيتين وهما كالآتي:

- الفرضية الرئيسية الاولى: «توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين خارطة مجرى التدفق وولاء الزبون»
- الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير معنوية ذو دلالة احصائية لخارطة مجرى التدفق في ولاء الزبون».

المبحث الثاني

الجانب النظري

اولاً: بعض الدراسات السابقة

دراسات سابقة خاصة بخارطة مجرى التدفق

(McDonald et al, 2002)	١
Utilizing Simulation to Enhance Value Stream Mapping: A Manufacturing Case Application الاستفادة من المحاكاة لتعزيز خارطة مجرى التدفق : دراسة حالة تصنيعه	عنوان الدراسة
هل بالإمكان الاكتفاء بالنتائج التي توفرها خارطة مجرى التدفق أو يجب تعزيزها بالمحاكاة؟	مشكلة الدراسة
تطبيق خارطة مجرى التدفق في بيئة المنظمة واستعمال المحاكاة للإجابة على الأسئلة التي لا يمكن معالجتها الا باستعمال طريقة العرض الثابت التي تقدمها خرائط مجرى التدفق وصف كلا من الحالة الحالية والحالة المستقبلية لخط الإنتاج تحليل النتائج التي تم الحصول عليها من المحاكاة	هدف الدراسة
دراسة حالة في مصنع لتصنيع المنتجات ضبط الحركة عالية الأداء في جنوب شرق الولايات المتحدة	منهج الدراسة

<p>أثبتت الدراسة ان التحليل المحاكاة يمكن أن يكون جزءاً مفيداً ومهما من خارطة مجرى التدفق إذ يمكن أن تقدم المحاكاة معلومات مهمة مكملة للمعلومات التي تم الحصول عليها من خارطة مجرى التدفق المستقبلية</p> <p>على الرغم من اننا لا نقترح استعمال المحاكاة دائماً مع خارطة مجرى التدفق الا انها يمكن أن تشكل جزء لا يتجزأ منها</p> <p>تسهل المحاكاة عملية التصوير ما يخلق رؤية مشتركة عن العملية والمناطق التي تحتاج إلى إجراء تحسينات</p>	<p>أهم النتائج</p>
<p>Mbdulmalek & Rajgopal, 2007</p>	<p>٢</p>
<p>Analyzing the Benefits of Lean Manufacturing and Value Stream Mapping via simulation: A process sector case Study</p> <p>تحليل فوائد التصنيع الرشيق وخارطة مجرى التدفق عن طريق المحاكاة : دراسة حالة في قطاع العمليات</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>كيف يمكن لأدوات التصنيع الرشيق عند استعمالها بشكل مناسب ان تساعد صناعة العمليات على التخلص من الهدر وتحقيق رقابة أفضل المخزون وتحسين جودة المنتجات وتحقيق رقابة مالية وتشغيلية أفضل؟</p> <p>هل يسهم اعتماد نموذج المحاكاة في التنفيذ الصحيح لتصنيع الرشيق؟</p>	<p>مشكلة الدراسة</p>
<p>تكيف مبادئ التصنيع الرشيق لقطاع العملية للتطبيق في مصنع صلب كبير متكامل</p> <p>عد خارطة مجرى التدفق كأداة رئيسية تستخدم لتحديد الفرص لمختلف أدوات لتصنيع الرشيق</p> <p>تطوير نموذج محاكاة للمقارنة السيناريوهات (قبل وبعد) بالتفصيل لتحديد الفوائد المحتملة مثل تخفيض وقت الانتظار والحزن تحت التشغيل</p>	<p>هدف الدراسة</p>
<p>دراسة حالة في مصنع ABS لصناعة الفولاذ في الولايات المتحدة</p>	<p>منهج الدراسة</p>
<p>يمكن تكييف العديد من أدوات التصنيع الرشيق للعمل في المصنع</p> <p>يمكن استعمال نموذج المحاكاة تفصيلي لتقييم مقاييس الأداء الأساسية وتحليل مكونات النظام</p> <p>تسهل المعلومات التي توفرها المحاكاة في تسهيل عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بتنفيذ التصنيع الرشيق وتحفيز المنظمة اثناء التنفيذ الفعلي من أجل الحصول على النتائج المرجوة</p>	<p>أهم النتائج</p>

دراسة (ابو منديل، ٢٠٠٨) ^(١)	٣
واقع استخدام المزيج التسويقي واثره على ولاء الزبون.	عنوان الدراسة
شركة اتصالات الفلسطينية	موقع اجراء الدراسة
وصف وتقييم واقع المزيج التسويقي المستخدم في شركة الاتصالات الفلسطينية واثره على ولاء الزبائن في قطاع غزة	مشكله الدراسة
دراسة حالة - شركة اتصالات فلسطينية	منهج الدراسة
ضمنت استبيانا منظما ذاتيا يعتمد على طريقة اخذ العينات الملائمة لجمع البيانات	ادوات الدراسة
وصف وتقييم واقع المزيج التسويقي المستخدم في شركة الاتصالات الفلسطينية واثره على ولاء الزبائن في قطاع غزة	الغرض من الدراسة
الشركة تبني استراتيجية التوزيع المباشرة وغير المباشرة مما ساعد في سرعة انتشار خدماتها وسهولة حصول الزبائن عليها هنالك علاقة ذات دلالة احصائية بين المزيج التسويقي المستخدم في شركة اتصالات الفلسطينية ودرجة ولاء الزبون	اهم النتائج
استخدام متغير ولاء العملاء (متغير تابع)، اما الاختلاف في مجال تطبيق الدراسة والمتغير المستقل استخدمت كجهد معرفي سابق، الاستفادة من المراجعة النظرية	مدى تشابه أو اختلاف الدراسة عن البحث الحالي ومدى الاستفادة

دراسة (Bashir, ٢٠٢٠)	٤
تأثير جودة الخدمة على ولاء الزبائن ورضاهم في المصارف الإسلامية في سلطنة عمان Impact of Quality on Customer loyalty and customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman	عنوان الدراسة
المصارف الإسلامية في عمان	موقع اجراء الدراسة
عزوف الزبائن عن خدمات المصرفية	مشكله الدراسة
بحث تحليلي	منهج الدراسة
ضمنت استبياناً منظماً ذاتياً يعتمد على طريقة اخذ العينات الملائمة لجمع البيانات	ادوات الدراسة
فحص تأثير جودة الخدمة على ولاء الزبائن ورضاهم باستخدام نموذج جودة الخدمة لأربعة مصارف إسلامية رئيسية في سلطنة عمان	الغرض من الدراسة
يتم الكشف عن ان تطبيق ثلاث عوامل مهمة وهي جودة الخدمة ورضا الزبائن ومتغيرات ولاء الزبائن، ترتبط بشكل كبير ببعضها البعض، مع التأكيد على أنه مع زيادة جودة الخدمة، زادت ايضا مستويات رضا الزبائن وولاء الزبائن.	اهم النتائج
لتشابهه في اختيار المتغير التابع (ولاء الزبون) وكذلك في مكان تطبيق الدراسة في حين كان الاختلاف في المتغير المستقل وفي حجم العينة وفي مكان التطبيق وتم الاستفادة من المراجعة النظرية ومن فقرات الاستبانة	مدى تشابه أو اختلاف الدراسة عن البحث الحالي ومدى الاستفادة

ثانياً : مفهوم خارطة مجرى التدفق

طورت خارطة مجرى التدفق اصلا داخل نظام تويوتا وقد تم طرح مفهوم خارطة مجرى التدفق لأول مرة في فلسفة التصنيع الرشيق عام ١٩٩٥ وقد أصبحت خارطة مجرى التدفق أكثر شعبية

وأدخلت كمنهجية مميزة منذ نشر كتاب التعلم بالرؤية (Learning to see) من قبل (Rother & Shook, 1998) إذ يوفر هذا الكتاب خطوة بخطوة المبادئ التوجيهية لتطبيق خارطة مجرى التدفق في بيئة تصنيعية وتسلم خارطة مجرى التدفق في تحديد وتحسين القيمة إذ تنطوي على نقاط القوة الرئيسية لها على تحديد الهدر في العملية وتوحيد البيانات بلغة بسيطة والمساهمة في حل المشاكل وتساعد في تصور تدفق المواد والمعلومات بشكل شامل بدلا من عملية واحدة أو معزولة وكيف تتم عمليات الاتصال وعمليات ضبط الإنتاج والعمليات توجه تكرار المشاكل ومصادر الهدر وتحديد موقع الخزين في العملية وتوفير لغة مشتركة للجميع وقد يتضمن التدفق الهدر أو قد لا يتضمنه أن الهدف من خارطة مجرى التدفق هو تقليل الأنشطة التي لا تضيف قيمة إلى ادنى حد ممكن وتحسين التدفق لذلك يمكن تصنيف جميع الأنشطة في أي منظمة إلى ثلاث فئات:

١. القيمة المضافة
٢. الزبون الخارجي على استعداد لدفع ثمن القيمة
٣. يوفر أداء محدد وصحيح من المرة الأولى.

جدول رقم (١)

وجهات نظر بعض الباحثين

المفهوم	الباحث والسنة	ت
عملية تساعد المديرين على فهم كيفية إضافة القيمة في تدفق المواد والمعلومات عن طريق عملية الإنتاج بأكملها	Heizer, 2017:290 ^(٢)	1
اداء تخلق تمثيل مرئي لتدفق القيمة لعملية ما، وتتطلب مراقبة مباشرة للعمل وتدفق العمل ضمن العملية مما يمكن المنظمة من تحديد فرص التحسين	Schroeder, 2018:116	2
طريقة بيانية لتحليل إضافة القيمة أو عدم إضافة القيمة أثناء تدفق المواد خلال العملية .	Jacobs, 2018: 355	3

من اهم مزايا خارطة تدفق القيمة.

١. تساعد على تحديد الهدر ومصادره.
٢. تساعد على تصور عملية تقديم الخدمات على مستوى المنظمة وليس فقط على مستوى العملية الواحدة
٣. لها وظائف كمية ونوعية
٤. تعطي للمديرين والأفراد لغة مشتركة تمكنهم من التواصل

٥. تساعد على اتخاذ القرارات المتعلقة بالتدفق الظاهر ، مما يمكن للأفراد من مناقشتها(٣)

٦. اما جوهر خارطة تدفق القيمة هي أداة جوهرية لأسباب التالية: -

*أنها تساعد على رؤية الضياعات على نحو أكثر وضوح فالخارطة تساعد على رؤية مصدر الضياع في مجرى القيمة.

*أنها تصنع القرارات حول التدفق الواضح لذلك يمكن مناقشتها عدة تفاصيل وقرارات تصنع على أرضية الواقع.
* أنها تشكل أساس خطة التطبيق عن طريق المساعدة في تصميم التدفق على نحو كلي من الباب إلى الباب (Door-to-Door flow) عند التشغيل – أن الخرائط تدفق القيمة تصبح كبصمة بشأن تطبيق الرشيقي فهي بمثابة مخطط لبناء منزل – اذ لا يمكن بناء منزل بدون خارطة وتعرض ترابط بين تدفق المعلومات وتدفق المواد لا توجد أداء أخرى. (٤)

رابعاً: ولاء الزبون

ارتبط مصطلح الولاء قديماً بالعالم الشهير Frederick Richard ويبدو اكثر أهمية في اقتصاد اليوم اذ انه المفتاح الأساس لنجاح البرنامج التسويقي للمنظمة التي تركز للحصول على الزبون ومن ثم الاحتفاظ به اذ أن التفوق في واحدة منها لا يعني التغلب على النقص في الأخرى فإن الاحتفاظ بالزبون بنسبة (٥٪) يمكن أن يزيد من الأرباح بنسبة (٢٥٪ - ٩٥٪) لذا يجب على المنظمات استطلاع آراء الزبائن فيما يتعلق بالبرنامج التسويقي(٥)، أن تحقيق ولاء الزبون يتطلب تقوية القدرات المضمورة ودراسة مجالات جديدة للتنافس على أساس مقياس اقل كلفه(٦) ، على هذه الأساس فإن الخروج بمفهوم متكامل عن ولاء الزبون يعد أمراً في منتهى الصعوبة في الوقت الحالي وتكون هذه الصعوبة في تحديد تعريف محدد لولاء الزبون لا يواجهه الباحثون فقط بل المنظمات ايضا التي أصبحت تواجه صعوبات عدة في هذا المجال(٨) هذا من جانب ومن جانب اخر مازال موضوع ولاء الزبون يتقبل الكثير من النقد والجدل والتحليل(٩) .

تعددت المفاهيم والتعاريف الخاصة بالولاء الزبون نظرا التطور الوعي الفكري الخاص بالباحثين وتوجهاتهم الفكرية والتطورات المحيطة بتلك المنظمة يمكن أن نتعرف على الولاء من خلال:
أ-الولاء بمعناه اللغوي: هو الانتماء والانتساب عندما نقول إن الأبناء لديهم ولاء لأبائهم فإن ذلك يعني انتمائهم وانتسابهم واخلاصهم لهم إذن الولاء بهذه المعنى ينطوي على الالتزام والانسجام والجدب تجاه الغير.

ب- الولاء بمعناه الاصطلاحي: عبارة عن احساس وشعور بالانتماء والمسؤولية والمحبة والإخلاص والاندماج الذي ينمو داخل الفرد نحو شيء له أهمية بالنسبة له ويصبح بذلك مسؤولاً عنه ومتعلقاً به ومتلاحم معه(١٠)، مما ورد أعلاه نلاحظ محاولة وضع مفهوم مماثل للولاء الذي يبديه الزبون تجاه العلامة التجارية أو المؤسسة.

جدول (٢) بعض مفاهيم رضا الزبون

المفهوم	الباحث والسنة	ت
هو التزام عميق من قبل الزبون بإعادة شراء المنتج معين مفضل لديه وقيام الزبون بتوصية الآخرين بشرائه مع وجود اتجاه قوي لعدم التحول عن هذه العلامة حتى في حال وجود مؤشرات ترويجية تستهدف أثناء وابعاد عن تعامل مع هذا المنتج لصالح منتجات أخرى.	(علي وياسمينة، ٢٠٢٠: ١٠٣٨)(١١)	١
مقياس لمدى ميل الزبون للقيام بأعمال متكررة مع منظمة أو علامة تجارية انها نتيجة رضا الزبون وتجارب الزبائن الايجابية والقيمة الإجمالية للسلع أو الخدمة التي يتلقاها الزبون من الاعمال التجارية	(الحديثي، ٢٠٢١: ٦١)(٢١)	٢

المبحث الثالث

الجانب العملي

تستفيد الباحثة من اختبار (Z - TEST) **اختبار فرضيات البحث** : اختبار فرضيات الارتباط بين خارطة مجرى التدفق بولاء الزبون (لبيان صحة فرضيات الارتباط بين خارطة مجرى التدفق، و ولاء الزبون إذ ستقبل فرضية الارتباط إذ كانت القيمة الاحتمالية (p value) المناظر لقيمة Z المحتسبة أقل أو تساوي مستوى المعنوي المستخدم في الدراسة والبالغ (٠,٠٥) كما ان قيمة Z المحتسبة ستكون أكبر من نظيراتها الجدولية البالغة (١,٩٦) بما يؤكد صحة فرضية الارتباط بنسبة ثقة (٩٥٪)، وبالعكس ذلك ستكون نتيجة الاختبار عدم صحة الفرضية. أما لمعرفة قوة واتجاه الارتباط بين خارطة مجرى التدفق وولاء الزبون اوجدت الباحثة معامل الارتباط بين المتغيرات، وستقوم الباحثة في هذه المرحلة من التحليل باختبار الفرضيات على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية الاولى للبحث :-

١. توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين خارطة مجرى التدفق وولاء الزبون، ويتفرع منها فرضيات فرعية
٢. توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين خارطة مجرى التدفق وولاء الزبون
٣. توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الخدمة الرشيقة وولاء الزبون .

١-الارتباط بين خارطة مجرى التدفق وولاء الزبون:

يشير الجدول .قبول الفرضية الفرعية الأولى والتي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين خارطة مجرى التدفق وولاء الزبون) المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى وبنسبة ثقة (٩٥ ٪)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٨٩٤) وتشير إلى وجود ارتباط طردي قوي نسبيا بين خارطة مجرى التدفق وولاء الزبون.

ولغرض معرفة معنوية الارتباط استخرج الباحث قيمة (Z) المحتسبة والبالغة (٦,٨٦٧) وهذه القيمة أعلى من قيمة (Z) الجدولية البالغة (١,٩٦) وعند مستوى معنوية (٠,٠٠) وهذه القيمة الاحتمالية أصغر من مستوى معنوية الدراسة. وعلى هذه الأساس تم قبول الفرضية الفرعية الاولى.

جدول (٣)

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط بين المتغيرين	قيمة Z المحتسبة	القيمة الاحتمالية	التفسير
خارطة مجرى التدفق	رضا الزبون	٠,٨٩٤	٦,٨٦٧	٠,٠٠٠	وجود ارتباط طردي معنوي قوي بين خارطة مجرى التدفق ورضا الزبون وبالتالي قبول الفرضية الفرعية الأولى

٢- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الخدمة الرشيقة وولاء الزبون .

يشير جدول (٣) إلى قبول الفرضية الرئيسية الاولى والتي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الخدمة الرشيقة وولاء الزبون) وبنسبة ثقة (٩٥ ٪)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب لسبيرمان (٠,٧٩٥٥) وتشير إلى وجود ارتباط طردي قوي نسبيا بين الخدمة الرشيقة وولاء الزبون. ولغرض معرفة معنوية الارتباط استخرج الباحث قيمة (Z) المحتسبة والبالغة (٦,١١٠) وهذه القيمة أعلى من قيمة (Z) الجدولية البالغة (١,٩٦) وعند مستوى معنوية (٠,٠٠) هذه القيمة الاحتمالية أصغر من مستوى معنوية الدراسة. وعلى هذه الأساس تم قبول الفرضية الرئيسية.

جدول (٤)

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل ارتباط بين المتغيرين	قيمة Z المحسوبة	القيمة الاحتمالية	التفسير
الخدمة الرشيفة	ولاء الزبون	٠,٧٩٥٥	٦,١١٠	٠,٠٠٠	وجود ارتباط طردي قوي معنوي بين الخدمة الرشيفة ورضا الزبون وبالتالي قبول الفرضية الرئيسية الاولى

٢- الفرضية الرئيسية الثانية للبحث : تأثير خارطة مجرى التدفق بأبعاده في ولاء الزبون

تعول الباحثة على (F - TEST) لبيان صحة فرضيات تأثير خارطة مجرى التدفق في ولاء الزبون، إذ ستقبل فرضية التأثير عندما تكون القيمة الاحتمالية المناظرة لقيمة (F) المحسوبة أصغر من مستوى معنوية (٠,٠٥) ، وكذلك تكون قيمة (F) المحسوبة أكبر من نظيراتها الجدولية البالغة (٤,٠٠٧) ضمن جدول (ANOVA) اي قبول فرضية التأثير بنسبة (٩٥ ٪) ، أما لبيان نسبة خارطة مجرى التدفق بأبعاده في ولاء الزبون تستفيد الباحثة من معامل التحديد (R² Coefficient Of Determination) وستقوم الباحثة في هذه المرحلة من التحليل باختبار الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية الثانية:

١. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لخارطة مجرى التدفق في ولاء الزبون.

٢. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للخدمة الرشيفة في ولاء الزبون

يشير الجدول (٤) قبول الفرضية الفرعية الاولى التي مفادها (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لخارطة مجرى التدفق في ولاء الزبون) المنبثقة من الفرضية الرئيسية الثانية وبنسبة ثقة (٩٥ ٪) حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠,٧٩٩) الذي يشير إلى ما نسبة (٧٩,٩ ٪) من قيمة التأثير يعود للمتغير المستقل (خارطة مجرى التدفق) اما باقي التأثير يعود لعامل أخرى لم تناولها الدراسة. أما قيمة (B) فنشير إلى مقدار التغير الحاصل في المتغير المعتمد ولاء الزبون بمقدار (٠,٤٩٤) عندما يتغير

المتغير الفرعي الأول المستقل بمقدار وحدة واحدة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ويشير إلى وجود تأثير للمتغير المستقل في المعتمد. اما قيمة (F) المحتسبة فقد بلغت (٢٣٠,٥٥٧) وهذه القيمة أعلى من قيمة (F) الجدولية البالغة (٤,٠٠٧) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) لتدل على معنوية التأثير وعلية نقبل الفرضية الفرعية الاولى ونرفض فرضية العدم.

جدول (٥)

نتائج تأثير المشاركة كبعد مستقل في الالتزام الوظيفي بأبعاده

التفسير	مستوى الدلالة (٠,٠٥)	قيمة F المحسوبة	قيمة معامل R ^٢	معامل حد الثابت الفا	معامل انحدار بيتا	المتغير المعتمد	البعد المستقل
قبول الفرضية الفرعية الأولى بما يؤكد وجود تأثير ملحوظ بين خارطة مجرى التدفق في رضا الزبون	٠,٠٢	٢٣٠,٥٥٧	%٠,٧٩٩	٢,٠٣٨	٠,٤٩٤	ولاء الزبون	خارطة مجرى التدفق

٢. تأثير الخدمة الرشيقة في ولاء الزبون

يعين جدول (٥) قبول الفرضية الفرعية الثانية التي مفادها (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية الخدمة الرشيقة في ولاء الزبون) المنبثقة من الفرضية الرئيسية الثانية وبنسبة ثقة (٩٥٪) حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠,٦٣٣) الذي يشير إلى ما نسبة (٦٣,٣٪) من قيمة التأثير يعود للمتغير المستقل (الخدمة الرشيقة) اما باقي التأثير يعود لعامل أخرى لم تناولها الدراسة. أما قيمة (B) فتشير إلى مقدار التغير الحاصل في المتغير المعتمد ولاء الزبون بمقدار (٠,٨٨٥) عندما يتغير المتغير الفرعي الأول المستقل بمقدار وحدة واحدة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ويشير إلى وجود تأثير للمتغير المستقل في المعتمد. اما قيمة (F) المحتسبة بلغت (١٠٠,٠٣٨) وهذه القيمة أعلى من قيمة (F) الجدولية البالغة (٤,٠٠٧) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) لتدل على معنوية التأثير وعلية نقبل الفرضية الفرعية الاولى ونرفض فرضية العدم.

جدول (٦)

التفسير	مستوى الدلالة (٠,٠٥)	F قيمة المحسوبة	معامل تحديد R ²	معامل حد الثابت الفا	معامل انحدار بيتا	البعد التابع	لبعد المستقل
قبول الفرضية الفرعية الثانية بما يؤكد وجود تأثير ملحوظ بين الخدمة الرشيقية ولاء الزبون	٠,٠٠	١٠٠,٠٣٨	٠,٦٣٣		٠,٨٨٥	ولاء الزبون	الخدمة الرشيقية

الخاتمة:

بعد انتهينا من بحثنا الموسوم تأثير خارطة مجرى التدفق في ولاء الزبون توصلنا الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات وهي كالآتي:

اولا: الاستنتاجات

١. يوجد تأثير واضح لخارطة مجرى التدفق في تحقيق ولاء الزبون للمصارف المبحوث فيها.
٢. وجد تأثير ملحوظ للخدمة الرشيقية في تحقيق ولاء الزبون للمصارف المبحوث فيها.
٣. يوجد ارتباط قوي بين تحقيق ولاء الزبون وتطبيق خارطة مجرى التدفق في المصارف المبحوث فيها.
٤. إدارة المصارف المبحوث فيها طرائق متنوعة للإعلان عن الخدمات التي تقدمها متضمنة الأفكار التي تريد تقديمها إلى الزبون من خلال الموثوقية العالية التي تعد وسيلة مهمة لإيصال الأفكار السريعة في الرسائل الاعلانية.

ثانيا: التوصيات

هذه الفقرة تستعرض التوصيات الملائمة وفق الاستنتاجات التي تم طرحها وتقديمها في إطار يخدم الباحثين مستقبلاً فضلاً عن استفادة المصارف العراقية المبحوث فيها منها تطوير عملها، ويمكن استعراض أبرز التوصيات التي توصلت اليها الباحثة إليها بالآتي:

- ١- ضرورة الاستفادة القصوى من العلاقة التأثيرية للخدمة الرشيقية في تحقيق رضا الزبون من خلال الاعتماد وبنسب متفاوتة على خارطة مجرى التدفق والوصول إلى التحسين المستمر في الأداء في الوقت المحدد وتنظيم موقع العمل بما يحقق الانسيابية العالية لنقل المعلومات والقرارات وترشيح

حلفات العمل الزائدة لتقديم أفضل خدمة للزبون وبناء القدرة الذهنية عن دقة وسرعة المعاملات المالية المصرفية.

٢- الاستفادة القصوى من خارطة مجرى التدفق في تحقيق ولاء الزبون عن طريق إزالة الأنشطة التي لا تضيف قيمة والتي عند ازالتها سوف تؤثر على الخطوات العملية لتقديم قيمة للزبون والتي تسعى المصارف إلى تلبيتها بكفاءة وفاعلية وتحقيقها من خلال ابتكار خدمات رشيقة وتطويرها لتقديم أفضل الخدمات.

المصادر:

أولاً: المصادر العربية

١. ابو منديل، محمد عبد الرحمن (٢٠٠٨)، واقع استخدام المزيج التسويقي وأثره على ولاء الزبون دراسة حالة شركة الاتصالات الفلسطينية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة- فلسطين.
٢. الحديثي، مهلب مفلح حسن (٢٠٢١)، تشخيص متطلبات جودة الخدمة ودورها في تعزيز رضا وولاء الزبون، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية إدارة والاقتصاد.
٣. الربيعي، محمد سمير دهيرب (٢٠١٧)، امكانية تطبيق التفكير الرشيق لترشيد التكاليف وتحقيق رضا الزبون، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الإدارة والاقتصاد.
٤. الطائي، يوسف حليم والعبادي، سلطان ودباس، هاشم فوزي (٢٠٠٩)، ادارة علاقات الزبون، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، الأردن
٥. الشيباوي، حامد كاظم متعب (٢٠١٥)، استراتيجيات التسويق وأثرها في ولاء الزبون ”مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (١٧)، العدد (١)، العراق.
٦. صالح، شريف عبد الله (٢٠٢١)، سلوكيات القيادة المستنيرة وأثرها في تعزيز الولاء التنظيمي للعاملين، رسالة ماجستير، جامعة تكريت، كلية الادارة والاقتصاد..
٧. علي، معمر وياسمينه، عامرة، (٢٠٢٠)، إبعاد التسويق بالعلاقات كأحد توجهات التسويق المعاصر وأثرها على ولاء الزبون، مجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد (١٢)، العدد (٤)، الجزائر.
٨. العنزي، سعد علي حمود وصبر، رنا ناصر (٢٠١٧)، دور الاستغراق الوظيفي للعاملين في ضمان ولاء الزبون، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العراق، المجلد (٢٣)، العدد (٩٩)، ص (٥١-٢٤).

ثانياً: المصادر الأجنبية

1-Heizer & Render Barry & Manson church & sachan Amit, (2017) Op-erations management Pearson Education services provide. Ltd

(Endnotes)

١- ابو منديل، محمد عبد الرحمن (٢٠٠٨)، واقع استخدام المزيج التسويقي وأثره على ولاء الزبون دراسة حالة شركة الاتصالات الفلسطينية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة-فلسطين.

2- Heizer & Render Barry & Manson church & sachan Amit (2017) ,Op-erations management Pearson Education services provide .Ltd

٣- الربيعي، محمد سمير دهيرب (٢٠١٧)، امكانية تطبيق التفكير الرشيق لترشيد التكاليف وتحقيق رضا الزبون، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الإدارة والاقتصاد، ص٥٦.

٤- الربيعي، مصدر سابق، ص٩١.

٥- الشيباوي، حامد كاظم متعب (٢٠١٥)، استراتيجيات التسويق وأثرها في ولاء الزبون « مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (١٧)، العدد (١)، العراق، ص٩.

٦- الطائي، يوسف حليم والعبادي، سلطان ودباس، هاشم فوزي (٢٠٠٩)، ادارة علاقات الزبون، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، الأردن، ص٢٥١.

٧- الحديثي، مهلب مفلح حسن (٢٠٢١)، تشخيص متطلبات جودة الخدمة ودورها في تعزيز رضا وولاء الزبون، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية إدارة والاقتصاد، ص٥٨.

٨- العنزي، سعد علي حمود وصبر، رنا ناصر (٢٠١٧)، دور الاستغراق الوظيفي للعاملين في ضمان ولاء الزبون، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العراق، المجلد (٢٣)، العدد (٩٩)، ص (١٤).

٩- صالح، شريف عبد الله (٢٠٢١)، سلوكيات القيادة المستنيرة وأثرها في تعزيز الولاء التنظيمي للعاملين، رسالة ماجستير، جامعة تكريت، كلية الادارة والاقتصاد، ص٦١.

