

**أثر سلوكيات مقدم الخدمة في رأس مال
الزبون دراسة تحليلية في عدد من المصارف
الأهلية في محافظة النجف الأشرف**

المدرس المساعد
عامر علي حسين العطوي
المدرس المساعد
فاضل راضي غباش الغزالي
جامعة القادسية / كلية الإدارة والاقتصاد

اثر سلوكيات مقدم الخدمة في رأس مال الزبون دراسة تحليلية في عدد من المصارف الأهلية في محافظة النجف الاشرف

المدرس المساعد
عامر علي حسين العطوي
المدرس المساعد
فاضل راضي غباش الغزالي
جامعة القادسية / كلية الادارة والاقتصاد

المستخلص:

يختبر البحث الحالي علاقة الأثر والارتباط بين سلوكيات مقدم الخدمة متمثلة بـ (أداء المهمة والأداء السياقي والأداء المعاكس للإنتاج) ومتغير رأس مال الزبون من خلال الدور الوسيط لإبعاد جودة الخدمة المدركة في مجموعة من المصارف الأهلية في محافظة النجف إذ تمثلت عينة الدراسة بمقدمي الخدمة في هذه المصارف فضلاً عن الزبائن الذين يتعاملون معها، وقد استخدمت استمارة الاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات إذ تم توزيع (٢٨) استمارة لمقدمي الخدمة و (٨٤) استمارة على الزبائن، وتمثلت فرضيات الدراسة الأساسية بوجود علاقة ارتباط واثربين سلوكيات مقدم الخدمة وإبعاد جودة الخدمة وبين إبعاد جودة الخدمة ورأس مال الزبون وبأن إبعاد جودة الخدمة تتوسط العلاقة بين سلوك مقدم الخدمة ورأس مال الزبون، وقد استخدمت عدد من الوسائل الإحصائية للتحقق من صحة هذه الفرضيات ومنها معامل الارتباط البسيط (person) وتحليل الانحدار البسيط وتحليل الانحدار المتعدد، وجاءت نتائج الدراسة مطابقة لأغلب فرضيات البحث صيغت في ضوءها مجموعة من التوصيات التي يؤمل ان يستفاد منها المعنيون بالدراسة الحالية.

منهجية الدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

تواجه بيئة الأعمال العراقية العديد من التحديات والفرص، حصلت فيها بيئة المصارف وخاصة المحلية منها على النصيب الأوفر . ولعل من اهم هذه التحديات والفرص هو احتمال دخول المصارف الأجنبية فضلاً عن ازدياد دخل الفرد وتطور وعي المجتمع اتجاه النشاط المصرفي وانفتاح العراق على العالم وغيرها . وتعد تحديات المنافسة الحالية والمرتبقة وسبل مواجعتها من النقاط الأساسية التي ينتحتم على المصارف ان تضعها بنظر الاعتبار لاسيما سياسة المحافظة على الزبائن الحاليين وجذب الزبائن الجدد، لذا جاءت الدراسة الحالية كمحاولة بسيطة للتحقق من دور بعض المؤشرات متمثلة بسلوكيات مقدم الخدمة في زيادة رأس مال الزبون من خلال إجابتها على الأسئلة الآتية:-

١. ما مستوى سلوكيات مقدم الخدمة والمتمثلة بسلوكيات أداء المهمة والأداء السياقي والأداء المعاكس للإنتاج في المصارف عينة الدراسة ؟
٢. ما مدى إدراك الزبائن لأبعاد جودة الخدمة للمصارف عينة الدراسة ؟

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي

٣. ما مستوى رأس مال الزبون للمصارف عينة الدراسة؟
٤. ما نوع العلاقة والأثر بين كل من متغير سلوكيات مقدم الخدمة وإبعاد جودة الخدمة ورأس مال الزبون للمصارف عينة الدراسة؟

ثانياً: أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة من النقاط الآتية:-

١. يعد القطاع المصرفي الشريان الحيوي للنشاط الاقتصادي لأغلب البلدان في العالم، وأجراء مثل هذا البحث يعد إسهام متواضع من خلال إبراز دور سلوكيات مقدم الخدمة ورأس مال الزبون في واقع بيئة المصارف الأهلية، وتأشير ملامح المشكلة لتقديم الحلول والتوصيات المقترحة بشأنها.
٢. قد تفيد هذه الدراسة مدراء المصارف بشكل عام والمصارف عينة الدراسة بشكل خاص في تكوين إطار متكامل يمكن الاعتماد عليه في تشخيص نقاط القوة والضعف حول سلوكيات أداء مقدم الخدمة ومستوى إدراك جودة الخدمة ورأس مال الزبون ومن ثم المساهمة في عملية تحسينها وتطويرها.
٣. يشكل مفهوم سلوكيات الأداء موضوعاً مهماً وحديثاً في الفكر الإداري المعاصر والذي لم تتناوله الدراسات العربية على حد المراجعة المتواضعة لأدبيات الإدارة من قبل الباحثان، لذا جاءت الدراسة الحالية لتمثل إضافة جديدة للفكر الإداري على المستوى العربي والمحلي.

ثالثاً: أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة الحالية بالنقاط الآتية:-

١. التعرف على مستوى سلوكيات أداء مقدم الخدمة (بانواعها المتجهة للمهمة، والسياقي، والمعاكس للإنتاج) لمقدمي الخدمة في المصارف عينة الدراسة.
٢. التعرف على مستوى إدراك الزبائن لإبعاد جودة الخدمة للمصارف عينة الدراسة.
٣. التعرف على مستوى رأس مال الزبون للمصارف عينة الدراسة.
٤. تحديد العلاقة والأثر المحتملة بين سلوكيات الاداء وإبعاد جودة الخدمة ورأس مال الزبون.

رابعاً: مجتمع الدراسة

تم اختيار المصارف الأهلية في محافظة النجف الاشرف كمجتمع للدراسة وهي ست مصارف (مصرف بغداد، والمصرف الإسلامي، ومصرف الوركاء، ومصرف الاستثمار، ومصرف البصرة)، وقد تمثلت عينة الدراسة بمقدمي الخدمة في هذه المصارف فضلاً عن الزبائن الذين يتعاملون مع هذه المصارف، إذ تم توزيع (٢٨) استمارة على مقدمي الخدمة فيها و(٨٤) استمارة على زبائنها، وقد اعتمد الباحثان في الدراسة ومن أجل تحقيق الدقة على الفرد كوحدة للتحليل ولم يعتمدان على المنظمة (المصرف) كوحدة للتحليل، إذ تم توزيع مقابل كل مقدم خدمة ثلاث استمارات لثلاث زبائن تعاملوا مع مقدم الخدمة ذاته على ان يكون هؤلاء الزبائن قد امضوا أكثر من ثلاث أشهر في التعامل مع هذا المصرف كشرط من شروط التحقق من صحة ولاء الزبون فكانت مجموع كل الاستبانات الموزعة هو (١١٢) استمارة أي (١١٢ =

اثر سلوكيات مقدم الخدمة في رأس مال الزبون م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي
(28*3 + 28)، وقد اكد الباحثان على استحصال جميع هذه الاستبيانات وتجنب أي خطأ قد يحدث فيها من قبل المجيب.

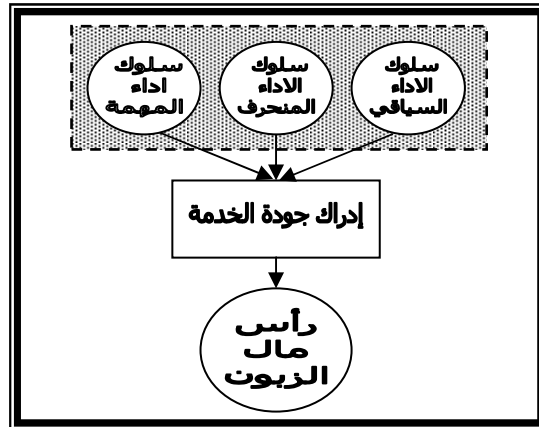
خامساً: مقاييس الدراسة

تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات في هذه الدراسة، تنقسم استمارة الاستبيان إلى ثلاث أجزاء، الجزء الأول يتعلق بالمتغير المستقل وهو سلوكيات الاداء وينقسم إلى ثلاث فروع، الأول يتعلق بسلوك اداء المهمة ويتكون من (8) فقرات، تم صياغتها بالاعتماد على (Befort & Hattrup, 2003)، والثاني يتعلق بسلوك الاداء السياقي ويتكون من (5) فقرات تم اعدادها من قبل الباحثان بالاعتماد على الإبعاد الخمس التي حددها (Borman, 1999)، اما الفرع الثالث فيتعلق بالأداء المعاكس للإنتاج ويتكون من (15) فقرة، تم صياغتها بالاعتماد على (Rotundo & Xie, 2005) بعد اجراء بعض التعديلات الملائمة، اما الجزء الثاني فيتعلق بالمتغير الوسيط وهو إبعاد جودة الخدمة ويتكون من الأبعاد المقترحة من قبل (Parasuraman et al., 1988) وفق مقياس (Cronin & Taylor, 1992) الذي يتكون من (23) فقرة تم الحصول عليها مباشرة من (المبيريك، 2002) بعد اجراء بعض التعديلات البسيطة عليها، واخيراً فان الجزء الثالث من الاستبيان والمتعلق بالمتغير المعتمد رأس مال الزبون فيتكون من (6) فقرات تم صياغتهن بالاعتماد على كل من (Chang, 2006) (Zeithaml et al, 1996) بعد اجراء بعض التغييرات اللازمة لواقع بيئة الدراسة.

سادساً: فرضيات الدراسة

هنالك خمس فرضيات رئيسة للدراسة الحالية:-

1. توجد علاقة ارتباط معنوية بين سلوكيات مقدم الخدمة وإبعاد جودة الخدمة
2. توجد علاقة ارتباط معنوية بين إبعاد جودة الخدمة ورأس مال الزبون
3. توجد علاقة اثر معنوية بين سلوكيات مقدم الخدمة وإبعاد جودة الخدمة
4. توجد علاقة اثر معنوية بين إبعاد جودة الخدمة ورأس مال الزبون
5. تتوسط إبعاد جودة الخدمة العلاقة بين سلوكيات مقدم الخدمة ورأس مال الزبون وكما هو موضح في الأنموذج الفرضي التالي:-



الجانب النظري

أولاً: سلوك اداء العمل

تشير اغلب الأدبيات الغربية بان اداء عمل الموظف يتضمن ثلاث سلوكيات، السلوك الأول هو سلوك اداء المهمة (Task Performance) ، والثاني هو سلوك الاداء السياقي (Contextual performance) اما السلوك الثالث فهو سلوك الاداء المنحرف

(Devianc Performance Behavior) او الاداء المعاكس للإنتاج (Counterproductive Work Behavior) (CPB) (Rotundo & Xie ,2005:3).
والآتي توضيح مفاهيمي للسلوكيات الثلاث:-

1- سلوك اداء المهمة

يذكر (Avery & Marphy) بان سلوك اداء المهمة يعني سلوك الأفراد الخاص بأداء النشاطات الفنية الجوهرية المهمة لأعمالهم (Avery & Marphy,2000) ، في حين يبين (Motowidlo & Schmit) بان سلوك اداء المهمة يتضمن السلوكيات التي تساهم في نشاطات الصيانة والتحويل الجوهرية في المنظمة مثل صنع المنتجات، بيع البضائع، وتسليم الخدمات وأتباع المدراء وجدولة الأعمال وغيرها. (Motowidlo & Schmit ,1999:64) ويشير (Befort & Hatrup 2003) الى ان سلوك اداء المهمة يتضمن ثلاث جوانب، الجانب الأول يعكس النشاطات التحويلية الأساسية مثل اكمال الواجبات المتعلقة بالعمل، والثاني يعكس الجوانب التي تخدم النشاطات التحويلية مثل قلة اخطاء العمل، واما الجانب الثالث فيتعلق بالاتصالات المكتوبة والشفوية (Befort & Hatrup ,2003:23). وفي هذه الدراسة سيعتمد على هذه الجوانب الثلاث في قياس سلوك اداء المهمة.

2 - سلوك الاداء السياقي:

يعرف (Motowidlo & Schmit 1999) الاداء السياقي بانه السلوكيات التي تساهم في ثقافة ومناخ المنظمة ضمن سياق اداء المهمة مثل التطوع للإعمال الإضافية والعمل بروح الحماس ومساعدة الآخرين والتعاون معهم وأتباع القواعد والإجراءات والدفاع عن صورة المنظمة امام الآخرين (Motowidlo & Schmit,1999:64) . في حين يشير (Borman otowidlo , 1997 : 100) الى النشاطات التي ترفع من بفاعلية المنظمة من خلال طرائق عديدة تعمل على تشكل مجموعها السياقي النفسي والاجتماعي للمنظمة والتي تعتبر كمحفزات للعمليات والنشاطات المهمة (Borman & Motowidlo , 1997 : 100) . ويتضمن سلوك الاداء السياقي الجوانب الآتية:- (Borman ,1999:8)
أ. التطوع للإعمال الإضافية.
ب. الاصرار على تقديم الجهود الإضافية لإتمام المهام.

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي

ج. مساعدة ومعاونة الآخرين.
د- اتباع القواعد والإجراءات المنظمة.
هـ- تصديق ودعم الاهداف التنظيمية .
وفي هذه الدراسة سنقيس سلوك الاداء السياقي وفقاً لهذه الجوانب.

٣. سلوك اداء المعاكس للإنتاج

او ما يسمى بسلوك الأداء المنحرف او الأداء المدمر . (Murphy,1989:221) ويعرفه (Raelin ,1994) بأنه الممارسات اللاخلاقية للعاملين والغياب والتهرب عن العمل وتضخيم الأمور واللامبالاة وعدم النضج (Raelin,1994:488) ويعرفه (Robinson & Bennett ,1995) بأنه قيام الأفراد بإضرار الممتلكات وانتهاك معايير العمل النوعية والكمية وإيذاء الآخرين والسلوك العدواني (Robinson & Bennett ,1995 :560) او السرقة او ما يتعلق بها وتدمير الممتلكات وسوء استعمال المعلومات والوقت والموارد والسلوك الخطر والحضور السيئ والعمل الرديء . (Gruy & Sackett,2003 :33)

ثانياً: جودة الخدمة Service Quality

1- مفهوم جودة الخدمة Service Quality Concept

يشير (Ghobadian etal ,1994) بأن اغلب تعاريف جودة الخدمة تقع تحت فئة (قيادة الزبون)، لكن (Juran ,1999) وسع من مفهوم قيادة الزبون على ان جودة المنتج هي(مزايا المنتجات التي تعمل على تحقيق حاجات الزبون وتحسن من رضاه) وهذا التعريف يخص كلاً من السلعة والخدمة ففيما يتعلق بالخدمة فينظر اليها من خلال الجودة المدركة من قبل الزبون(Arnauld etal.,2002:322) ، ويعرف كل من (Gronroos,1984) و (Parasuraman etal, 1985) جودة الخدمة المدركة على انها الفرق بين توقعات الزبائن وادراكهم الفعلي للخدمة المسجلة(Khalidah,2004:634) تلمة،
في حين يذكر (Ivancerich etal.,1997:455) بان جودة الخدمة المدركة تعني (مدى قيام الخدمة بتحقيق ما يعتقد الزبون انها من المفترض ان تقدمه)، وعرفت ايضاً على انها (العلاقة بين ما يرغب الزبون من الخدمة وما يدركه فعلياً عند الاستلام (Mackag & Crompton,1990:47).

وهناك فريق اخر من الباحثان ينظر الى جودة الخدمة المدركة على اساس الموقف والاداء، اذ يعرف (Arnauld etal.,2002:327) جودة الخدمة بأنها (حكم تقييم الزبائن على التفوق والامتياز الكامن للخدمة في تقديم المنافع المطلوبة)، وكذلك اشار (Bateson & Hoffman 2001) الى ان جودة الخدمة المدركة هي (محصلة ما يلتمسه الزبون من منافع عن طريق الخدمة التي يحصل عليها)، ويؤكد ايضاً كل من (Cronin & Taylor,1992) و (Sureshchandar et al, 2002) على ان

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي

اثر سلوكيات مقدم الخدمة في رأس مال الزبون
جودة الخدمة المدركة من قبل الزبائن تُقيم عن طريق الاداء الفعلي فقط وليس التوقعات. (Khalidah,2004:635)

ومن ما سبق يتبين بأن وجهات النظر المطروحة حول مفهوم جودة الخدمة تقع تحت قسمين، القسم الأول يشير الى ان جودة الخدمة هي ناتج الفرق بين ما متوقع ومدرك فعلياً من قبل الزبون اتجاه الخدمة . والثانية تبين بأن جودة الخدمة تمثل الاداء المدرك فقط.

وعموماً الباحثان يؤيدا الرأي الأخير، والأسباب ستأتي تباعاً عند التطرق الى موضوع قياس جودة الخدمة.

٢- قياس جودة الخدمة Service Quality Measurement

ان تقييم جودة المنتجات الصناعية يعد أسهل مقارنةً بجودة الخدمات، اذ ان هنالك ثلاث خصائص تتمتع بها الخدمات تحول دون ذلك وهي خاصية (التباين والتلازم وخاصية عدم الملموسية)، وغياب هذه الخصائص الموضوعية يحتم علينا تقييم جودة الخدمة عن طريق قياس توقع الزبائن اتجاهها. (Galan & Sabedie,2003:6)

هنالك العديد من الدراسات التي حاولت قياس جودة الخدمة وفق مقاييس معينة ومن اهم هذه الدراسات دراسة (Parasuraman etal ,1988). (التي قدم من خلالها قدم مقياس (SERVQUL) والذي يتكون من خمس ابعاد لقياس جودة الخدمة هي (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف) حيث يتكون هذا المقياس من مجموعتين كل مجموعة تضم (22) عبارة . تهدف المجموعة الأولى لقياس توقعات العملاء لخدمة المنشأة، بينما تهدف المجموعة الثانية الى قياس اتجاهات العملاء نحو أداء المنشأة. (Parasuraman etal., 1988, 23)

وبعد تعرض هذا المقياس للعديد من الانتقادات قدم (Parasuraman etal, 1991) تنقيح لهذا المقياس وذلك بإضافة الأهمية النسبية للأبعاد الخمسة للزبائن وذلك لوزن جودة الخدمة في كل بعد من الأبعاد الخمسة للمقياس وذلك لتحقيق دقة اكبر . وبذلك اصبح مقياس مقياس الجودة المقترح من قبل (Parasuraman etal 1991) معتمداً وصادقاً لقياس جودة الخدمة . كما ترتب على الانتقادات الموجهة لمقياس (SERVQUL) تقديم عدة دراسات منها دراسة (Cronin & Taylor,1992) والتي قدمت مقياس جديد يسمى (SERVPERF) فقد تم من خلال هذا الدراسة اجراء اختبار لأربعة نماذج لقياس جودة الخدمة :

أ - (SERVQUL) جودة الخدمة = الاداء - التوقعات

ب - (SERVQUL) جودة الخدمة = Weight الأهمية (الاداء- التوقعات)

ج - (SERVPERF) جودة الخدمة = الاداء

د - (SERVPERF) جودة الخدمة = Weight الأهمية x الجودة

وقد ذكر (Cronin & Taylor,1992) الى ان مقياس (SERVPERF) (الاداء فقط) أفضل المقاييس . حيث ان هذا المقياس يستبعد فكرة الفجوة بين الاداء والتوقع ويركز فقط على الاداء لقياس جودة الخدمة . ويوصي (Cronin & Taylor,1992) الى استخدام هذا المقياس في مختلف المجالات بسهولة وبساطة تطبيقاً كما انه يقيس الاداء الفعلي للخدمة . وقد استخدم هذا المقياس في العديد من

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي
اثر سلوكيات مقدم الخدمة في رأس مال الزبون
مجالات الخدمة وفي بيئات مختلفة) (المبيريك، 2002: 24- 244) ووفقاً لما سبق
سيتم استخدام مقياس (SERVPERF) لـ (Cronin & Taylor (1992) .
ومن الجدير بالذكر فإن ابعاد جودة الخدمة ينظر لها على أساس كونها معايير
لجودة الخدمة (Parasuraman et al., 1988, 20) ، وقد دعم هذه الفكرة كل من
(Feinbury & Ruyter 1995) بأن ابعاد جودة الخدمة هي أداة لقياس الجودة
المدركة. (Khalidah, 2004: 635) .

3- ابعاد جودة الخدمة SERVICE QUALITY DIMENSIONS

سيتم البحث على الأبعاد التي قدمها (Parasuraman (1988) et al. (وهي
(الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والأمان والتعاطف) والاتي تعريف كل منها
:- (Parasuraman et al., 1988: 23 & Parasuraman et al., 1991: 441)

1. **الملموسية (Tangible)** : ويقصد بها مظهر التسهيلات المادية والمعدات المتعلقة بالخدمة كالتصميم الداخلي والخارجي للمبنى الخاص بالمنظمة وغيرها، فضلاً عن مظهر الموظفين.
2. **الاعتمادية (Reliability)** : القدرة على أداء الخدمة التي تتعهد المنظمة بتقديمها بكل ثقة ودقة وفي الوقت المحدد.
3. **الاستجابة (Responsiveness)** : رغبة المنظمة من خلال موظفيها بتقديم المساعدة للزبائن وحل مشاكلهم بالسرعة الممكنة.
4. **الأمان (Assurance)** : معرفة ومجاملة الموظفين وقابليتهم لإلهام الزبائن بالثقة والأمل المفعم .
5. **التعاطف (Empathy)** : العناية والاهتمام الفردي المقدم من قبل المنظمة اتجاه زبائنها.

ثالثاً: رأس مال الزبون

يعد رأس مال الزبون احد الأصول المعنوية للمنظمة والعنصر الثالث ضمن رأس المال الفكري ، والذي يقع خارج هيكل المنظمة (Chang ,2006:255) . ورأس مال الزبون له مسميات أخرى مثل رأس مال العلاقاتي (Relational Customer) او الرأس مال الخارجي (External Customer) (يوسف ، 2005 : ٤٣) .
تكمن اهمية رأس مال العلاقات في جمع المعلومات عن حاجات الزبائن ورغباتهم ودراستها وإيجاد المعرفة من خلالها ، والتي تؤمن بقاء الزبائن زبائناً موالين للمنظمة . وبما ان الزبائن هم خارج حدود المنظمة فهم يعتبرون فرصة لها ، وان مفتاح ولائهم للمنظمة هو السعي لمعرفة احتياجاتهم ورغباتهم لغرض تلبيةها ، و ان جوهر رأس مال العلاقات هو المعرفة الموجودة لدى الزبائن . وعليه أصبح لزاماً على المنظمة ان تكتسب المعرفة الموجودة لدى زبائنها ليكتمل رأس مالها الفكري ،

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي

ان معرفة الزبائن خارجية عن المنظمة تماما وداخلية بالنسبة لهم (سلمان، 2005 : 104-105) .

ويقصد برأس مال الزبون الثروة المنظمة في علاقات الشركة مع زبائنها وحقوق ملكية العلامة التجارية وثقة الزبائن بالشركة وولاؤهم لها (نجم ، 2005 : 308) . ويقصد به أيضا قيمة علاقات المنظمة مع الزبائن الذين تتعامل معهم والمتمثل برضا الزبون وولائه ومدى الاحتفاظ بالزبون من خلال الاهتمام بمقترحاته ومعالجة الشكاوى المقدمة منه وتلبية رغباته واحتياجاته بالسرعة الممكنة ومشاركة في أعمالها وصفقاتها ومد جسور التعاون معه (العنزي و نعمة ، 2001 : 30) ، وعرف رأس مال العلاقات أيضا بأنه " شبكة من التحالفات الإستراتيجية في البيئة " (10 : Chatzkel : 2000) .

ويشير (Kaplan & Norton,1996) بان رأس مال الزبون يضم خمس إبعاد هي (الحصة السوقية ، وربحية الزبون ، ورضا الزبون ، واستملاك الزبون والاحتفاظ بالزبون) (Kaplan & Norton,1996:32)، اما (Edvinsson & Malone,1997) فقد حدد أيضا خمس إبعاد لرأس مال الزبون هي (نجاح الزبون ، ودور الزبون ، ونوع الزبون ، ومدة الزبون ودعم الزبون) (Chang,2006:256) ، ووفقاً لـ (Duffy,2000) فإن رأس مال الزبون يضم العمليات والأدوات والتقنيات التي تدعم حق ملكية الزبون (Duffy ,2000:11) ، ويذكر (Mattsson,1999) خمس إبعاد لرأس المال العلاقتي هي (المنافسون ، والمجهزون ، وقنوات التوزيع ، والسياسة العامة للمنظمة والترخيص) (سلمان، 2005 : 109) ، في حين حدد (Chang) ثلاث إبعاد لرأس مال الزبون هي نية الزبون بالبقاء (Intention of customers to stay) (الاحتفاظ بالزبون) ويقصد بها نية الزبون للاستمرار بالتعامل مع المنظمة حالياً وفي المستقبل ، اما البعد الثاني فهو نية الزبون باستقطاب أعضاء آخرين (Intention to acquire new members) ويقصد بها نية الزبون بالتأثير على الآخرين بالشراء من نفس المنظمة ، وأخيراً نية الزبون بإضافة الشراء (Intention to make add-on purchase) وتعني بان الزبائن سوف يشترون الكثير من السلع والخدمات الحالية والمستقبلية من المنظمة . وفي هذه الدراسة سيتم اعتماد الإبعاد التي حددها (Chang,2006) لأن مؤشر ولاء الزبون او الاحتفاظ بالزبون من اكثر المؤشرات المستخدمة في قياس رأس مال الزبون (Chen etal.,2004 :199)

الجانب العملي للدراسة

أولاً : ثبات وصدق مقاييس البحث

تم قياس مستوى الثبات او التناسق الداخلي للعوامل المكونة لمتغيرات البحث والمتمثلة بمتغير سلوكيات مقدم الخدمة وإبعاد جودة الخدمة ورأس مال الزبون، باستخدام مقياس كرونباخ ألفا، وكالاتي:-:

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي عباس الغزالي اثر سلوكيات مقدم الخدمة في رأس مال الزبون

- 1- المتغير المستقل (سلوكيات مقدم الخدمة)** ويتكون من ثلاث جوانب :-
أ - سلوك أداء المهمة ويتكون من ثمان عوامل = ٠.٩٠٠١
ب- سلوك الاداء السياقي ويتكون من خمس عوامل = ٠.٧٦٦٧
ج- سلوك الاداء المعاكس للإنتاج ويتكون من خمسة عشر عامل = ٠.٨٥٦٧

- 2-المتغير الوسيط (إبعاد جودة الخدمة)** ويتكون من خمس إبعاد:-
أ- بعد الملموسية ويتكون من أربع عوامل = ٠.٩٦٤٢
ب- بعد الاعتمادية ويتكون من سبع عوامل = ٠.٨٥٩٩
ج- بعد الاستجابة ويتكون من خمس عوامل = ٠.٩١٠٠
د- بعد الأمان ويتكون من ثلاث عوامل = ٠.٧٨٨٦
هـ - بعد التعاطف ويتكون من اربعة عوامل = ٠.٨٧١١
3-المتغير المعتمد (رأس مال الزبون) ويتكون من خمس عوامل = ٠.٨٥٠٢

ويلاحظ من النتيجة الخاصة بالتناسق الداخلي بين العوامل المكونة للمتغيرات الثلاثة (سلوكيات الاداء، وإبعاد جودة الخدمة و رأس مال الزبون) مقبولاً، لان قيمة معامل ارتباط الفا تعد مقبولة إحصائياً عندما تكون مساوية او اكبر من (٠.٧٥) في البحوث الإدارية والسلوكية. (Allyn etal,2006:45)

ثانياً: عرض نتائج إجابات عينة البحث

تم عرض نتائج إجابات عينة البحث على أساس متغيرات الدراسة الثلاث الرئيسية، وقد تم العرض باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف وكالاتي:-

1-المتغير المستقل (سلوكيات الاداء):-

يلاحظ من الجدول رقم (١) الخاص بنتائج إجابات عينة البحث اتجاه متغير سلوكيات الاداء الأتي :-

أ- سلوك أداء المهمة

يلاحظ في الجدول رقم (١) إن متوسط المتوسطات الخاص بفقرات سلوك أداء المهمة بلغ (4) وبانحراف عام بلغ (٠.٧٧) ومعامل اختلاف عام بلغ(٠.١٩٧) حصلت الفقرة (٦) الخاصة ب(أجدول عملي حسب اولوياته) على اعلى المتوسطات الحسابية وبمقدار (٤.٤) و بانحراف معياري (٠.٥٥) ومعامل اختلاف (٠.١٣)، في حين حصلت الفقرة (١) الخاصة ب (انجز ببراعة كل الواجبات المتعلقة بعملتي) على أدنى متوسط حسابي (٣.٦) وبأعلى انحراف معياري بلغ(١.٠١) وبمعامل اختلاف بلغ (٠.٢٨)

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي

اما اكثر الفقرات التي كانت الاجابات حولها متناسقة وغير متشتتة ووفقاً لمعامل الاختلاف هي الفقرة (٦) والتي حصلت على أدنى معامل اختلاف بلغ (٠.١٣) ويلاحظ ايضاً من نتائج إجابات عينة البحث انحصار المتوسطات الحسابية بين (3.6)-(4.4)، اذ تنحصر هذه النتائج وفقاً لمقياس (Likert) بين (موافق جداً إلى موافق) وهذا يدل على انطباع ايجابي لدى مقدمي الخدمة عينة الدراسة اتجاه بعد سلوك أداء المهمة.

ب- سلوك الاداء السياقي

يلاحظ في الجدول رقم (١) إن متوسط المتوسطات الخاص بفقرات سلوك الاداء السياقي بلغ (٢.٦) وبانحراف عام بلغ (٠.٨١) ومعامل اختلاف عام بلغ (٠.٣١٤) حصلت الفقرة (٢) الخاصة ب (أقدم جهود إضافية لإتمام مهام عملي) على أعلى المتوسطات الحسابية وبمقدار (٣) و بانحراف معياري (٠.٦٤) ومعامل اختلاف (٠.٢١)، في حين حصلت الفقرة (٥) الخاصة ب (أؤمن بأهداف المصرف واعمل على دعمها) على أدنى متوسط حسابي (٢.٢) وبأعلى انحراف معياري بلغ (١.٠٢) وبأعلى معامل اختلاف بلغ (٠.٤٦) اما اكثر الفقرات التي كانت الاجابات حولها متناسقة وغير متشتتة ووفقاً لمعامل الاختلاف هي الفقرة (٢) والتي حصلت على أدنى معامل اختلاف بلغ (٠.٢١) ويلاحظ ايضاً من نتائج إجابات عينة البحث انحصار المتوسطات الحسابية بين-(3) (2.2)، اذ تنحصر هذه النتائج وفقاً لمقياس (Likert) بين (محايد إلى غير موافق) وهذا يدل على انطباع سلبي نوعاً ما لدى مقدمي الخدمة عينة الدراسة اتجاه بعد سلوك الاداء السياقي.

ج- سلوك الاداء المعاكس للإنتاج

يلاحظ في الجدول رقم (١) إن متوسط المتوسطات الخاص بفقرات سلوك الاداء المعاكس للإنتاج بلغ (٣.٦) وبانحراف عام بلغ (٠.٧٩) ومعامل اختلاف عام بلغ (٠.٢٣٠) حصلت الفقرة (٨) الخاصة ب (اعارض بشكل واضح الأشخاص المسؤولين عن قيادة المصرف (على أعلى المتوسطات الحسابية وبمقدار (٤.٦) و بانحراف معياري (٠.٨٣) ومعامل اختلاف (0.18)، في حين حصلت الفقرة (٦) الخاصة ب (انحرف عن اخلاقيات العمل) على أدنى متوسط حسابي (٢.٦) وبانحراف معياري بلغ (٠.٦١) وبأعلى معامل اختلاف بلغ (٠.٢١). اما اكثر الفقرات التي كانت الاجابات حولها متناسقة وغير متشتتة ووفقاً لمعامل الاختلاف هي الفقرة (٢) والتي حصلت على أدنى معامل اختلاف بلغ (٠.٢١) ويلاحظ ايضاً من نتائج إجابات عينة البحث انحصار المتوسطات الحسابية بين-(3) (2.2)، اذ تنحصر هذه النتائج وفقاً لمقياس (Likert) بين (محايد) إلى (غير موافق) وهذا يدل على انطباع سلبي نوعاً ما لدى مقدمي الخدمة عينة الدراسة اتجاه بعد سلوك الاداء السياقي.

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي اثر سلوكيات مقدم الخدمة في رأس مال الزبون

ت	العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
	سلوك أداء المهمة			
١.	انجز ببراعة كل الواجبات المتعلقة بعملتي	3.6	1.01	0.28
٢.	يمتاز عملي المقدم بالجودة العالية	3.9	0.69	0.18
٣.	اكمل واجبات العمل بالوقت المحدد والمناسب	4	0.62	0.16
٤.	اضمن وجود كل المستلزمات الضرورية لأداء عملي	4.2	0.72	0.17
٥.	لا تبدر مني الأخطاء اثناء أدائي للعمل	3.6	0.85	0.24
٦.	اجدول عملي حسب اولوياته	4.4	0.55	0.13
٧.	أجيد استخدام مهارات الاتصال المكتوبة مع الآخرين في العمل	4	0.99	0.25
٨.	أجيد استخدام مهارات الاتصال الشفوية مع الآخرين في العمل	4.3	0.71	0.17
		4	0.77	0.197
متوسط المتوسطات				
١.	انتطوع للأشياء غير المطلوبة في عملي	0.57	0.22	2.6
٢.	أقدم جهود إضافية لإتمام مهام عملي	0.64	0.21	3
٣.	أقدم يد المساعدة والعون لمن يحتاجها من زملائي الآخرين في العمل	0.88	0.29	3
٤.	التزم بإجراءات وقواعد وسياسات عمل المصرف	0.94	0.39	2.4
٥.	أؤمن بأهداف المصرف واعمل على دعمها	1.02	0.46	2.2
		0.81	0.314	2.6
متوسط المتوسطات				
سلوك الاداء المعاكس للإنتاج				
١.	لا أدافع عن صورة المصرف أمام الآخرين	0.91	0.25	3.6
٢.	اشوه سمعة المصرف أمام الآخرين	0.72	0.17	4.2
٣.	اعمل على هدر موارد المصرف	0.87	0.22	3.9
٤.	اسرب المعلومات السرية المتعلقة بعمل المصرف	0.77	0.19	4
٥.	اتعامل بالرشوة	0.59	0.19	3
٦.	انحرف عن اخلاقيات العمل	0.61	0.23	2.6
٧.	احصل على المنافع الشخصية باستخدام الأساليب اللااخلاقية	0.86	0.20	4.4
٨.	اعارض بشكل واضح الأشخاص المسنولون عن قيادة المصرف	0.83	0.18	4.6
٩.	اسرق اذ سنحت لي الفرصة	1.01	0.39	2.6
١٠.	أتغيب واتأخر عن العمل	1.01	0.24	4.2
١١.	أغادر مكان العمل خلال اوقات الدوام الرسمي	0.67	0.15	4.6
١٢.	اعمل وانتشر الإشاعات داخل المصرف	0.80	0.27	3
١٣.	اخلق النزاعات بين زملائي في العمل	0.95	0.32	3
١٤.	أتنازع مع زملائي في العمل	0.71	0.24	3
١٥.	اضع العوائق أمام عمل الآخرين	0.58	0.22	2.6
		0.79	0.230	3.6
متوسط المتوسطات				

جدول (١)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لإجابات عينة البحث اتجاه متغير سلوكيات الاداء (n=28)

اثر سلوكيات مقدم الخدمة في رأس مال الزبون م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي

٣. المتغير الوسيط (إبعاد جودة الخدمة):

يلاحظ من الجدول رقم (٢) الخاص بنتائج إجابات عينة البحث اتجاه متغير إبعاد جودة الخدمة الأتي :-

أ- بعد الملموسية

يلاحظ في الجدول رقم (٢) إن متوسط المتوسطات الخاص بفقرات بعد الملموسية بلغ (2.8) وبانحراف عام بلغ (٠.٨٢) ومعامل اختلاف عام بلغ (٠.٢٩).

حصلت الفقرة (٣) الخاصة ب (مظهر الموظفين لائق ومرتب) على اعلى المتوسطات الحسابية وبمقدار (٣.٣) و بانحراف معياري (١.٠٣) ومعامل اختلاف (٠.٣١)، في حين حصلت الفقرة (٤) الخاصة ب (مبنى المصرف جذاب بالنسبة لطلاب الخدمة) على أدنى متوسط حسابي (٢.٤) وبانحراف معياري بلغ (٠.٦٦) وبمعامل اختلاف بلغ (٠.٢٨)

اما اكثر الفقرات التي كانت الإجابات حولها متناسقة وغير متشتتة ووفقاً لمعامل الاختلاف هي الفقرة (١) والتي حصلت على أدنى معامل اختلاف بلغ (٠.٢١) ويلاحظ ايضاً من نتائج إجابات عينة البحث انحصار المتوسطات الحسابية بين (2.4)-(3.3)، اذ تنحصر هذه النتائج وفقاً لمقياس (Likert) بين (محايد إلى غير موافق) وهذا يدل على انطباع سلبي نوعاً ما لدى زبائن المصرف عينة الدراسة اتجاه بعد الملموسية.

ب- بعد الاعتمادية

يلاحظ في الجدول رقم (٢) إن متوسط المتوسطات الخاص بفقرات بعد الاعتمادية بلغ (3.01) وبانحراف عام بلغ (٠.٧٩) ومعامل اختلاف عام بلغ (٠.٢٦)

حصلت الفقرة (٥) الخاصة ب (يمكنني الاعتماد على موظفي المصرف) على اعلى المتوسطات الحسابية وبمقدار (٣.٦) و بانحراف معياري (٠.٧٧) ومعامل اختلاف (٠.٢١)، في حين حصلت الفقرة (٩) الخاصة ب (أثق دائماً بعمليات المصرف) على أدنى متوسط حسابي (2.6) و بانحراف معياري بلغ (٠.٥٩) وبأعلى معامل اختلاف بلغ (٠.٢٣)

اما اكثر الفقرات التي كانت الإجابات حولها متناسقة وغير متشتتة ووفقاً لمعامل الاختلاف هي الفقرة (٥) والتي حصلت على أدنى معامل اختلاف بلغ (٠.٢١) ويلاحظ ايضاً من نتائج إجابات عينة البحث انحصار المتوسطات الحسابية بين (2.6)-(3.6)، اذ تنحصر هذه النتائج وفقاً لمقياس (Likert) بين (محايد إلى غير موافق) وهذا يدل على انطباع سلبي نوعاً ما لدى زبائن المصرف عينة الدراسة اتجاه بعد الاعتمادية.

ج- بعد الاستجابة

يلاحظ في الجدول رقم (٢) إن متوسط المتوسطات الخاص بفقرات بعد الاستجابة بلغ (3.2) وبانحراف عام بلغ (٠.٧٤) ومعامل اختلاف عام بلغ (٠.٢٣).

حصلت الفقرة (١٤) الخاصة ب (يقوم الموظفون بتلبية خدماتي بسرعة) على اعلى المتوسطات الحسابية وبمقدار (٣.٦) و بانحراف معياري (٠.٩٦) ومعامل اختلاف (٠.٢٧)، في حين حصلت الفقرة (١٥) الخاصة ب (يقوم الموظفون على تكييف

اثر سلوكيات مقدم الخدمة في رأس مال الزبون م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي

الخدمة لتلبية حاجاتي و رغباتي) على أدنى متوسط حسابي (٢.٩) و بانحراف معياري بلغ (٠.٧٥) وبأعلى معامل اختلاف بلغ (٠.٢٦) اما اكثر الفقرات التي كانت الإجابات حولها متناسقة وغير متشتتة ووفقاً لمعامل الاختلاف هي الفقرة (١٤) والتي حصلت على أدنى معامل اختلاف بلغ (٠.١٧) ويلاحظ ايضاً من نتائج إجابات عينة البحث انحصار المتوسطات الحسابية بين (2.9)-(3.6)، اذ تنحصر هذه النتائج وفقاً لمقياس (Likert) بين (محايد الى غير موافق) وهذا يدل على انطباع معتدل نوعاً ما لدى زبائن المصرف عينة الدراسة اتجاه بعد الاستجابة.

د- بعد الأمان

يلاحظ في الجدول رقم (٢) إن متوسط المتوسطات الخاص بفقرات بعد الأمان بلغ (٢.٩) و بانحراف عام بلغ (٠.٦٨) ومعامل اختلاف عام بلغ (٠.٢٣) حصلت الفقرة (١٩) الخاصة ب (يتعامل المصرف مع المعلومات الخاصة بي بسرية تامة) على اعلى المتوسطات الحسابية وبمقدار (٣.٢) و بانحراف معياري (٠.٩٤) ومعامل اختلاف (0.29)، في حين حصلت الفقرة (١٧) الخاصة ب (اشعر بالأمان في التعامل مع المصرف) (على أدنى متوسط حسابي (٢.٦) و بانحراف معياري بلغ (٠.٦١) وبأعلى معامل اختلاف بلغ (0.23) اما اكثر الفقرات التي كانت الإجابات حولها متناسقة وغير متشتتة ووفقاً لمعامل الاختلاف هي الفقرة (١٧) والتي حصلت على أدنى معامل اختلاف بلغ (٠.١٦) ويلاحظ ايضاً من نتائج إجابات عينة البحث انحصار المتوسطات الحسابية بين (2.6)-(3.2)، اذ تنحصر هذه النتائج وفقاً لمقياس (Likert) بين (محايد) إلى (غير موافق) وهذا يدل على انطباع سلبي نوعاً ما لدى زبائن المصرف عينة الدراسة اتجاه بعد الأمان.

هـ- بعد التعاطف

يلاحظ في الجدول رقم (٢) إن متوسط المتوسطات الخاص بفقرات بعد التعاطف بلغ (٢.٥) و بانحراف عام بلغ (٠.٨٣) ومعامل اختلاف عام بلغ (٠.٣٥). حصلت الفقرة (٢٢) الخاصة ب (يولي المصرف رعاية خاصة فردية بي كزبون) على اعلى المتوسطات الحسابية وبمقدار (٣) و بانحراف معياري (٠.٥٣) ومعامل اختلاف (٠.١٨)، في حين حصلت الفقرة (٢٣) الخاصة ب (يوفر المصرف خدمة الاستفسار عن الزبائن من خلال الهاتف) على أدنى متوسط حسابي (٢) و بانحراف معياري بلغ (٠.٩٩) وبأعلى معامل اختلاف بلغ (٠.٢٣). اما اكثر الفقرات التي كانت الإجابات حولها متناسقة وغير متشتتة ووفقاً لمعامل الاختلاف هي الفقرة (٢٢) والتي حصلت على أدنى معامل اختلاف بلغ (٠.١٨). ويلاحظ ايضاً من نتائج إجابات عينة البحث انحصار المتوسطات الحسابية بين (٣)-(٢)، اذ تنحصر هذه النتائج وفقاً لمقياس (Likert) بين (محايد) إلى (غير موافق) وهذا يدل على انطباع سلبي لدى زبائن المصرف عينة الدراسة اتجاه بعد الأمان.

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي عباس الغزالي

المتغير	العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
الملموسية	١. يستخدم المصرف أحدث التقنيات الإلحقة	3	0.64	0.21
	٢. التصمفم الداخلي للمصرف منظم ومتكامل	2.6	0.92	0.35
	٣. مظهر الموظففن لائق ومرتب	3.3	1.03	0.31
	٤. مبنى المصرف جذاب بالنسبة لطالب الخدمة	2.4	0.66	0.28
معدل		2.8	0.82	0.29
الاعتمادية	٥. يمكنني الاعتماد على موظفي المصرف	3.6	0.77	0.21
	٦. أرى ان فترات الدوام في المصرف مناسبة لي	3.2	0.71	0.22
	٧. يقدم لي المصرف كشوف حسابات واضحة ودقيقة	3	0.98	0.33
	٨. يقدم لي المصرف جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات او استثمارات مستجدة	2.9	0.62	0.21
	٩. أثق دائما بعمليات المصرف	2.6	0.59	0.23
	١٠. أثق في التعامل مع موظفي المصرف	3	1.01	0.34
	١١. ألاحظ المهارة في اداء الموظففن وقدرتهم على توظيف المعرفة لخدمة الزبون	2.8	0.83	0.29
معدل		3.01	0.79	0.26
الاستجابة	١٢. اشعر ان الموظففن يفهمون طلبي بسهولة	3.2	0.53	0.17
	١٣. يستجيب الموظففن على استفساراتي فورا	3.4	0.81	0.24
	١٤. يقوم الموظففن بتلبية خدماتي بسرعة	3.6	0.96	0.27
	١٥. يقوم الموظففن على تكييف الخدمة لتلبية حاجاتي ورغباتي	2.9	0.75	0.26
	١٦. اشعر بحسن استقبال الزبون في المصرف	3	0.64	0.21
معدل		3.2	0.74	0.23
الأمان	١٧. اشعر بالأمان في التعامل مع المصرف	2.6	0.61	0.23
	١٨. يمتاز المصرف بسمعة حسنة في التعامل مع عملائه	3	0.49	0.16
	١٩. يتعامل المصرف مع المعلومات الخاصة بي بسرية تامة	3.2	0.94	0.29
معدل		2.9	0.68	0.23
التعاطف	٢٠. يعتبر المصرف خدمة الزبون من أهم اولوياته	2.4	0.79	0.33
	٢١. يمتاز موظفي المصرف بسمعة حسنة بخدمة زبائنهم	2.6	1.02	0.39
	٢٢. يولي المصرف رعاية خاصة فردية بي كزبون	3	0.53	0.18
	٢٣. يوفر المصرف خدمة الاستفسار عن الزبائن من خلال الهاتف	2	0.99	0.49
معدل		2.5	0.83	0.35
معدل العام		2.9	0.77	0.27

جدول (٢)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لإجابات عينة البحث اتجاه متغير إبعاد جودة الخدمة (N=84)

اثر سلوكيات مقدم الخدمة في رأس مال الزبون م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي

٣. المتغير المعتمد (رأس مال الزبون):

يلاحظ من الجدول رقم (٣) الخاص بنتائج إجابات عينة البحث اتجاه متغير رأس مال الزبون الآتي :-

يلاحظ في الجدول رقم (٣) إن متوسط المتوسطات الخاص بفقرات متغير رأس مال الزبون بلغ (٢.٦) وبتباخراف عام بلغ (٠.٧٢) ومعامل اختلف عام بلغ (٠.٢٩) حصلت الفقرة (١) الخاصة ب (سأتعامل مع المصرف ذاته مستقبلاً) على أعلى المتوسطات الحسابية وبمقدار (٣.٣) وبتباخراف معياري (٠.٧٤) ومعامل اختلف (٠.٢٢)، في حين حصلت الفقرة (٣) الخاصة ب (سأشجع الآخرين على التعامل مع هذا المصرف) على أدنى متوسط حسابي (٢.٢) وبتباخراف معياري بلغ (٠.٦٣) وبمعامل اختلف بلغ (٠.٢٩) .

أما أكثر الفقرات التي كانت الإجابات حولها متناسقة وغير متشعبة ووفقاً لمعامل اختلف هي الفقرة (٢) والتي حصلت على أدنى معامل اختلف بلغ (٠.١٥) ويلاحظ أيضاً من نتائج إجابات عينة البحث انحصار المتوسطات الحسابية بين (2.2)-(3.3)، إذ تنحصر هذه النتائج وفقاً لمقياس (Likert) بين (محايد) إلى (غير موافق) وهذا يدل على انطباع سلبي نوعاً ما لدى زبائن المصرف عينة الدراسة اتجاه متغير رأس مال الزبون.

ت	العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
١.	سأتعامل مع المصرف ذاته مستقبلاً	3.3	0.74	0.22
٢.	إميل للتعامل كثيراً مع هذا المصرف	3	0.44	0.15
٣.	سأشجع الآخرين على التعامل مع هذا المصرف	2.2	0.63	0.29
٤.	سأجري الكثير من التعاملات مع هذا المصرف في السنوات القليلة القادمة	2.2	0.89	0.40
٥.	لا أوصي الآخرين بالتعامل مع هذا المصرف (R)	2.3	1.03	0.45
٦.	يعتبر هذا المصرف اختياري الأول للحصول على الخدمة	2.6	0.56	0.21
	متوسط المتوسطات	2.6	0.72	0.29

جدول (٣)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لإجابات عينة البحث اتجاه متغير رأس مال الزبون (n=84)

اختبار فرضيات الدراسة :-

أولاً: اختبار الفرضية ١ ، ٢

أ- يلاحظ من الجدول رقم (٤) معاملات الارتباط البسيط (person) بين سلوكيات مقدم الخدمة وإبعاد جودة الخدمة إذ يلاحظ الآتي:-

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي

١. وجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية بين متغير أداء المهمة وبعد الاعتمادية بلغت (0.402) عند مستوى معنوية (5%)، ووجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية عند مستوى (1%) (بين أداء المهمة وبعد الاستجابة بلغت (0.801)، ووجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية عند مستوى (5%) بين أداء المهمة وإبعاد جودة الخدمة مجتمعاً بلغت (0.375). ووجود علاقة ارتباط موجبة وغير معنوية بين أداء المهمة وكل من بعد (الملموسية، والأمان، والتعاطف) بلغت على التوالي (0.196، 0.326، 0.222) عند كل من المستويين (5%، 1%)

٢. وجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية بين متغير الاداء السياقي وبعد الملموسية بلغت (0.362) عند مستوى معنوية (5%)، ووجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية عند مستوى (1%) (بين الاداء السياقي وكل من بعد الأمان وبعد التعاطف) بلغت (0.788، 0.611) على الترتيب، ووجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية عند مستوى (5%) بين الاداء السياقي وإبعاد جودة الخدمة مجتمعاً بلغت (0.426). ووجود علاقة ارتباط موجبة وغير معنوية بين الاداء السياقي وكل من بعد (الاعتمادية وبعد الاستجابة) بلغت على التوالي (0.284، 0.333) عند كل من المستويين (5%، 1%).

٣. وجود علاقة ارتباط سالبة ومعنوية بين متغير الاداء المعاكس للإنتاج وبعد الاعتمادية بلغت (0.422) عند مستوى معنوية (5%)، ووجود علاقة ارتباط سالبة ومعنوية عند مستوى (1%) بين الاداء المعاكس للإنتاج وبعد الأمان بلغت (0.466، 0.631) على الترتيب، ووجود علاقة ارتباط سالبة ومعنوية عند مستوى (5%) بين الاداء المعاكس للإنتاج وإبعاد جودة الخدمة مجتمعاً بلغت (0.456). ووجود علاقة ارتباط سالبة وغير معنوية بين الاداء المعاكس للإنتاج وكل من بعد (الملموسية، والتعاطف) بلغت على التوالي (0.134، 0.294) عند كل من المستويين (5%، 1%).

إبعاد جودة الخدمة سلوكيات الاداء	بعد الملموسية	بعد الاعتمادية	بعد الاستجابة	بعد الأمان	بعد التعاطف	إبعاد جودة الخدمة مجتمعاً
أداء المهمة	0.222	0.402*	0.801**	0.326	0.196	0.375*
الاداء السياقي	0.362*	0.284	0.333	0.611**	0.788**	0.426*
الاداء المعاكس للإنتاج	(0.134)	(0.422*)	(0.466**)	(0.631**)	(0.294)	(0.456*)

جدول (٤)

معاملات الارتباط بين متغير سلوكيات مقدم الخدمة وإبعاد جودة الخدمة (n=28)
*تعني معنوي عند مستوى 5%، ** تعني معنوي عند مستوى 1%

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي

ب - يلاحظ من الجدول رقم (٥) معاملات الارتباط البسيط (person) بين إبعاد جودة الخدمة ورأس مال الزبون اذ يتبين وجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية بين بعد الملموسية ومتغير رأس مال الزبون بلغت (٠.٤١٦) عند مستوى معنوية (٥%)، ووجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية عند مستوى (١%) بين كل من بعد الاعتمادية والاستجابة (ومتغير رأس مال الزبون بلغت (٠.٦١٢,٧٣٤) على الترتيب، ووجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية عند مستوى (٥%) بين إبعاد جودة الخدمة مجتمعة ومتغير رأس مال الزبون بلغت (0.451) ووجود علاقة ارتباط موجبة وغير معنوية بين كل من بعد (الأمان، والتعاطف) (ومتغير رأس مال الزبون بلغت على التوالي (٠.٢١٤,٣٤٩) عند كل من المستويين (١%،٥%)

إبعاد جودة الخدمة المتغير المعتمد	بعد الملموسية	بعد الاعتمادية	بعد الاستجابة	بعد الأمان	بعد التعاطف	إبعاد جودة الخدمة مجتمعة
رأس مال الزبون	0.416*	0.612**	0.734**	0.214	0.349	0.451*

جدول (٥)

معاملات الارتباط بين متغير إبعاد جودة الخدمة ورأس مال الزبون (n=28)

*تعني معنوي عند مستوى ٥%، ** تعني معنوي عند مستوى 1%

ثانياً : اختبار الفرضية ٣

يلاحظ من خلال الجدول رقم (٦) معاملات بيتا وقيمة (t) المحسوبة وقيمة (f) المحسوبة ومعامل التفسير (R) والخاص بتحليل الانحدار البسيط لسلوكيات مقدم الخدمة على إبعاد جودة الخدمة ويتبين من هذه القيم:-

- وجود علاقة اثر معنوية بين متغير أداء المهمة وكل من بعد الاعتمادية والاستجابة وإبعاد جودة الخدمة مجتمعة، ووجود علاقة اثر غير معنوية بين أداء المهمة وكل من بعد الملموسية والأمان والتعاطف .
- وجود علاقة اثر معنوية بين متغير الاداء السياقي وكل من بعد الأمان والتعاطف وإبعاد جودة الخدمة مجتمعة، ووجود علاقة اثر غير معنوية بين الاداء السياقي وكل من بعد الملموسية والاعتمادية والاستجابة .
- وجود علاقة اثر معنوية بين متغير سلوك الاداء المعاكس للإنتاج وكل من بعد الاعتمادية والاستجابة والأمان وإبعاد جودة الخدمة مجتمعة، ووجود علاقة اثر غير معنوية بين الاداء المعاكس للإنتاج وكل من بعد الملموسية والتعاطف .

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي اثر سلوكيات مقدم الخدمة في رأس مال الزبون

إبعاد جودة الخدمة مجتمعة	بعد التعاطف	بعد الأمان	بعد الاستجابة	بعد الاعتمادية	بعد الملموسية	إبعاد جودة الخدمة سلوكيات الاداء
B=0.314* t=2.26* f=6.47* R ² =5.9	B=0.113 t=1.02 f=2.86 R ² =2.7	B=0.106 t=0.991 f=2.61 R ² =2.4	B=0.366 t=2.24* f=6.11* R ² =6.2	B=0.412 t=2.86** f=8.16** R ² =12	B=0.212 t=1.03 f=4.31 R ² =3.4	أداء المهمة
B=0.307 t=2.16* f=6.34* R ² =5.6	B=0.514 t=3.01** f=9.03** R ² =13.6	B=0.633 t=3.21** f=9.21** R ² =14.3	B=0.211 t=1.13 f=4.2 R ² =4.0	B=0.190 t=1.02 f=3.26 R ² =2.9	B=0.206 t=1.10 f=3.33 R ² =3.1	الاداء السياقي
B=(0.321) t=2.33* f=6.51* R ² =6.1	B=(0.187) t=0.94 f=3.31 R ² =1.9	B=(0.371) t=2.62* f=6.9* R ² =7	B=(0.354) t=2.21* f=5.91* R ² =5.8	B=(0.332) t=3.34* f=6.42* R ² =6.6	B=(0.192) t=0.941 f=2.96 R ² =2.6	الاداء المعاكس للإنتاج

جدول (٦)

تحليل الانحدار البسيط بين متغير سلوكيات مقدم الخدمة وإبعاد جودة الخدمة (n=28)
*تعني معنوي عند مستوى ٥% ، ** تعني معنوي عند مستوى 1%

ثالثاً: اختبار الفرضية ٤

يلاحظ من خلال الجدول رقم (٧) معاملات بيتا وقيمة (t) المحسوبة وقيمة (f) المحسوبة ومعامل التفسير (R) والخاص بتحليل الانحدار البسيط لإبعاد جودة الخدمة على رأس مال الزبون ويتبين من هذه القيم وجود علاقة اثر معنوية بين كل من بعد (الملموسية والاعتمادية والاستجابة والإبعاد مجتمعة) ومتغير رأس مال الزبون، ووجود علاقة اثر غير معنوية بين كل من بعد (الأمان والتعاطف) ورأس مال الزبون.

إبعاد جودة الخدمة مجتمعة	بعد التعاطف	بعد الأمان	بعد الاستجابة	بعد الاعتمادية	بعد الملموسية	إبعاد جودة الخدمة سلوكيات الاداء
B=0.353 t=2.54* f=5.12* R ² =5.41	B=0.155 t=0.912 f=2.61 R ² =2.01	B=0.196 t=1.10 f=3.11 R ² =2.6	B=0.314 t=2.49* f=4.93* R ² =5.01	B=0.463 t=3.11** f=6.24** R ² =5.9	B=0.376 t=2.61* f=5.26* R ² =5.7	رأس مال الزبون

جدول (٧)

تحليل الانحدار البسيط بين متغير إبعاد جودة الخدمة ورأس مال الزبون (n=28)
*تعني معنوي عند مستوى ٥% ، ** تعني معنوي عند مستوى 1%

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي

رابعاً: اختبار الفرضية ٥

يلاحظ من جدول رقم (٨) ان قيم (t) المحسوبة لمعامل انحدار سلوكيات مقدم الخدمة على متغير رأس مال الزبون بانها ذات دلالة غير معنوية عند المستويين (١%، ٥%)، مما يدل على عدم ثبوت معامل الانحدار البالغ (٠.١٩٤) عند المستوى المذكور، ويدل من كل ذلك بان متغير سلوكيات مقدم الخدمة لا يؤثر معنوياً على متغير رأس مال الزبون، في حين ان قيم (t) المحسوبة لمعامل انحدار متغير إبعاد جودة الخدمة على متغير رأس مال الزبون بانها ذات دلالة معنوية عند المستوى (٥%)، مما يدل على ثبوت معامل الانحدار البالغ (٠.٣١٣) عند المستوى المذكور. ان قيم (F) المحسوبة لنموذج الانحدار المتعدد لكل من متغير سلوكيات مقدم الخدمة وإبعاد جودة الخدمة على رأس مال الزبون هي معنوية عند المستوى (١%) مما يدل على ثبوت معنوية هذه النموذج عند هذا المستوى. ويتضح أيضاً من خلال قيمة معاملات التفسير (R^2) لكل من متغير سلوكيات مقدم الخدمة وإبعاد جودة الخدمة على رأس مال الزبون انها تفسر ما نسبته (٧.٠١) في تفسير هذه الإبعاد والنسبة المتبقية منها تعود إلى مساهمة متغيرات أخرى غير داخلة في النموذج.

المتغير المستقل	المتغير المعتمد	قيمة t المحسوبة	Sig.	قيمة F المحسوبة	Sig.	معامل التفسير R^2	معامل الانحدار B
سلوكيات مقدم الخدمة	إبعاد جودة الخدمة	2.35	0.031	5.13	0.046	7.2	0.355
سلوكيات مقدم الخدمة	رأس مال الزبون	2.01	0.037	4.93	0.0496	6.4	0.296
سلوكيات مقدم الخدمة	رأس مال الزبون	1.02	0.066	8.33	0.009	7.01	0.194
إبعاد جودة الخدمة		2.16	0.042				0.313

جدول (٨)

تحليل الانحدار المتعدد للدور الوسيط لإبعاد جودة الخدمة بين سلوكيات مقدم الخدمة ورأس مال الزبون (n=28)

وفقاً للشروط التي حددها (Baron & Kenny, 1986) لتمييز المتغير الوسيط في الدراسات الإنسانية، كما في الخطوات (١، ٢، ٣) يمكن القول ان متغير إبعاد جودة

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي
الخدمة يأخذ الدور الوسيط للعلاقة بين متغير سلوكيات مقدم الخدمة ورأس مال الزبون.

الاستنتاجات والتوصيات:

أولاً: الاستنتاجات

1. يتبين من نتائج الوصف الإحصائي الخاصة بإجابات عينة البحث اتجاه سلوكيات مقدم الخدمة وجود توجه ايجابي من لدن مقدمي الخدمة اتجاه سلوك أداء المهمة وتوجه منخفض اتجاه سلوك الاداء السياقي وتوجه فوق المعتدل اتجاه سلوك الاداء المعاكس للإنتاج، وهذا يعني بأن إدارة هذه المصارف تركز على أداء الجوهر الفني للعمل وتغفل سلوك الاداء السياقي اما لعدم وعي وإدراك لهذه السلوكيات او لوجود اعتقاد سائد بعدم أهميتها فضلاً عن وجود انحراف في بعض سلوكيات مقدم الخدمة يضر بإنتاجية العمل قد تعود للثقافة التي تسود داخل العمل او لعدم وجود التزام من قبل مقدمي الخدمة لهذه المصارف .
2. اظهرت نتائج الوصف المتعلقة بأبعاد جودة الخدمة وجود توجه منخفض من قبل زبائن عينة البحث اتجاه هذه الأبعاد يتضمنه تباين في هذه القيم، وهذا يعكس وجود فجوة في مقومات ومؤشرات دعم إبعاد جودة الخدمة وخاصة بعد الملموسية والتعاطف .
3. أشارت نتائج الوصف الإحصائي الخاصة بمتغير رأس مال الزبون وجود توجه منخفض من قبل الزبائن عينة البحث اتجاه هذا المتغير مما يدل على وجود قصور في إستراتيجية هذه المصارف حول المحافظة على الزبائن الحاليين واستقطاب الزبائن الجدد وكذلك بناء العلاقات طويلة الأجل معهم .
4. اظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباط واثري في اغلب الفرضيات الفرعية بين سلوكيات مقدم الخدمة وإبعاد جودة الخدمة، مما يشير الى ان اهتمام إدارة المصارف بجميع سلوكيات مقدم الخدمة سوف تزيد من إدراك الزبون لجودة الخدمة والعكس صحيح .
5. تبين من نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباط واثري في اغلب الفرضيات الفرعية بين إبعاد جودة الخدمة ورأس مال الزبون، وهذا يشير الى ان ازدياد إدراك الزبون لابعاد جودة الخدمة المقدمة لهم يزيد ويؤثر على قيمة رأس المال الزبائني للمصرف وهذا كما أكدته العديد من الدراسات السابقة .
6. أشارت نتائج التحليل الإحصائي الى ان إبعاد جودة الخدمة تلعب الدور الوسيط بين سلوكيات مقدم الخدمة ورأس مال الزبون وهذا يعني بأن قيمة رأس مال زبون المصرف تزداد من خلال الاهتمام بجميع سلوكيات مقدم الخدمة على ان تتوفر بيئة تدعم جودة الخدمة المدركة من قبل زبائن المصرف .

ثانياً: التوصيات

1. من الضروري ان تهتم إدارة المصارف عينة البحث بجميع سلوكيات مقدم الخدمة على حد سواء لما لكل منها من دور بارز في التأثير على جودة الخدمة ورأس مال الزبون للمصرف وهذا يكون من خلال دعم هذه الإدارة لأداء المهمة والأداء السياقي فضلاً عن التأكيد على الابتعاد عن سلوك الاداء المعاكس للإنتاج وان يتضمن هذا الدعم مراجعة لجميع السياسات والإجراءات التي تتبعها

اثر سلوكيات مقدم الخدمة في رأس مال الزبون م.م عامر علي حسين العطوي

م.م فاضل راضي غباش الغزالي

المصارف بخصوص مكافأة وتحفيز وتقييم أداء مقدم الخدمة وذلك بأن تأخذ بالاعتبار أهمية الاداء السياقي وتأثير الاداء المعاكس للإنتاج حالهما حال سلوك أداء المهمة .

٢. ان تراعي الجهات المسؤولة في المصارف عينة البحث ضرورة تحسين جميع إبعاد جودة الخدمة وخاصة بعد الملموسية والتعاطف من خلال الاهتمام بالمظهر الخارجي والداخلي لتصميم المصرف وكذلك مظهر مقدمي الخدمة وان تهتم بجانب التعاطف الحاصل بين مقدم الخدمة والزبون لما لهذه الإبعاد من ضرورة حتمية في رفع مكانة المصرف وتحسين ربحيته .

٣. ان تتبنى القيادات العليا بهذه المصارف الإستراتيجيات الكفيلة برفع قيمة رأس مال زبون المصرف بكونها احد السبل الأساسية في تنافسية الأعمال بشكل عام وفي ظل المرحلة الراهنة بشكل خاص، وذلك عن طريق الاهتمام بدراسة احتياجات الزبون والتعرف على كل ما من شأنه ان يزيد من ولائهم ويعمل على استقطابهم ويكون قاعدة واسعة من العلاقات الدائمة معهم .

٤. على ان تحظى النقاط أعلاه وغيرها فيما له صلة بسلوكيات مقدم الخدمة وإبعاد جودة الخدمة ورأس مال الزبون باهتمام الإدارة العليا ومباركتها للعمل، وان يستند هذا الى رغبة حقيقية منها والتزام اختياري للعمل من اجل تطوير واقع هذه المصارف .

قائمة المصادر والمراجع

أ- المصادر العربية

- ١- المبيريك، وفاء ناصر (٢٠٠٢)-اكتوبر" جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية"، الملتقى الأول للتسويق في الوطن العربي (الواقع وآفاق التطور)، الصفحة (٢٤٠-٢٥٧)
- ٢- نجم، نجم عبود (٢٠٠٥)، إدارة المعرفة : المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن .
- ٣- العنزي، سعد و نعم، حسين (٢٠٠١)، اثر رأس المال الفكري في أداء المنظمة : دراسة ميدانية في عينة من شركات القطاع الصناعي المختلط، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العدد (٢٨)، مجلد (٨)
- ٤- يوسف، بسام عبد الرحمن(٢٠٠٥)، العلاقة بين تقنية المعلومات والاتصالات ورأس المال الفكري وأثرها في تحقيق الاداء المتميز: دراسة تطبيقية في جامعة الموصل، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
- ٥- سلمان ، قيس حمد (2005) إدارة المعرفة الشاملة وأثرها في الفاعلية التنظيمية على وفق مدخل رأس مال الفكري : دراسة ميدانية في وزارة الكهرباء ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإدارة والاقتصاد – جامعة بغداد .

ب - المصادر الأجنبية

- 1-Befort , N. & Hatrup , K. (2003) . Valuing Task and Contextual Performance: Experience, Job Roles, and Ratings of the Importance of Job Behaviors , Applied H.R.M. Research, 2003, Volume 8, Number 1, pages 17-32.
- 2- Motowidlo, S. J., & Schmit, M. J. (1999). Performance assessment in unique jobs. In D. R. Ilgen & E. D. Pulakos (Eds.), The changing nature of performance (pp. 56-86). San Francisco: Jossey-Bass.
- 3- Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. (1997). Task performance and contextual performance: The meaning for personnel selection research. Human Performance, 10, 99-109.
- 4-Murphy, K. R. (1989). Dimensions of job performance. In Dillon R, Pellingrino J (Eds.), Testing: Applied and theoretical perspectives (p. 218-247). New York: Praeger.

م.م عامر علي حسين العطوي
م.م فاضل راضي غباش الغزالي اثر سلوكيات مقدم الخدمة في رأس مال الزبون

- 5- Raelin, J. A. (1994). Three scales of professional deviance within organizations. *Journal of Organizational Behavior*, 15, 483-501.
- 6- Robinson, S. L., & Bennett, R. J. (1995). A typology of deviant workplace behaviors: A multidimensional scaling study. *Academy of Management Journal*, 38(2), 555-572.
- 7- Gruys, M. L., & Sackett, P. R. (2003). Investigating the dimensionality of counterproductive work behavior. *International Journal of Selection and Assessment*, 11(1), 30-42.
- 8- Rotundo ,M. , Xie , J. (2005) ,Understanding the Domain of Counterproductive Work Behavior in China , Joseph L. Rotman School of Management, University of Toronto.
- 9- Arnould, E. J., Price, L.L., Zinkhan, G. M. (2002), *Consumers*, New York, NY: McGraw-Hill Higher Education.
- 10- Khalidah , N. A., (2004)," Service Quality Dimensions: A Study on Various Sizes of Grocery Retailers " A conceptual Paper , Proceeding of IBBC , Faculty of Business Administration, Universiti Tun Abdul Razak Kelana Jaya, Selangor, Malaysia .
- 11-MacKag, K.J., and Crompton, J.L.(1988) A conceptual model of consumer evaluation of recreation service quality. *Leisure Studies*. 7: 41-49.
- 12- Galan , J. & Sabedie, W.(2003)" Construction of a Measurement tool to evaluate the satisfaction of public service Web sites users." 7th International Research Seminar in SERVICE MANAGEMENT
La Londe les Maures .
- 13-Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), Spring, 12-40.
- 14-Parasuraman, A., Berry, L.L., and Zeithaml, V.A. (1991): Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67, 420-450.
- 15- Allyn ,M. Yun , S. Radosevich , D. (2006) "Is It the Company's or Mine ? Perceived Organizational Justice Practices the Ownership of Job Knowledge " *Seoul Journal of Business* , Volume 12, Number 1 , p. 38-52.
- 16- Chen, J., Zhu, Z. and Xie, H.Y. (2004), "Measuring intellectual capital: a new model and empirical study", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5 No. 1, pp. 195-212.
- 17- Zeithaml, V., Berry, L. and Parasuraman, A. (1996), "The behavioral consequences of service quality", *Journal of Marketing*, Vol. 60, April, pp. 31-46.
- 18- Chang , A. (2006), Building customer capital through relationship marketing activities : The case of Taiwanese multilevel marketing Companies , *Journal of Intellectual Capital* Vol. 6 No. 2, PP.253-266.
- 19- Kaplan, R.S. and Norton, D.P. (1996), *The Balanced Scorecard – Translating Strategy into Action*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- 20- Duffy, J. (2000), "Measuring customer capital", *Journal of Strategy & Leadership*, Vol. 28 No. 5, pp. 10-14.
- 21-Chatzkel , J., (2000), Enterprise Intelligence world summit : Annul Knowledge Conference and Exposition, *Journal of Knowledge practice* , January VOL. 2.