

تأثير جودة الخدمة في تعزيز قيمة الزبون (دراسة تحليلية في دائرة وقاية المزروعات)

ميسلون إبراهيم القيسي (*)

أ.د. مها عارف بريسيم العزاوي (**)

المستخلص :

يهدف البحث الى اختبار تأثير جودة الخدمة بأبعادها (الملموسية, والأعتمادية, والإستجابة, والأمان والتعاطف) المقدمة من قبل دائرة وقاية المزروعات في محافظة بغداد, وتحديد مدى مساهمتها في تعزيز قيمة الزبون (المزارع), وقد تمثلت مشكلة البحث بقلة التمويل المخصص لهذه الدائرة مما ينعكس ذلك سلباً على الملموسية المادية لتحسين الصورة الذهنية للدائرة المبحوثة, وتكمن أهمية البحث من اهمية جودة الخدمات المقدمة التي تسهم في وقاية وحماية المحاصيل الزراعية وخاصة الاستراتيجية منها من خطر الاصابة بالآفات الزراعية بما يضمن تحقيق الأمن الغذائي مما ينعكس تأثير ذلك ايجاباً على تحقيق القيمة للمزارعين.

لقد اعتمد الباحثان المنهج الوصفي – التحليلي, وأستخدم الإستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات, اذ تم توزيعها على عينة عشوائية بلغ قوامها (٦٨) مبحوثاً من العاملين في دائرة وقاية المزروعات, وقد خضعت الإستبانة لأختبارات الصدق والثبات, كما تم استخدام مجموعة من الأساليب الأحصائية منها المتوسط الحسابي المُرَجح, والانحراف المعياري والمختبر الأحصائي (F-Test) وباعتماد البرنامج الأحصائي (SPSS V.26).

أنتجت الأساليب الأحصائية مجموعة من النتائج كان أهمها يوجد تأثير معنوي ذو دلالة أحصائية لجودة الخدمة في تعزيز قيمة الزبون, وبناءً على هذه النتائج تم التوصل الى مجموعة من الاستنتاجات كان أهمها قلة اهتمام إدارة الدائرة المبحوثة بتطوير وتحديث معداتها وأجهزتها المختبرية مما ينعكس ذلك على تأخير حصول المزارعين على الخدمات المطلوبة في وقتها المحدد, ويعود ذلك الى قلة التخصيصات المالية المخصصة لهذا الغرض, كما توصل الباحث الى مجموعة من التوصيات كان من أهمها زيادة الاهتمام بتطوير وتحديث المعدات والأجهزة المختبرية وذلك من خلال زيادة التخصيصات المالية لضمان توافرها وبما يضمن تلبية حاجات ورغبات المزارعين في الوقت المحدد.

(*) كلية الادارة واقتصاد/ الجامعة المستنصرية

(**) كلية الادارة واقتصاد/ الجامعة المستنصرية

المقدمة :

شهدت العقود الأخيرة تطوراً هاماً في مجال الخدمات التي أصبحت تشكل أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول المعاصرة. وأن الأهتمام الذي حُظيت به الخدمات بأنواعها المختلفة لم يكن وليد اللحظة الآنية بل إنه تنامي بشكل كبير، وذلك توافقاً مع تنامي دور وأهمية الخدمات في حياة الأفراد ومنظمات الأعمال، إذ أن فلسفة تسويق الخدمات تعتمد بالأساس على المفهوم التسويقي الحديث الذي يقوم على أساس أن نجاح أية منظمة يتمثل في قيامها بتحديد حاجات ورغبات الأسواق المستهدفة والعمل على إشباعها بفاعلية، وأن الزبون هو سيد السوق وأساس العملية التسويقية وإن أ استمرار المنظمة وبقائها مرتبط بالمنافع التي سيحصل عليها الزبون والتي يفترض أن تفوق توقعاته جراء الكلف التي سيتحملها، وهذا مما سيؤدي به الى حالة الرضا.

وتُعد جودة الخدمة من أهم التحديات الإستراتيجية التي تواجهها المؤسسات الخدمية، إذ أن الأهتمام بتقديم خدمات متميزة للزبائن وتحقيق أقصى إشباع لهم بما يتوافق مع احتياجاتهم وتوقعاتهم، هو الضمان الرئيسي للوصول إلى تطلعات الزبائن وكسب رضاهم وولائهم لها، وأن جودة الخدمة لم تعد مجرد مطابقة الخدمات للمواصفات الفنية المحددة، بل هي مدى التوافق بين رغبات وحاجات الزبون ومستوى الخدمات المقدمة إليه في ظل وجود بدائل كثيرة.

وفي محاولة لأحتواء مشكلة البحث التي تمثلت بقلّة التخصيصات المالية المخصصة للدائرة المبحوثة والذي ينعكس سلباً على جودة الخدمة في بعض أبعادها مما يؤثر بدوره على قيمة الزبون (المزارع)، وقد تم التعبير عنها بصيغة تساؤلات ثم الاجابة عنها في الجانب العملي من خلال تشخيص مستوى أهميه متغيرات البحث وأختبار تأثير المتغير المستقل (جودة الخدمة) بأبعاده (الملموسية، والأعتمادية، والإستجابة، والأمان والتعاطف) في المتغير المستجيب (قيمة الزبون) والتي شكلت بعض أهداف البحث.

أختيرت دائرة وقاية المزروعات في بغداد موقعاً لإجراء البحث كونها من المنظمات الخدمية التي تُعنى بوقاية وحماية المحاصيل الزراعية وخاصة الأستراتيجية منها من خطر الأصابة بالآفات الزراعية لتحقيق الأمن الغذائي فضلاً عن كون الباحث هو أحد منتسبي هذه الدائرة المبحوثة. بناءً على ذلك جاء البحث ليشمل اربعة مباحث ، اذ تضمن المبحث الأول منه منهجية البحث ، واشتمل المبحث الثاني الجانب النظري لكل من متغير جودة الخدمة ومتغير قيمة الزبون ، واعتمد المبحث الثالث الجانب العملي وشمل اختبارات الصدق والثبات وعرض وتحليل نتائج البحث واختبار التأثير بين متغيرات البحث ، اما المبحث الرابع فقد خصص لاهم الاستنتاجات والتوصيات التي يمكن ان تعتمد عليها عينة البحث .

المبحث الاول :

منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

تعاني دائرة وقاية المزروعات من تقادم المعدات والأجهزة التي تستخدم في عملية التسميد الأحيائي للتربة والتي يهدف منها تغذية وتقوية النباتات وكذلك وقايتها من الفطريات والحشرات

الضارة فضلاً عن النقص الحاصل في الأجهزة المختبرية التي تستخدم في إجراء التحليلات الكيميائية ويرجع ذلك الى قلة التمويل المخصص لهذه الدائرة مما ينعكس ذلك سلباً على جودة الخدمة المقدمة في بعض أبعادها والذي يؤثر بدوره على القيمة المدركة للزبون (المزارع), عليه يتمحور السؤال الأساس لهذه المشكلة هو «ما تأثير جودة الخدمة المقدمة من قبل المنظمة المبحوثة في تعزيز قيمة الزبون ؟» ويتفرع هذا السؤال الى :

- ١- ما مستوى أهميه أبعاد جودة الخدمة بالنسبة لإدارة المنظمة المبحوثة ؟
- ٢- ما مستوى أهمية تحقيق قيمة زبون من قبل إدارة المنظمة المبحوثة؟
- ٣- هل يوجد تأثير لأبعاد جودة الخدمة (الملموسية, الإعتمادية, الإستجابة, الأمان, والتعاطف) في تعزيز قيمة الزبون؟

ثانياً : أهمية البحث

تكمّن أهمية البحث بالآتي:

- ١- يعد القطاع الزراعي من القطاعات المهمة والحيوية التي تمس حياة وديمومة الفرد والمجتمع والتي لا بد من تسليط الموضوعات الإدارية والتسويقية عليه للأرتقاء بمستوى جودة الخدمات التي تسهم في تطوير الزراعة وديمومتها ومنها الخدمات التي تتعلق في وقاية المزروعات من الآفات الزراعية التي قد تتعرض اليها.
- ٢- إن هذا البحث يجمع بين متغيرين مهمين أولهما جودة الخدمة وهي مواءمة الخدمة لأستخدامات وأستعمالات الزبائن وهي درجة الرضا التي يمكن ان تحققها الخدمة للمستفيدين والزبائن عن طريق أشباع وتلبية حاجاتهم ورغباتهم وتوقعاتهم وتأمينها في الوقت المحدد, والمتغير الثاني هو قيمة الزبون الذي يعد هدفاً أساسياً تسعى إدارة المنظمة المبحوثة الى تحقيقه خاصة اذا ما أرادت تحسين أدائها وتحسين رضا وولاء زبائنها.
- ٣- يوافر البحث معلومات مهمة للإدارة العليا للمنظمة المبحوثة عن جودة الخدمة وتعزيز قيمة الزبون التي يمكن توظيفها في خدمة التوجهات الحالية والمستقبلية لكونها ذات طبيعة تحليلية لنشاطات المنظمة المبحوثة.
- ٤- يسهم البحث الحالي في قياس مدى تأثير جودة الخدمة وأبعادها في تعزيز قيمة الزبون.
- ٥- يسلط الضوء على واقع أعتماذ جودة الخدمات من قبل إدارة المنظمة المبحوثة في تعزيز قيمة الزبون والذي يقود الى وضع الأستنتاجات والتوصيات المتوافقة معها.

ثالثاً: أهداف البحث

تتمثل أهداف البحث بالآتي :

- ١- بيان مدى تأثير جودة الخدمة (المتغير المستقل) في تعزيز قيمة الزبون (المتغير المعتمد).
- ٢- معرفة مدى أستخدم المنظمة المبحوثة لأبعاد جودة الخدمة وكذلك معرفة مدى تأثير هذه الأبعاد في تعزيز قيمة الزبون.

٣- جذب اهتمام الإدارة العليا للمنظمة المبحوثة وتوجيه تركيزها الى أهمية الموضوع الخاص بمتغيرات البحث.

٤- رفع التوصيات المهمة للإدارة العليا من أجل تطوير جودة الخدمة بهدف تعزيز قيمة الزبون بناءً على الاستنتاجات التي يتم التوصل اليها.

رابعاً: فرضيات البحث

يسعى الباحثان الى اختبار تأثير جودة الخدمة (المتغير المستقل) وأبعاده المتمثلة ب(الملموسية, والأعتمادية, والاستجابة, والأمان, والتعاطف) في تعزيز قيمة الزبون (المتغير المعتمد) وعليه تم صياغة فرضيات البحث كما يأتي:

الفرضية الرئيسة : يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لجودة الخدمة المقدمة من قبل دائرة وقاية المزروعات في قيمة الزبون, وتتفرع منها الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للملموسية في قيمة الزبون.

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للأعتمادية في قيمة الزبون.

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للاستجابة في قيمة الزبون.

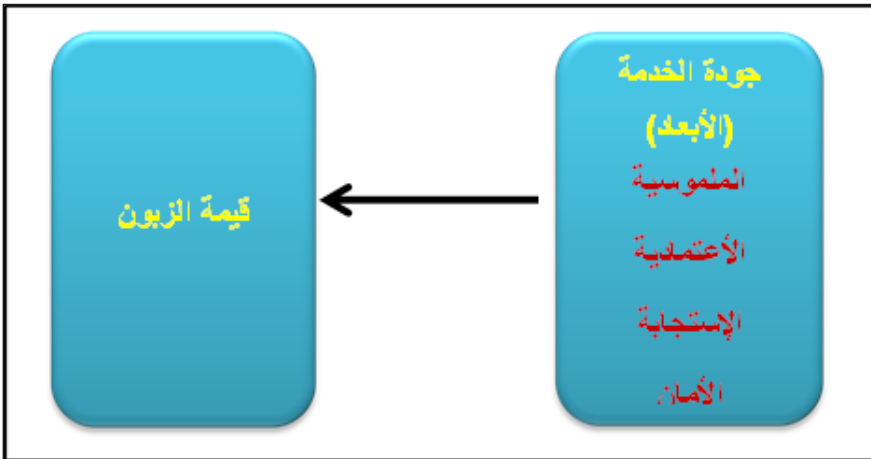
الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للأمان في قيمة الزبون.

الفرضية الفرعية الخامسة: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للتعاطف في قيمة الزبون.

خامساً: المخطط الفرضي للبحث

الشكل (١)

يوضح المخطط الفرضي للبحث .



المصدر : اعداد الباحثان.

سادسا: منهج البحث

أعتمد الباحث المنهج الوصفي - التحليلي كونه أكثر المناهج ملائمة في البحوث الإدارية.

سابعا: مجتمع وعينة البحث

يتمثل مجتمع البحث بالعاملين في دائرة وقاية المزارع والتي هي إحدى تشكيلات وزارة الزراعة والبالغ عددهم (٤٥٢) فردا , وقد تم اختيار عينة عشوائية بنسبة (١٦٪) من حجم مجتمع البحث, وقد بلغ قوامها (٦٨) مبحوثاً بعد استبعاد اربعة استبانات غير صالحة للتحليل الاحصائي .

ثامنا: أساليب جمع وتحليل البيانات

لقد تم اعتماد مجموعة من الأدوات في جمع وتحليل البيانات وكما يأتي:

- ١- المصادر النظرية
- ٢- الاستبانة
- ٣- الاساليب الاختصاصية

المبحث الثاني :

الجانب النظري

المحور الاول : جودة الخدمة

أولاً : مفهوم جودة الخدمة

ان جودة الخدمة لها دوراً أساسيا في تصميم وإنتاج الخدمة وتسويقها ولها أهمية بالغة لكل من مقدم الخدمة والمستفيد منها(عبد الغني وجمال الدين, ٢٠١٨: ١٦), وتعرف جودة الخدمة بأنها « نوعية الخدمات المقدمة المتوقعة والمدركة والتي تمثل المحدد الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه »(مريم وصفية, ٢٠١٧: ١٥), وكذلك تعرف بأنها تباين نوعية الخدمة التي تقدمها المنظمة عن إداء الخدمة الذي يتوقع الزبائن الحصول عليه بشكل يفوق توقعاتهم (Munhurrin et. al, ٢٠١٠: ٤٨)).

ثانياً: أهمية جودة الخدمة

ان لجودة الخدمة أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمة التي تهدف للربح والنمو، ففي مجال المنتجات السلعية يمكن استخدام التخطيط في الإنتاج، لكن في مجال الخدمات فان الزبائن والموظفين يتعاملون معا من أجل تقديم الخدمة على أعلى مستوى، فعلى المنظمة الاهتمام بالموظفين والزبائن، لذلك تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة للأسباب الآتية (بن زكري, ٢٠١٤: ٢٧-٢٨), (اسلام ومحمد, ٢٠١٥: ٦٩) و(سارة, ٢٠١٨: ٢٥):

١- نمو مجال الخدمة :

إن أبرز التحولات التي شهدتها الاقتصاد العالمي هو تنامي الأهتمام بقطاع الخدمات، حيث أصبح يحتل مكانة هامة في النشاط الاقتصادي، وموردا هاما في مداخل الدولة. وعلاوة على ذلك أصبح الأهتمام المتنامي بقطاع الخدمات يرتبط أساساً بمستوى معيشة أفراد المجتمع، ففي ظل ارتفاع مستويات المعيشة تضاعفت حاجة الأفراد إلى مختلف أنواع الخدمات من السباحية، التعليم، التأمين، وغيرها ولذلك ازداد مستوى الاقتصاد الكلي للدول والدور الذي تلعبه الخدمات، خاصة فيما يتعلق بمدى مساهمتها في إجمالي الناتج الإجمالي العام وفي عدد الأفراد العاملين في هذا القطاع.

٢- ازدياد حدة المنافسة:

تعد جودة الخدمة من بين أبرز المؤشرات التنافسية التي تعتمد عليها المنظمة في تدعيم مركزها التنافسي من أجل ضمان البقاء والاستمرارية في بيئتها التنافسية.

٣- الفهم الأكبر للزبائن:

إنّ الزبائن يريدون معاملة جيدة و يكرهون التعامل مع المنظمات التي تركز على الخدمة، فلا يكفي تقديم الخدمة ذات جودة و سعر معقول دون توفير المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للزبون.

٤- المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة:

يجب أن لا تسعى المنظمة إلى جذب زبائن جدد فقط، ولكن يجب عليها المحافظة على الزبائن الحاليين وتكسب ولائهم، وقد أشارت بعض الدراسات أن تكلفة جذب زبون جديد تعادل في متوسط خمسة أضعاف تكلفة الحفاظ على زبون واحد.

ثالثاً: أبعاد جودة الخدمة

لقد أتفق أغلب الكتاب والباحثين على الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة التي هي (الملموسية، والإعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف)، منهم (الدحيد حاوي، ٢٠١٣: ٦٠) و(خثيروم رايمي، ٢٠١٧: ٣٢) و (عبد الحميد ورؤوف، ٢٠١٨: ٣٢) و (بركات، ٢٠١٩: ٢٩) و (محمد، ٢٠٢٠: ٧٨) و (زوبع، ٢٠٢٠: ٢٢-٢٤) والتي سيعتمدها الباحث في الجانب العملي لتوافقها مع طبيعة المنظمة المبحوثة (دائرة وقاية المزروعات)، وفيما يأتي توضيحاً لهذه الأبعاد:

١- الملموسية: وتشمل التسهيلات المادية المستخدمة في العمل بدءاً بالمظهر الخارجي للمنظمة وتجهيزته من الداخل والأجهزة والوسائل المستخدمة في أداء الخدمة (مريم وصفية، ٢٠١٧: ١٨)، وتركز المنظمات على الملموسية المادية لتحسين الصورة الذهنية لدى الزبائن عن خدماتها لتعطي تصوراً بأن المنظمة تتميز بخدمات تفوق مستوى المنظمات الأخرى المشابهة لها في نوع الخدمة المقدمة لها (لحلو، ٢٠١٦: ٧).

٢- الإعتمادية: وتمثل درجة التزام المنظمة بالموعد المحدد اتجاه الزبون، أي أن المنظمة تزود الزبائن بخدمة موثقة جداً (مريم وصفية، ٢٠١٧: ١٨)، وأشار (Enayati, et.al., 2013) الى أنّ

مسؤولية المنظمات الخدمية لا تقل أهمية عن مسؤولية منتجي السلع في مواجهة أي مشكلة يتعرض لها الزبون مثل اعتماد المبالغة في الإعلانات عن الخدمات التي ستقدمها، وأن عدم إيفاء هذه المنظمات بما وعدت به زبائنهن سينعكس سلباً على سمعة المنظمة.

3- الإستجابة: وتتمثل في الاستعداد لمساعدة الزبائن وتقديم خدمة سريعة تلبي حاجاتهم و رغباتهم (Hernon & Nitecki, 2001:693), من خلال المرونة في التعامل والاجراءات والوسائل المتبعة في تقديم الخدمات وتتمثل في قدرة المنظمة على سرعة التعامل مع الشكاوى والاقتراحات والمبادرات التي يقدمها الزبائن بصدر رحب والعمل على تلبية احتياجاتهم قدر الامكان. (محمد, 2020: 78), كما أنها تتعلق بمدى قدرة ورغبة واستعداد مقدمي الخدمة في أن يكونوا بشكل دائم في خدمة الزبائن وأداء الخدمة لهم عند احتياجهم لها (عبد القادر, 2015: 904), ويرى (العفشيات, 2001) أنه من أجل التفوق في هذا المعيار ينبغي على المنظمة أن تكون واثقة من صورة المعالجة لتسليم الخدمة وفقاً لمنظور الزبائن أكثر من منظور المنظمة حيث أن المعايير الخاصة بالسرعة والمدة المحددة التي تعكس رؤية الإدارة للإجراءات الداخلية المطلوبة ربما تختلف كثيراً عن متطلب الزبائن للسرعة والمدة المحددة (محمد, مسعود 2020: 33).

4- الأمان : هي درجة المصداقية والأمانة التي يعتقد بها الزبون في المنظمة (مريم وصفية, 2017: 18), كما يعني المام العاملين بوظائفهم و اتقانها بالشكل الذي يمكنهم من تقديم خدمات خالية من أية مخاطر من شأنها أن تلحق بالمستفيدين من هذه الخدمة مما يزيد من ثقة الزبون في الحصول على خدمة خالية من الخطأ أو الخطر المادي والمعنوي (محمد, 2020: 78), كما وصفها (لحلو, 2016: 7) بأنها الشعور بالاطمئنان من قبل الزبائن بأن الخدمة المقدمة لهم تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك شاملاً الاطمئنان النفسي والمادي.

5- التعاطف: لقد أشار (بالا طرش, 2015: 5) الى أن التعاطف هو الود والمجاملة والتعاون، وتوافر الاحترام والتقدير لطالب الخدمة والعطف في التعامل واحترام عادات وتقاليدهم الزبون، كما يشير إلى مدى قدرة مقدم الخدمة على تحديد وتفهم احتياجات الزبائن وتزويدهم بالرعاية والعناية، وكذلك يقصد بالتعاطف إبداء روح الصداقة والحرص على الزبون وإشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجاته (الركبي, 2010: 12), كما بين (Hernon & Nitecki, 2001:693) أن التعاطف هو العناية والأهتمام الفردي الذي توفره المنظمة لزبون دون آخر، وأكد (Culiberg&Rojsek,2010) على أن هذا الأهتمام سيقود الزبون الى العودة والتعامل مع المنظمة ذاتها خاصة اذا ما أتاحت له فرصة ثانية للتعامل (زوبع, 2020: 24) .

المحور الثاني : قيمة الزبون

أولاً: مفهوم قيمة الزبون

هو تقييم الزبون للفرق بين إجمالي المنافع وإجمالي التكاليف للعرض التسويقي مقارنة للعروض المنافسة (Kotler et al,2020:15), او ما يحصل عليه الزبون نتيجة عملية التبادل مقابل السعر الذي يدفعه فهي تمثل إجمالي المنفعة مطروحا منها الكلفة التي يتحملها الزبون عند اتخاذ قرار الشراء (جثير وآخرون, 2013: 380)

ثانياً: أهمية قيمة الزبون

لقد حدد (بن الحبيب, 2017: 64) أهمية قيمة الزبون في ثلاث جوانب أساسية للقيمة مدى الحياة تتمثل بالآتي:

- 1- الرؤية طويلة الأمد لقيمة الزبون: حيث تقوم المنظمة بإيجاد قيمة للزبون لأمد طويل وليس صفقة واحدة أي أنها تسعى لبناء علاقة قوية طويلة الأمد معه، لأنه مصدر مهم لعوائدها المستقبلية.
- 2- عوائد الزبون ذات علاقة طردية باستمرار علاقته مع المنظمة: حيث يقوم مدخل العلاقات على معاودة الزبائن للمنظمة والولاء لها، على عكس مدخل الصفقات.
- 3- التكلفة العالية للزبائن المفقودين مدى الحياة: تشير تكلفة الزبون المفقود إلى التكلفة التي تتحملها المنظمة جراء فقدانها قيمة الزبون مدى الحياة لسوء علاقتها معه مما يؤدي إلى عدم معاودته إليها ثانية.

ثالثاً : محددات قيمة الزبون

أشارت العديد من الأدبيات إلى أن قيمة الزبون تتشكل من ثلاثة محددات رئيسية (سرجيوس, 2021: 137):

- 1- **قيمة المنفعة:** وتعد البناء الأول لقيمة الزبون، إذ ترتبط ببناء قيمة منفعة للزبون من خلال تحسين مدركاته بشأن العلاقة بين الجودة التي يحصل عليها، والسعر الذي يُضحي به، أو شعور الزبون بالرضا عن العلاقة بين الخدمة والراحة التي يحصل عليها مقابل ما يدفعه، وبصورة أكثر تحديداً إن قيمة المنفعة التي يدركها الزبون هي المنفعة التي يحصل عليها مقابل شرائه السلعة أو الخدمة المقدمة له.
- 2- **قيمة الصورة الذهنية:** هي مجموعة المنافع التي يدركها الزبون بشأن العلامة التجارية، سواء كانت تلك المنافع وظيفية أو رمزية، وتزيد تلك القيمة من احتمالية تكرار عملية الشراء، وزيادة الولاء نحو تلك العلامة، كما تُعرف على أنها التقييم الخاص للعلامة التجارية من منظور الزبون، وهذا التقييم الشخصي يكون لعناصر ملموسة أو غير ملموسة.
- 3- **قيمة العلاقات:** وتعرف على أنها بناء علاقات تفاعلية، وناجحة مع الزبائن، إذ تعمل تلك العلاقات القوية بين البائع والمشتري على بقاء الزبائن في علاقة طويلة الأجل مع هذه المنظمة، وأن من أهم العوامل التي يمكنها تحقيق هذه القيمة هي المقدرات والمهارات لمقدمي الخدمة، ورجال البيع في بناء ودعم تلك العلاقات، فضلاً عن كفاية خدمة الزبائن، وأن برامج إدارة علاقات الزبون CRM تسهم كثيراً في إثراء تلك القيمة.

وأن دراسة (Vilares & Coelho, 2003) قد بينت أن محددات القيمة المدركة للزبون هي (توقعات الزبون وجودة الخدمة), في حين أشارت دراسة (Kwun, 2004) الى أن (العلامة التجارية, والسعر والمخاطر) هي محددات للقيمة المدركة للزبون (Eid, 2013: 1).

وأشار (Kotler & Keller, 2016: 150-151) الى أن محددات القيمة المدركة للزبون هي كل من القيمة الكلية للزبون والكلفة الكلية للزبون, فالقيمة الكلية للزبون تمثل المنافع التي يحصل عليها الزبون وتتمثل بمنفعة (السلعة, والخدمات, والشخصية, والصورة الذهنية), أما الكلفة الكلية للزبون فتتمثل بالكلف التي يتحملها الزبون وتتمثل بكلفة (النقد, والوقت, والطاقة (الجهد) والنفسية), وإن المسوقين يستطيعون زيادة قيمة المعروض من خلال زيادة المنافع الاقتصادية أو الوظيفية أو العاطفية و/أو تقليل واحد أو أكثر من الكلف, وأشار (Naumann, 2002) الى إن الزبون يقارن بين العروض في بيئة الأعمال ذات التنافسية, وإن المنظمة التي تقوم بتسليم القيمة الأفضل من وجهة نظره هي التي ستحظى بالقبول والفوز النهائي (الشبيل, 2012: 38).

المبحث الثالث : الجانب العملي

وصف عينة البحث وعرض وتحليل نتائج البحث ويتضمن محورين:

المحور الأول: وصف عينة البحث من (المستجيبين في دائرة وقاية المزروعات).

يبين الجدول (١) عرضاً مفصلاً لمتغيرات أفراد عينة البحث والبالغ عددهم (٦٨) فرداً وفقاً للبيانات التي قدموها من خلال إجاباتهم على استمارات الإستبانة الخاصة بهم .

جدول (1)

نتائج التحليل الوصفي للمعلومات التعريفية

المعلومات التعريفية	الفئة المستهدفة	التكرار	النسبة المئوية %
النوع الاجتماعي	ذكر	38	55.9
	انثى	30	44.1
المجموع			
العمر	30 سنة فأقل	3	4.4
	من 31 سنة الى 40	34	50.0
	من 41 سنة الى 50	25	36.8
	51 سنة فأكثر	6	8.8
	المجموع	68	100 %
المؤهل العلمي	دكتوراه	7	10.3
	ماجستير	21	30.9
	دبلوم عالي	7	10.3
	بكالوريوس	33	48.5
	المجموع	68	100 %
مدة الخدمة	5 سنوات فما دون	4	5.8
	6 سنوات الى 10	27	39.7
	11 سنة الى 15	11	16.2
	16 الى سنة 20	11	16.2
	21 سنة فأكثر	15	22.1
المجموع			
مدة الخدمة في المنصب الحالي	5 سنوات فما دون	39	57.4
	6 سنوات الى 10	15	22.1
	11 سنة الى 15	11	16.2
	16 الى سنة 20	2	2.9
	21 سنة فأكثر	1	1.4
المجموع			
عدد الدورات التدريبية في مجال الاختصاص	لم اشارك	9	13.3
	1 دورة الى 3	26	38.2
	4 دورة الى 6	21	30.9
	7 دورة الى 9	6	8.8
	10 دورة فأكثر	6	8.8
المجموع			
المجموع			

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لاستمارة الإستبانة باستخدام البرنامج الإحصائي spss v.26.

١- توزيع أفراد العينة بحسب النوع الاجتماعي.

يبين الجدول (١) أن عينة البحث أشتملت على كلا الجنسين من الذكور والاناث، أذ بلغ عدد الذكور (٣٨) ذكراً أي بنسبة مئوية بلغت (٥٥,٩٪)، وبلغ عدد الإناث (٣٠) أنثى وبنسبة مئوية (٤٤,١٪)، بما يؤشر أن نسبة الأنثى مقارنة لنسبة الذكور وهذا يبين أن إدارة الدائرة المبحوثة تعتمد على كلا الجنسين في تقديم خدماتها للمزارعين .

٢- توزيع أفراد العينة بحسب متغير فئات العمر:

يبين الجدول (١) أن أكبر نسبة من أفراد العينة قد تحققت للفئة العمرية (من ٣١ الى ٤٠ سنة) أذ بلغ عدد أفرادها (٣٤) فرداً وبنسبة مئوية قدرها (٥٠٪)، ويشير ذلك إلى أن أفراد العينة أغلبهم من فئة الشباب، وتليها الفئة العمرية (من ٤١ الى ٥٠ سنة)، أذ بلغ عدد أفرادها (٢٥) فرداً وبنسبة مئوية قدرها (٣٦,٨٪)، وتليها الفئة العمرية (٥١ سنة فأكثر)، أذ بلغ عدد أفرادها (٦) أفراد وبنسبة مئوية (٨,٨٪)، وتليها الفئة العمرية (٣٠ سنة فأقل)، أذ بلغ عدد أفرادها (٣) فرداً وبنسبة مئوية قدرها (٤,٤٪) وهي الفئة الأقل من مجموع أفراد العينة .

٣- توزيع أفراد العينة بحسب متغير المؤهل العلمي:

يبين الجدول (١) أن المؤهل العلمي ذو النسبة الأكبر من أفراد العينة هو من حملة شهادة البكالوريوس، أذ بلغ عدد الحاصلين عليها (٣٣) فرداً وبنسبة مئوية بلغت (٤٨,٥٪)، تليها نسبة الأفراد الحاصلين على شهادة الماجستير أذ بلغت (٣٠,٩٪) تليها نسبة الأفراد الحاصلين على شهادة الدكتوراه والدبلوم العالي أذ بلغت كل منهما (١٠,٣٪)، وهي النسبة الأقل من بين أفراد العينة، وتوضح النسب في أعلاه أن عينة البحث ذات مؤهل علمي لها القدرة والكفاءة في فهم فقرات الاستبانة مما ينعكس ايجابياً على النتائج النهائية للبحث .

٤- توزيع أفراد العينة بحسب فئات متغير عدد سنوات الخدمة:

يوضح الجدول (١) أن الفئة (٦ سنوات الى ١٠) هي الفئة الأكثر تكراراً حيث بلغ عدد الأفراد الذين اشاروا بانتمائهم اليها (٢٧) فرداً كما انها الأعلى نسبة حيث بلغت نسبتها المئوية (٣٩,٧٪)، تليها الفئة (٢١ سنة فأكثر) فقد بلغت نسبتها المئوية (٢٢,١٪)، ثم تليها الفئة (من ١١ الى ١٥ سنة) والفئة (من ١٦ الى ٢٠ سنة) بنسبة مئوية (١٦,٢٪) لكل منهما، أما النسبة الأقل فكانت للفئة (٥ سنوات فما دون) أذ بلغت (٥,٨٪)، وتشير هذه النسب إلى أن دائرة وقاية المزروعات تمتلك كوادر لها خبرة كافية في مجال عملها .

٥- توزيع أفراد العينة بحسب فئات متغير مدة الخدمة في المنصب الوظيفي الحالي:

يوضح الجدول (١) أن الفئة (٥ سنوات فما دون) هي الفئة الأكثر تكراراً، أذ بلغ عدد الأفراد الذين أشاروا بانتمائهم اليها (٣٩) فرداً وهي الأعلى نسبة، أذ بلغت نسبتها المئوية (٥٧,٤٪)، مما يشير إلى أن إدارة الدائرة المبحوثة تقوم بتغيير الموقع الوظيفي لموظفيها لغرض مشاركة الجميع في المناصب، تليها الفئة (من ٦ الى ١٠ سنوات) فقد بلغت نسبتها المئوية (٢٢,١٪)، ثم الفئة (من ١١ الى ١٥ سنوات) بنسبة مئوية (١٦,٢٪)، ثم الفئة (من ١٦ الى ٢٠ سنة) بنسبة مئوية (٢,٩٪)، تليهم الفئة (٢١ سنة فما دون) بنسبة مئوية (١,٤٪) وهي الأقل .

٦- توزيع أفراد العينة بحسب فئات متغير عدد الدورات التدريبية في مجال الاختصاص:

يوضح الجدول (١) أن الفئة (١ دورة الى ٣) هي الفئة الأكثر تكراراً حيث بلغ عدد الأفراد الذين أشاروا بأنتمائهم اليها (٢٦) فرداً وهي الأعلى نسبة، أذ بلغت نسبتها المئوية (٣٨,٢٪)، تليها الفئة (من ٤ دورة الى ٦) فقد بلغت نسبتها المئوية (٣٠,٩٪)، ثم الفئة (لم اشارك) بنسبة مئوية (١٣,٣٪)، تليهم الفئة (من ٧ دورة الى ٩) والفئة (١٠ دورة فأكثر) بنسبة مئوية (٨,٨٪)، وهي الأقل نسبة من بين أفراد العينة والبالغة (٦٨) فرداً وبنسبة مئوية اجمالية (١٠٠٪)، وهذا يشير الى اهتمام دائرة وقاية المزروعات في الغالب بتطوير ملاكاتها وكسبهم الخبرة اللازمة.

المحور الثاني: وصف وتشخيص متغيرات البحث وتحليل إجابات العينة وتفسير النتائج.

يعرض الباحث نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لمتغيرات البحث في هذا المحور، إذ يوضح البحث مستوى إستجابة العينة من خلال مصفوفة قوة إستجابة المستجيب والتي تمثل ميزان تقديري وفقاً لمقياس Likert الخماسي وكما موضح بالتفصيل في جدول (٢).

جدول (2)

مصفوفة قوة إستجابة المستجيب على فقرات الإستبانة

الفئة	قيمة الوسط الحسابي المرجح محصورة ضمن الفترة	قوة الإستجابة على فقرات الإستبانة	مستوى الإستجابة من قبل المستجيب
الأولى	من 1 إلى أقل من 1.8	عدم الاتفاق تماماً	منخفض جداً
الثانية	من 1.8 إلى أقل من 2.6	عدم الاتفاق	منخفض
الثالثة	من 2.6 إلى أقل من 3.4	محايد	معتدل
الرابعة	من 3.4 إلى أقل من 4.2	الاتفاق	مرتفع
الخامسة	من 4.2 إلى 5	الاتفاق تماماً	مرتفع جداً

Source: Karnilev, Sergey Sergeyev, (2002), Multiple Regression, 1st Ed., Publishing Honse Statistic Science Library, Moscow, Russian Federation, P.27

أما في عملية التحليل الوصفي للبيانات يعتمد الباحث على مقاييس الأوساط الحسابية المرجحة والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية المطبقة على كل فقرة من فقرات الإستبانة وعلى جميع أبعاد جودة الخدمة (المتغير المستقل) وقيمة الزبون (المتغير المستجيب). وكانت نتائج التحليل على النحو الآتي:

أولاً: وصف وتشخيص متغير جودة الخدمة (المتغير المستقل)

سيتم في هذه الفقرة عرض وتحليل وصفي لأبعاد جودة الخدمة وكما يأتي:

١- وصف وتشخيص بُعد الملموسية:

جدول (3)

المقاييس الأحصائية لبُعد الملموسية

N = 68

الاهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	مقياس الإجابة										الفقرات
			لا اتفق تماماً		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق تماماً		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
٧٠,٦ %	٠,٨٦	٣,٥٣	١,٥	١	٧,٤	٥	٣٩,٧	٢٧	٣٩,٧	٢٧	١١,٨	٨	١ - تمتاز ببنية دائرية وقاية المزروعات بتصميم جميل وجذاب.
٦٦,٢ %	١,٢	٣,٣١	١١,٨	٨	١٦,٢	١١	١٤,٧	١٠	٤٤,١	٣٠	١٣,٢	٩	٢ - تعتمد إدارة دائرة وقاية المزروعات المعدات والتقنيات الحديثة في تقديم خدماتها الوقائية.
٦٥,٨ %	١,١	٣,٢٩	٥,٩	٤	٢٢,١	١٥	٢٣,٥	١٦	٣٣,٨	٢٣	١٤,٧	١٠	٣ - توافر قاعات انتظار مريحة للمزارعين.
٧٧ %	٠,٩٢	٣,٨٥	١,٥	١	٤,٤	٣	٢٧,٩	١٩	٣٩,٧	٢٧	٢٦,٥	١٨	٤ - يمتاز العاملون بحسن المظهر والأناقة.
٦٩,٨ %	١,٠	٣,٤٩											المؤشر الكلي

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج الإحصائي spss v ٢٦.

يظهر الجدول (٣) وسطاً حسابياً عاماً أعلى من الوسط الحسابي المعياري والبالغ ((٣)أذ بلغ (٣,٤٩)، وبلغ الانحراف المعياري (١,٠)، وقد بلغت الاهمية النسبية (٦٩,٨٪)، وهذا يشير الى وجود اتفاق في اجابات افراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع، أما بخصوص فقرات هذا البعد فقد حققت الفقرة (٤) والتي نصت على (يمتاز العاملون بحسن المظهر والأناقة)، على أعلى الأوساط الحسابية بمقدار (٣,٨٥) وانحراف معياري مقداره (٠,٩٢)، وبأهمية نسبية بلغت (٧٧٪) مما يعكس

وجود اتفاق في اجابات افراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع ، وهذا يشير الى (اهتمام العاملين بمظهرهم والذي يترك انطباعاً جيداً ملموساً في أذهان المستفيدين)، في حين حققت الفقرة (٣) والتي نصت على (توافر قاعات انتظار مريحة للمزارعين) على أقل الأوساط الحسابية على مستوى هذا البعد والذي بلغ (٣,٢٩)، وبانحراف معياري مقداره (١,١)، وبأهمية نسبية بلغت (٦٥,٨٪) مما يعكس وجود حياد في أجابات أفراد العينة وبمستوى إستجابة معتدل، وهذا يشير الى (ان اهتمام دائرة وقاية المزروعات بقاعات أنتظار المزارعين ليست بالمستوى المطلوب).

٢- وصف وتشخيص بُعد الاعتمادية:

جدول (4)

المقاييس الاحصائية لبُعد الاعتمادية

N=68

الاهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	مقياس الإجابة										الفقرات
			لا اتفق تماماً		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق تماماً		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
75.6%	0.99	3.78	1.5	1	13.2	9	13.2	9	50.0	34	22.1	15	٥- تلتزم دائرة وقاية المزروعات بتقديم الخدمات لزبائنها في الوقت المحدد.
70.6%	1.08	3.53	1.5	1	20.6	14	22.1	15	35.3	24	20.6	14	6- تحرص دائرة وقاية المزروعات على تقديم أفضل الخدمات وبشكل دقيق ومن المرة الأولى.
75.2%	0.95	3.76	1.5	1	8.8	6	23.5	16	44.1	30	22.1	15	٧- تحرص دائرة وقاية المزروعات على الوفاء بوعودها.
68.2%	1.09	3.41	4.4	3	17.6	12	26.5	18	35.3	24	16.2	11	٨- تتطابق الخدمة المقدمة مع توقعات المزارع.
72.4%	1.03	3.62											المؤشر الكلي

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.26.

يبين الجدول (٤) وسطاً حسابياً عاماً أعلى من الوسط الحسابي والمعياري (٣) أذ بلغ (٣,٦٢)، وبلغ الانحراف المعياري (١,٠٣)، وقد بلغت الاهمية النسبية (٧٢,٤٪)، وهذا يشير الى وجود اتفاق في اجابات افراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع، أما بخصوص فقرات هذا البعد فقد حققت الفقرة (٥) والتي نصت على (تلتزم دائرة وقاية المزروعات بتقديم الخدمات لزبائنها في الوقت المحدد)، على أعلى الأوساط الحسابية بمقدار (٣,٧٨) وبانحراف معياري مقداره (٠,٩٩)، وبأهمية

نسبية بلغت (٦, ٧٥٪) مما يعكس وجود اتفاق في أجابات أفراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع، وهذا يشير الى (اهتمام الدائرة بتقديم الخدمات في وقت الحاجة اليها دون تأخير)، في حين حققت الفقرة (٨) والتي نصت على (تتطابق الخدمة المقدمة مع توقعات المزارع) على أقل الأوساط الحسابية على مستوى هذا البعد والذي بلغ (٣, ٤١) وبانحراف معياري مقداره (١, ٠٩) ، وبأهمية نسبية بلغت (٢, ٦٨٪) مما يعكس وجود اتفاق في اجابات افراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع، وهذا يشير الى (ان تطابق توقعات الزبائن بالنسبة للخدمة المقدمة من قبل الدائرة هي بمستوى مقبول).

٣ - وصف وتشخيص بُعد الإستجابة:

جدول (5)

المقاييس الاحصائية لبُعد الإستجابة

N = 68

الاهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	مقياس الإجابة										الفقرات
			لا اتفق تماما		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق تماما		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
75.8%	0.97	3.79	-	-	11.8	8	23.5	16	38.2	26	26.5	18	٩- تحرص دائرة وقاية المزروعات علي جعل المعاملات والاجراءات سهلة وبسيطة.
74.2%	1.09	3.71	2.9	2	13.2	9	20.6	14	36.8	25	26.5	18	١٠- تهتم دائرة وقاية المزروعات بتقديم خدمات وقائية للمستفيدين وبشكل سريع.
78.6%	0.87	3.93	-	-	4.4	3	27.9	19	38.2	26	29.4	20	١١- استعداد مقدمو الخدمة أن يكونوا بشكل دائم في خدمة المزارعين.
75.8%	1.07	3.79	1.5	1	13.2	9	20.6	14	33.8	23	30.9	21	١٢- تهتم دائرة وقاية المزروعات بالرد الفوري على استفسارات وشكاوى المزارعين.
76.2%	1.0	3.81											المؤشر الكلي

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.26.

يظهر الجدول (٥) وسطاً حسابياً عاماً أعلى من الوسط الحسابي المعياري والبالغ (٣,٨١) بلغ الانحراف المعياري (١,٠)، وقد بلغت الأهمية النسبية (٧٦,٢٪)، وهذا يشير إلى وجود اتفاق في إجابات أفراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع، أما بخصوص فقرات هذا البعد فقد حققت الفقرة (١١) والتي نصت على (استعداد مقدمو الخدمة أن يكونوا بشكل دائم في خدمة المزارعين)، على أعلى الأوساط الحسابية بمقدار (٣,٩٣) وبانحراف معياري مقداره (٠,٨٧)، وبأهمية نسبية بلغت (٧٨,٦٪) مما يعكس وجود اتفاق في إجابات أفراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع، وهذا يشير إلى (امتلاك العاملين في الخط الأمامي مع المزارعين إلى ثقافة الخدمة)، في حين حققت الفقرة (١٠) والتي نصت على (تهتم دائرة وقاية المزروعات بتقديم خدمات وقائية للمستفيدين وبشكل سريع) على أقل الأوساط الحسابية على مستوى هذا البعد والذي بلغ (٣,٧١) وبانحراف معياري مقداره (١,٠٩)، وبأهمية نسبية بلغت (٧٤,٢٪) مما يعكس وجود اتفاق في إجابات أفراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع، وهذا يشير إلى (اهتمام دائرة الوقاية بتقديم الخدمة الوقائية بالسرعة الممكنة قدر المستطاع).

٤- وصف وتشخيص بُعد الأمان:

جدول (6)

المقاييس الاحصائية لبُعد الأمان N=68

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	مقاييس الإجابة										الفقرات
			لا أتفق تماماً		لا أتفق		محايد		أتفق		أتفق تماماً		
			%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
80.8%	0.86	4.04	-	-	5.9	4	16.2	11	45.6	31	32.4	22	١٣- تحرص دائرة وقاية المزروعات أن تكون خدماتها المقدمة دقيقة وخالية من الأخطاء.
81.2%	0.73	4.06	-	-	1.5	1	19.1	13	51.5	35	27.9	19	١٤- تحرص الإدارة على جعل سلوك العاملين يشعر المزارعين بالأمان.
85.8%	0.81	4.29	-	-	4.4	3	8.8	6	39.7	27	47.1	32	١٥- لدى دائرة وقاية المزروعات عاملين يمتازون بالمهارة والخبرة.
86.4%	0.76	4.32	-	-	-	-	17.6	12	32.4	22	50.0	34	١٦- يقدم العاملون النصائح والإرشاد للمزارعين عند تقديم الخدمات إليهم.
83.6%	0.79	4.18											المؤشر الكلي

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.26..

يعكس الجدول (٦) وسطاً حسابياً عاماً أعلى من الوسط الحسابي المعياري والبالغ (٣) أذ بلغ (٤,١٨)، وبلغ الانحراف المعياري (٠,٧٩)، وقد بلغت الاهمية النسبية (٨٣,٦٪)، وهذا يشير الى وجود اتفاق في اجابات افراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع، اما بخصوص فقرات هذا البعد فقد حققت الفقرة (١٦) والتي نصت على (يقدم العاملون النصح والإرشاد للمزارعين عند تقديم الخدمات إليهم)، على أعلى الأوساط الحسابية بمقدار (٤,٣٢) وبانحراف معياري مقداره (٠,٧٦)، وبأهمية نسبية بلغت (٨٦,٤٪) مما يعكس وجود اتفاق تام في اجابات افراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع جداً، وهذا يشير الى (ان العاملين لديهم الحرص العالي لتقديم النصح من خلال الخبرات التي يمتلكونها عند تقديم الخدمات)، في حين حققت الفقرة (١٣) والتي نصت على (تحرص دائرة وقاية المزروعات

أن تكون خدماتها المقدمة دقيقة وخالية من الأخطاء) على أقل الأوساط الحسابية على مستوى هذا البعد والذي بلغ (٤,٠٤) وبانحراف معياري مقداره (٠,٨٦) ، وبأهمية نسبية بلغت (٨,٨٠٪) مما يعكس وجود اتفاق في أجابات أفراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع، وهذا يشير الى (أهتمام واضح من قبل الدائرة بتلافي العيوب الممكن حدوثها اثناء تقديم الخدمة).

٥- وصف تشخيص بُعد التعاطف:

جدول (7)

المقاييس الأحصائية لبُعد التعاطف

N=68

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	مقياس الإجابة										المؤشر
			لا أتفق تماماً		لا أتفق		محايد		أتفق		أتفق تماماً		
			%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
84.2%	0.87	4.21	1.5	1	-	-	20.6	14	32.4	22	45.6	31	١٧- يتم استقبال العاملين للمستفيد من الخدمة بكل ترحاب ومودة.
84.2%	0.91	4.21	-	-	8.8	6	5.9	4	41.2	28	44.1	30	١٨- يحترم العاملون عادات وتقاليد المزارعين عند التعامل معهم.
80.6%	0.90	4.03	-	-	7.4	5	16.2	11	42.6	29	33.8	23	١٩- العناية بالمزارع وإشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة وفقاً لحاجاته.
82.6%	1.02	4.13	1.5	1	10.3	7	5.9	4	38.2	26	44.1	30	٢٠- تحرص إدارة وقاية المزروعات على تقديم خدماتها الى زبائنهم من المزارعين في الأوقات الطارئة.
83%	0.93	4.15											المؤشر الخلفي

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج الإحصائي spss v.26..

يبين الجدول (٧) وسطاً حسابياً عاماً أعلى من الوسط الحسابي المعياري والبالغ ((٣) أذ بلغ (٤,١٥)، وبلغ الانحراف المعياري (٠,٩٣)، وقد بلغت الأهمية النسبية (٨٣٪)، وهذا يشير إلى وجود اتفاق في إجابات أفراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع، أما بخصوص فقرات هذا البعد فقد حققت الفقرتان (١٧) و(١٨) واللتان نصتا على (يتم استقبال العاملين للمستفيد من الخدمة بكل ترحاب ومودة) و (يحترم العاملون عادات وتقاليد المزارعين عند التعامل معهم) على أعلى الأوساط الحسابية بمقدار (٤,٢١) وبانحراف معياري مقداره (٠,٨٧) و(٠,٩١) على التوالي، وبأهمية نسبية بلغت (٨٤,٢٪) مما يعكس وجود اتفاق تام في إجابات أفراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع جداً، وهذا يشير إلى (أن أسلوب الاستقبال واحترام العادات والتقاليد للمزارعين محل اهتمام عالي من قبل مقدمي الخدمة والإدارة)، في حين حققت الفقرة (١٩) والتي نصت على (العناية بالمزارع وإشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة وفقاً لحاجاته) على أقل الأوساط الحسابية على مستوى هذا البعد والذي بلغ (٤,٠٣) وبانحراف معياري مقداره (٠,٩٠)، وبأهمية نسبية بلغت (٨٠,٦٪) مما يعكس وجود اتفاق في إجابات أفراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع، وهذا يشير إلى (أهتمام الإدارة والعاملين في دائرة وقاية المزروعات بالمزارع وأشعاره بأهميته عند تقديم الخدمات الوقائية لتلبية حاجاته من هذه الخدمات).

أما بالنسبة إلى وصف المتغير المستقل (جودة الخدمة) على المستوى الإجمالي فيتضح من خلال الجدول (٨) أن مستوى الإجابات عن جودة الخدمة ما يأتي:

الجدول (8)
مستوى الإجابات عن أبعاد جودة الخدمة

أبعاد جودة الخدمة	الوسط الحسابي المرجح	الانحراف المعياري	ترتيب الأبعاد
الملموسية	3.49	1.0	الخامس
الاعتمادية	3.62	1.03	الرابع
الإستجابة	3.81	1.0	الثالث
الأمان	4.18	0.79	الأول
التعاطف	4.15	0.93	الثاني
إجمالي جودة الخدمة	3.85	0.95	

١. بناءً على قيم الأوساط الحسابية لأبعاد المتغير المستقل، فقد حقق المتغير المستقل جودة الخدمة على المستوى الإجمالي وسطاً بلغ (٣,٨٥) وبانحراف معياري (٠,٩٥)، وهذا يشير إلى اتفاق في إجابة أفراد العينة حول فقرات جودة الخدمة وبمستوى إستجابة مرتفع.

٢. حقق بعد الامان اعلى الاوساط الحسابية بين ابعاد جودة الخدمة بحسب اراء عينة البحث يليها بعد التعاطف يليها بعد الإستجابة يليها بعد الاعتمادية ثم بعد الملموسية بالمرتبة الاخيرة .

ثانياً: وصف وتشخيص متغير قيمة الزبون (المتغير المستجيب):

جدول (9)

المقاييس الاحصائية لمتغير قيمة الزبون

N=68

الاهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	مقياس الإجابة										الفقرات
			لا اتفق تماماً		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق تماماً		
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
84.4%	1.1	4.22	2.9	2	8.8	6	8.8	6	22.1	15	57.4	39	٢١- تحرص دائرة وقاية المزروعات على أن تكون المبيدات التي تستخدمها مطابقة للمواصفات القياسية.
76.4%	1.0	3.82	4.4	3	5.9	4	19.1	13	44.1	30	26.5	18	٢٢- تقدم الدائرة المبحوثة تشكيلات متنوعة من الخدمات التي تلبي حاجات المزارعين المختلفة.
72%	1.2	3.60	7.4	5	14.7	10	13.2	9	39.7	27	25.0	17	٢٣- تعتمد الدائرة معدات وأجهزة مختبرية حديثة في تقديم خدماتها.
78.6%	1.02	3.93	1.5	1	11.8	8	11.8	8	42.6	29	32.4	22	٢٤- تمتاز الخدمات المقدمة بالجودة على الرغم من مجانيته.

٢٥- تحرص الدائرة المبحوثة على تقديم الخدمات في الوقت الذي يحتاج إليها المزارعين.	21	30.9	26	38.2	15	22.1	6	8.8	-	-	3.91	0.94	78.2%
٢٦- تهتم الدائرة أن يحصل المزارعون على خدماتها على أقدر جهد ممكن.	18	26.5	30	44.1	18	26.5	2	2.9	-	-	3.94	0.81	78.8%
٢٧- تحرص الدائرة المبحوثة بأن تكون إجراءات الحصول على خدماتها سهلة ويسيرة.	24	35.3	26	38.2	13	19.1	5	7.4	-	-	4.01	0.92	80.2%
٢٨- الاهتمام بأرشاد وتوعية المزارعين حول كيفية تجنب المخاطر عند استخدام المبيدات.	27	39.7	27	39.7	9	13.2	5	7.4	-	-	4.12	0.91	82.4%
٢٩- يمتلك العاملون في الدائرة قدرات ومهارات عالية في مجال تقديم خدمات وقائية المزروعات.	25	36.8	24	35.3	14	20.6	3	4.4	2	2.9	3.99	1.01	79.8%
٣٠- تحرص الدائرة المبحوثة أن تمتاز تعاملاتها بالثقة.	23	33.8	29	42.6	14	20.6	2	2.9	-	-	4.07	0.82	81.4%
٣١- تهتم الدائرة المبحوثة بتقديم خدمات متميزة عند الطلب.	22	32.4	21	30.9	22	32.4	3	4.4	-	-	3.91	0.91	78.2%

٣٢- تمتاز الخدمات المقدمة في قدرتها على التأثير في سلوكيات المزارعين.	17	25.0	25	36.8	20	29.4	6	8.8	-	-	3.78	0.93	75.6%
٣٣- تعاملات العاملين في الدائرة المبحوثة مع المزارعين أجابيه وتشعرهم بأهميتهم.	18	26.5	30	44.1	15	22.1	5	7.4	-	-	3.90	0.88	78%
٣٤- يتوافر الأستعداد الدائم لدى العاملين لمساعدة المزارعين.	19	27.9	31	45.6	12	17.6	6	8.8	-	-	3.93	0.90	78.6%
٣٥- تمتاز خدمات الدائرة المبحوثة بمكانة ذهنية لدى زبائنهم من المزارعين.	16	23.5	22	32.4	23	33.8	7	10.3	-	-	3.69	0.95	73.8%
٣٦- تسعى دائرة وقاية المزروعات الى تحقيق أعلى المنافع.	27	39.7	23	33.8	9	13.2	8	11.8	1	1.5	3.99	1.07	79.8%
المؤشر الظلي											3.93	0.96	78.6%

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي spss v.26.

يعكس الجدول (٩) وسطاً حسابياً عاماً أعلى من الوسط الحسابي المعياري والبالغ (٣) أذ بلغ (٣,٩٣)، وبلغ الانحراف المعياري (٠,٩٦)، وقد بلغت الأهمية النسبية (٧٨,٦٪)، وهذا يشير وجود اتفاق في اجابات افراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع، أما بخصوص فقرات هذا المتغير فقد حققت الفقرة (٢١) والتي نصت على (تحرص دائرة وقاية المزروعات على أن تكون المبيدات التي تستخدمها مطابقة للمواصفات القياسية)، على أعلى الأوساط الحسابية بمقدار (٤,٢٢) وبانحراف معياري مقداره (١,١)، وبأهمية نسبية بلغت (٨٤,٤٪) مما يعكس وجود اتفاق تام في اجابات افراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع جداً، وهذا يشير الى (الاهتمام العالي من قبل الدائرة للالتزام بجودة المطابقة مع المواصفات التي تضعها الجهات المختصة)، في حين حققت الفقرة (٢٣) والتي نصت على (تعتمد الدائرة المبحوثة معدات وأجهزة مختبرية حديثة في تقديم خدماتها) على أقل الأوساط

الحسابية على مستوى هذا المتغير والذي بلغ (٣,٦٠) وبانحراف معياري مقداره (١,٢) ، وبأهمية نسبية بلغت (٧٢٪) مما يعكس وجود اتفاق في اجابات افراد العينة وبمستوى إستجابة مرتفع، وهذا يشير الى (قلة أهتمام إدارة الدائرة المبحوثة بتوفير المعدات والأجهزة المخبرية الحديثة مما يؤدي الى التباطؤ في سرعة تقديم الخدمات والذي سينعكس سلباً على قيمة الزبون (المزارع).

أختبار فرضيات البحث

سيتم في هذا المبحث أختبار فرضية البحث الرئيسة والمتعلقة بأختبار تأثير جودة الخدمة (المتغير المستقل) في قيمة الزبون (المتغير المستجيب) والفرضيات المتفرعة عنها وفقاً للجدول (١٠) وباستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط وعلى النحو الآتي:

١ - أختبار تأثير جودة الخدمة في قيمة الزبون:

بلغت قيمة اختبار F -test بالنسبة لجودة الخدمة في قيمة الزبون (٤٨١,٥١٦)، و بمستوى دلالة Sig. (٢-tailed) * (٠,٠٠)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي لجودة الخدمة في قيمة الزبون عند مستوى ثقة بلغ (١٠٠٪) ، وبلغت قيمة الثابت ($a=٠,٠٢٨$) الذي يعني أن هناك وجوداً لقيمة الزبون ما مقداره (٠,٠٢٨) حتى وان كانت قيمة جودة الخدمة تساوي صفراً ، وبلغت قيمة معامل b والذي يمثل قيمة ميل خط الانحدار (١,٠١٢) ، والتي تفسر على انها مقدار التغير في قيمة المتغير المستجيب عند حصول تغير بمقدار وحدة واحدة في قيمة المتغير المستقل ، اي ان زيادة قيمة متغير جودة الخدمة وحدة واحدة ستؤدي الى تغير بمقدار (١,٠١٢) في قيمة الزبون ، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) (٠,٨٧٩) والذي يعني أن ما مقداره (٨٧,٩٪) من التباين الحاصل في قيمة الزبون هو تباين مُفسّر بفعل جودة الخدمة التي دخلت الأنموذج، وأن (١٢,١٪) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل أنموذج الانحدار، اذن تقبل الفرضية الرئيسة للبحث، اي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لجودة الخدمة في قيمة الزبون.

وفيما يأتي هذا تحليل للتأثيرات الفرعية لجودة الخدمة في قيمة الزبون على مستوى الفرضيات الفرعية.

٢ - أختبار تأثير الملموسية في قيمة الزبون

بلغت قيمة اختبار F - للملموسية في قيمة الزبون (60.526)، وبمستوى دلالة Sig. (2-tailed) (0.00)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي للملموسية في قيمة الزبون عند مستوى ثقة بلغ (100%)، وبلغت قيمة معامل b (0.633) ، اي ان زيادة قيمة الملموسية بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى تغير بمقدار (0.633) في قيمة الزبون، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.478) والذي يعني أن ما مقداره (47.8٪) من التباين الحاصل في قيمة الزبون هو تباين مُفسّر بفعل الملموسية التي دخلت الأنموذج، وأن (52.2٪) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل أنموذج الانحدار، اذن تقبل الفرضية الفرعية الاولى ضمن الفرضية الرئيسة للبحث، اي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للملموسية في قيمة الزبون.

٢-١ اختبار تأثير الاعتمادية في قيمة الزبون

بلغت قيمة اختبار F للاعتمادية في قيمة الزبون (163.80)، وبمستوى دلالة (2-tailed). Sig. (0.00)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي للاعتمادية في قيمة الزبون عند مستوى ثقة بلغ (100%)، وبلغت قيمة معامل b (0.735)، أي ان زيادة قيمة الاعتمادية بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى تغيير بمقدار (0.735) في قيمة الزبون، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) والبالغة (0.713) والذي يعني أن ما مقداره (71.3%) من التباين الحاصل في قيمة الزبون هو تباين مُفسّر بفعل الاعتمادية التي دخلت الأنموذج، وأن (28.7%) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل أنموذج الانحدار، اذن تقبل الفرضية الفرعية الثانية ضمن الفرضية الرئيسية للبحث، أي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاعتمادية في قيمة الزبون.

٣-١ اختبار تأثير الإستجابة في قيمة الزبون

بلغت قيمة اختبار F للإستجابة في قيمة الزبون (٢٠٣,٧١٣)، وبمستوى دلالة Sig. (٢-tailed) (٠,٠٠)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي للإستجابة في قيمة الزبون عند مستوى ثقة بلغ (١٠٠٪)، وبلغت قيمة معامل b (٠,٦٣٢)، أي ان زيادة قيمة الإستجابة بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى تغيير بمقدار (٠,٦٣٢) في قيمة الزبون، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) والبالغة (٠,٧٥٥) والذي يعني أن ما مقداره (٧٥,٥٪) من التباين الحاصل في قيمة الزبون هو تباين مُفسّر بفعل الإستجابة التي دخلت الأنموذج، وأن (٢٤,٥٪) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل أنموذج الانحدار، اذن تقبل الفرضية الفرعية الثالثة ضمن الفرضية الرئيسية للبحث، أي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للإستجابة في قيمة الزبون.

٤-١ اختبار تأثير الامان في قيمة الزبون

بلغت قيمة اختبار F للأمان في قيمة الزبون (237.170)، وبمستوى دلالة (2-tailed). Sig. (0.00)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي للأمان في قيمة الزبون عند مستوى ثقة بلغ (100%)، وبلغت قيمة معامل b (1.040)، أي ان زيادة قيمة الامان بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى تغيير بمقدار (1.040) في قيمة الزبون، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) والبالغة (0.782) والذي يعني أن ما مقداره (78.2%) من التباين الحاصل في قيمة الزبون هو تباين مُفسّر بفعل الامان الذي دخل الأنموذج، وأن (21.8%) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل أنموذج الانحدار، اذن تقبل الفرضية الفرعية الرابعة ضمن الفرضية الرئيسية للبحث، أي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للأمان في قيمة الزبون.

٥-١ اختبار تأثير التعاطف في قيمة الزبون

بلغت قيمة اختبار F للتعاطف في قيمة الزبون (306.712)، وبمستوى دلالة (2-tailed). Sig. (0.00)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي للتعاطف في قيمة الزبون عند مستوى ثقة بلغ (100%)، وبلغت قيمة معامل b (0.913)، أي ان زيادة قيمة التعاطف بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى تغيير بمقدار (0.913) في قيمة الزبون، وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2) والبالغة (0.823) والذي يعني

أن ما مقداره (82.3%) من التباين الحاصل في قيمة الزبون هو تباين مُفسّر بفعل التعاطف الذي دخل النموذج، وأن (17.7%) هو تباين مُفسّر من قبل عوامل لم تدخل أنموذج الانحدار، أذن تقبل الفرضية الفرعية الخامسة ضمن الفرضية الرئيسية للبحث، أي يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للتعاطف في قيمة الزبون.

الاستنتاجات والتوصيات

يركز المبحث على الاستنتاجات التي توصل إليها بناءً على نتائج الجانب العملي و كما يأتي:

١. قلة أهتمام إدارة دائرة وقاية المزروعات بإشراك كافة العاملين لديها بدورات تدريبية في مجال أعمالهم مما ينعكس ذلك على جودة الخدمة المقدمة وبالتالي يؤثر ذلك على المنافع التي سيحصل عليها المزارع.
٢. تتباين آراء العينة المبحوثة بخصوص أبعاد جودة الخدمة، أذ هناك قلة أهتمام من قبل الإدارة بخصوص أظهار عنصر (بعد) الملموسية مقارنة ببقية الأبعاد، وقد يعود ذلك الى قلة الأهتمام بتهيئة وتوافر قاعات الأنتظار المريحة للمراجعين فضلاً عن قلة الأهتمام بتوافر المعدات والتقنيات الحديثة وهذا مما ينعكس سلباً على الصورة الذهنية لدى المزارعين تجاه الخدمات المقدمة من قبل الدائرة المبحوثة.
٣. يوجد أهتمام واضح من قبل إدارة الدائرة المبحوثة ببعدي الأمان والتعاطف مما يعني ان الغالبية من العاملين في هذه الدائرة لديهم المهارة والخبرة الكافية في مجال وظائفهم وبالشكل الذي يمكنهم من تقديم خدمات خالية من أية مخاطر من شأنها ان تلحق بالمزارعين فضلاً عن وجود الرغبة لديهم في تقديم الخدمة وفقاً لحاجات ورغبات المزارعين.
٤. قلة أهتمام إدارة الدائرة المبحوثة بتطوير وتحديث معداتها وأجهزتها المخبرية، وهذا مما يشير الى قلة التخصيصات المالية الموجهة لهذا الغرض، وهذا مما يؤدي الى التباطؤ في سرعة أنجاز أعمالهم مما سينعكس ذلك على تأخير حصول المزارع على الخدمة المطلوبة في وقتها المحدد، أي ان المنافع التي سيحصل عليها قد لا توازي التكاليف التي سيتحملها مستقبلاً جراء ذلك.
٥. يوجد أهتمام واضح من قبل إدارة الدائرة المبحوثة بأعتماد المبيدات المطابقة للمواصفات القياسية التي تستخدمها في وقاية المزروعات فضلاً عن أهتمامها بإرشاد وتوعية المزارعين حول كيفية تجنبهم للمخاطر عند أستخدامهم لهذه المبيدات، وهذا مما ينعكس إيجابياً على المنافع التي سيحصل عليها المزارع سواء كان ذلك على مستوى وقاية مزرعته او على مستوى المحافظة على صحته.
٦. يوجد تأثير واضح لكل من بُعدي الأمان والتعاطف في تحقيق القيمة للمزارع مقارنة ببقية الأبعاد، وهذا مما يشير الى ان الإدارة في الدائرة المبحوثة تعتمد هذين البعدين كأساس في تحقيق قيمة الزبون.
٧. قلة أهتمام إدارة الدائرة المبحوثة في بعد الملموسية لتحقيق القيمة للمزارع، وهذا مما يشير الى ان الإدارة لا تركز بالقدر المطلوب على الملموسية لتحسين صورتها الذهنية لدى المزارعين

وزيادة حالة التطابق لديهم بين ما يتوقعونه من منافع سيحصلون عليها وبين ما سيحصلون عليه فعلاً.

٨. ان جودة الخدمة تؤثر بشكل واضح وكبير في تحقيق القيمة للمزارع, وان هذا يشير الى ان إدارة الدائرة المبحوثة تعتمد جميع أبعاد الجودة في تحقيق القيمة للمزارع ولكن بشكل متباين لهذه الأبعاد.

ولأستكمال متطلبات البحث سنستعرض مجموعة من التوصيات وفقاً لما تم تقديمه من استنتاجات و كما يأتي:

١. إشراك كافة العاملين في الدائرة المبحوثة في دورات تخصصية من الذين لم يشاركوا أو الذين لديهم مشاركات قليلة في هذه الدورات.
٢. زيادة أهتمام إدارة الدائرة المبحوثة بتهيئة وتوافر قاعات الانتظار المريحة للمراجعين فضلاً عن اعتماد المعدات والتقنيات الحديثة لأهميتها في تحسين الصورة الذهنية لدى المزارعين تجاه الخدمات التي تروم تقديمها اليهم.
٣. زيادة الأهتمام بتقديم الخدمات الخالية من المخاطر من خلال الاحتفاظ بالعاملين من ذوي الخبرة والمهارة وتعظيم الرغبة لديهم لتقديم خدمات تلبي حاجات المزارعين وذلك من خلال تعزيز ثقافة التعاطف.
٤. زيادة الأهتمام بتطوير وتحديث المعدات والأجهزة المختبرية من خلال طلب زيادة التخصيصات المالية من الحكومة المركزية لضمان توافرها بما يضمن تلبية حاجات ورغبات المزارعين في الوقت المحدد.
٥. زيادة الأهتمام بأستخدام المبيدات ذات المواصفات القياسية وذات المنشأ المعتبرة فضلاً عن زيادة الأهتمام بعمليات الإرشاد وتوعية المزارعين حول كيفية أستخدام وتجنب مخاطر هذه المبيدات من خلال عمل الندوات واللقاءات.
٦. زيادة الأهتمام والتركيز على الملموسية المادية بما يضمن تحسين الصورة الذهنية لدى المزارعين وتحقيق حالة التطابق بين المنافع التي يتوقعون الحصول عليها وما سيحصلون عليه بالفعل وذلك من خلال الأهتمام بتحسين واجهة البناية, والزي الموحد للعاملين والمعدات الحديثة وغيرها.
٧. الأهتمام بكافة أبعاد جودة الخدمة وبشكل متكافئ وبما يضمن تحقيق القيمة للمزارع لينعكس ذلك ايجاباً على سمعة المنظمة.

المصادر:

أولاً: المصادر العربية

- ١- اسلام, قراوي, ومحمد, غازي, (٢٠١٥), تأثير جودة الخدمة على رضا الزبون الخارجي, رسالة ماجستير, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة أكلي محند أولحاج - البويرة, الجزائر.
- ٢- بالاطرش, دلال, (٢٠١٥), دور جودة خدمة النقل الجوي في كسب رضا الزبون, رسالة

ماجستير, كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير, جامعة قاصدي مرباح – ورقلة -, الجزائر.

٣- بركات, مها سامي, (٢٠١٩), أثر جودة الخدمة على العلاقة بين استراتيجيات التسعير ورضا العملاء, رسالة ماجستير, كلية الاقتصاد قسم إدارة الأعمال, جامعة طرطوس, الجمهورية العربية السورية.

٤- بن الحبيب, محسن, (٢٠١٧), أثر إدارة العلاقة مع الزبائن في تنافسية المنظمات السياحية بالجزائر, شهادة الدكتوراه, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة قاصدي مرباح ورقلة, الجزائر.

٥- بن زكري, بلال, (٢٠١٤), جودة الخدمات وأثرها على رضا الزبائن دراسة حالة فندق الإخوة بو علي- عين مليلة-, رسالة ماجستير, كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير, جامعة أم البواقي, الجزائر.

٦- زوبع, راحيل يحيى ابراهيم, (٢٠٢٠), تأثير جودة الخدمة في ادارة علاقات الزبون, شهادة الدبلوم العالي, كلية الادارة والاقتصاد, الجامعة المستنصرية, بغداد, العراق.

٧- الشبيل, سوزي صلاح مطلب, (٢٠١٢), تطبيقات إدارة علاقات الزبائن في مراحل الشراء الإلكتروني وأثرها في بناء القيمة للزبون, رسالة ماجستير, كلية الأعمال, جامعة الشرق الأوسط.

٨- عبد الغني, ولدقادة, وجمال الدين, بن قدور, (٢٠١٨), أثر جودة الخدمات على رضا الزبون, رسالة ماجستير, كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير, جامعة د. الطاهر مولاي سعيدة, الجزائر.

٩- الكركي, وسام محمد ناصر, (٢٠١٠), جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزبائن, رسالة ماجستير, كلية الدراسات العليا والبحث العلمي, جامعة الخليل, فلسطين.

١٠- لحلو, رفاه, وزين الدين, رهام, (٢٠١٦), ”أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس“, دراسة, كلية الاقتصاد والعلوم الادارية, جامعة النجاح الوطنية, نابلس.

١١- محمد, مسعود قاسم, (٢٠٢٠), تأثير جودة الخدمة المصرفية على رضا الزبون: دراسة استطلاعية في مصارف التجارية في مدينة دهوك, رسالة ماجستير, كلية العلوم الاقتصادية والادارية / قسم المالية والمصرفية, جامعة الشرق الأدنى, دهوك.

١٢- مريم, العايشي, وصفية, اعماد, (٢٠١٧), جودة الخدمات البنكية وتأثيرها على المنافسة بين البنوك, رسالة ماجستير, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة احمد دراية ادرار – الجزائر.

١٣- جثير, سعدون حمود والعبادي, هاشم فوزي والقيسي, بلال جاسم, (٢٠١٣), صياغة إستراتيجية إدارة الزبون عبر تحقيق العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والذكاء التنظيمي, مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية, المجلد (٥) العدد (١٠), بغداد.

١٤- خثير, محمد, ومرايمي, اسماء, (٢٠١٧), العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة, مجلة الريادة لاقتصاديات الاعمال, جامعة خميس مليانة, المجلد (٠٣), العدد (٠٤), الجزائر.

١٥- سرجيوس, انطوان اسكندر, (٢٠٢١), تأثير محددات استراتيجية قيمة العملاء على النية نحو الولاء: دراسة مقارنة بين قطاع الاتصالات, وقطاع أجهزة الهواتف الخلوية بمصر, مجلة البحوث المالية والتجارية, جامعة بور سعيد, المجلد (٢٢), العدد (٢), مصر.

١٦- عبد الحميد, رفل مؤيد, ورؤوف, رعد عدنان, (٢٠١٨), دور أبعاد جودة الخدمات في تعزيز قيمة الزبون دراسة استطلاعية لأراء عدد من الزبائن في مصرف الشمال للتمويل والاستثمار في محافظة نينوى, مجلة تنمية الرافدين, المجلد (٧٣) العدد (١١٩).

١٧- عبد القادر, محمد نور الطاهر احمد, (٢٠١٥), قياس جودة الخدمات الصحية في المستشفيات الحكومية في السودان من وجهة نظر المرضى والمراجعين (دراسة ميدانية على المستشفيات التعليمية الكبرى بولاية الخرطوم), المجلة الاردنية في ادارة الاعمال, عمادة البحث العلمي / الجامعة الاردنية, المجلد (١١), العدد (٤), الاردن.

١٨- محمد, ايوب محمود, (٢٠٢٠), "اثر جودة الخدمة في تحقيق ولاء الزبون" - دراسة تطبيقية على عينة من مشتركي شركة ايرث لينك لخدمات الانترنت في محافظة اربيل, المجلة العربية للنشر العلمي, جامعة زاخو, كلية إدارة الأعمال, العدد (١٨), اقليم كردستان, العراق.

ثانياً: المصادر الاجنبية

19 - Eid, Riyad, (2013), Integrating Muslim Customer Perceived Value, Satisfaction, Loyalty and Retention in the Tourism Industry: An empirical study, International Journal Of Tourism Research, Vol. 17 N.(3), P: 249- 260.

20- Hernon, Peter & Nitecki, Danuta A., (2001). Service Quality: A Concept Not Fully Explored. LIBRARY TRENDS, Vol. 49, No. 4, Spring 2001, pp. 687-708 ©2001 Peter Hernon and Danuta A. Nitecki.

21- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, (2016), Marketing Management, 15th Global Edition, Person Education Limited, England.

22- Kotler, Philip, Armstrong, Gary, Harris, Lloyd C. and He, Hongwei, (2020), Marketing, 8th European Edition, Person Education Limited, LLK.

23- Munhurrun, Prabha Ramseook & Naidoo, Perunjodi & Bhiwajee, Soolakshna Lukea. (2010). Measuring Service Quality: Perceptions Of Employees. Global Journal Of Business Research ♦ Volume 4 ♦ Number 1 ♦ 2010