



مركز الاستشارات والبحوث والتطوير  
بأكاديمية السادات للعلوم الإدارية

# مجلة البحوث الإدارية

Journal of Management Research

علمية - متخصصة - مُكمّمة - دورية ربع سنوية

للسنة  
الحادية والأربعون

Vol. 41, No.1; Jan. 2023

عدد يناير 2023



[www.sams.edu.eg/crdc](http://www.sams.edu.eg/crdc)

رئيس مجلس الإدارة  
أ.د. محمد حسن عبد العظيم  
رئيس أكاديمية السادات للعلوم الإدارية

رئيس التحرير  
أ.د. أنور محمود النقيب  
مدير مركز الاستشارات والبحوث والتطوير

ISSN : 1110-225X

# أثر جودة الخدمات على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين: دراسة ميدانية

إعداد

أمير نعيم مبارك

أحمد سمير رشدي

2022م - 1443هـ

## أولاً: المقدمة:

في ضوء تزايد حدة المنافسة بين مقدمي الخدمات فإن كل منظمة لابد أن تكون قادرة على توفير خدمات عالية الجودة، بهدف الوصول إلى رضا العملاء، بالإضافة إلى تحقيق الهدف المنشود من أي منظمة المتمثل في تحقيق الربحية، وضمان البقاء والاستمرارية، وتحقيق ميزة تنافسية داخل السوق المحلي والعالمي.

هذا وتعد جودة الخدمة **Service Quality** من العوامل الهامة في تحديد نجاح أو فشل تقديم الخدمات، نظراً لأن قدرة المنظمات الخدمية على تحقيق ميزة تنافسية في السوق أصبح مرهوناً بجودة الخدمة المقدمة للعملاء لقيام العميل بالمقارنة بين الأداء المدرك للخدمة مع توقعاته عنها فإذا تطابق الأداء المدرك للخدمة مع توقعاته يتكون شعور محايد لديه، وإذا تزايد الأداء المدرك على توقعاته تكون شعور بالرضا لديه وإذا قل الأداء المدرك عن توقعاته تكون شعور بعدم الرضا لديه (شعبان، 2020).

كما يعتبر العميل أحد أهم الدعائم التي تضمن بقاء واستمرار المنظمة من عدمها، الأمر الذي دفع العديد من المنظمات للبحث عن آليات تسويقية مهمة هي (رضا العميل أو المستفيد **Customer Satisfaction**)، حيث أصبح رضا العميل هدفاً رئيسياً من أهداف الجودة على إعتبار أن الجودة تهدف إلى الإرتقاء بمستوى الخدمة تحقيقاً لرضا العميل، لذا أصبحت المنظمة الناجحة هي التي تأخذ بآراء العملاء في عملياتها وخدماتها المقدمة لهم، وذلك من خلال تحديد إجراءات واضحة لشكاوي العملاء ومقترحاتهم والتعامل معهم وبذل مجهوداتها لتوفير خدمات راقية لهم لتضمن رضاهم (المهيدب، 2017).

يهدف البحث الحالي الي تحديد أبعاد جودة الخدمات المقدمة بمراكز خدمات المستثمرين، قياس مستوى الرضا العام للعملاء (المستثمرين) فيما يقدم لهم من خدمات من قبل مراكز خدمات المستثمرين "منظومة الشباك الواحد"، تحديد مدى تأثير أبعاد جودة الخدمات على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين، ومن ثم تقديم مقترحات وتوصيات لتحسين وتطوير جودة منظومة الشباك الواحد بمراكز خدمات المستثمرين لزيادة درجة رضا العملاء بهدف وضع مصر في مركز متقدم ضمن اقتصاديات

العالم بتقييم مجموعة البنك الدولي (Doing Business) لجذب المزيد من الاستثمارات ودفع عجلة الاقتصاد القومي.

### ثانياً: الدراسات السابقة:

تناول البحث الدراسات السابقة المرتبطة بمتغيرات الدراسة من حيث مفهوم وطبيعة عمل جودة الخدمات، رضا العميل، وأخيراً الدراسات التي تناولت العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العميل.

#### (أ) الدراسات التي تناولت مفهوم وطبيعة عمل جودة الخدمات:

هدفت دراسة (ياسين، 2021) إلى محاولة تقييم جودة خدمة بريد الجزائر باستخدام نموذج SERVPERE بولاية الأغواط، معرفة تقييم وآراء عملاء بريد الجزائر بولاية الأغواط لمستوى جودة الخدمات المقدمة، وتوصلت إلى أن جودة خدمة بريد الجزائر فيما يتعلق ببعد الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، والتعاطف كانت دون مستوى تطلعات العملاء، أما بعد الأمان فكان في مستوى تطلعات العملاء، بينما جودة خدمة بريد الجزائر حسب نموذج SERVPERF بولاية الأغواط كانت دون مستوى تطلعات العملاء.

في حين هدفت دراسة (أبو رحمه، 2021) إلى التعرف على درجة توافر أبعاد جودة الخدمات الصحية المقدمة في المستشفيات الحكومية في المحافظات في المحافظات الجنوبية لدولة فلسطين وتم التوصل إلى أن درجة توافر أبعاد جودة الخدمة الصحية المقدمة كانت متوسطة وأن بعد الاعتمادية شغل المرتبة الأولى وهو يشير إلى وفاء المستشفيات بالتزاماتها التي وعدت بها المرضى واهتمامها بحل مشاكلهم، يليه بعد الإستجابة وهذا يؤكد على حرص المستشفيات على تقديم خدمات فورية للمرضى ورغبتها الدائمة في معاونة المرضى، كما جاء بعد الملموسية في المرتبة الثالثة وهو يعطى إنطباعاً على توافر حداثة الشكل في تجهيزات المستشفيات والرؤية الجذابة للتسهيلات المادية والمظهر الأنيق لموظفيها، بعد التعاطف في المرتبة الرابعة ويشير بأن هناك اهتماماً من موظفي المستشفيات بالمرضى اهتماماً شخصياً وتفهم لحاجتهم، وأخيراً بعد الضمان وهذا يدل على حرص الموظفين على غرس الثقة في نفوس المرضى وشعورهم بالأمان في تعاملهم مع الموظفين.

كما هدفت دراسة (محلوس وآخرون، 2021) إلى معرفة مدى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية بالتطبيق على الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط بنك وكالة الوادي بالجزائر، والتعرف على مدى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة من خلال الأبعاد التالية: الاعتمادية، والاستجابة، والموقع، والأمان، وتم التوصل إلى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال الأبعاد التالية: الاعتمادية، والاستجابة، والموقع، كما لم تساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الأمان.

وقد أشارت دراسة (بن دنيدينة، 2021) التي إستهدفت معرفة تأثير الذكاء الاقتصادي على تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية، وتحليل الأثر بين الذكاء الاقتصادي وجودة الخدمات المصرفية، تقديم مجموعة من التوصيات للبنوك فيما يتعلق بالذكاء الاقتصادي ودوره في تحسين جودة الخدمات المصرفية والتي توصلت إلى أن الذكاء الاقتصادي هو وسيلة لجمع المعلومات المفيدة ومعالجتها بهدف اتخاذ القرار المناسب، كما يساهم الذكاء الاقتصادي بدرجة كبيرة في تحسين جودة الخدمات المصرفية، وتؤثر كل من: اليقظة الاستراتيجية، وأنشطة الضغط، والتأثير بشكل معنوي على تحسين جودة الخدمات المصرفية، كما لا يؤثر بعد أمنية المعلومات على تحسين جودة الخدمات المصرفية.

كما إستهدفت دراسة (حسين، 2020) إلى تحديد مستوى جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك العامة وذلك بإستخدام مقياس SERVPERE، والتعرف إلى مدى اهتمام البنوك العامة بإتباع وتطبيق معايير ومبادئ إدارة التميز، وقياس العلاقة بين إدارة التميز الإداري وبين تحسين مستوى الخدمة المقدمة من البنوك محل الدراسة، تقديم مجموعة من التوصيات التي تعزز من أثر تطبيق مبادئ ومعايير إدارة التميز في تحسين مستوى الخدمة التي تقدمها البنوك العامة، وتوصلت الدراسة إلى أن مدى تأثير التميز القيادي في البنوك محل الدراسة على مستوى جودة الخدمة متوسطة، وأن مدى تأثير كل من: السياسات والإستراتيجيات المطبقة داخل البنوك محل الدراسة، ومدى تأثير الإهتمام بتطوير المواد البشرية العاملة داخل البنوك على مستوى جودة الخدمة داخل البنوك محل الدراسة، رضا العملاء من الخدمة التي تقدمها البنوك محل الدراسة مرتفعة.

(ب) دراسات إهتمت برضاء العميل:

هدفت دراسة (أحمد، عباس، 2021) إلى التعرف على واقع جودة الإسترداد الإلكتروني ورضا العميل، تحديد العلاقة بين أبعاد جودة الإسترداد الإلكتروني ورضا العميل، وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباط طردية بين أبعاد متغير جودة الإسترداد الإلكترونية والتمثلة فى: إتاحة النظام، الخصوصية، الكفاءة، الوفاء ومتغير رضا العميل.

فى حين هدفت دراسة (عمارة، يونس، 2021) إلى اختبار أثر الخدمات المصرفية الإسلامية على رضا العميل، التعرف على المفاهيم المتعلقة بالخدمات المصرفية ورضا العميل، تقديم مجموعة من المقترحات تساعد فى كسب رضا العميل، وتوصلت إلى وجود أثر للخدمات المصرفية الإسلامية على رضا العميل.

كما هدفت دراسة (البناء وآخرون، 2020) إلى معرفة تأثير العوامل المؤثرة على رضا العملاء (التصميم- الأمان- جودة الخدمة- الاتصال) على اتجاهات تحول العملاء من المتاجر التقليدية إلى الإلكترونية وتحقيق رضا العملاء، وتوصلت إلى وجود تأثير معنوى لعامل التصميم على اتجاهات تحول العملاء نحو التسوق الإلكتروني، كما يوجد تأثير إيجابى لكل من: عامل الاتصال، وعامل الأمان على اتجاهات تحول العملاء نحو التسوق الإلكتروني.

وأشارت دراسة (زكى، 2020) التى استهدفت إلى دراسة تأثير أبعاد التسويق الحسى على رضا عملاء مطاعم الوجبات السريعة العالمية بمحافظة الإسكندرية، وإختبار تأثير كل بعد من أبعاد التسويق الحسى على رضا العملاء، وتحديد إذا كان هناك اختلاف بين مستوى رضا عملاء مطاعم الوجبات السريعة العالمية عن التسويق الحسى طبقاً لإختلاف خصائصهم الديموجرافية، وقد توصلت إلى وجود تأثير لأبعاد التسويق الحسى مجتمعة على رضا عملاء مطاعم الوجبات السريعة العالمية بمحافظة الإسكندرية، كما يوجد تأثير معنوى لكل بعد من التسويق عبر حاسة البصر، التسويق عبر حاسة السمع، التسويق عبر حاسة الشم، التسويق عبر حاسة التذوق على رضا عملاء مطاعم الوجبات السريعة العالمية عدا بعد التسويق عبرحاسة اللمس، كما يوجد اختلاف معنوى بين مستوى رضا العملاء عن التسويق الحسى طبقاً لإختلاف كل من: النوع، والفئة العمرية، ومستوى الدخل عدا الحالة الاجتماعية.

كما هدفت دراسة (حسان، عبد الرحمان، 2020) إلى التعرف على تأثير أبعاد التسويق بالعلاقات على رضا العميل، وإبراز أهمية التسويق بالعلاقات ودوره في تحقيق رضا العميل، تقديم مجموعة من المقترحات قد تساعد المنظمات في كسب عملاء جدد، وتوصلت إلى وجود تأثير لأبعاد التسويق بالعلاقات على رضا العملاء.

### (ج) دراسات إهتمت بكل من: جودة الخدمة، ورضا العميل:

هدفت دراسة (كواديك، 2021) إلى التعرف على مساهمة تمكين العاملين في تحقيق الجودة في الخدمات المقدمة إلى العملاء بهدف كسب رضاهم حيث تم الاعتماد على تجارب رائدة لمؤسسات خدمية إنتهجت أسلوب تمكين العاملين في تحسين جودة الخدمات المقدمة لتحقيق رضا العملاء، وتوصلت إلى أن تطبيق أسلوب تمكين العاملين يعطى طابعاً مميزاً في قطاع الخدمات لكون العامل في قطاع الخدمات في احتكاك مباشر مع العميل، أن التدريب والتأهيل المستمر لمقدمي الخدمات يساهم في جودة أداء الخدمة؛ مما ينعكس في النهاية على كسب رضا العملاء.

في حين هدفت دراسة (نور الهدى، 2021) إلى التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمة التأمينية على رضا العملاء، وتقديم مجموعة من المقترحات تساهم في تحسين جودة الخدمة المقدمة للعملاء بهدف كسب رضاهم، وتوصلت إلى وجود أثر لأبعاد جودة الخدمة التأمينية على رضا العملاء، كما أن اهتمام المنظمات بجودة الخدمة المقدمة للعملاء يساهم في زيادة الحصة السوقية لها، يساعد إتباع المنظمات لسياسة الجودة في أداء الخدمات في الحفاظ على عملاءها الحاليين بهدف كسب رضاه، ومن ثم جذب عملاء جدد، للإبقاء في السوق على المدى البعيد.

كما إستهدفت دراسة (سكر، 2021) إلى التعرف على دور جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من المنظمات المصرفية الجزائرية في تعزيز رضا العملاء، وتقديم مجموعة من المقترحات لتحسين جودة الخدمات بهدف كسب رضا العملاء، وتوصلت إلى وجود علاقة قوية بين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة ورضا العملاء، اختلاف الأهمية النسبية لمحددات الجودة عن توقعات العملاء لدى المنظمات المصرفية الجزائرية وتمثلت المؤشرات المؤثرة على رضا العملاء تأثيراً كبيراً في كل من: مؤشر سهولة الاستخدام، ومؤشر الأمان.

كما هدفت دراسة (مراد، مصطفى، 2021) إلى التعرف على جودة خدمة الهاتف النقال المقدمة من مؤسسة جازى بمدينة عين تموشنت بالجزائر، تحديد المزايا التي يمكن أن تحصل عليها المنظمات الخدمية من وراء قياس جودة خدماتها والعمل على تطوير هذه الخدمات وصولاً لهدف رضا العملاء، وتوصلت إلى وجود أثر لجودة الخدمة المقدمة من مؤسسة جازى على رضا العملاء، كما يوجد تأثير لأبعاد جودة الخدمة المتمثلة في: الإعتمادية، الملموسية، الإستجابة، الأمان، التعاطف، الاتصال على رضا العملاء، يوجد اختلاف في الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة على رضا العملاء.

وأشارت دراسة (أولاد حيموده وآخرون، 2021) والتي إستهدفت إلى التعرف على أثر جودة الخدمات المقدمة من طرف المنظمات المصرفية بالجزائر على رضا عملائها، وتقديم مجموعة من المقترحات لمساعدة البنوك في تحسين جودة الخدمة بهدف تحقيق رضا العملاء، وتوصلت إلى وجود أثر لأبعاد جودة الخدمة المقدمة على رضا عملائها أهمها بعد التعاطف، يليه بعد الاعتمادية، ثم الملموسية، ثم الأمان، وأخيراً بعد الإستجابة مما يشير أن طبيعة الإستجابة الفورية لاحتياجات العملاء ومعالجة شكاوهم على مستوى البنوك محل الدراسة ليست بالمستوى المطلوب من وجهة نظر العملاء، وهذا يؤثر سلباً على مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة.

في ضوء مراجعة الدراسات السابقة تمكن الباحثين من استنتاج الفجوة البحثية كما هو موضح في الجدول رقم (1) التالي:

جدول رقم (1) الفجوة البحثية

الدراسة الحالية	الفجوة البحثية	الدراسات السابقة
<ul style="list-style-type: none"> <li>- إهتمت الدراسة بقياس أبعاد جودة الخدمة ومدى تأثيرها على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين .</li> <li>- طبقت الدراسة في مجال قطاع الاستثمار (منظومة الشباك الواحد (one stop shop) الذي لم تهتم الدراسات السابقة بقياس مدى تأثير جودة الخدمة على رضا عملائه على حد علم الباحثين .</li> <li>- في ضوء مواجهة العالم لجائحة كورونا "كوفيد -19" وتراجع اقتصاديات دول العالم بوجه عام والتأثيرات</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم وجود دراسات في حدود علم الباحثين اهتمت بقياس جودة الخدمات "بمنظومة الشباك الواحد" وتأثيرها على رضا العملاء (المستثمرين) في مجال قطاع الاستثمار بالتطبيق على مراكز خدمات المستثمرين.</li> <li>- الأبحاث والدوريات العربية التي تناولت موضوع جودة الخدمة ورضا العميل والدراسات الميدانية والتطبيقية التي أجريت عليها تمت في بيئة مختلفة</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- اهتمت الدراسات الخاصة بجودة الخدمة كمتغير مستقل بدراسة مقاييس وأبعاد جودة الخدمة المقدمة وهي:</li> <li>(الإستجابة - التعاطف - الإعتمادية - الثقة/الأمان - التجهيزات المادية الملموسة).</li> <li>- اهتمت الدراسات الخاصة برضاء العملاء كمتغير تابع بدراسة محددات ومقاييس الرضاء لتحديد مدى درجة ومستوى الرضاء</li> </ul>



لعملاء كل منظمة. - تم تطبيق الدراسات فى مجالات (الإتصالات- الصحة - التعليم- التأمين- البنوك- النقل - السياحة - التضامن الاجتماعى- الصناعة) - اهتمت الدراسات السابقة بجودة الخدمة أو الجودة المدركة ورضاء العملاء بوجه عام.	عن مراكز خدمات المستثمرين بجمهورية مصر العربية، مما دفع الباحثين للقيام بدراسة ميدانية لمعرفة أثر جودة الخدمات على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين، هذا وبالإضافة أن الدراسة الحالية تم تطبيقها فى مجال خدمى (الاستثمار) مختلف .	السلبية التى على الاقتصاد المصرى بوجه خاص ، مما دفع الباحثين إلى دراسة أثر ودور جودة الخدمة المقدمة للعملاء بمراكز خدمات المستثمرين ومن ثم التوصل الى مقترحات وتوصيات تساهم فى تنشيط عجلة الاقتصاد المصرى اعتمادا على تيسير الاجراءات وتوفير الوقت للعملاء (المستثمرين).
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**المصدر:** من إعداد الباحثين اعتماداً على الدراسات السابقة.

### **ثالثاً: الدراسة الإستطلاعية:**

قام الباحثين بدراسة إستطلاعية بهدف صياغة وتحديد مشكلة الدراسة، وتكوين فروض الدراسة. حيث تم أخذ عينة عشوائية تحيزية (عمدية) من العملاء المترددين على مركز خدمات المستثمرين بالقاهرة قوامها (50) مفردة، منهم عدد (30) من الشركات الوطنية وعدد (20) من الشركات الأجنبية، بهدف تحديد مدى تأثير جودة الخدمات فيما يتوقعه العملاء، وبين ما يدركونه عن مستوى الأداء الفعلى، التعرف على مدى تأثير أبعاد جودة الخدمات على مستوى الرضاء لدى عملاء مراكز خدمات المستثمرين، تحديد مدى رضاء العملاء عن جودة الخدمات المقدمة من مراكز خدمات المستثمرين، والتعرف على مدى رضاء العملاء عن منظومة الشباك الواحد بمراكز خدمات المستثمرين.

وقد توصلت الدراسة الإستطلاعية للعملاء (المستثمرين) إلى أن 77% من عينة الدراسة يرون وجود تأثير كبير بالنسبة لجودة الخدمات في ما يتوقعه العملاء وبين ما يدركونه عن مستوى الأداء الفعلى، 85% من عينة الدراسة يرون وجود تأثير لأبعاد جودة الخدمات على مستوى الرضاء لدى عملاء مراكز خدمات المستثمرين، 92% من عينة الدراسة يرون أنهم غير راضين عن جودة الخدمات المقدمة من مراكز خدمات المستثمرين، و 83% من عينة الدراسة يرون أن عدم تفعيل منظومة الشباك الواحد بمراكز خدمات المستثمرين بالشكل الأمثل والذي يحقق رغبات العملاء وصولاً لمستوى الرضاء العام.

#### رابعاً: مشكلة الدراسة:

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج الدراسات السابقة والدراسة الإستطلاعية تمكن الباحثين من صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي:

"هل تؤثر أبعاد جودة الخدمات على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين محل الدراسة"

#### خامساً: أهداف الدراسة:

- 1- تحديد أبعاد جودة الخدمات المقدمة بمراكز خدمات المستثمرين محل الدراسة.
- 2- التعرف على مستوى الرضاء العام للعملاء (المستثمرين) فيما يقدم لهم من خدمات من قبل مراكز خدمات المستثمرين "منظومة الشباك الواحد" وذلك من خلال التعرف على آراء المستثمرين المضمونين لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم.
- 3- تحديد مدى تأثير أبعاد جودة الخدمات على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين.
- 4- تقديم مقترحات وتوصيات لتحسين وتطوير جودة منظومة الشباك الواحد بمراكز خدمات المستثمرين لزيادة درجة رضا العملاء بهدف وضع مصر في مركز متقدم ضمن اقتصاديات العالم بتقييم مجموعة البنك الدولي (Doing Business) لجذب المزيد من الاستثمارات ودفعة عجلة الاقتصاد القومي.

#### سادساً: فروض الدراسة:

- الفرض الأول:  
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها الاعتمادية على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين.
- الفرض الثاني:  
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها سرعة الإستجابة على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين.
- الفرض الثالث:  
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها الثقة والأمان على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين.

• **الفرض الرابع:**

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التجهيزات المادية الملموسة على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين.

• **الفرض الخامس:**

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التعاطف على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين.

**سابعاً: متغيرات الدراسة:**

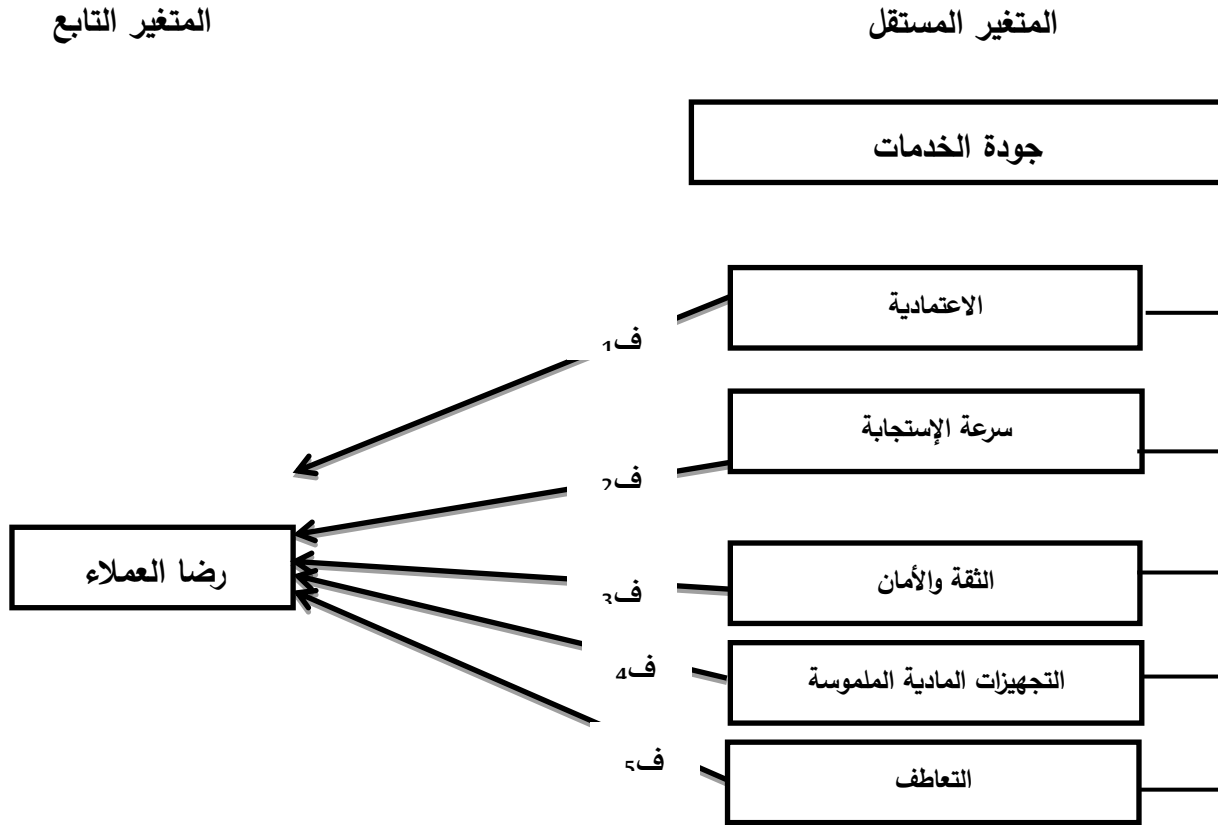
**1- المتغير المستقل: جودة الخدمات**

ويتمثل في المتغيرات الخمس التالية:

- بعد الإعتمادية.
- بعد سرعة الإستجابة.
- بعد الثقة والأمان.
- بعد التجهيزات المادية الملموسة.
- بعد التعاطف.

**2- المتغير التابع: ويتمثل في رضا العملاء**

شكل رقم (1) الإطار المفاهيمي للدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين.

#### ثامناً: منهجية الدراسة:

إعتمد الباحثين على المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها بهدف الإنتهاء إلى وصف علمي دقيق ومتكامل للظاهرة أو المشكلة كما يقوم على الحقائق المرتبطة بها بحيث لا يقتصر هذا المنهج على عملية وصف الظاهرة وإنما يشمل تحليل البيانات وقياسها وتفسيرها والتوصل إلى توصيف دقيق للظاهرة أو المشكلة ونتائجها، ويشمل منهج البحث تحديد كل من إطار مجتمع البحث وعينة البحث ونوع ومصادر جمع البيانات وتصميم قائمة الاستقصاء وأساليب القياس، ثم تحديد أساليب التحليل الإحصائي كما يلي:

## 1- مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من المستثمرين (الشركات) ذات المساهمات الأجنبية والوطنية والتي تم تأسيسها خلال الفترة من عام 2016 حتى عام 2019 بمراكز خدمات المستثمرين ، وقد بلغ عدد تلك الشركات التي تم تأسيسها خلال الفترة من 2016 - 2019 في ثمان محافظات 60768 شركة.

## 2- عينة الدراسة:

اعتمد الباحثين على أسلوب العينة الإحصائية العشوائية البسيطة بدلاً من أسلوب الحصر الشامل نظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة، هذا وفي ضوء أن مجتمع الدراسة يزيد عن 50 ألف مفردة ووفقاً للجدول الإحصائية المصممة لتحديد حجم العينة عند درجة ثقة 95%، فإن حجم العينة يبلغ 384 مفردة وذلك بإعتبار أن مجتمع الدراسة غير محدد. (بازرعة، 2001)

هذا وقد تم اختيار عينة الدراسة من العملاء المترددين على كل من: المركز الرئيسي بمحافظة القاهرة، السادس من أكتوبر بمحافظة الجيزة، العاشر من رمضان بمحافظة الشرقية، والعامرية بمحافظة الأسكندرية، وأسيوط بمحافظة أسيوط، والتي تمثل 33 % تقريباً من مراكز خدمات المستثمرين.

## تاسعاً: تحليل البيانات والنتائج:

### (أ) اختبار صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة:

#### 1- نتائج الصدق للمقياس المستخدم في الدراسة:

لتحقيق المزيد من الدقة للقياس وتحقيق صدق المحتوى للمقاييس (Content Validity) قام الباحثين بعرض قائمة الاستقصاء على عدد من مديري مراكز خدمات المستثمرين محل الدراسة، للتأكد من مدى وضوح العبارات وخلوها من أي مصطلحات غير مفهومة والتأكد من مدى تمثيل العبارات المستخدمة في المقياس للجوانب المختلفة التي يحتوى عليها البعد محل القياس وترتب على ذلك إجراء بعض التعديلات.

(1) بعد الاعتمادية:

بدراسة التحليل العاملي لتلك الفقرات ومدى تمثيلها لمحور الاعتمادية فقد أظهرت النتائج كما في جدول رقم (2) أن معامل اختبار مدى كفاية العينة قد بلغت 0.911 وهي أكبر من 0.50 ، كما أظهرت النتائج معنوية اختبار بارتلليت عند مستوى ثقة 99% حيث بلغت قيمة الاختبار 1256.774، وهو ما يشير إلى وجود ارتباط بين العبارات وبعضها البعض، وبالتالي يجب إجراء اختبار التحليل العاملي، كما أكدت النتائج على أن معامل التحميل لكل فقرة من فقرات المحور قد تراوحت بين 0.717 و 0.831 وكانت جميعها أكبر من 0.50 ومن ثم فإن هذه الفقرات تعبر وبشكل قوى عن محور الاعتمادية، وبدراسة مدى نسبة التباين المفسرة لهذه العبارات فقد تبين أنها 61.39% وهي أكبر من القيمة المفترضة وهي 50%، ومن ثم فإن العبارات المتاحة تعبر وبشكل قوى عن محور الاعتمادية وأنه لا يمكن حذف أيًا من هذه الفقرات.

جدول رقم (2) التحليل العاملي لبعء الاعتمادية

العبارات	معامل التحميل
توفر مراكز خدمات المستثمرين لوحات إرشادية للتيسير على العملاء في الحصول على الخدمة.	0.717
توفر مراكز خدمات المستثمرين مطبوعات وافية الشرح عن كافة الخدمات المتاحة	0.798
أرى أن هناك إهتمام جدى بدراسة شكاوى العملاء من قبل القائمين على إدارة مراكز خدمات المستثمرين.	0.816
تتم الخدمة بمراكز خدمات المستثمرين بالشكل الصحيح من المرة الأولى.	0.751
تتناسب الخدمات المقدمة من مراكز خدمات المستثمرين مع احتياجاتى	0.786
هناك تطوير وتحديث مستمر لمنظومة الشباك الواحد	0.831
توفر مراكز خدمات المستثمرين كافة المعلومات التى احتاج إليها عن الخدمات بدون جهد من مكتب المشورة	0.810
تتطاب الخدمة الفعلية بمراكز خدمات المستثمرين مع هو معلن	0.752
اختبار مدى كفاية العينة KMO	0.911
اختبار بارتلليت	1256.774**
نسبة التباين المفسرة AVE	61.398

\*\* معنوى عند مستوى 0,01

المصدر : نتائج التحليل الإحصائى SPSS

(2) بعد سرعة الإستجابة:

وبدراسة التحليل العاملي لتلك الفقرات ومدى تمثيلها لمحور سرعة الإستجابة فقد أظهرت النتائج كما في جدول رقم (3) أن معامل اختبار مدى كفاية العينة قد بلغت 0.774 وهي أكبر من 0.50، كما أظهرت النتائج معنوية اختبار بارتلليت عند مستوى ثقة 99% حيث بلغت قيمة الاختبار 552.64 - وهو ما يشير إلى وجود ارتباط بين العبارات وبعضها البعض وبالتالي يجب إجراء اختبار التحليل العاملي، كما أكدت النتائج على أن معامل التحميل لكل فقرة من فقرات المحور قد تراوحت بين 0.731 و 0.847 وكانت جميعها أكبر من 0.50، وبدراسة نسبة التباين المفسرة لهذه العبارات فقد تبين أنها 59.26% وهي أكبر من القيمة المفترضة وهي 50%، ومن ثم فإن العبارات المتاحة تعبر وبشكل قوى عن محور سرعة الإستجابة وأنه لا يمكن حذف أيًا من هذه الفقرات.

جدول رقم (3) التحليل العاملي لبعء سرعة الإستجابة

العبارات	معامل التحميل
أرى أن هناك إستجابة سريعة من العاملين بمراكز خدمات المستثمرين لمطالبي.	0.735
تعمل مراكز خدمات المستثمرين على تقديم الخدمة المطلوبة في الوقت المحدد وفي كل الأحوال.	0.731
تعمل مراكز خدمات المستثمرين على تقديم خدمة سريعة من خلال خدمة (VIP).	0.752
أرى أن ساعات العمل بمراكز خدمات المستثمرين كافية.	0.847
أرى أن هناك إستجابة ورد سريع على استفسارات وشكاوى العملاء (Call Center) على مدار اليوم.	0.779
اختبار مدى كفاية العينة KMO	0.774
اختبار بارتلليت	**552.642
نسبة التباين المفسرة AVE	59.268

\*\* معنوى عند مستوى 0,01

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS

### (3) بعد الثقة والأمان:

وبدراسة التحليل العاملي لتلك الفقرات ومدى تمثيلها لمحور الثقة والأمان فقد أظهرت النتائج كما في جدول رقم (4) أن معامل اختبار مدى كفاية العينة قد بلغت 0.869 وهي أكبر من 0.50، كما أظهرت النتائج معنوية اختبار بارتلليت عند مستوى ثقة 99% حيث بلغت قيمة الاختبار 662.61، وهو ما يشير إلى وجود ارتباط بين العبارات وبعضها البعض وبالتالي يجب إجراء اختبار التحليل العاملي، كما أكدت النتائج على أن معامل التحميل لكل فقرة من فقرات المحور قد تراوحت بين 0.675 و 0.821 وكانت جميعها أكبر من 0.50 ومن ثم فإن هذه الفقرات تعبر وبشكل قوى عن محور الثقة والأمان، وبدراسة مدى نسبة التباين المفسرة لهذه العبارات فقد تبين أنها 57.91% وهي أكبر من القيمة المفترضة وهي 50%، ومن ثم فإن العبارات المتاحة تعبر وبشكل قوى عن محور الثقة والأمان وأنه لا يمكن حذف أيًا من هذه الفقرات.

جدول رقم (4) التحليل العاملي لبعء الثقة والأمان

العبارات	معامل التحميل
أشعر بالأمان عند تعاملى مع مراكز خدمات المستثمرين.	0.767
أشعر بالثقة فى موظفى مراكز خدمات المستثمرين وتوجيهاتهم وآرائهم لى بخصوص الخدمة المطلوبة.	0.799
أشعر بالأمان فى حصولى على الخدمة المطلوبة من مراكز خدمات المستثمرين بشكل دقيق.	0.821
أرى أن لدى موظفى (مراكز خدمات المستثمرين) المعرفة الكافية للرد على جميع استفساراتى.	0.804
أوصى دائماً بتكرار التعامل مع مراكز خدمات المستثمرين.	0.687
أوصى العملاء الآخرين والمقيمين داخل وخارج مصر بالتعامل مع مراكز خدمات المستثمرين.	0.675
اختبار مدى كفاية العينة KMO	0.869
اختبار بارتلليت	**662.607
نسبة التباين المفسرة AVE	57.919

المصدر: نتائج التحليل الإحصائى SPSS \*\* معنوى عند مستوى 0,01



(4) بعد التجهيزات المادية الملموسة:

وبدراسة التحليل العاملي لتلك الفقرات ومدى تمثيلها لمحور التجهيزات المادية الملموسة فقد أظهرت النتائج كما في جدول رقم (5) أن معامل اختبار مدى كفاية العينة قد بلغت 0.879 وهي أكبر من 0.50 ، كما أظهرت النتائج معنوية اختبار بارتلليت عند مستوى ثقة 99% حيث بلغت قيمة الاختبار 1197.63 - وهو ما يشير إلى وجود ارتباط بين العبارات وبعضها البعض وبالتالي وجب إجراء اختبار التحليل العاملي. كما أكدت النتائج على أن معامل التحميل لكل فقرة من فقرات المحور قد تراوحت بين 0.646 و 0.791 وكانت جميعها أكبر من 0.50 ومن ثم فإن هذه الفقرات تعبر وبشكل قوى عن محور التجهيزات المادية الملموسة، وبدراسة مدى نسبة التباين المفسرة لهذه العبارات فقد تبين أنها 51.00% وهي أكبر من القيمة المفترضة وهي 50%، ومن ثم فإن العبارات المتاحة تعبر وبشكل قوى عن محور التجهيزات المادية الملموسة وأنه لا يمكن حذف أي من هذه الفقرات.

جدول رقم (5) التحليل العاملي لبعء التجهيزات المادية الملموسة

العبارات	معامل التحميل
أرى أن الهيئة العامة للاستثمار تعمل على توفير الراحة لعملائها بإنتشار مراكز خدمات المستثمرين لتغطية محافظات الجمهورية .	0.685
يتوافر بمراكز خدمات المستثمرين أماكن للراحة والجلوس للعملاء خلال فترة حصولهم على الخدمة بالشكل اللائق.	0.675
توفر مراكز خدمات المستثمرين خدمات ماكينات صراف آلى وخدمات بريدية وفروع للبنوك للتيسير على العملاء	0.692
يتوافر بمراكز خدمات المستثمرين تجهيزات مادية حديثة (أثاث- أجهزة- قواعد بيانات كبيرة- مباني... إلخ)	0.646
يبدو زى موظفى المركز نظيف	0.734
أرى أن الخدمات المتاحة بالمركز تتم بشكل عادل وفقاً لأسبقية الحضور	0.791
أرى أن عدد موظفى مركز خدمات المستثمرين يكفى لأداء الخدمة	0.722
أرى أن موظف مركز خدمات المستثمرين يتمتعوا بمظهر أنيق	0.698

أرى أن لدى موظفي مركز خدمات المستثمرين لباقة في المعاملة	0.772
اختبار مدى كفاية العينة KMO	0.879
اختبار بارتلليت	**1197.636
نسبة التباين المفسرة AVE	51.002

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS \*\* معنوى عند مستوى 0,01

### (5) بعد التعاطف:

وبدراسة التحليل العاملي لتلك الفقرات ومدى تمثيلها لمحور التعاطف فقد أظهرت النتائج كما في جدول رقم (6) أن معامل اختبار مدى كفاية العينة قد بلغت 0.852 وهي أكبر من 0.50، كما أظهرت النتائج معنوية اختبار بارتلليت عند مستوى ثقة 99% حيث بلغت قيمة الاختبار 433.64، وهو ما يشير إلى وجود ارتباط بين العبارات وبعضها البعض وبالتالي وجب إجراء اختبار التحليل العاملي. كما أكدت النتائج على أن معامل التحميل لكل فقرة من فقرات المحور قد تراوحت بين 0.674 و 0.745 وكانت جميعها أكبر من 0.50 ومن ثم فإن هذه الفقرات تعبر وبشكل قوى عن محور التعاطف، وبدراسة مدى نسبة التباين المفسرة لهذه العبارات فقد تبين أنها 50.31% وهي أكبر من القيمة المفترضة وهي 50%، ومن ثم فإن العبارات المتاحة تعبر وبشكل قوى عن محور التعاطف وأنه لا يمكن حذف أيًا من هذه الفقرات.

جدول رقم (6) التحليل العاُملي لبعء التعاطف

العبارات	معامل التحميل
أرى أن مركز خدمات المستثمرين يفى بما يعد به من أداء خدمات بالنسبة لي	0.674
أرى أن إدارة مركز خدمات المستثمرين تتعاطف معى وتقدم النصيحة عند تعرضى لمشاكل معينة	0.720
تعمل إدارة مركز خدمات المستثمرين على وضع مصلحة العملاء فى مقدمة أهتماماتهم	0.716
أرى أن موظفى مركز خدمات المستثمرين يرحبون بى	0.745
أرى أن ساعات العمل بمراكز خدمات المستثمرين كافية لاداء الخدمة فى الوقت المناسب.	0.714
أرى أن لدى موظفى مركزخدمات المستثمرين فهم جيد لتوقعاتى	0.685
اختبار مدى كفاية العينة KMO	0.852
اختبار بارتلليت	**433.646
نسبة التباين المفسرة AVE	50.317

المصدر: نتائج التحليل الإحصائى SPSS \*\* معنوى عند مستوى 0,01

### (6) رضاء العميل:

وبدراسة التحليل العاُملي لتلك الفقرات ومدى تمثيلها لمحور رضاء العميل فقد أظهرت النتائج كما فى جدول رقم (7) أن معامل اختبار مدى كفاية العينة قد بلغت 0.829 وهى أكبر من 0.50، كما أظهرت النتائج معنوية اختبار بارتلليت عند مستوى ثقة 99% حيث بلغت قيمة اختبار بارتلليت 582.47، وهو ما يشير إلى وجود ارتباط بين العبارات وبعضها البعض وبالتالي وجب إجراء اختبار التحليل العاُملي. كما أكدت النتائج على أن معامل التحميل لكل فقرة من فقرات المحور قد تراوحت بين 0.713 و 0.755 وكانت جميعها أكبر من 0.50 ومن ثم فإن هذه الفقرات تعبر وبشكل قوى عن محور رضاء العميل، إلا أنه بدراسة مدى نسبة التباين المفسرة لهذه العبارات فقد تبين أنها 54.34% وهى أكبر من القيمة المفترضة وهى 50%، ومن ثم فإن العبارات المتاحة تعبر وبشكل قوى عن محور رضاء العميل وأنه لا يمكن حذف أىاً من هذه الفقرات.

جدول رقم (7) التحليل العاملي لمتغير رضا العميل

العبارات	معامل التحميل
أنا راضى عن منظومة الشباك الواحد	0.733
أنا راضى عن خدمة العملاء بمراكز خدمات المستثمرين والعاملين بقسم المشورة يوفرون لى كل ما أحتاج اليه	0.741
أنتى بصفة عامة مسرور بخدمات مركز خدمات المستثمرين الذى أتعامل معه	0.741
أنا راضى عن الوقت المستغرق لأداء الخدمة.	0.755
أنا راضى عن اسعار الخدمات المقدمة من مركز خدمات المستثمرين	0.739
أنا راضى عن الخدمات المقدمة من مركز خدمات المستثمرين والتي تناسب توقعاتى	0.713
اختبار مدى كفاية العينة KMO	0.829
اختبار بارتلبيت	**582.476
نسبة التباين المفسرة AVE	54.349

المصدر: نتائج التحليل الإحصائى SPSS \*\* معنوى عند مستوى 0,01

وقد نتج مما سبق التأكد من صدق المقاييس وتوافقها مع أهداف البحث مما يعنى إمكانية استخدامها والاعتماد على بقية التحليلات الإحصائية.

## 2- نتائج الثبات للمقياس المستخدم في الدراسة:

ويعنى درجة خلو المقياس من الخطأ المتغير (عبد السلام، 2004)، وتم تقييم درجة ثبات أدوات القياس بإستخدام معامل ألفا، حيث أن هذا المعامل يساعد فى اختبار الثبات ( Reliability Analysis Alpha Scale -)، أى تقييم الاتساق الداخلى لكل مقياس، ويتسم المقياس بدرجة مقبولة من الاتساق الداخلى إذا تجاوزت قيمة معامل ألفا 60% (إدريس، 2003). ويتضح من جدول رقم (8) أن كافة المقاييس المستخدمة فى قياس المتغيرات الخاصة بجودة الخدمة وفى قياس رضا العميل تجاوزت هذه القيمة، وبهذا يمكن القول بأن المقاييس السبعة للمتغيرات المستقلة وأيضاً المتغير التابع تتصف

بالانساق الداخلى حيث تتراوح قيمة معامل ألفا بين 80.2% ، 91.0% مما يعكس ثبات المقاييس المستخدمة.

جدول رقم (8) قيمة معامل ألفا لمقاييس قائمة الاستقصاء \*

المتغيرات	عدد الفقرات	معامل ألفا
الاعتمادية	8	0.910
سرعة الإستجابة	5	0.827
الثقة والأمان	6	0.853
التجهيزات المادية الملموسة	9	0.880
التعاطف	6	0.802
رضا العميل	6	0.832
الاجمالي	40	0.960

\* المصدر: من إعداد الباحثين وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.

(ب) إختبارات فروض الدراسة:

ينص الفرض الأول على:

" يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعء الاعتمادية على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين".

تم إستخدام تحليل معامل الارتباط للتعرف على طبيعة العلاقة وقوتها بين كل من المتغير المستقل والمتغير التابع بإستخدام معامل الارتباط.

كما تم إستخدام تحليل الانحدار البسيط لتحديد مدى تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع بإستخدام معامل التحديد  $R^2$

يتضح من جدول رقم (9) مايلي:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمات ورضا العميل، حيث بلغ معامل الارتباط (0.565) بمستوى معنوية أقل من (0.01).

ومن ثم يمكن دراسة أثر الاعتمادية على رضا العميل.

جدول رقم (9) العلاقة بين الاعتمادية ورضا العميل

" باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation "

النتيجة (الدلالة)	مستوى المعنوية	معامل الارتباط (r)	العلاقة
دالة	**0.001	0.565	الاعتمادية ورضا العميل

\* الجدول من إعداد الباحثين وفق نتائج التحليل الإحصائي \*\* دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01.

هذا ويتضح من جدول رقم (10) الآتي:

- معامل الارتباط = 0.565 وهي علاقة ارتباط موجبة.
- قيمة اختبار  $F = 133.011$  وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 وتدل على جودة نموذج العلاقة بين الاعتمادية (كمتغير مستقل) ورضا العميل (كمتغير تابع)، وصحة الاعتماد على نتائج النموذج بدون أخطاء .
- قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.320$  وتشير إلى أن درجة الاعتمادية تفسر التغير في درجة رضا العميل بنسبة 32.0% تقريباً وتبقى نسبة 68.0% تفسرها عوامل أخرى بالإضافة للأخطاء العشوائية الناتجة عن دقة اختيار العينة ودقة وحدات القياس وغيرها وهي عوامل عشوائية ترجع للصدفة وغير جوهريّة.
- قيمة اختبار " T " = 11.533 وتشير إلى أن تأثير الاعتمادية على رضا العميل لا يمكن أن يصل إلى الصفر بمعنى أن الاعتمادية لها تأثير على رضا العميل.

جدول رقم (10) أسلوب الانحدار لدراسة تأثير الاعتمادية على رضا العميل\*

المعنوية	قيمة "F"	درجات الحرية	مجموع المربعات	تحليل التباين
.000	133.011	1	75.747	الانحدار
		283	161.163	البواقي
		284	236.911	المجموع

معامل الارتباط  $R = 0.565$   
معامل التحديد  $R^2 = 0.320$   
معامل التحديد المعدل (المصحح)  $= 0.317$   
معامل الانحدار  $= 0.490$  قيمة  $(t) = 11.533$  قيمة المعنوية  $= 0.000$  (دالة إحصائية)  
المقدار الثابت  $= 2.232$

\* المصدر: من إعداد الباحثين وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.

- بناء على ذلك يكون نموذج العلاقة هو:

$$\text{رضا العميل} = 2.232 + 0.490 (\text{الاعتمادية})$$

ويشير

النموذج إلى أن كل زيادة قدرها وحدة واحدة من الاعتمادية تزيد من قيمة رضا العميل عن الخدمة بمقدار 0.490

ومن ثم يتبين صحة الفرض الأول للدراسة والذي ينص على:

" يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية موجبة للاعتمادية على رضا العميل عن الخدمة ".

ينص الفرض الثاني على:

" يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد سرعة الإستجابة على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين".

تم استخدام تحليل معامل الارتباط للتعرف على طبيعة العلاقة وقوتها بين كل من المتغير المستقل والمتغير التابع باستخدام معامل الارتباط .

كما تم استخدام تحليل الانحدار البسيط لتحديد مدى تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع باستخدام معامل التحديد  $R^2$

يتضح من جدول رقم (11) مايلي:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سرعة الإستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمة ورضا العميل، حيث بلغ معامل الارتباط (0.643) بمستوى معنوية أقل من (0.01).  
ومن ثم يمكن دراسة أثر سرعة الإستجابة على رضا العميل.

جدول رقم (11) العلاقة بين سرعة الإستجابة ورضا العميل

" باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation "

العلاقة	معامل الارتباط (r)	مستوى المعنوية	النتيجة (الدلالة)
سرعة الاستجابة ورضا العميل	0.643	**0.001	دالة

\*الجدول من إعداد الباحثين وفق نتائج التحليل الإحصائي. \*\* دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01.

هذا ويتضح من جدول رقم (12) الآتي:

- معامل الارتباط = 0.643 وهي علاقة ارتباط موجبة.
- قيمة اختبار  $F = 199.295$  وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 وتدل على جودة نموذج العلاقة بين سرعة الإستجابة (كمتغير مستقل) و رضا العميل (كمتغير تابع)، وصحة الاعتماد على نتائج النموذج بدون أخطاء .



- قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.413$  وتشير إلى أن درجة سرعة الإستجابة تفسر التغير في درجة رضا العميل بنسبة 41.3% تقريبا وتبقى نسبة 58.7% تفسرها عوامل أخرى بالإضافة للأخطاء العشوائية الناتجة عن دقة اختيار العينة و دقة وحدات القياس وغيرها وهي عوامل عشوائية ترجع للصدفة وغير جوهرية.
- قيمة اختبار " T " = 14.117 وتشير إلى أن تأثير سرعة الإستجابة علي رضا العميل لا يمكن أن يصل إلى الصفر بمعنى أن سرعة الإستجابة لها تأثير على رضا العميل.

جدول رقم (12) أسلوب الانحدار لدراسة تأثير سرعة الإستجابة على رضا العميل\*

المعنوية	قيمة "F"	درجات الحرية	مجموع المربعات	تحليل التباين
.000	199.295	1	97.897	الانحدار
		283	139.014	البواقي
		284	236.911	المجموع

معامل الارتباط  $R = 0.643$   
معامل التحديد  $R^2 = 0.413$   
معامل التحديد المعدل (المصحح) = 0.411  
معامل الانحدار = 0.545 قيمة (t) = 14.117 قيمة المعنوية = 0.000 (دالة إحصائية)  
المقدار الثابت = 1.916

\* المصدر: من إعداد الباحثين وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.

- بناء على ذلك يكون نموذج العلاقة هو:

$$\text{رضا العميل} = 1.916 + 0.545 (\text{سرعة الاستجابة})$$

ويشير النموذج إلى أن كل زيادة قدرها وحدة واحدة من سرعة الاستجابة تزيد من قيمة رضا العميل عن الخدمة بمقدار 0.545

ومن ثم يتبين صحة الفرض الثانى للدراسة والذي ينص على:

" يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية موجبة لسرعة الإستجابة على رضا العميل عن الخدمة".

ينص الفرض الثالث على:

" يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعء الثقة والأمان على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين".

تم إستخدام تحليل معامل الارتباط للتعرف على طبيعة العلاقة وقوتها بين كل من المتغير المستقل والمتغير التابع باستخدام معامل الارتباط.

كما تم إستخدام تحليل الانحدار البسيط لتحديد مدى تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع باستخدام معامل التحديد  $R^2$

يتضح من جدول رقم (13) مايلى:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الثقة والأمان كأحد أبعاد جودة الخدمة ورضا العميل، حيث بلغ معامل الارتباط (0.528) بمستوى معنوية أقل من (0.01).  
ومن ثم يمكن دراسة أثر الثقة والأمان على رضا العميل.

جدول رقم (13) العلاقة بين الثقة والأمان ورضا العميل

" باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation "

العلاقة	معامل الارتباط (r)	مستوى المعنوية	النتيجة (الدلالة)
الثقة والامان - ورضا العميل	0.528	**0.001	دالة

\* الجدول من إعداد الباحثين وفق نتائج التحليل الإحصائي \*\* دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01.

هذا ويتضح من جدول رقم (14) الآتي:

- معامل الارتباط = 0.528 وهي علاقة ارتباط موجبة.
- قيمة اختبار  $F = 109.459$  وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 وتدل على جودة نموذج العلاقة بين الثقة والأمان (كمتغير مستقل) ورضا العميل (كمتغير تابع)، وصحة الاعتماد على نتائج النموذج بدون أخطاء .
- قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.279$  وتشير إلى أن درجة الثقة والأمان تفسر التغير في درجة رضا العميل بنسبة 27.9% تقريباً و تبقى نسبة 72.1% تفسرها عوامل أخرى بالإضافة للأخطاء العشوائية الناتجة عن دقة اختيار العينة ودقة وحدات القياس وغيرها وهي عوامل عشوائية ترجع للصدفة وغير جوهرية.
- قيمة اختبار " T " = 10.462 وتشير إلى أن تأثير الثقة والأمان علي رضا العميل لا يمكن أن يصل إلى الصفر بمعنى أن الثقة والأمان لها تأثير على رضا العميل.

جدول رقم (14)

أسلوب الانحدار لدراسة تأثير الثقة والأمان على رضا العميل\*

المعنوية	قيمة "F"	درجات الحرية	مجموع المربعات	تحليل التباين
.000	109.459	1	66.076	الانحدار
		283	170.835	البواقي
		284	236.911	المجموع
معامل الارتباط $R = 0.528$				
معامل التحديد $R^2 = 0.279$				
معامل التحديد المعدل (المصحح) = 0.276				
معامل الانحدار = 0.445 قيمة (t) = 10.462 قيمة المعنوية = 0.000 (دالة إحصائية)				
المقدار الثابت = 2.422				

\* المصدر: من إعداد الباحثين وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.

- بناء على ذلك يكون نموذج العلاقة هو:

$$\text{رضا العميل} = 2.422 + 0.445 (\text{الثقة والأمان})$$

ويشير النموذج إلى أن كل زيادة قدرها وحدة واحدة من الثقة والأمان تزيد من قيمة رضا العميل عن الخدمة بمقدار 0.445

ومن ثم يتبين صحة الفرض الثالث للدراسة والذي ينص على:

" يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية موجبة للثقة والأمان على رضا العميل عن الخدمة".

ينص الفرض الرابع على:

" يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد التجهيزات المادية الملموسة على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين".

تم استخدام تحليل معامل الارتباط للتعرف على طبيعة العلاقة وقوتها بين كل من المتغير المستقل والمتغير التابع باستخدام معامل الارتباط. كما تم استخدام تحليل الانحدار البسيط لتحديد مدى تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع باستخدام معامل التحديد  $R^2$

يتضح من جدول رقم (15) مايلي:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التجهيزات المادية الملموسة كأحد أبعاد جودة الخدمة ورضا العميل، حيث بلغ معامل الارتباط (0.482) بمستوى معنوية أقل من (0.01).  
ومن ثم يمكن دراسة أثر التجهيزات المادية الملموسة على رضا العميل.

جدول رقم (15)

يوضح العلاقة بين التجهيزات المادية الملموسة ورضا العميل

" باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation "

العلاقة	معامل الارتباط (r)	مستوى المعنوية	النتيجة (الدلالة)
التجهيزات المادية الملموسة - ورضا العميل	0.482	**0.001	دالة

\*الجدول من إعداد الباحثين وفق نتائج التحليل الإحصائي \*\* دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01.

هذا ويتضح من جدول رقم (16) الآتي:

- معامل الارتباط = 0.482 وهي علاقة ارتباط موجبة.
- قيمة اختبار  $F = 85.618$  وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 وتدل على جودة نموذج العلاقة بين التجهيزات المادية الملموسة (كمتغير مستقل) ورضا العميل (كمتغير تابع)، وصحة الاعتماد على نتائج النموذج بدون أخطاء .
- قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.232$  وتشير إلى أن درجة التجهيزات المادية الملموسة تفسر التغير في درجة رضا العميل بنسبة 23.2% تقريباً و تبقى نسبة 76.8% تفسرها عوامل أخرى بالإضافة للأخطاء العشوائية الناتجة عن دقة اختيار العينة ودقة وحدات القياس وغيرها وهي عوامل عشوائية ترجع للصدفة وغير جوهرية.
- قيمة اختبار " T " = 9.253 وتشير إلى أن تأثير التجهيزات المادية الملموسة علي رضا العميل لا يمكن أن يصل إلى الصفر بمعنى أن التجهيزات المادية الملموسة لها تأثير على رضا العميل.

جدول رقم (16) أسلوب الانحدار لدراسة تأثير التجهيزات المادية الملموسة على رضا العميل\*

تحليل التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	قيمة "F"	المعنوية
الانحدار	55.027	1	85.618	.000
البواقي	181.884	283		
المجموع	236.911	284		

$$\begin{aligned} \text{معامل الارتباط } R &= 0.482 \\ \text{معامل التحديد } R^2 &= 0.232 \\ \text{معامل التحديد المعدل (المصحح)} &= 0.230 \\ \text{معامل الانحدار} &= 0.427 \quad \text{قيمة (t)} = 9.253 \quad \text{قيمة المعنوية} = 0.000 \quad \text{(دالة إحصائية)} \\ \text{المقدار الثابت} &= 2.541 \end{aligned}$$

\* المصدر: من إعداد الباحثين وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.

- بناء على ذلك يكون نموذج العلاقة هو

$$\text{رضا العميل} = 2.541 + 0.427 \text{ (التجهيزات المادية الملموسة)}$$

ويشير النموذج إلى أن كل زيادة قدرها وحدة واحدة من التجهيزات المادية الملموسة تزيد من قيمة رضا العميل عن الخدمة بمقدار 0.427

ومن ثم يتبين صحة الفرض الرابع للدراسة والذي ينص على:

" يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية موجبة للتجهيزات المادية الملموسة على رضا العميل عن الخدمة".

ينص الفرض الخامس على:

" يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعء التعاطف على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين".

تم استخدام تحليل معامل الارتباط للتعرف على طبيعة العلاقة وقوتها بين كل من المتغير المستقل والمتغير التابع باستخدام معامل الارتباط .

كما تم استخدام تحليل الانحدار البسيط لتحديد مدى تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع باستخدام معامل التحديد  $R^2$

يتضح من جدول رقم (17) مايلي:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمة ورضا العميل، حيث بلغ معامل الارتباط (0.635) بمستوى معنوية أقل من (0.01).  
ومن ثم يمكن دراسة أثر التعاطف على رضا العميل.

جدول رقم (17) العلاقة بين التعاطف ورضا العميل

" باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation "

العلاقة	معامل الارتباط (r)	مستوى المعنوية	النتيجة (الدلالة)
التعاطف - ورضا العميل	0.635	**0.001	دالة

\*\* دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01.

\*الجدول من إعداد الباحثين وفق نتائج التحليل الإحصائي

هذا ويتضح من جدول رقم (18) الآتي:

- معامل الارتباط = 0.635 وهي علاقة ارتباط موجبة.

- قيمة اختبار  $F = 191.713$  وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 وتدل على جودة نموذج العلاقة بين التعاطف (كمتغير مستقل) ورضا العميل (كمتغير تابع)، وصحة الاعتماد على نتائج النموذج بدون أخطاء .
- قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.404$  وتشير إلى أن درجة التعاطف تفسر التغير في درجة رضا العميل بنسبة 40.4% تقريباً وتبقى نسبة 59.6% تفسرها عوامل أخرى بالإضافة للأخطاء العشوائية الناتجة عن دقة اختيار العينة ودقة وحدات القياس وغيرها وهي عوامل عشوائية ترجع للصدفة وغير جوهرية.
- قيمة اختبار " T "  $= 13.846$  وتشير إلى أن تأثير التعاطف علي رضا العميل لا يمكن أن يصل إلى الصفر بمعنى أن التعاطف لها تأثير على رضا العميل.

جدول رقم (18) أسلوب الانحدار لدراسة تأثير التعاطف على رضا العميل\*

المعنوية	قيمة "F"	درجات الحرية	مجموع المربعات	تحليل التباين
.000	191.713	1	95.676	الانحدار
		283	141.234	البواقي
		284	236.911	المجموع
<p>معامل الارتباط <math>R = 0.635</math></p> <p>معامل التحديد <math>R^2 = 0.404</math></p> <p>معامل التحديد المعدل (المصحح) <math>= 0.402</math></p> <p>معامل الانحدار <math>= 0.605</math> قيمة <math>(t) = 13.846</math> قيمة المعنوية <math>= 0.000</math> (دالة إحصائياً)</p> <p>المقدار الثابت <math>= 1.761</math></p>				

\* المصدر: من إعداد الباحثين وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.



- بناء على ذلك يكون نموذج العلاقة هو:

$$\text{رضا العميل} = +1.761 + 0.605 (\text{التعاطف})$$

ويشير النموذج إلى أن كل زيادة قدرها وحدة واحدة من **التعاطف** تزيد من قيمة رضا العميل عن الخدمة بمقدار 0.605

ومن ثم يتبين صحة الفرض الخامس للدراسة والذي ينص على:

" يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية موجبة **للتعاطف** على رضا العميل عن الخدمة".

### عاشراً: النتائج، التوصيات، والدراسات المستقبلية:

#### (أ) نتائج الدراسة:

1. أظهرت النتائج وجود اختلاف كبير بين استجابات أفراد العينة نحو مدى توافر المطبوعات الإرشادية حول كافة الخدمات المتاحة للعميل كأحد فقرات محور الاعتمادية، حيث اتجهت الإستجابات نحو الموافقة إلا أن التشتت في الآراء قد بلغت 36.66%، ويرجع ذلك إلى عدم استغلال الجيد للخدمات المتاحة بالمركز.
2. أظهرت النتائج وجود اختلاف كبير بين إستجابات أفراد العينة نحو عملية تطوير وتحديث منظومة الشباك الواحد كأحد فقرات محور الاعتمادية، حيث اتجهت الاستجابات نحو الموافقة إلا أن التشتت في الآراء قد بلغت 37.59%، ويرجع ذلك إلى عدم التدريب الجيد للقائمين على الخدمة.
3. أظهرت النتائج وجود اختلاف كبير بين استجابات أفراد العينة نحو تقديم الخدمة بمراكز خدمات المستثمرين بالشكل الصحيح من المرة الأولى كأحد فقرات محور الاعتمادية، حيث اتجهت الإستجابات نحو الموافقة إلا ان التشتت في الآراء قد بلغت 35.18%، ويشير الى أن المنظومة لم تقم بدورها كما يجب ويرجع التعقيدات والروتين من قبل المحافظات.

4. أظهرت النتائج وجود اختلافات كبيرة بين إستجابات أفراد العينة نحو مدى كفاية ساعات العمل بمراكز خدمات المستثمرين كأحد فقرات محور سرعة الإستجابة، حيث اتجهت الإستجابات نحو الموافقة إلا أن التشتت في الآراء قد بلغت 39.18%، وهو ما يعكس ضرورة النظر في توقيتات العمل والبحث في مدى جدوى العمل بنظام الورديات.
5. اختلفت إستجابات أفراد العينة نحو مدى سرعة الإستجابة لطلبات المستثمرين بمراكز خدمات المستثمرين كأحد فقرات محور سرعة الإستجابة، حيث اتجهت الإستجابات نحو الموافقة إلا أن التشتت في الآراء قد بلغت 35.60%، لوجود عدد من الصعوبات خاصة بالمراكز المستحدثة ونقص خبرة القائمين عليها.
6. أظهرت النتائج عدم وجود تجانس بين إستجابات أفراد العينة نحو مدى الثقة بموظفي مراكز خدمات المستثمرين كأحد فقرات محور الثقة والأمان، حيث اتجهت الإستجابات نحو الموافقة إلا أن التشتت في الآراء قد بلغت 38.34%، نظراً لعدم إمتلاكهم للمعلومات الكافية والناجزة والتردد في المعلومة المعطاه.
7. أظهرت النتائج وجود تشتت كبير بين إستجابات أفراد العينة نحو أولوية الحصول على الخدمة بمراكز خدمات المستثمرين واحترام أسبقية الحضور كأحد فقرات محور التجهيزات المادية الملموسة، حيث اتجهت الإستجابات نحو الموافقة إلا أن التشتت في الآراء قد بلغت 43.31%، وأن هناك فرق جوهري بين ما هو محقق وما هو مستهدف.
8. أظهرت النتائج وجود تشتت كبير بين إستجابات أفراد العينة نحو مدى توافر أماكن الانتظار والراحة خلال فترة الحصول على الخدمة بمراكز خدمات المستثمرين كأحد فقرات محور التجهيزات المادية الملموسة، حيث اتجهت الإستجابات نحو الموافقة إلا أن التشتت في الآراء قد بلغت 39.79%، وأن هناك فرق جوهري بين ما هو محقق وما هو مستهدف.
9. أظهرت النتائج وجود تشتت كبير إلى حد ما بين إستجابات أفراد العينة نحو مدى الرضا عن منظومة الشباك الواحد كأحد فقرات محور رضا العميل، بمعامل إختلاف بلغت 33.82%، وقد اتجهت الإستجابات نحو الموافقة على الرضا عن منظومة الشباك الواحد بمتوسط 3.896 ويرجع ذلك التشتت إلى إختلاف مستوى الخدمة المقدمة بالمراكز محل البحث والدراسة، وأيضاً لعدم الإستجابة والرد على الشكاوى بأقصى سرعة ممكنة.
10. أظهرت النتائج وجود تشتت كبير إلى حد ما بين إستجابات أفراد العينة نحو مدى الرضا عن خدمة العملاء بمراكز خدمات المستثمرين والعاملين بقسم المشورة والذين يوفر لى كل ما

احتاج إليه كأحد فقرات محور رضا العميل، بمعامل اختلاف بلغت 33.46%، وقد اتجهت الإستجابات نحو الموافقة بمتوسط 3.85 ويرجع ذلك التشتت إلى إختلاف مستوى الخدمة المقدمة بالمراكز محل البحث والدراسة، وعدم التركيز على اختيار الكفاءات المدربة ووضعها فى المكان المناسب.

#### (ب) توصيات الدراسة:

- تفعيل منظومة الربط الإلكتروني بين الجهات المصدرة للتراخيص والموافقات والتصاريح والممثلة بمراكز خدمات المستثمرين.
- ضرورة عدم فرض الجهات الإدارية والممثلة بمراكز خدمات المستثمرين أى رسوم إضافية أو زيادة مقابل الخدمات إلا بعد أخذ رأى الهيئة العامة للاستثمار.
- تفعيل منظومة التأسيس الإلكتروني والسداد الإلكتروني "on line" بهدف تحسين ترتيب مصر فى تقرير ممارسة أنشطة الأعمال الصادر عن مجموعة البنك الدولي.
- ضرورة تفعيل دور المجلس الأعلى للاستثمار فى إزالة الخلافات والتشابكات التى قد تحدث بين أجهزة الدولة فى مجال الاستثمار.
- ضرورة العمل على إصدار تشريع يلزم كافة أجهزة الدولة والجهات المنوط بها منح تراخيص إقامة المشروعات ومباشرة النشاط الاستثمارى بالتعامل مع الهيئة العامة للاستثمار دون غيرها.
- تفعيل منظومة الرقم التعريفى الموحد للأشخاص الاعتبارية والذى يعد مؤشر هام من مؤشرات تحسين ترتيب الدول بالتقارير الدولية ومنها تقرير ممارسة أنشطة الأعمال (doing business) الذى يصدر عن البنك الدولي.
- ضرورة العمل على إنشاء موقع على شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت" يتضمن الخدمات وإجراءات الحصول عليها المتاحة بمراكز خدمات المستثمرين بكافة لغات العالم تيسيراً على المستثمرين بالخارج.
- ضرورة تطبيق اللامركزية والبعد عن البيروقراطية بمراكز خدمات المستثمرين، والعمل على إعداد منهج وتخطيط جيد وفعال للتعاون والتكامل بين أجهزة الدولة ذات الصلة بمجال الاستثمار وإنهاء ظاهرة الجزر المنعزلة التى تسود المجتمع المصرى حتى الان لتحقيق أهداف الدولة برؤية مصر 2030 فى مجال الاستثمار من تحسين ترتيب مصر فى مؤشرات التنمية الاقتصادية (ممارسة أنشطة الأعمال) والتنمية البشرية وتنافسية الأسواق ومكافحة الفساد.
- ضرورة العمل على رفع كفاءة العنصر البشرى "مقدم الخدمة" بمراكز خدمات المستثمرين كونه المحور الأساسى لتحقيق الجودة فى أداء الخدمة.

- ضرورة الإهتمام ببيئة العمل الداخلية بالهيئة العامة للاستثمار مع وضع إستراتيجية للتحسين المستمر وتهيئة المناخ الداعم لثقافة الجودة حتى تحقق الهيئة ما يطمح إليه المستثمرين.
- تفعيل دور الوحدة المركزية لمراجعة وتبسيط الإجراءات "إرادة" الصادرة بقرار الهيئة العامة للاستثمار رقم 445 لسنة 2020 بهدف تنقية التشريعات الصادرة عن أجهزة الدولة والتي تؤثر على مناخ الاستثمار ضمن مبادرة (إرادة) إصلاح مناخ الأعمال في مصر.
- ضرورة العمل على إعادة وزارة الاستثمار نظراً لدورها فى للتنسيق بين أجهزة الدولة ومتابعة تنفيذ المشروعات والسياسات الإستثمارية على مستوى محافظات الجمهورية.

### (ج) الدراسات المستقبلية:

- التوسع فى حدود البحث الحالى، بحيث يتناول متغيرات مستقلة مثل بطاقة الأداء المتوازن بعنوان "قياس أثر تطبيق بطاقة الأداء المتوازن فى تحسين جودة الخدمة المقدمة لعملاء مراكز خدمات المستثمرين"، ومتغير مستقل آخر حوكمة تقنية المعلومات بعنوان "دور حوكمة تقنية المعلومات فى تحسين جودة الخدمات بالهيئة العامة للاستثمار"، ومتغير آخر التسويق بالعلاقات بعنوان "دور التسويق بالعلاقات فى تحقيق رضا العميل بمراكز خدمات المستثمرين".
- التوسع فى حدود البحث الحالى، بحيث يتناول متغيرات تابعة مثل الولاء بعنوان "دور الثقة والرضا فى تحقيق ولاء العميل بالتطبيق على مراكز خدمات المستثمرين"، ومتغير تابع آخر زيادة الإستثمارات بعنوان "دور جودة الخدمة فى تحقيق زيادة معدلات الاستثمار فى مصر بالتطبيق على الهيئة العامة للاستثمار".
- إعادة تطبيق الدراسة الميدانية على مجال خدمى آخر كالصحة والفنادق والبنوك.

## قائمة المراجع

### أولاً: المراجع العربية:

- أبو رحمه؛ عبد الباسط حسن(2021)، جودة الخدمات الصحية المقدمة في المستشفيات الحكومية بالمحافظات الجنوبية بفلسطين، *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية*، المركز القومي للبحوث - غزة، فلسطين، المجلد 5، العدد7.
- أحمد؛ خالد جبار، عباس؛ بشرى عبد الحمزة(2021)، تأثير جودة الاسترداد الإلكتروني في تحقيق رضا الزبون من خلال الدور الوسيط لأنموذج تقبل التكنولوجيا" دراسة تحليلية لآراء زبائن مواقع التسوق الإلكتروني، *مجلة الدراسات المستدامة*، مؤسسة الدراسات المستقبلية ، العراق، المجلد3، العدد3.
- الأطرش؛ أسماء مصطفى (2017)، التسهيلات الإدارية وأثرها على الاستثمار في جمهورية مصر العربية، *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*، الإسماعيلية، المجلد8، العدد4.
- أولاد حيموده؛ عبد اللطيف، وآخرون(2021)، قياس رضا زبائن البنوك التجارية الجزائرية لجودة الخدمة المصرفية المقدمة"دراسة ميدانية"، *مجلة العلوم الإدارية والمالية*، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، المجلد رقم 5، العدد1.
- بركات؛ محمد علي (2019)، نموذج مقترح للعلاقة بين جودة الخدمة الالكترونية المدركة ورضاء العملاء وولائهم الالكتروني: دراسة تطبيقية علي المستهلكين في مصر، *المجلة العلمية للبحوث التجارية*، كلية التجارة، جامعة المنوفية، المجلد 39 ، العدد 2.
- بن دنيدينة؛ سعيد (2021)، دور الذكاء الاقتصادي في تحسين جودة الخدمات المصرفية" دراسة ميدانية على البنوك الجزائرية، *مجلة إقتصاديات المال والأعمال*، المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميلة، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر، المجلد 5 ، العدد1.
- حسان؛ برشيد، عبد الرحمان؛ التوجي (2020)، أثر التسويق بالعلاقات على رضا الزبائن " دراسة حالة مؤسسة اتصالات تيميمون الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر.
- حسين ؛ رامز رمضان محمد (2020)، إدارة التميز ودوره في تحسين مستوى جودة الخدمة المقدمة للعملاء " دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي"، *مجلة مصر المعاصرة*، الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع، المجلد 111، العدد538.

- حسان؛ محمد فتحي محمد (2017) ، سنوات ضائعة الشباك الواحد لتراخيص الاستثمار، القاهرة: المكتب العربي للمعارف.
- خثير؛ محمد (2017)، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال ، جامعة خميس مليانة، الجزائر، المجلد 3، العدد4.
- زكي؛ محمد حمدي (2020)، قياس أثر التسويق الحسى على رضا العملاء "دراسة ميدانية على عملاء مطاعم الوجبات السريعة العالمية بمحافظة الإسكندرية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، المجلد 11، العدد3.
- زيادة ؛ لمياء علام (2019)، تأثير الجودة المدركة للخدمة والكلمة المنطوقة علي ولاء العميل علي شركات المحمول بمصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
- سكر؛ كنزة(2021)، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمدخل لتعزيز رضا الزبون" دراسة حالة بنك السلام الجزائري، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عباس لغرور خنشلة، الجزائر، المجلد 5، العدد1.
- السمان؛ ثائر أحمد سعدون، عبد الجبوري ؛ مراد موسى (2016)، متطلبات حوكمة تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين جودة الخدمات، المجلة العربية للإدارة، المجلد 36، العدد 1.
- الطاهر؛ عمر علي بابكر(2019)، أثر جودة الخدمات المصرفية علي رضا العملاء، المجلة العربية للنشر العلمي (AJSP)، جامعة جيزان، السعودية، العدد 14.
- عبد الحميد؛ طلعت أسعد وآخرون (2020)، العوامل المؤثرة على رضا العملاء وعلاقتها بالتحول للشراء من المتاجر التقليدية إلى المواقع الإلكترونية، المجلة المصرية للدراسات التجارية، جامعة المنصورة، المجلد 44، العدد 1.
- عبد العليم؛ محمد (2013)، أبعاد جودة الأداء الأكاديمي وانعكاساتها علي الجودة المدركة: دراسة مقارنة بين كليات التجارة بالجامعات الحكومية والخاصة، مجلة الدراسات المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة بني سويف، العدد2.
- عبد الله ؛ أحمد محمد ناجي (2015)، أثر جودة الخدمة الإلكترونية في رضا طلاب الجامعات المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإدارية، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، القاهرة.
- عبد الله ؛ تامر توفيق (2012)، العلاقة بين عناصر الرقابة الداخلية وجودة الخدمات المصرفية، رساله ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة.

- عزب؛ عبد الله عبد النبي السيد (2019)، اللامركزية كمدخل لتشجيع الاستثمار: دراسة حالة مجمعات خدمات الاستثمار في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.
- كواديك؛ حمزة (2021)، دور تمكين العاملين في تحسين جودة الخدمات لتحقيق رضا الزبون، مجلة الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تيسمسيلت بالجزائر، المجلد 4، العدد1.
- لخضر؛ عمارة، مصطفى؛ يونسى(2021)، أثر تنوع الخدمات الإسلامية في تحقيق رضا الزبون: دراسة ميدانية ببنك البركة الجزائرى، مجلة الاستراتيجية والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، المجلد 11، العدد2.
- محلوس؛ زكية، وآخرون(2021)، مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية: دراسة حالة الصندوق الوطنى للتوفير والإحتياط بنك وكالة الوادى، مجلة التنمية الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادى، الجزائر، المجلد رقم 6، العدد1.
- مراد؛ إسماعيل، مصطفى؛ رديف(2021)، دور جودة خدمة الهاتف النقال في تحقيق رضا الزبون: دراسة حالة مؤسسة جازى بعين تموشنت، مجلة الاستراتيجية والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، المجلد 11، العدد1.
- المغربى؛ محمد أحمد ناجى (2019)، الهيئة العامة للاستثمار إحدى صور الهيئات المركزية فى مصر، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، الإسماعيلية، العدد 4، الجزء الثانى.
- المكباتي؛ منال محمد أحمد (2019)، أثر جودة الخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول علي ارتباط العميل بالتطبيق علي عملاء البنوك بالمملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية علي مكاتب الطفل التابعة لجمعيات الرعاية المتكاملة، مجله البحوث الادارية، كليه التجارة، جامعة الزقازيق، المجلد رقم40، العدد 2.
- المهيدب؛ رائد عبد العزيز (2017)، رضا العملاء والمستفيدين، الرياض: مركز استراتيجيات التربية.

- نور الهدى؛ بن شعبة (2021)، أثر جودة خدمة التأمين على رضا الزبون: دراسة حالة الشركات الجزائرية للتأمينات، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر.
- ياسين؛ عطالله، محمد؛ بوهالي (2021)، تقييم جودة خدمة بريد الجزائر باستخدام نموذج SERVPERF بولاية الأغواط بالجزائر، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عباس لغرور خنشلة، الجزائر، المجلد 5، العدد 1.
- يونس؛ علي يوسف يونس (2017)، نموذج مقترح لقياس أثر سياسة التمكين علي إدراج العملاء لجودة خدمه بالتطبيق علي قطاع الخدمات الضمانية الاجتماعية في ليبيا، رساله دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة بني سويف.

#### ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Anderson .E.W, Fornell.C , Lehmann .D.R (1994), " Customer Satisfaction , Market Share and Profitability", **Findings from Sweden The Journal Of Marketing**,Vol.58 , No.3
- Chadha , S.K. and Deepa Kapoor (2009), "Effect of Switching Cost, Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Cellular Service Providers in Indian Market", **IUP Journal of Marketing Management**, Vol.5, No. 2.
- Chang, H.H. and Chen, S.W.(2008), "The Impact of Customer Interface Quality, Satisfaction and Switching Costs on E-loyalty: Internet Experience As AModerator", **Computers in Human Behavior**, Vol.32,No.6.
- Churchill, Suprenant (1982), "An Investigation Into The Determinant Of Consumer Satisfaction", **Journal of Marketing Research**,Vol.19,No.4.
- David L.Goetsch, Stanley B.Davis(2016), " **Quality Management for Organizational Excellence: Intoduction To Total Quality**", 8th – edition , New York , Pearson.
- Donna J. Hill (1986), "Satisfaction and Consumer Service", in NA -Advances In Consumer Research, Richard j.Lutz, Provo,UT**Association for Consumer Research**, Vol.13, No.3.



- Kotler.P (1997) , "**Marketing Management Analysis , Planning Implementation and Clontrol**", 9th – edition, Prentice Hall , Upper Saddle River .
- Kotler.P, Armstrong. G(1999), " **Marketing: An Introduction**", 4th – edition,Publisher, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kotler.P, Armstrong.G (2016), "**Principalaes of Marketing**", 16th – edition,New York, Prentice Hall .
- Kotler.P, B.Dubois (2006),"**Marketing Management**",Person Education, 12th – Edition, Paris.
- Kotler.P, Keller. KL (2012) ,"**Marketing Management**", 14th – Edition,., Pearson – Hall . NO.65.
- ManilalDhurup , JhalukpreyaSurujlal and Ephraim Redda (2014),"**Customer Perceptions Of Online Banking Service Quality**", **Mediterranean Journal Of Social Sciences**, Vol.5, No.2,
- Mike, Donnelly (2006), " Assessing The Quality Of Police Services Using Servqual " , **An international Journal Of Police Strategies & Management** , Vol.29, No.1.
- Oliver Netter, Nigel Hill (2000), "**Satisfaction Client**", edition ESKA, Paris.
- Parasuraman A., Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry (1991), "Refinement and Reassessment Of the SERVQUAL Scale", **Journal Of Retailing**, Vol. 67, NO.4.
- Sagilk . Erkan, et,(2014), "Service Quality and Customer Satisfaction Relation" , Aresearch in Ezraurum Ataturk University Refectory, **American international Journal of Contemporary Reserch**, Vol.4,No.1.
- Seth . Anita, K. Momaya and H. M. Gupta (2008), "Managing the Customer Perceived Service Quality for Cellular Mobile Telephony: An Empirical Investigation", **Vikalpa : The Journal for Decision Makers**,VOL.33,NO.1.
- Skelcher .L,Chris .C,(1992),"**Managing for Services Quality Managing Local Government**",Pearson Professional Education, London.
- Woodside, Arch G., Frey, LiseL.and Daly, Robert T.(1989), "Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behaviorl Intention", **Journal of Health Care Marketing** , Vol.9,No.4.
- Zetihaml V, Berry L, Parasuraman A, (1996), "Tge Behavioral Consequences Of Service Quality ",**Journal Of Marketing** .Vol. 60 ,No. 2 .

ثالثاً: المواقع الإلكترونية:

- محسن عادل، إعادة تفعيل دور المجلس الأعلى للاستثمار، تاريخ كتابة المقال 2020/5/10، متاح على موقع <https://hapijournal.com> ، تاريخ التصفح 2020/8/18.
- مجموعة البنك الدولي، الخدمات الاستشارية لمناخ الاستثمار، الولايات المتحدة الأمريكية، البنك العالمي، 2009، متاح على موقع [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org) 2020 .
- شيماء قدرى، ونهى أحمد، إستطلاع رأى الشركات حول معوقات الاستثمار، تقرير صادر عن مركز معلومات ودعم إتخاذ القرار بمجلس الوزراء ، 2005، متاح على موقع الحكومة المصرية، <http://www.egypt.gov.eg>.
- الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة، تقرير بشأن متابعة موقف مراكز خدمات المستثمرين علي مستوي الجمهورية خلال الفترة من عام 2019 وحتى عام 2019م، القاهرة، متاح على موقع <http://www.gafi.gov.eg>.
- مؤتمر صحفي للسيد الدكتور مصطفى مذبولي رئيس مجلس الوزراء، متاح على موقع <http://arabic.cnn.com> ، تاريخ كتابة المقال 2022/5/20، تاريخ التصفح 2022/5/29.