



مجلة البحوث المالية والتجارية

المجلد (25) – العدد الرابع – أكتوبر 2024



أثر تطبيقات الإدارة اللوجستية في تحسين جودة الخدمة المقدمة للحجاج بتوسيط
مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة

The Mediator Role of Sales of Souvenirs and Gifts During Hajj and Umrah Season to the Relationship Between Logistical Management Practices for Improving the Quality of Service Provided to Pilgrims

الباحثة/ سارة ابراهيم اليوسف

ماجستير إدارة أعمال الحج والعمرة - كلية الإدارة والاقتصاد

قسم إدارة الأعمال - جامعة أم القرى - السعودية

Saraalyosf@gmail.com

الدكتور/ فوزي محمد زويد

أستاذ مساعد - كلية الإدارة والاقتصاد

قسم إدارة الأعمال - جامعة أم القرى - السعودية

fmzowid@uqu.edu.sa

2024-03-16	تاريخ الإرسال
2024-05-28	تاريخ القبول
رابط المجلة: https://jst.journals.ekb.eg/	

ملخص:

غالبًا ما تستقبل مكة المكرمة على مدار العام العدد الكبير من المسلمين من أنحاء العالم لأداء مناسك الحج والعمرة والزيارة حيث يقدر عددهم بالملايين أثناء موسم الحج ورمضان. أثناء هذه الزيارة، يحرص العدد الكبير من الحجاج والمعتمرين على جودة الخدمة المقدمة وشراء مبيعات السلع التذكارية والهدايا. لذا، تركز هذه الدراسة البحثية على اختبار أثر الإدارة اللوجستية في تحسين جودة الخدمة المقدمة للحجاج من خلال مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة. تم استخدام الأسلوب التحليلي الوصفي لجمع البيانات من مجتمع هذه الدراسة البحثية والمكونة من (181) فرداً. وقد بلغت عدد الاستبانات الصالحة للتحليل واختبار فرضيات الدراسة (151) مشاركاً.

أبرز نتائج الدراسة ما يلي: أنّ هناك مستوى مرتفع لإدراك العاملين في المنشآت التجارية للإدارة اللوجستية وجودة الخدمة، ومبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة. وأنّ هناك أثر هام للإدارة اللوجستية في تعزيز جودة ما يتم تقديمه للحجاج من خدمة ومبيعات سلع تذكارية وهدايا. كما أنّ هناك أثر هام لمبيعات السلع التذكارية والهدايا في تعزيز جودة ما يقدم للحجاج من خدمات، ووجود أثر هام للإدارة اللوجستية من خلال مبيعات السلع التذكارية والهدايا كمتغير وسيط في تحسين جودة الخدمة المقدمة للحجاج. قدمت الدراسة التوصية الآتية: ضرورة الحفاظ على مستوى الإدارة اللوجستية وجودة الخدمة المقدمة للحجاج للمنشآت التجارية وتطويرهما بكامل محاورهما بما يضمن صياغة استراتيجية واضحة، والقدرة على المنافسة، والتكيف والاستجابة للتغيرات البيئية، ورضا الحجاج وذلك من خلال تعزيز الاهتمام بالإدارة اللوجستية، ومبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة، وبحث جميع العوامل التي تساهم في رفع مستوى ما يقدم خدمة وجودة.

الكلمات المفتاحية: الإدارة اللوجستية، جودة الخدمة، مبيعات السلع التذكارية والهدايا، الحج والعمرة



Abstract:

For long time ago, Makkah receives millions and millions of Muslims for pilgrimage and visits throughout the year during Hajj, Umrah and Ramadan. During this kind of visit, pilgrims care of the quality of service (QoS) provided throughout purchasing souvenirs and gifts. Therefore, this research focuses on examining the logistics management practices that influence the QoS provided to pilgrims through sales of souvenirs and gifts during the Hajj and Umrah season as a mediating role. This work was carried out by utilizing a descriptive analytical approach where the research population includes (181) individuals. As it should be stated that (151) respondents were suitable for analysis of the current study. Resultantly, the perceptions of employees whose work in commercial shops of logistical management and QoS, and sales of souvenir goods and gifts during the Hajj and Umrah season were high. There was a significant impact of logistical management in improving the QoS provided to pilgrims and sales. There was also an impact of sales in improving the QoS provided to pilgrims. Furthermore, there was an impact of logistical management through sales of souvenirs and gifts as an intermediary variable in improving the QoS provided to pilgrims. Authors recommend the necessity of maintaining the level of logistical management and the QoS provided to pilgrims through the commercial shops and developing them in all aspects to enhance a formulated clear strategy, ability to compete, adapt and respond to environmental changes, and pilgrims' satisfaction by considering the advantages of logistical management practices and sales of souvenirs and gifts during the season of Hajj and Umrah. Besides, considering all factors that contribute to improving the QoS provided to pilgrims.

Keywords: Logistics management, quality of service (QoS), sales of souvenirs and gifts,

أولاً- المقدمة:

أصبح موضوع الإدارة اللوجستية من الموضوعات التي تحظى باهتمام المنظمات خاصة في القرن الحالي وذلك بعد نجاح المنظمات التي تبنت تطبيقه سابقاً، إذ أنه يمثل تشخيص وتحديد واكتشاف مواطن الخلل والقصور في أداء المنظمات بهدف التعامل الفعال وسط بيئة أعمال سريعة التقلب، وتقديم الحلول للمعضلات، وتقديم البدائل الممكنة لتعزيز التحسين المستمر والاستدامة والتنافس عبر رشاقه الموارد التي تسخر لإدارة اللوجستيات. كما أن الإدارة اللوجستية هي إدارة وظائف سلسلة التوريد. وعادةً ما تشمل الإدارة اللوجستية مجموعة من الأنشطة "إدارة النقل، إدارة الأسطول، والتخزين، ومناولة المواد، وتلبية الطلبات، وتصميم الشبكة اللوجستية، وإدارة المخزون، وتخطيط العرض والطلب، وإدارة مقدمي الخدمات اللوجستية من الطرف الثالث (Ghoumrassi and Tigu, 2018). ذكر الباحث (Burity, 2021) أن الفاعلية اللوجستية جزء لا يتجزء من تشكيل تجارب العملاء، والتأثير على ولائهم والاحتفاظ بهم، لأنه هو المقياس الذي يمكن استخدامه لتحسين الاعمال وتجربة العملاء، ولتحقيق لوجستيات فعالة، هناك حاجة إلى رسم خطط ملموسة تبسط الإجراءات القائمة وتقديم إجراءات عمل نوعية تعزز النجاح. ونظراً لأن بيئة الاعمال غير مستقرة في عصرنا الحاضر، فمن الصعوبة بمكان أن تكون تلك المنظمات على مستوى ثابت من النجاح. لذلك من المهم للمنشآت التجارية الاستجابة لعدم اليقين وتلبية احتياجات العملاء التي تتغير يوماً بعد يوم بسبب ازدياد وعي العملاء، ولهذا السبب فإن العملاء يحتاجون دائماً إلى معاملة خاصة في تصميم المنتجات، وكيفية الانتاج المنتجات وتسليمها الى العملاء، كل هذا يشمل نظام سلسلة التوريد بل ضمن سلسلة التوريد. بالتالي، تعد المرونة أحد العوامل الرئيسية لسلسلة التوريد واللوجستيات (Umair et.al., 2019). أشار الباحث (Hassini, 2008) إلى أن صناعة الميزة التنافسية في قطاع المنشآت ذات الهدف الربحي والحفاظ عليها يعد أمر معقداً ويتطلب الاستدامة والمرونة والاستعداد لإجراء تطورات سريعة في العمليات الانتاجية والخدمية. كما أن شأن التطوير المنافس هو أساس أعمال الشركات في ظل الظروف الحالية، وفي نفس الوقت هو أحد عوامل النجاح. ويأتي في هذا السياق الحاجة إلى تطبيق أساليب وممارسات ادارية حديثة في جميع جوانب الشركة وخاصة في إدارة سلسلة التوريد واللوجستيات مما يساهم في تحقيق كفاءة الاداء وزيادة القدرة التنافسية (Natasha et.al., 2017; Francis and Waiganjo, 2014). وتأتي أهمية ادارة اللوجستيات إذ تعد أحد العوامل المهمة التي تزود المنشأة بتكاليف العمليات الاجمالية وتزيد من فاعلية النشاط التجاري للشركة. وتمكن للتعاون بين جميع الجهات الفاعلة في سلسلة التوريد وتقليل المهلة الزمنية وتسهيل الاستجابة السريعة لتدفق وتوفير السلع من المصدر الى العملاء، وهذا ما يعكس أبعاد الادارة اللوجستية (موسى، 2019).



وفي ضوء ما سبق، أن كثير من الشركات التجارية غيرت نمط الارتباط بالحجاج وجهات التوريد، والتي اتجهت نحو التعاون الموسع والمنسق لتشكيل أبعاد الإدارة اللوجستية، وتشارك بعض الشيء من المعلومات الضرورية التي قد تعد من الخصوصيات، بجانب ذلك أن تطبيق أبعاد الإدارة اللوجستية يؤدي إلى إحداث ترابط بين (الموردين، المنظمة، الوسطاء والموزعون، الحجاج) أولئك الذين يمثلون أجزاء سلسلة التوريد المتفاوتة حيث تكون فيه المنظمة بسلوها الإداري همزة الوصل بين جهات التوريد والعميل وبحيث الاتصال بالعميل بواسطة إدارة التسويق لتلمس تطلعات العميل ورغباته (العلاقة بالحجاج)، ثم تقوم المنشأة بترجمة تلك التطلعات والاحتياجات لجهات التوريد المتصلة بالمنشأة التجارية مايسمى (العلاقة بالموردين)، وتقوم جهات التوريد بتقديم الإمدادات (المواد الأولية) وفق مواصفات وقائمة تسعير وكميات وتوقيتات يتفق عليها الطرفان (المنشأة التجارية وجهة التوريد)، وأخيراً تقوم المنظمة بتصنيع منتجات تفي بتطلعات العملاء (الحجاج) من خلال الخطوط الانتاجية الداخلية للمنظمة ثم تسلم للعملاء. إذ تؤكد الدراسات بأن المنشآت بحاجة الى تكامل لوجستي داخلي ملائم مع العملاء، الموردين وأي طرف (الشركاء) لتطوير الأسواق الحالية وتوسيعها بما يحقق الأنشطة التكاملية، للوصول إلى مستويات عالية من الاداء (Brandenburger and Nalebuff, 2011; Vlachos, 2016; Kherbach and Mocan, 2016). وهذا ما يفسر بأنه من خلال خلق العلاقات الفاعلة مع الموردين يتم معالجة العديد من التحديات ذات الصلة بعملية الامدادات واللوجستيات، ومن خلال خلق العلاقات الفاعلة مع الحجاج يتم حل الكثير من التحديات التسويقية وتلبية تطلعات العملاء (الحجاج)، وبإحداث التنسيق والتناغم في أوساط الشعب الإدارية المختلفة داخل المنشأة يتم معالجة المعضلات والتحديات التي توجه المنشأة. كما ترتبط استراتيجيات الإدارة اللوجستية بجودة الخدمة وذلك لكون أن الإدارة اللوجستية تسهم في زيادة درجة تشارك جميع العاملين، وزيادة كفاءة أداء المنشأة وتحسين أداء المقدمين للمنتجات والخدمات. فرفع درجة كفاءة أداء العاملين أمر لا غنى عنه في ظل تطبيق مفاهيم الإدارة اللوجستية في الإدارة وجودة الخدمات.

ثانياً-مشكلة الدراسة وأسئلتها:

أصبح واضحاً أن المنظمات بمختلف أحجامها وأهدافها تلجأ إلى توظيف الإدارة اللوجستية لتحسين جودة الخدمة المقدمة للحجاج بما يحقق الكفاءة والفعالية في ظل ظروف بيئية يغلب عليها مؤمة التكنولوجيا والتنافس، وحتى تتجنب التهديدات التي تقع إذا لم تتبنى المنظمات هذه الأساليب على المدى الطويل. فالتحديات التي تقف أمام المنشآت تتعاظم بشكل عام في العصر الحالي نتيجة لتغيرات بيئية وتكنولوجية تحدث في بيئات أعمالها، والتي أصبحت تشكل عائقاً وتحدياً أمامها، أو تقلل من قدرتها على مواكبة التطور والاستجابة للمتغيرات. لذا المنظمات بحاجة الى توظيف الإدارة اللوجستية وصولاً الى تطوير

استراتيجيات فاعلة تؤثر على جودة الخدمة.

والواقع الذي يجب أن يشار إليه هو أن المنشآت التجارية خاصة الواقعة في مكة المكرمة تشهد تغيرات جوهرية وتوجهات جديدة وتطورات حديثة في مختلف المجالات، حيث لم تكن بمنأى عن بيئة التغيير الذي أصبح يؤثر على بقائها ومستقبلها، وذلك لضعف إدراك العلاقة بين الإدارة اللوجستية وتحسين جودة الخدمة المقدمة للحجاج، فضلاً عن التصدي للتحديات التي تواجهها والتي تتمثل في صعوبة التنبؤ بالطلب وصعوبة التنبؤ الاستراتيجي لمستقبلها وحركية نشاطها وأهدافها، والتي من شأنها أن تكبلها وتؤثر على فاعليتها وأدائها والحيلولة دون وصولها إلى درجة التميز المطلوب بلوغها، خاصة في كون المنشآت التجارية تسعى جاهدة لتحقيق الامتياز في كل من التنافس والأداء، والاستدامة.

إذ يتطلب تحقيق ما سبق، تبني سياسات متطورة تنسجم مع رسالة وأهداف المنشآت التجارية ومما يستدعي ضرورة انتهجها نهجاً متطوراً، وفق منهجية إدارية سليمة، تركز على توظيف أبعاد الإدارة اللوجستية، بحيث يؤدي ذلك إلى الاعتماد على إيجاد منتجات وخدمات بتكلفة أقل، وذات مرونة تمكنها من التأقلم مع التقلبات المستجدة المؤثرة على المنشأة في ظل تحديات تواجهها قطاع المنشآت. وهذا من شأنه أن يحسن من جودة المنتجات المقدمة للحجاج، لذلك تكمن معضلة هذا المشروع البحثي في إيجاد إجابة أو إجابات حول السؤال الرئيسي التالي: ما هو أثر تطبيق الإدارة اللوجستية في تحسين جودة الخدمة المقدمة للحجاج عبر مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة؟.

وجاء هذا العمل البحثي ليجيب على ثلاثة أسئلة فرعية، وهي كالآتي:

1- ما هو مستوى إدراك العاملين للإدارة اللوجستية بأبعادها في المنشآت التجارية بمكة المكرمة؟
2- ما هو مستوى إدراك العاملين لتحسين جودة الخدمة المقدمة بأبعادها في المنشآت التجارية بمكة المكرمة؟

3- ما هو مستوى إدراك العاملين لمبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة؟

ثالثاً- أهمية البحث:

يُمكن أن نُجمل الأهمية النظرية والتطبيقية لهذا البحث في النقطتين الآتية:

1- تناول هذا البحث ثلاث متغيرات مجتمعة (الإدارة اللوجستية وجودة الخدمة، ومبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة)، وتسلط الضوء على مفهوم متغيرات الدراسة وتوضيح آراء كثير من الباحثين بخصوص تلك المفاهيم وآرائهم فيما يتعلق بأهمية وأبعاد هذه المتغيرات. كما تبرز أهمية هذا



البحث لكونه يتطرق إلى أحد المفاهيم التنظيمية ألا وهي "الإدارة اللوجستية"، والتي تُعتبر موضوعًا محوريًا في العلوم الإدارية المعاصرة، وكونه مصدرًا أساسيًا تجاه استدامة المنشأة، خاصة في المؤسسات التي يهتما شأن ممارسة إستراتيجية الإدارة الحديثة التي تهتم بتحسين جودة الخدمة، من خلال مبيعات المنتجات (مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة).

2- جاء هذا البحث ليتعرف على أبرز التحديات والمعضلات التي تمنع أو تحدّ من تطبيق الإدارة اللوجستية في المنظمات بشكل عام، ومدى تطبيق هذا المفهوم في المنشآت التجارية بمكة المكرمة بشكل خاص، وتوضيح أيضاً الدور الذي يلعبه ذلك المفهوم في تحسين جودة الخدمة، والإشارة لدور مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة كعامل وسيط يزيد من الدور الإيجابي لتكامل أبعاد تطبيقات الإدارة اللوجستية لتحسين جودة الخدمة. كما يعكس الدور الهام للمنشآت في تنمية الاقتصاد الوطني السعودي، وما ستقدمه من توصيات تعود بالفائدة للقائمين على تلك المنشآت. كما يمكن أن تزيد من لفت أهتمام المدراء وصانعي القرار في المنشآت التجارية بالسعودية نحو أهمية تسخير المفاهيم الحديثة في ممارسات الإدارة اللوجستية بغية تعزيز أداء المنشأة بشكل عام ولأنها تساعد في الارتقاء بمستوى جودة الخدمة بشكل خاص. فتسهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات الادارية والاقتصادية بدراسة بحثية جديدة قد تحظى بعناية المهنيين والباحثين، ويؤمل كذلك من هذا العمل البحثي أن يكون عامل محفز لدراسات أخرى في تطبيقات الإدارة اللوجستية، وتحسين جودة الخدمة، من خلال مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة.

رابعاً-أهداف البحث:

يقصد هذا البحث تحقيق ثلاثة أهداف، وهي على النحو التالي:

- 1- التعرف على مستوى توافر أبعاد الإدارة اللوجستية وأبعاد جودة الخدمة، ومبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء تواجد الحجاج والمعتمرين بموسم الحج والعمرة.
- 2- تحديد الأثر المباشر لأبعاد الإدارة اللوجستية ومبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة على جودة الخدمة.
- 3- تقديم التوصيات للمنشآت التجارية الواقعة في مكة المكرمة اعتماداً على مخرجات هذا البحث.

خامساً- فرضيات الدراسة:

يقصدُ هذا العمل البحثي إختبار أربعة فرضيات رئيسية وعدمية، وهي على النحو التالي:

- 1- الافتراض الرئيسي الأول (HO1): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة اللوجستية بالأبعاد التالية (بُعد إدارة أساليب النقل، بُعد إدارة أساليب التخزين، بُعد إدارة أساليب التوريد، إدارة أساليب القرار)، في جودة الخدمة المقدمة في موسم الحج والعمرة يبلغ مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- 2- الافتراض الرئيسي الثاني (HO2): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة اللوجستية بالأبعاد التالية (بُعد إدارة أساليب النقل، وُبعد إدارة أساليب التخزين، وُبعد إدارة أساليب التوريد، وإدارة أساليب القرار) في مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة يبلغ مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- 3- الافتراض الرئيسي الثالث (HO3): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة على جودة الخدمة المقدمة في موسم الحج والعمرة يبلغ مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- 4- الافتراض الرئيسي الرابع (HO4): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة اللوجستية بالأبعاد التالية (بُعد إدارة أساليب النقل، وُبعد إدارة أساليب التخزين، وُبعد إدارة أساليب التوريد، وإدارة أساليب القرار) على جودة الخدمة المقدمة بأبعاده مجتمعة من خلال مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة يبلغ مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

سادساً- التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة:

1- المتغير المستقل (الإدارة اللوجستية): هي جزء من نظام سلسلة التوريد والتي تقوم بتخطيط وتنظيم

ورقابة خطوط تدفق السلع والخدمات (منتج او خدمة) والمعلومات إلى المستهلك النهائي بكفاءة

وفعالية لضمان تحقيق متطلبات العملاء.

أ. إدارة أساليب النقل: هي تخطيط وتنظيم ومراقبة حركة السلع والمنتجات المنقولة بفعالية لتعزيز القيمة المضافة في الأنشطة للخدمات اللوجستية بما يضمن توصيل تلك المنتجات إلى المستهلك النهائي.

ب. إدارة أساليب التخزين: الاحتفاظ بالأشياء لحين الحاجة لها. ومعنى آخر، هي عملية الاحتفاظ بالموجودات لفترة من الزمن والمحافظة عليها بحالتها، او تعريضها لظروف طبيعية تحدث فيها



تغيرًا مطلوبًا، و توفير هذه الموجودات حسب الحاجة إليها في الوقت المحددة.

ج. إدارة أساليب التوريد: هي تلك الأنشطة والمهام التي من خلالها يتم الحصول على السلع والخدمات.

وتعرف أيضا بأنها هي ذلكم النشاط المسؤول عن وفرة المواد التي تتوافق مع المواصفات بحيث

تتوفر في الموقع الصحيح والتوقيت المناسب وبالكمية المناسبة والسعر المناسب.

د. إدارة أساليب القرار: القدرة على إبتكار خرائط طرق تركز على نظام معلوماتي تتيح الاستقصاء

المعلومات ومعالجتها حتى يتسنى توظيف تلك المادة الفكرية الناتجة في صناعة وإتخاذ قرارات

فاعلة وصائبة، وصياغة الخطط والسياسات والاستراتيجيات.

2- المتغير التابع (جودة الخدمات المقدمة للحجاج): تعرف بأنها "معيار يقيس درجة تطابق الأداء الفعلي

للخدمة مع توقعات الحجاج لهذه الخدمة".

أ- الخدمة: هي تلك النشاطات غير الملموسة، والتي تحقق منفعة للحجاج، والتي ليست بالضرورة

تكون مرتبطة ببيع سلعة أو خدمة. وتعني أن تقديم خدمة معينة للعميل لا يستلزم منه شراء أو

استخدام منتج.

ب- الخدمات المقدمة للحجاج: هي مزيج من سلع تتكامل مع بعضها بعضًا مما يضيف بعدًا جديدًا من

التعقيد في قياس جودتها. فخدمات الإيواء والطعام والشرب والتسوق وخدمات الحج وخدمات

الإتصالات والتنقل، وهذه كلها خدمات يحتاج إليها الحاج أثناء التواجد بالمشاعر المقدسة ليؤدي

الحج والعمرة.

ج- الاعتمادية: تعرف بالاتساق في الأداء وإنجاز الخدمة الموعودة بشكل دقيق يمكن الاعتماد عليه.

د- الاستجابة: يقصد بها القدرة على تلبية الإحتياجات الجديدة أو الطارئة للحجاج، من خلال المرونة

في إجراءات ووسائل تقديم الخدمة.

هـ- التعاطف: يقصد بها أن يكون لدى العاملين المقدرة على مخاطبة الحجاج بأسلوب ودي يجعلهم

يشعرون بالراحة والطمأنينة أثناء الحوار، أم في أثناء تقديم الخدمة للحجاج.

و- الأمان: يقصد بها سلامة الخدمة المقدمة خلوها من المخاطر والشك. على سبيل المثال، ما هي

درجة الأمان المترتبة على قيام الحجاج من إستخدام بطاقات الائتمان البنكية للدفع أثناء الشراء لخدمة

أو منتج.

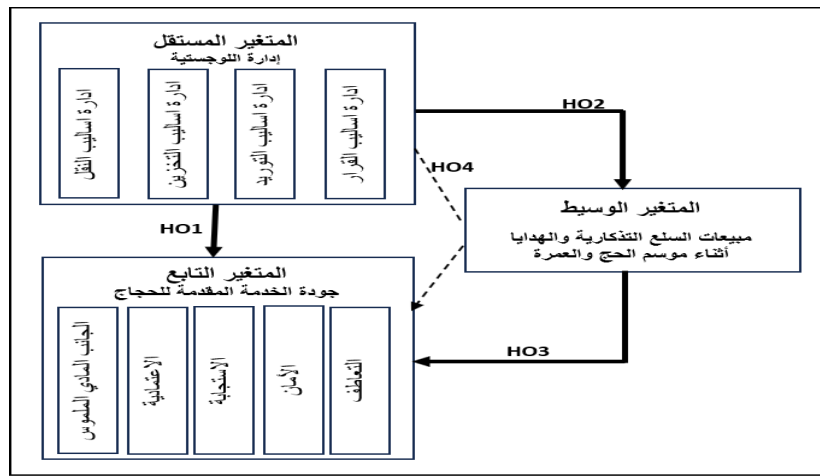
ز- الجوانب المادية الملموسة: وهي أشياء أو أجسام مادية ملموسة تحيط بالبيئة أثناء موسم الحج

والعمرة مثل المرافق الدينية والأثاثات والديكورات. هي أيضاً كل ما هو قابل للمس أو المعايينة أو التخزين

من أشياء وأدوات خاصة بتقديم الخدمة والتي تعد من المؤشرات الأولية على جودة الخدمات المقدمة.

سابعاً- نموذج الدراسة:

يبين الشكل رقم (1) أدناه أنموذج الدراسة، حيث كان المتغير المستقل في هذه الدراسة هو الإدارة اللوجستية وما تضمنته من أبعاد (إدارة أساليب النقل، وإدارة أساليب التخزين، وإدارة أساليب التوريد، وإدارة أساليب القرار). كما تتضمن نموذج الدراسة أربعة أبعاد تتعلق بجودة الخدمات المقدمة للحجاج (الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) باعتبارها متغير تابع، من خلال الدور الوسيط المتمثل في (مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة) كما هو مصورٌ في الشكل.



المصدر: الباحثان.

الشكل (1) نموذج الدراسة.

تم إعداد نموذج هذه الدراسة من قبل الباحثان. ففيما يتعلق بأبعاد المتغير المستقل (الإدارة اللوجستية)، تم الاعتماد على (توفيق، 2024؛ الأمبابي، 2022؛ دسوقي، 2021؛ Richu, et. al., 2022). في حين تم الاعتماد على (كمال، 2023؛ عزيزه، 2023؛ Malnaad, et.al, 2022؛ 2023) لبناء عبارات (جودة الخدمات المقدمة) كمتغير تابع، وبناء عبارات الدور الوسيط والذي يتمثل في (مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة).



ثامناً – مراجعة الأدبيات:

أجرى (كمال، 2023) عملاً بحثياً هدف إلى التعرف على البرنامج الزمني لمواعيد وصول رحلات الحج من كل عام والتي تبدأ من غرة شهر ذي القعدة وتستمر حتى اليوم الثامن من شهر ذي الحجة، واستعراض مسببات ارتفاع عدد الرحلات في الأسبوع الأخير من مرحلة القدوم بينما تنخفض في بدايتها، ومقارنة مستويات الجودة والأداء في المطار في ظل هذا التأثير بالمستويات العالمية. وهدفت الدراسة إلى التعرف على نمط جدولة الرحلات في موسم الحج، وتحديد أسباب كثافة الرحلات في نهاية مرحلة القدوم، وأسباب تدني الاستفادة من استغلال كامل الفترة الزمنية المخصصة لقدوم الحجاج، ومعرفة مدى تأثير ذلك على أداء العاملين في مطار الملك عبدالعزيز بجدة. أجري البحث على عينة متاحة قوامها (200) مفردة. أهم نتائج الدراسة: أن رحلات قدوم الحجاج ترتفع بشكل ملحوظ في الأسبوع الأخير من مرحلة القدوم، وهذا مايزيد من فرص الأخطاء التشغيلية لدى الجهات العاملة في المطار. وأن مستويات الجودة في المطار لها أثر كبير على جودة الخدمة وأداء العاملين في المطار.

وأجرى (عزيزه، 2023) دراسة هدفت إلى البحث في تأثير جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على ولاء عملاء الشركات البنكية المصرفية بمصر. استخدمت الباحثة عينة اعتراضية قوامها (384) مفردة مشروطة بأن يكون العميل يستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية. خلصت مخرجات البحث إلى أن أبعاد جودة الخدمات البنكية الإلكترونية (الموثوقية، تصميم الموقع، كفاءة الموقع، الأمان والخصوصية، الوفاء بالمتطلبات، وخدمة العملاء والدعم) لها تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية على ولاء عملاء البنوك التجارية. كما توصل الباحث إلى أنه يمكن ترتيب أبعاد جودة الخدمات التي تؤثر على ولاء العملاء اعتماداً على قوة تأثيرها، كالتالي: الموثوقية، كفاءة الموقع، الأمان والخصوصية، تصميم الموقع، الوفاء بالمتطلبات، وخدمة العملاء والدعم.

قدم كل من (مطير، وبقادر، 2022) دراسة هدفت إلى قياس تأثير الجودة الخدمية البنكية على رضا الحجاج والمعتمرين بمكة المكرمة وماحولها. استخدم الباحثان المنهجية التحليلية الوصفية. أجري البحث على عينة تم اختيارهم بطريقة عشوائية حيث بلغ عددهم (150) عميلاً. أشارت مخرجات البحث إلى أنه توجد علاقة بين بُغدي جودة الخدمة البنكية ورضا الحجاج والمعتمرين. وأظهرت أيضاً أن المتغيرات المؤثرة في رضا الحجاج والمعتمرين هي (الاستجابة، التعاطف، بينما تبين عدم وجود تأثير لباقي المتغيرات الملموسية، الاعتمادية، الأمان). وقد أوصت الدراسة بضرورة توفير مواقف سيارات للعملاء (كمّاً ونوعاً) بحث تكون أمام مواقع البنوك، وإجراء الدراسة المستمرة التي تقيس رضا عملاء البنوك عن الخدمات المقدمة لهم.

دراسة (Malnaad, et.al, 2022) هدفت إلى إستكشاف أهمية أبعاد الخدمات الالكترونية في بيئة الخدمات البنكية بواسطة تطوير نموذج لجودة الخدمات البنكية الالكترونية وتقييم تأثير ذلك على رضا العملاء في دولة ماليزيا. أظهرت الدراسة إلى أن هناك بعض الابعاد لجودة الخدمة المصرفية الالكترونية القابلة للتطبيق وتشمل المعلومات، الاستجابة، سهولة الوصول، الامان، وجماليات موقع الويب. كما أن الموقع يجب أن يحتوي على معلومات منظمة بشكل ملائم وسهلة الوصول، ويجب أن تركز إدارة الخدمات البنكية الالكترونية بشكل أكبر على الاستجابة بحيث يتم تلبية احتياجات العملاء ومتطلباتهم بشكل مناسب. كما توصلت الدراسة إلى أن العملاء يستخدمون الخدمات البنكية الالكترونية والانترنت بسبب سهولة الوصول إليها. كما أكدت الدراسة على أن جودة الخدمة الالكترونية تؤثر على جودة خدمة ورضا العملاء، كما ترتبط هذه العوامل بشكل كبير بولاء العملاء.

وأجرى (الأمباي، 2022) بحثاً هدف إلى التعرف على تأثير الإدارة اللوجستية على النقدية متضمنة مجموعة أبعاد مثل (التخزين النقدي، التوريد والنقل النقدي، التكلفة وجودة الخدمة النقدية) في المنشآت البنكية على رضا العملاء. كما هدفت إلى اختبار تأثير المتغير الديموغرافي المتضمن مثل (النوع، الفئة العمرية، المستويات التعليمية، سنوات الخبرة) على جودة الإدارة اللوجستية تجاه النقدية في قطاع المنشآت البنكية. انتهج الباحث طريقة الاستطلاع العشوائي لموظفي البنوك حيث بلغ حجم العينة 384 موظفاً. واستخدم نموذج الإنحدار الخطي والمتعدد لتحليل البيانات التي تم جمعها. أشارت مخرجات البحث أن هنالك تأثير حاد للإدارة اللوجستية على النقدية وعلى تجربة العميل. كما أشارت إلى أن هنالك تأثير متفاوت للعوامل الديموغرافية على تجربة العميل.

دراسة (Omoush, 2022) التي هدفت إلى التعرف على أثر ممارسات الإدارة اللوجستية على الأداء التشغيلي في لدى شركات نقل بري بدولة الأردن، أجرى الباحث الدراسة على 20 شركة نقل بري مدرجة في قوائم بورصة الأردن. وتم إجراء عناصر أخذ العينات والبحث من قبل مدراء تنفيذيين وخبراء نقل ومدراء عمليات وموظفي الخدمة في شركات النقل. استخدم الباحث المسح الهادف لعدد (120) مشاركاً لاختيار استبانة التحليل. ومن إجمالي الاستبيانات المقدمة للمسح، تم اعتماد (112) مشاركاً كبيانات تم جمعها للتحليل الإحصائي لكل شركة. أظهرت نتائج الدراسة، إن ممارسات الإدارة اللوجستية لها تأثير ايجابي بأبعدها (إدارة المخزون، التخزين، إدارة الطلب، النقل، التعبئة والتغليف) على الأداء التشغيلي لشركات النقل في الأردن. ونتيجة لذلك، اقترحت الباحثة بأن تركز الشركات الصناعية على جميع جوانب العمليات اللوجستية مثل الشراء والتخزين والنقل والتوزيع والمناولة وخدمة العملاء.

وأجرى (دسوقي، 2021) عملاً بحثياً هدف إلى التعرف على دور الاستراتيجيات اللوجستية في تحسين



كفاءة الأداء التشغيلي. اعتمدت الدراسة عينة قوامها (385) من مديري سلاسل الإمداد واللوجستيات والمشتريات والمخازن والأدارة التنفيذية بشركات الصناعات الغذائية بالقاهرة. استخدم الباحث المنهجية الوصفية التحليلية مع الاستعانة بالبرنامج الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات التي تم جمعها. أشارت مخرجات البحث إلى أن هناك علاقة بين المتغير المستقل (الاستراتيجيات اللوجستية) والمتغير التابع (كفاءة الأداء التشغيلي)، وأن الاهتمام بالاستراتيجيات اللوجستية من قبل الإدارة العليا تعزز كفاءة الأداء التشغيلي في هذه الشركات، وأن عقد مزيد من الدورات لموظفي الشركات لزيادة الوعي والإدراك بأهمية إدارة اللوجستيات لها تأثير على كفاءة الأداء التشغيلي.

أجرى (Burity, 2021) دراسة حول أهمية فعالية الأداء اللوجستي على رضا العملاء. قدم الباحث من خلال هذه الدراسة ملخص نتائج الأبحاث الرئيسية حول فعالية الأداء اللوجستي وجودة الخدمات وخدمات العملاء ورضاهم. أكدت مخرجات البحث إلى وجود العلاقة الايجابية بين (فعالية الأداء اللوجستي وجودة الخدمات المقدمة للعملاء، ومستوى رضا العملاء)، والعلاقة الايجابية بين (رضا العملاء وولائهم).

وأجرى (موسى، 2019) دراسة هدفت الى التعرف على أثر الإدارة اللوجستية على تحسين معدلات أداء الشركات الكيماوية معتمدة على المنهجية الوصفية التحليلية لتحليل ما تم جمعه من بيانات شملت المدراء والعاملين والعملاء. خلصت مخرجات البحث إلى أن هناك أثر للإدارة اللوجستية على تحسين معدلات أداء الشركات الكيماوية، وأن بعد "تكنولوجية المعلومات اللوجيستية" سجلت كأحد أبرز أبعاد الإدارة اللوجيستية التي تؤدي إلى المرونة في مختلف مراحل العمليات الانتاجية والخدمية وتحسين معدل النمو اللوجستي.

أجرى (Mellat-Parast and Spilan, 2014) دراسة بعنوان "تكامل العمليات اللوجستية وسلسلة التوريد كمصدر للميزة التنافسية: تحليل تجريبي" حيث هدفت إلى دراسة مدى فعالية التكامل اللوجستي وسلسلة التوريد على القدرة التنافسية في الشركات الصناعية. استخدمت الدراسة الآراء القائمة على الموارد للميزة التنافسية بجانب نظرية اقتصاديات تكلفة المعاملات، كما استخدمت أسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية لتحديد تأثير مجموعتين من الممارسات اللوجستية وتكامل سلسلة التوريد إلى جانب ممارسات اتخاذ القرار في مجال الاستعانة بمصادر خارجية للخدمات اللوجستية على القدرة التنافسية للشركات. أظهرت نتائج الدراسة إلى أن استراتيجية الخدمات اللوجستية هي المحرك الرئيسي للتكامل اللوجستي وسلسلة التوريد والقرارات اللوجستية. علاوة على ذلك، أشارت النتائج إلى أن تكامل العمليات اللوجستية هو أهم مؤشر على الوضع التنافسي للشركة.

أجرى (Agrawal, et.al., 2016) دراسة هدفت إلى التعرف على علاقة اللوجستيات العكسية في الاستدامة الاقتصادية والبيئية والاجتماعية من خلال إطار عمل لتقييم الأداء اللوجستي العكسي على

ثلاث شركات إلكترونية في الهند. أجريت الدراسة باستخدام الأسلوب الكمي الذي يدعى بنموذج الخط السفلي الثلاثي "Trible Bottom Line" ونموذج التسلسل الهرمي التحليلي الغامض "Fuzzy Analytical Hierarchy Approach"، ونموذج لتقدير الاوزان ومؤشر الاداء اللوجستي العكسي. أظهرت النتائج أن الأداء الاقتصادي سجل أعلى مؤشر أداء، يليه الأداء البيئي ثم الاجتماعي. وأن (استعادة القيمة -العائد على الاستثمار - الحد الأدنى من استهلاك الطاقة - الاستخدام الامثل للمواد الخام) من الناحية البيئية، وشكاوى المجتمع وصحة وسلامة العملاء من منظور اجتماعي لها مؤشرات أداء أعلى. في حين إن (التغليف المنخفض- استخدام المواد المعاد تدويرها - مزايا الموظفين) أظهرت مؤشرات منخفضة للغاية.

أجرى (Fugate, et.al., 2010) بحثاً حول طبيعة الأداء اللوجستي واسهامات الخدمات اللوجستية في المنظمات بواسطة التحقيق التجريبي في تأثير الأداء اللوجستي على الأداء التنظيمي. تم اختبار الأداء اللوجستي باعتباره بنية تكوينية من الدرجة الثانية تتكون من ثلاثة أبعاد (الكفاءة اللوجستية - الفعالية اللوجستية - الامتياز اللوجستي). أشارت النتائج إلى أن الأداء اللوجستي له تأثير إيجابي على الأداء التنظيمي. وأشارت أيضاً إلى أن الكفاءة والفعالية والتمايز ليست مقايضات بل هي متكاملة. والأهم أن هناك مصداقية تجريبية للعلاقة بين الأداء اللوجستي والأداء التنظيمي.

أجرى (Seth, et.al., 2006) بحثاً حول تصميم نموذج مفاهيمي لجودة الخدمات في سلسلة التوريد حيث هدفت الدراسة الى ابتكار يختبر ويقيم جودة الخدمات في مختلف وجهات سلسلة التوريد باستخدام ادارة اللوجستيات كطرف ثالث. بعد أن أجرت الدراسة مراجعة للأدبيات وما فيها من أفكار ومعرفة وفجوات، استخدم الباحثون منهجية اختبار الفجوات من أجل تصميم نموذج مفاهيمي لجودة الخدمات في سلسلة التوريد. كما استخدم الباحثون كلا الاسلوبين (الكمي والنوعي) لتحليل البيانات التي جمعتها. خلصت مخرجات البحث إلى أن غالبية الدراسات التي اجريت حول جودة الخدمة ركزت على صناعات الخدمات دون سلسلة التوريد ككل، وأن جودة الخدمة (QoS) لم يتم بحثها بشكل كافٍ. ولهذا السبب قدم الباحثون نموذجاً يقيم جودة الخدمات في واجهات مختلفة لسلسلة التوريد باستخدام الوسيط إدارة اللوجستيات.

• ما يُميز العمل البحثي الحالي:

تمركزت غالبية الابحاث في الادبيات على دراسة الإدارة اللوجستية وجودة الخدمة ورضا العملاء، وشأن تكامل العمليات اللوجستية وسلسلة التوريد في مجالات صناعية و إنتاجية وخدمية شتى وكمصدر لتحقيق الكفاءة والفعالية والميزة التنافسية، إلا أن هذه المشروع البحثي درس أثر تطبيقات أبعاد الإدارة اللوجستية



"كمتغير مستقل" على أبعاد جودة الخدمات "كمتغير تابع"، وذلك من خلال مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة بالمنشآت التجارية الواقعة بمكة المكرمة كمتغير وسيط.

فهذا العمل البحثي تناول المتغيرات الثلاثة (الإدارة اللوجستية، وجودة الخدمة، ومبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة) بشيء من الشمولية الذي أسهم بشكل متواضع في إغناء مجال الدراسة من خلال ما ستقدمه من جانب نظري يستعرض بالتفصيل أبرز التجارب والنماذج العلمية في إدارة وقياس الإدارة اللوجستية وأثرها في تحسين جودة الخدمات من خلال مبيعات السلع التذكارية والهدايا. ومن الجانب التطبيقي، فقد كان العمل البحثي أكثر تنوعاً وموضوعية في تناوله (العاملون في المنشآت التجارية بمكة المكرمة) كمجتمع دراسة بحثية، وبالإعتماد أيضاً على عينة ملائمة القوام قد تقدم إمكانية الاستفادة من مخرجات هذا البحث. وفي حدود علم الباحثان، تعتبر هذه الدراسة هي الوحيدة في هذا المجال وما تناولته هذه الدراسة من أبعاد، وهذا ما يُميز هذه الدراسة عن سابقتها.

تاسعاً – منهج البحث:

تقوم هذه الدراسة على استخدام المنهجية البحثية التالية:

1- المنهجية الوصفية التحليلية: تهدف إلى استعراض أهم الدراسات الأدبية ذات الصلة بالإدارة اللوجستية وجودة الخدمات، ومبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة، وكذلك الرجوع إلى الأدبيات السابقة مع إجراء بعض التحليل والمقارنات ما أمكن وذلك لاستعراض الجزء النظري لهذا العملي البحثي الحالي.

2- منهجية البحث الميداني: وتم استخدامه لتغطية الجانب التطبيقي من هذه الدراسة، والذي تحاول الدراسة من خلاله اختبار صحة فرضياتها، والإجابة عن تساؤلاتها، واستخلاص نتائجها من خلال الاعتماد على استبانته تم تصميمها لأغراض هذه الدراسة وفقاً للخطوات العملية المتعارف عليها.

عاشراً – مجتمع وعينة البحث وأداة الدراسة:

1- تمثل مجتمع البحث في الأفراد الذين يعملون في المنشآت التجارية بمكة المكرمة، حيث بلغ أفراد الدراسة ما يقدر عددهم بـ (181) فرداً. فتم توزيع الاستبانة على أفراد مجتمع الدراسة بعد اخذ موافقة المعنيين بالدراسة. استرجع منها ما عدده (151) استبانة أي ما نسبته (69.3%) من إجمالي الاستبيانات الموزعة على مجتمع البحث، حيث أنها هي التي صالحة لإجراء التحليل الإحصائي للدراسة. وبهذا يجد القارئ أن جدول رقم (1) يلخص جزء من مخرجات الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

الجدول (1)

نتيجة أفراد عينة البحث وفقاً للبيانات الديموغرافية

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة
النوع	ذكر	118	78.1%
	أنثى	33	21.9%
العمر	30 سنة فما دون	27	17.9%
	31- أقل من 40 سنة	70	46.4%
	41- أقل من 50 سنة	40	26.5%
	50 سنة فأكثر	14	9.2%
المؤهل التعليمي	دبلوم فما دون	4	2.6%
	بكالوريوس	99	65.6%
	دراسات عليا	48	31.8%
التصنيف الوظيفي	مدير/مشرف	19	12.6%
	ممثلو خدمات بيعية	132	87.4%
الخبرة الوظيفية	10 سنوات فأقل	48	31.8%
	11- أقل من 20 سنة	61	40.4%
	21- أقل من 30 سنة	33	21.9%
	30 سنة فأكثر	9	5.9%

المصدر: الباحثان

يُبين الجدول رقم (1) أن نسبة الذكور بلغت (78.1%)، في حين بلغت نسبة الإناث (21.9%) وهذا يعكس التفوق العددي للذكور على الإناث في الوظيفة في المنشآت التجارية بمكة المكرمة. بالنظر في متغير العمر، أبرزت الاستجابات أن الفئة العمرية (31- أقل من 40 سنة) قد احتلت الترتيب الأول بواقع (46.4%)، تلاها الفئة العمرية (41- أقل من 50 سنة) وقد بلغت (26.5%) من أفراد عينة الدراسة، وقد جاءت في الترتيب الثالث الفئة العمرية (30 سنة فأقل) حيث بلغت (17.9%)، وأخيراً جاءت الفئة العمرية (50 سنة فأكثر) وقد شكلت ما نسبته (9.2%). ويمكن أن نستدل من ذلك أن غالبية المبحوثين هم من فئة الشباب القادرين على العطاء وبذل الجهود التي تعود بالنفع على المنشآت التجارية.

وقد دلت النتائج إلى أن (65.6%) هم من حملة درجة البكالوريوس، وقد يعود ذلك إلى أن إشغال بعض الوظائف يتطلب حصول الموظف على مؤهل أكاديمي (بكالوريوس)، مقابل (31.8%) كانوا من حملة درجة (الدراسات العليا) وهذا معناه أن بعض الوظائف في المنشآت التجارية تتطلب تأهيل علمي



ومهاراتي عالي، في حين أن (2.6%) كانوا من حملة درجة الدبلوم. كما دلت النتائج أن (87.4%) من عينة الدراسة كانوا من فئة ممثلي الخدمات البيعية، وأن ما نسبته (12.6%) كانوا من فئة مدير أو مشرف. وقد أوضحت النتائج أعلاه أن (40.4%) من المبحوثين تقع مدة خدمتهم ضمن الفئة (11- أقل من 20 سنة)، مقابل (31.8%) كانت مدة خدمتهم (10 سنوات فأقل)، وان (21.9%) كانت مدة خدمتهم (21- أقل من 30 سنة)، في حين أن (5.9%) كانت مدة خدمتهم (30 سنة فأكثر).
2- أداة الدراسة:

تم بناء القائمة الاستقصائية بالاعتماد على الأبحاث الماضية ذات الصلة بموضوع البحث الحالي، وقد تكونت الاستبانة من أربعة أجزاء:

أ- الجزء الأول: اشتمل على المعلومات المعبرة عن خصائص عينة الدراسة، طبقاً للمتغيرات الديموغرافية مثل (تصنيف الفئة العمرية والجنسية، عدد الخبرات العملية، آخر مؤهل علمي... إلخ).

ب- الجزء الثاني: اشتمل هذا الجزء على فقرات تغطي متغير الدراسة المستقل (الإدارة اللوجستية) تمت الاستعانة بها في بناء هذا الجزء من الاستبانة الخاصة بأبعاد الإدارة اللوجستية من خلال دراسة (توفيق، 2024؛ الامبابي، 2022؛ دسوقي، 2021؛ Richu, et. al., 2022) وأجريت عليها التعديلات اللازمة لكي تناسب أهداف الدراسة، وهذه الأبعاد هي: إدارة أساليب النقل وتمثله الفقرات (5-1)، إدارة أساليب التخزين وتمثله الفقرات (6-10)، إدارة أساليب التوريد (11-15)، إدارة أساليب القرار وتمثله الفقرات (16-20).

ج- الجزء الثالث: اشتمل هذا الجزء على فقرات تغطي متغير الدراسة التابع (جودة الخدمة المقدمة للحجاج) وتم الاسترشاد في بناء فقرات هذا المتغير بدراسة كل من (كمال، 2023؛ عزيزه، 2023؛ Malnaad, et.al, 2022). وهذه الأبعاد هي: الجوانب المادية الملموسة وتمثله الفقرات (21-25)، الاعتمادية وتمثله الفقرات (25-30)، الاستجابة وتمثله الفقرات (31-35)، الأمان وتمثله الفقرات (36-40)، التعاطف وتمثله الفقرات (41-45).

د- الجزء الرابع: اشتمل هذا الجزء على فقرات تغطي متغير الدراسة الوسيط (مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة) وتمثله الفقرات (46-53).

استخدم الباحثان وسيلة ليكرت (Likert) لدراسة استجابات الأفراد المشاركين. والتي تقدر أوزان عبارات الاستبانة الاستقصائية على النحو من (موافق بشدة ويمثل 5 درجات) إلى (غير موافق إطلاقاً ويمثل 1 درجة). واستناداً إلى ذلك، إذا كان ناتج المتوسط الحسابي للعبارات متجاوزاً (3.68) من (5)، فيتّرجم

مستوى الإدراك بأنه عالٍ، بينما إذا كان ناتج المتوسط الحسابي تراوح بين (2.34-3.67) فيترجم مستوى الإدراك بأنه متوسطاً، وعلى عكس ما سبق، إذا كان ناتج المتوسط الحسابي دون (2.33) فيفسر مستوى الإدراك بأنه منخفضاً. كل هذا اعتماداً على معيار الناتج الأعلى - الناتج الأدنى.

القيمة العليا لدرجة الاستجابة - القيمة الدنيا لدرجة الاستجابة

عدد المستويات (المتوسط)

$$1.33 = \frac{4}{3} = \frac{1-5}{3} =$$

من 1 + 1.33 = الى 2.33 فاقل، يعكس مستوى تقدير (ضعيف/منخفض)

من 1.33+2.34 = الى 3.67 ، يعكس مستوى تقدير (متوسط)

من 3.68 + 1.33 = الى 5 ، يعكس مستوى تقدير (مرتفع /عالٍ)

3- صدق اتساق وثبات أداة الدراسة:

عرض الباحثان الاستبانة على عدد من المحكمين الأكاديميين المتخصصين في العلوم الادارية، لأخذ مرنياتهم وملحوظاتهم، وتم إجراء التعديلات الهامة على هيكله الاستبانة وفقرات الاستبانة لتظهر في شكل ملائم ودقيق يحقق التوازن بما جاء في مضامين الاستبانة وفقراتها. وباستخدام معامل كرونباخ ألفا في أداة هذا البحث لقياس الاتساق او الموثوقية الداخلية الكلية ولكل أبعاد المتغيرات، نجد في الجدول رقم (2) ما يوضح ناتج معامل الموثوقية والاتساق:

الجدول (2)

ناتج مقياس الاتساق الداخلي لجميع أبعاد متغيرات البحث بواسطة (ألفا كرونباخ)

الأداة	البُعد	الموثوقية والثبات (ألفا كرونباخ)
الإدارة اللوجستية	إدارة أساليب النقل	0.89
	إدارة أساليب التخزين	0.85
	إدارة أساليب التوريد	0.81
	إدارة أساليب القرار	0.88
مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة		0.88
جودة الخدمة المقدمة للحجاج	الجوانب المادية الملموسة	0.90
	الاعتمادية	0.83
	الاستجابة	0.86
	الأمان	0.82



الموثوقية والثبات (ألفا كرونباخ)	البُعد	الأداة
0.87	التعاطف	
0.89		الكلي

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

بقراءة الجدول رقم (2) نجد أن معامل ثبات أبعاد الإدارة اللوجستية تراوحت بين (0.81-0.89) وبلغت معاملات الثبات لأبعاد المتغير الوسيط مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة تراوحت بين (0.88) أما بالنسبة للعامل التابع جودة الخدمة المقدمة للحجاج فقد تراوحت بين معاملات الثبات (0.82-0.90)، والنتائج الكلي كان (0.89) إذ تعتبر هذه القيمة مقبولة لأغراض الدراسة مع العلم بأن نتائج الاتساق الداخلي المقبول هو ما لا يقل عن (0.60) كما اقترحت الأدبيات.

حادي عشر-المعالجات التحليلية باستخدام الإحصاء:

من أجل معالجة ما تم جمعه من بيانات وتحليل الاستجابات حول العبارات الواردة في أداة الاستبانة الإحصائية واختبار فرضيات البحث، استخدم الباحثان حقيبة (SPSS) التي تدعى بـ"الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" مع احتساب ما يلي:

- 1- ما ورد في بنود خصائص عينة الدراسة من خلال (تقدير النسبة المئوية، تقدير المتوسط الحسابي، تقدير الانحراف المعياري) للإجابة عن أسئلة الدراسة.
- 2- تقدير معامل ألفا كرونباخ الذي يقيس ثبات أداة البحث.
- 3- تحليل الانحدار الخطي بنوعيه المتعدد والمتدرج لاختبار صلاحية نموذج الدراسة، وتأثير المتغيرات (المستقل والتابع) الذي يختبر دخول كافة المتغيرات في معادلة التنبؤ.
- 4- استخراج معاملات التباين "المسموح والالتواء" للتأكد من درجة ارتباط المتغيرات.
- 5- استعراض مخرجات برنامج أموس اعتمادًا على اختبار تحليل المسار، والمسارات المتمثلة بالمتغيرات والوسيط.

ثاني عشر - نتائج البحث:

الإجابة عن التساؤل البحثي الأول: ما هو مستوى إدراك العاملين في المنشآت التجارية في مكة المكرمة لأبعاد الإدارة اللوجستية؟

الجدول (3)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمربيات العاملين في المنشآت التجارية نحو أبعاد الإدارة اللوجستية

تسلسل الفقرات	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	المستوى حسب المتوسط
5-1	إدارة أساليب النقل	3.69	0.59	3	مرتفع
10-6	إدارة أساليب التخزين	3.83	0.58	1	مرتفع
15-11	إدارة أساليب التوريد	3.63	0.63	4	متوسط
20-16	إدارة أساليب القرار	3.77	0.60	2	مرتفع
20-1	الإدارة اللوجستية	3.73	0.56	-	مرتفع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يشير الجدول رقم (3) إلى أن ناتج المتوسط الحسابي الكلي (الإدارة اللوجستية) واقع ضمن الحالة المرتفعة والبالغة (3.73)، بما يفيد بأن إدراك الأفراد المستجيبين، ذات نسب إيجابية إزاء هذا المتغير الأساسي، حيث حاز بُعد (إدارة أساليب التخزين) الأهمية الأولى بمتوسط حسابي مقداره (3.83)، وتلاه بُعد (إدارة أساليب القرار) بمتوسط حسابي مقداره (3.77)، و(إدارة أساليب النقل) بمتوسط حسابي (3.69)، وأخيراً بُعد (إدارة أساليب التوريد) بمتوسط حسابي وقدره (3.63).

وقد تعزى محصلة البحث التي تم التوصل إليها إلى مستوى أهمية التركيز على أبعاد الإدارة اللوجستية التي تعد إحدى المؤثرات المحفزة على تحسين جودة ما يتم تقديمه من خدمات للحجاج لتحقيق الأهداف التنظيمية، وأن الدراسة ركزت على إدارة أساليب التخزين مما يعني أن الطريقة التي تنتهجها الإدارات المختلفة في المنشآت التجارية تعمل على تشجيع العاملين على تجربة وسائل جديدة مبتكرة، وتقديم الأفكار والخدمات الجديدة بطريقة منظمة ومدعمة تسهم في تحقيق أهداف العمل والمنشأة. كما أن إدارة أساليب القرار والتي تعمل على تعزيز الإدارة اللوجستية، وتمكين الأفراد من اكتساب المهارات والمعلومات حتى يكونوا على مستوى عالٍ من التأهيل والقدرة على مواكبة التقلبات البيئية سواء في الحال أو المستقبل، بغية إحداث التطوير وتحسين أداء الأفراد في العمل، وتشجيعهم على بذل أكبر قدر ممكن من الجهد والعطاء. كما تُفسر هذه النتيجة على أن الإدارة اللوجستية تمتاز باعتمادها على تحقيق الرؤية الشمولية كونها ترتبط بحاجة المنشآت التجارية للنمو والاستدامة في ظل بيئةٍ دائمةٍ التغيير.

الإجابة عن التساؤل البحثي الثاني: ما هو مستوى إدراك العاملين في المنشآت التجارية في مكة المكرمة لأبعاد جودة الخدمة؟



الجدول (4)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمبرئيات العاملين في المنشآت التجارية بمكة المكرمة لأبعاد جودة الخدمة

تسلسل الفقرات	جودة الخدمات المقدمة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	المستوى بالنسبة للمتوسط الحسابي
25-21	الجوانب المادية الملموسة	3.71	0.55	4	مرتفع
30-26	الاعتمادية	3.73	0.56	3	مرتفع
35-31	الاستجابة	3.69	0.60	5	مرتفع
40-36	الأمان	3.76	0.53	2	مرتفع
45-41	التعاطف	3.80	0.54	1	مرتفع
مجموع المتوسط الكلي للفقرات (45-21)		3.75	0.53	-	مرتفع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

بالنظر في الجدول رقم (4) الوارد أعلاه، يتضح أنّ ناتج المتوسط الحسابي تجاه إدراك العاملين في المنشآت التجارية لأبعاد جودة الخدمة، جاءت بدرجة مرتفعة، وبلغ المتوسط الكلي (3.75) وانحراف معياري مقداره (0.53). احتل بُعد التعاطف الترتيب الأول حيث سجل قيمة متوسط حسابي أعلى مقداره (3.80)، في حين جاء في الترتيب الخامس والأخيرة بُعد الاستجابة حيث سجل قيمة متوسط حسابي أدنى مقداره (3.69). وبذلك، يفسر الباحثان إلى أن هنالك قدرة لدى العاملين في المنشآت التجارية على الاتصال الفعال مع الحجاج بكفاءة عالية، وهنالك طرق عدة تنفذ بها الخدمة بدقة وهذا يؤدي بدوره إلى تلبية خدمات الحجاج بسرعة، والذي بدوره ينعكس على تمتع الخدمة المقدمة للحجاج بدرجة من الثقة في نفوس الحجاج وتوفير الحماية المناسبة للمعلومات المقدمة لهم، وبذلك فإن هذا يسهل توفير الخدمة بأكبر قدر من الوضوح والدقة والمصداقية. وإن اهتمام المنشآت التجارية بصوت الحجاج (مقترحات أو شكاوى) والعمل على معالجتها والتقليل منها ما أمكن، والتي تحدث أثناء تقديم الخدمة، يساهم في الحصول على خدمات بمستوى عالي من الجودة.

الإجابة عن التساؤل البحثي الثالث: ما هي إدراك العاملين في المنشآت التجارية بمكة المكرمة لمبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة؟

الجدول (5)

نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
46	أحرص على شراء التحف والهدايا التذكارية التي تكون محلية الصنع وتحمل معالم إسلامية.	3.84	0.90	1	مرتفعة
47	أحرص على شراء التحف والهدايا التذكارية وإن كانت غير محلية الصنع لكن تحمل معالم إسلامية.	3.77	0.92	4	مرتفعة
48	أدرك بأن الأسواق حول الأماكن المقدسة (مكة والمدينة) تباع أو تعرض سلع تذكارية وهدايا.	3.73	0.94	5	مرتفعة
49	أفكر جيداً قبل اتخاذ قرار شراء أي سلع تذكارية أو هدايا إسلامية من المتاجر.	3.64	1.02	8	متوسطة
50	أقوم بشراء سلع تذكارية وهدايا إسلامية مصنوعة محلياً فقط.	3.66	1.01	7	متوسطة
51	أعود التسوق والشراء للسلع عند القدوم لأداء مناسك الحج أو العمرة مرة أخرى.	3.71	0.95	6	مرتفعة
52	أقرر عدم شراء سلعة هدية وتذكارية في حال عدم وجود الكمية التي أريد في شراءها.	3.78	0.93	3	مرتفعة
53	يحرص المتجر على توفير الكمية الكافية لمنتج الهدية التي أريد شراءها.	3.81	0.92	2	مرتفعة
	مجموع المتوسط الكلي (46-53)	3.74	0.54	-	مرتفعة

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يبين الجدول (5) إدراك الأفراد العاملين تجاه العبارات المدرجة على متغير مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة حيث حظيت بتقدير مرتفع. بلغ إجمالي المتوسط الكلي (3.74) والانحراف المعياري (0.54). كما يشير الجدول كذلك إلى أن الفقرة (46) التي تنص على "أحرص على شراء التحف والهدايا التذكارية تكون محلية التصنيع وتحمل معالم إسلامية"، جاءت في الترتيب الأول بقيمة متوسط حسابي قدره (3.84) وقيمة قدرها (0.90) للانحراف المعياري، بينما احتلت الترتيب الأخير الفقرة رقم (49) والتي تنص على "أفكر جيداً قبل اتخاذ قرار شراء أي سلع تذكارية أو هدايا إسلامية من المتاجر" حيث سجلت قيمة متوسط حسابي (3.64)، ومعدل قدره (1.02) للانحراف المعياري. مما يدل على أن مبيعات السلع التذكارية والهدايا متوفرة بشكل جيد بالقرب من مواقع المركزية في مكة المكرمة أثناء موسم الحج والعمرة والزيارة، مما يسهل على الحجاج والمعتمرين الحصول على



المنتجات التي يحتاجون إليها بكل سهولة. وأن هناك إدراك يأتي بمستوى أكثر ارتفاعاً وإيجابيةً لبعد مبيعات السلع التذكارية والهدايا، ما يعكس بأن لدى أصحاب المحلات التجارية الاستعداد الدائم للتعاون مع الحجاج، ودون ما يتوقعونه هو اهتمام أصحاب المحلات التجارية لتوفير احتياجاتهم والسعي لتحقيقها ما أمكن.

1- إختبار فرضيات البحث:

قبل تطبيق تحليل الانحدار لاختبار الافتراضات، تم تنفيذ بعض الإختبارات وذلك من أجل ضمان ملائمة البيانات لافتراضات تحليل الانحدار وذلك على النحو التالي: فيما يتعلق بافتراض ضرورة انتفاء ارتباط "Multicollinearity" بدرجة عالية بين أبعاد المتغير المستقل، قام الباحثان بإجراء معامل تضخم التفاوت "Variance Inflation Factor- VIF"، واختبار التباين المسموح به "Tolerance" لكل متغير، ويشير الجدول رقم (6) إلى أنه إذا كان معامل تضخم التفاوت (VIF) للمتغير يتجاوز (10) وكانت قيمة التغير المسموح به أقل من (0.05) فإنه من الممكن أن يقال بأن هذا المتغير يحظى بارتباط مرتفع تجاه متغيرات مستقلة أخرى، وبالتالي سيؤدي إلى حدوث مشكلة في تحليل الانحدار. وقد تم الاعتماد على هذه القاعدة لاختبار معامل الارتباط بين المتغيرات المستقلة. وكما يشير الجدول رقم (6) والذي يحتوي على المتغيرات المستقلة وقيمة معامل تعاضم التغير (VIF) والتباين المسموح لكل متغير، نلاحظ أن قيمة (VIF) لجميع المتغيرات كانت أقل من (10) حيث تتراوح (2.305-3.480). كما أنه من الممكن ملاحظة الناتج المتحصل للتفاوت المسموح به لجميع المتغيرات كانت متجاوزة (0.05) حيث تتراوح بين (0.287 - 0.434)، ولذلك من الممكن أن يقال لا توجد معضلة واقعية قائمة تتعلق بوجود ارتباط بدرجة عالية بين أبعاد المتغير المستقل.

الجدول (6)

ناتج إختبار معامل التباين والالتواء

أبعاد المتغير المستقل	التباين المسموح به Tolerance	معامل تقييم التغير	معامل الالتواء Skewness
إدارة أساليب النقل	0.434	2.305	0.211
إدارة أساليب التخزين	0.287	3.480	0.209
إدارة أساليب التوريد	0.412	2.430	0.129
إدارة أساليب القرار	0.309	3.239	0.347

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

ولتأكد من فرضية توزيع البيانات بشكل طبيعي، تم احتساب قيمة معامل الالتواء لكافة الأبعاد التي تندرج تحت المتغير المستقل. إذ يشير الجدول رقم (6) بأن قيمة معامل الالتواء لجميع متغيرات البحث كانت دون (1.00)، ولذلك من الممكن أن يقال لا توجد مشكلة واقعية قائمة تجاه فرضية توزيع بيانات الدراسة بشكل طبيعي، وبمثل يتم التأكد من جدو صلاحية النموذج لكل فرضية على حدا.

الافتراض الرئيسي الأول: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة اللوجستية بالأبعاد التالية (بُعد إدارة أساليب النقل، بُعد إدارة أساليب التخزين، بُعد إدارة أساليب التوريد، إدارة أساليب القرار)، في جودة الخدمة المقدمة في موسم الحج والعمرة يبلغ مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الجدول (7)

ناتج اختبار (الإنحدار الخطي) لأثر الإدارة اللوجستية بأبعاده المختلفة في جودة الخدمات المقدمة في موسم الحج والعمرة

مستوى دلالة t	قيمة (t) التقديرية	Beta	الخطأ المعياري	قيمة (B)	الإدارة اللوجستية
0.000	*4.552	0.148	0.065	0.296	إدارة أساليب النقل
0.008	*2.667	0.232	0.100	0.268	إدارة أساليب التخزين
0.002	*3.190	0.249	0.085	0.271	إدارة أساليب التوريد
0.000	*4.423	0.391	0.102	0.450	إدارة أساليب القرار

* ذات مدلول إحصائي عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

تبين القيم الإحصائية الواردة في الجدول (7)، وبتتبع قيمة (t) التقديرية، نجد أن الأبعاد الفرعية التالية والمتعلقة (بُعد إدارة أساليب النقل، بُعد إدارة أساليب التخزين، بُعد إدارة أساليب التوريد، بُعد إدارة أساليب القرار) لها تأثير على جودة الخدمة المقدمة في موسم الحج والعمرة، حيث بلغت قيم (t) التقديرية والبالغة (4.552، 2.667، 3.910، 4.423) على نحو متتالي، وهي قيم عند المستوى الدال ($\alpha \leq 0.05$). وبلغت قيم (Beta) (0.148، 0.232، 0.249، 0.391) والانحراف المعياري (0.065، 0.100، 0.085، 0.102) وقيم (B) (0.296، 0.268، 0.271، 0.450). وبما سبق استعراضه من متحصلات، فإنه يقتضي رفض الافتراض الصفري الذي ينص على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة اللوجستية بالأبعاد التالية (بُعد إدارة أساليب النقل، بُعد إدارة أساليب التخزين، بُعد إدارة أساليب التوريد، إدارة أساليب القرار) على جودة الخدمات المقدمة للحجاج والمعتمرين أثناء موسم الحج والعمرة.



الجدول (8)

ناتج إختبار (الانحدار المتعدد التدريجي) للتنبؤ بجودة الخدمات المقدمة في موسم الحج والعمرة من خلال الإدارة اللوجستية كمتغير

مستقل

ترتيب إلتحاق العناصر المستقلة بمعادلة التنبؤ	معامل التحديد R2	قيمة (t) التقديرية	مستوى دلالة t*
إدارة أساليب النقل	0.483	*6.794	0.000
إدارة أساليب القرار	0.522	*5.340	0.000
إدارة أساليب التوريد	0.533	*3.673	0.000
إدارة أساليب التخزين	0.537	*2.963	0.000

* ذات مدلول إحصائي عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

أجري عمل تحليل "الانحدار المتعدد التدريجي" وذلك لمعرفة وتحديد أي من أبعاد الإدارة اللوجستية الفرعية التالية (بعد إدارة أساليب النقل، وبعد إدارة أساليب التخزين، وبعد إدارة أساليب التوريد، وإدارة أساليب القرار) أكثر تأثيراً على جودة الخدمات المقدمة للحجاج والمعتمرين في موسم الحج والعمرة. لهذا يتضح من الجدول رقم (8) أن ترتيب دخول المتغيرات المستقلة في معادلة الانحدار، فإن إدارة أساليب النقل يفسر ما مقداره (48.3%) من اختلاف في المتغير التابع، ودخل متغير إدارة أساليب القرار حيث يفسر مع إدارة أساليب النقل (52.2%) من اختلاف في المتغير التابع، والتحق تالياً متغير إدارة أساليب التوريد حيث يفسر مع المتغيرين السابقين (53.3%) من اختلاف في المتغير التابع، ودخل أخيراً متغير إدارة أساليب التخزين حيث فسر مع المتغيرات السابقة ما مقداره (53.7%) من اختلاف في جودة الخدمات المقدمة في موسم الحج والعمرة كمتغير تابع.

وهذا يعني أنه يمكن تحسين جودة الخدمات المقدمة للحجاج والمعتمرين أثناء موسم الحج والعمرة عبر تكريس الاهتمام بتطبيقات الإدارة اللوجستية من خلال تكامل سلاسل التوريد وتركيزها على نظم العمل، أو ما يعرف بالعمليات الرئيسية للمنشأة، وتقديم روى مستقبلية للمنشأة التجارية، وتصميم رسالتها وتحديد غاياتها على المدى البعيد، وتحديد أبعاد العلاقات المتوقعة بينها وبين بيئتها بما يسهم في بيان الفرص والمخاطر المحيطة بها، ونقاط القوة والضعف المميزة لها، وذلك بهدف اتخاذ القرارات الإستراتيجية المؤثرة على المدى البعيد ومراجعتها وتقييمها لتحقيق أهداف المنشآت بكفاءة وفعالية. وعلى هذا الأساس فإن شأن تحسين جودة الخدمات المقدمة تتطلب إمكانات، وتحتاج إلى رسم خطط إستراتيجية للشعب الإدارية التي بداخل المنشأة.

كما يفسر هذا الناتج أن المنشآت التجارية تقيم علاقة الشراكة والتعاون مع جميع من لهم علاقة بتسيير موسم الحج والعمرة لتقديم الخدمة في الوقت المناسب، ولتتمكن من الوفاء بالتزاماتها نحو

الحجاج في الوقت المحدد. كما أن وجود إستراتيجية شراكة مع جميع من لهم علاقة بنجاح موسم الحج والعمرة تسهل من عملية التبادل المشترك للمعلومات المتعلقة بالخدمات والعمليات، مما يساعد على وضع الخطط وتقديم الخدمات المطلوبة دون تأخير، وتحسين زمن تقديم الخدمة. لذا فإن المنشآت التجارية بحاجة إلى إقامة علاقات حميمة مع الموردين لتضمن استمرار تدفق المواد دون الحاجة إلى مستويات عالية من المخزون، لتجنب تكاليف الاحتفاظ بالمخزون. مما يعني إن تكامل أبعاد الإدارة اللوجستية يعد مفتاحاً رئيساً لتحسين جودة الخدمة. كما أن قنوات سماع شكاوى ومقترحات الحجاج والمعتمرين يساعد المنشآت التجارية في رسم خططها بما يؤدي إلى زيادة سرعة الاستجابة لاحتياجات السوق، ويزيل الحواجز الفنية بين المنشأة التجارية والموردين ويخلق حالة من التعاون من أجل تلبية احتياجات الأسواق. كما يساعد على حل العوائق الداخلية بسرعة بما يضمن التدفق الفعال للمعلومات، إذ تؤدي المعلومات غير الدقيقة إلى التنبؤ الخاطئ لطلب الأسواق، وبالتالي تخصيص الموارد بشكل غير فعال مما يترتب عليه تكاليف إنتاج وتخزين وتوريد والتأخير في وقت تقديم الخدمات.

الافتراض الرئيسي الثاني: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ليس هنالك تأثير يحمل مدلولاً إحصائياً للإدارة اللوجستية بالأبعاد التالية (بُعد إدارة أساليب النقل، وُبعد إدارة أساليب التخزين، وُبعد إدارة أساليب التوريد، وإدارة أساليب القرار) على مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة يبلغ مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الجدول (9)

ناتج الانحدار المتعدد لاختبار تأثير الإدارة اللوجستية بأبعادها المتنوعة في مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة.

الإدارة اللوجستية	قيمة (B)	الخطأ المعياري	Beta	قيمة (t) التقديرية	مستوى دلالة t
إدارة أساليب النقل	0.397	0.080	0.178	*4.958	0.000
إدارة أساليب التخزين	0.272	0.123	0.212	*2.213	0.027
إدارة أساليب التوريد	0.237	0.104	0.196	*2.280	0.023
إدارة أساليب القرار	0.599	0.125	0.468	*4.802	0.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

* ذات مدلول إحصائي عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$



يبين ناتج التحليل لانحدار الخطي المتعدد الوارد في الجدول رقم (9)، وبتتبع قيم (t) التقديرية، أن الأبعاد الفرعية التالية والمتعلقة (بُعد إدارة أساليب النقل، بُعد إدارة أساليب التخزين، بُعد إدارة أساليب التوريد، بُعد إدارة أساليب القرار) لها تأثير في مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة، حيث بلغت قيم (t) المحسوبة والبالغة (4.958، 2.213، 2.280، 4.802)، وهي قيم عند المستوى الدال ($\alpha \leq 0.05$). وبلغت قيم (Beta) (0.178، 0.196، 0.468). والخطأ المعياري (0.080، 0.104، 0.125)، وقيم (B) (0.397، 0.237، 0.599، 0.356). وبما سبق استعراضه من متحصلات، فإنه يقتضي رفض الافتراض الصفري الذي ينص على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة اللوجستية بالأبعاد الفرعية التالية (بُعد إدارة أساليب النقل، وبُعد إدارة أساليب التخزين، وبُعد إدارة أساليب التوريد، وإدارة أساليب القرار) على مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة.

الجدول (10)

ناتج تحليل الانحدار المتعدد للتنبؤ بمبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة من خلال الإدارة اللوجستية كمتغير مستقل

ترتيب إلتحاق العناصر المستقلة بمعادلة التنبؤ	معامل التحديد R2	قيمة (t) التقديرية	مستوى دلالة *t
إدارة أساليب النقل	0.379	*6.189	0.000
إدارة أساليب القرار	0.408	*5.802	0.000
إدارة أساليب التخزين	0.426	*3.834	0.000
إدارة أساليب التوريد	0.429	*3.280	0.005

* ذات مدلول إحصائي عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

وأجري عمل "تحليل الانحدار المتعدد" التدريجي لمعرفة وتحديد أي من الأبعاد الفرعية للإدارة اللوجستية أكثر تأثيراً في مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة. لذا، يبين الجدول رقم (10) ترتيب إلتحاق المتغيرات المستقلة بمعادلة الانحدار، فإن إدارة أساليب النقل يفسر ما مقداره (37.9%) من التغيرات في المتغير التابع، ودخل متغير إدارة أساليب القرار حيث يفسر مع إدارة أساليب النقل (40.8%) من عدم تكافؤ في المتغير التابع، ودخل تالياً متغير إدارة أساليب التخزين حيث فسر مع كلا المتغيرين السابقة (42.6%) من عدم تكافؤ في المتغير التابع، ودخل أخيراً بُعد إدارة أساليب التوريد كمتغير فرعي حيث فسر مع المتغيرات السابقة ما مقداره (42.9%) من التفاوت في مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة كمتغير تابع.

وقد يعكس ذلك حجم العناية والاعتبار الفائق الذي تبديه المنشآت التجارية من الاهتمام بتكامل أبعاد

الإدارة اللوجستية لكونها تسلط الضوء على كيفية مبيعات السلع التذكارية والهدايا تتم بكفاءة وفعالية، وهو على الأرجح دليل على سعة معرفتهم وإلمامهم بأن تكامل أبعاد الإدارة اللوجستية يسمح للمنشآت في إيجاد ظروف مستقبلية مواتية تضمن استدامتها عبر تكريس الاهتمام بمبيعات السلع من خلال بناء الكفايات والحفاظ عليها، والرؤية المستقبلية، والمنظور الشمولي، والذي بدوره سيفضي في المحصلة إلى تسهيل قدرة المنشآت على إعادة الاستراتيجيات بسرعة عندما تتطلب ظروف السوق ذلك، وتمكين المنشآت من تقديم خدمات جديدة بكفاءة، باعتبارها مورد من موارد المنشأة التجارية الذي بمقدوره تمكين المنشأة من تحقيق حالة من التأقلم مع التقلبات البيئية، على نحو يدعم بقاءها والإفادة من نواحي التميز المتوافرة لدى المنشآت التجارية الأخرى، مع توفير الأجواء التي تتيح للمنشآت إذا ما أحسنت استثمارها على النحو المناسب مما يستدعي ضرورة مواكبته باستمرار.

- الافتراض الرئيسي الثالث: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة على جودة الخدمة المقدمة في موسم الحج والعمرة يبلغ مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الجدول (11)

نتائج التحليل لمعامل اتباين للانحدار وللتأكد من صلاحية النموذج لاختبار افتراضات الدراسة.

الدور الوسيط	المتغير التابع	المصدر	معامل التحديد R^2	الإجمالي المقدر للمربعات	متوسط المربعات	قيمة (F) التقديرية	مستوى دلالة F
مبيعات السلع التذكارية والهدايا	جودة الخدمات المقدمة في موسم الحج والعمرة	الانحدار	0.701	86.032	86.032	*795.126	0.000
		الخطأ		36.680	0.108		
		الكلي		122.71	86.14		
			2				

* ذات مدلول إحصائي عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم (11) نتائج إختبار الإفتراض الرئيسي الثالث، ونظرًا لارتفاع قيمة (F) التقديرية عن قيمتها الجدولية على مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ، حيث إن مبيعات السلع التذكارية والهدايا يفسر (70.1%) من التفاوت بالمتغير التابع الكلي (جودة الخدمات المقدمة في موسم الحج والعمرة)، وبجميع ما سبق، يؤكد دور وتأثير مبيعات السلع التذكارية والهدايا في جودة ما يتم تقديمه من خدمات أثناء موسم الحج والعمرة. وبناء على ذلك كان من الممكن اختبار الافتراض الرئيسي الثالث.



الجدول (12)

ناتج التحليل للانحدار البسيط لاختبار تأثير مبيعات السلع التذكارية والهدايا على جودة الخدمة المقدمة في موسم الحج والعمرة.

المتغير التابع	المتغير الوسيط	قيمة (B)	الخطأ المعياري	Beta	قيمة (t) التقديرية	مستوى دلالة t
جودة الخدمة المقدمة في موسم الحج والعمرة	مبيعات السلع التذكارية والهدايا	0.783	0.028	0.837	28.198	0.000

* ذات مدلول إحصائي عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

يبين الناتج الإحصائي الوارد في الجدول رقم (12)، أن بُعد المبيعات للسلع التذكارية والهدايا كمتغير بسيط، كان له تأثير في جودة الخدمات المقدمة في موسم الحج والعمرة، بدلالة قيمة (Beta) لهذا المتغير كما مبين في الجدول ذاته وبدلالة قيمة (t) عند المستوى الدال ($\alpha \leq 0.05$)، حيث بلغت قيم (t) التقديرية (28.198) وقيمة عند المستوى دال ($\alpha \leq 0.05$) وعليه تم رفض الافتراض الرئيسي الأول وقبول البديلة بمعنى أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة على جودة الخدمات المقدمة للحجاج والمعتمرين، عند المستوى الدال ($\alpha \leq 0.05$). ويفسر هذه النتائج المتحصل على أن جودة الخدمات المقدمة في موسم الحج والعمرة تُعد من أهم الركائز التي تساعد على تحقيق مبيعات السلع التذكارية والهدايا، والتي تتمثل بالتوزيع المناسب للأدوار والصلاحيات لإكساب العاملين في المحلات التجارية المهارات والمعارف اللازمة ولتمكينهم من المساهمة في تحسين جودة مخرجات العمل، وتمكينهم من الأداء بشكل مميز للوصول إلى الأهداف المنظورة. كما تتضمن هذه الخطوة بحث أهداف المنشأة وتفهمها، حيث أن تحسين جودة الخدمة المقدمة جزء لا يتجزأ من التخطيط الكلي لتلك المنشآت التجارية. فتحسين جودة الخدمة المقدمة لدى المنشأة التجارية هي المؤشر المحدد لمواطن القوة والنجاح ولمواطن الاستثمار في ظل التأقلم مع التقلبات البيئية. فالسياسات الإجرائية والانشطة والبرامج التي تتمثل في تحقيق جودة الخدمة المقدمة بأبعاده الفرعية، تعزز إمكانات وقدرات المنشأة على تلمس احتياجات الحجاج.

الافتراض الرئيسي الرابع: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة اللوجستية بالأبعاد التالية (بُعد إدارة أساليب النقل، وُبعد إدارة أساليب التخزين، وُبعد إدارة أساليب التوريد، وإدارة أساليب القرار) على جودة الخدمة المقدمة بأبعاده مجتمعة من خلال مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة يبلغ مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

ومن أجل اختبار الافتراض الرئيسي الرابع المشار أعلاه، قام الباحثان بإجراء تحليل المسار للمتغيرات الافتراضية أو ما يسمى بنمذجة المعادلة البنائية حيث يتمثل هذا الإجراء التحليلي في إيجاد حزمة من المتغيرات الافتراضية بواسطة حزمة أكبر من المتغيرات الواقعية، حيث نفترض أن تلك المتغيرات الافتراضية تؤثر في مجموعة من المتغيرات الحقيقية من خلال ما يسمى بالتدفقات العاملة، وبعد ذلك يُجرى تحليل لتلك المتغيرات الافتراضية الجديدة التي تم توليدها. تم استخدام حقيبة AMOS.25 لإجراء هذا التحليل. وقد تم إدراج ناتج التلائم المنظور والفعلي كما في الجدول رقم (13) حيث بلغت قيمة مربع كاي (6.85) وبقيمة احتمالية (0.000) وهي ذات دلالة إحصائية عند المستوى الدال (0.05)، وهذا يدل على أنه هنالك فروق ذات دلالة بين مصفوفتي التفاوت والتفاوت المشترك عائد إلى حجم العينة، كذلك يلاحظ أن قيمة مؤشر جودة الصلاحية (Goodness Fit Index) وصلت إلى (0.945) وقيمة هذا المؤشر تساوي الواحد الصحيح للنموذج المثالي (Perfect Model).

وقد بلغت قيمة مؤشر جودة الصلاحية المعدل (Adjusted Goodness Fit Index) (0.967) وقيمة هذا المؤشر حدها الأعلى للنموذج المثالي واحد صحيح ولكن حدها الأدنى يمكن أن يكون أقل من الصفر، أما مؤشر الصلاحية المعياري (Normed Fit Index) فقد كانت قيمته تساوي (0.961) ويشير هذا المؤشر إلى أن النماذج التي قيمتها أقل من (0.900) تكون بحاجة إلى إجراء تعديلات، وفيما يتعلق بمؤشر جودة الصلاحية المقارن (Comparative Fit Index) فقد بلغت قيمته (0.952) وهذا المؤشر تتراوح قيمته بين (0 و 1) ويقترب من الواحد الصحيح للنموذج الملائم، أما مؤشر الصلاحية التدريجي (Incremental Fit Index) وصلت قيمته إلى (0.924)، وتجدر الإشارة إلى أن قيم هذا المؤشر تتراوح بين (0 و 1) وتقترب من الواحد للنموذج الملائم، كما يلاحظ أن جذر متوسط مربع تقريب الخطأ (RAMSEA) بلغ (0.03) وهي قيمة تتراوح بين (0.05 و 0.08) وتعكس قيمة مقبولة لتقريب الخطأ، والجدير بالذكر أن قيمة هذا المؤشر إذا تجاوزت (0.10) فإن النموذج يعتبر غير مقبول.

كما يلاحظ من الجدول رقم (13) أن التأثير المباشر للإدارة اللوجستية على جودة الخدمة المقدمة يبلغ (2.615) وهو ذو دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) حيث بلغت قيمة المسار الحرج (Critical Ratio) (4.11) وبقيمة احتمالية (0.000)، كذلك بلغ التأثير المباشر للقدرات الجوهرية على جودة الخدمة المقدمة (4.210) وهذا التأثير ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت القيمة الحرجة لهذا المسار (3.65). وكانت قيمتها الاحتمالية (0.002)، وبذلك يكون التأثير غير المباشر للإدارة اللوجستية على جودة ما يتم تقديمه من خدمات من خلال المبيعات للسلع التذكارية والهدايا كدور وسيط يساوي (13.21)، وهذا التأثير غير المباشر يحمل دالاً إحصائياً عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$)، حيث بلغت



القيمة الاحتمالية (P) (0.000).

وبالتالي يجب رفض الافتراض الرئيسي الرابع والذي ينص على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) للإدارة اللوجستية بأبعاده الفرعية التالية (بُعد إدارة أساليب النقل، بُعد إدارة أساليب التخزين، بُعد إدارة أساليب التوريد، وإدارة أساليب القرار) على جودة الخدمة المقدمة بأبعاده مجتمعة من خلال مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة.

الجدول (13)

تاتج مؤشرات قيم التلائم

المؤشر	القيم المطلوبة*	القيم الفعلية
مربع كاي النسبي (CMIN/DF)	$5 \geq$	6.815
جودة الصلاحية (GFI)	$0.90 \leq$	0.945
جودة الصلاحية المعدلة (AGFI)	$0.80 \leq$	0.967
مؤشر الصلاحية المعياري (NFI)	$0.90 \leq$	0.961
مؤشر الصلاحية المقارن (CFI)	$0.90 \leq$	0.952
مؤشر الصلاحية التدريجي (IFI)	$0.90 \leq$	0.924
جذر متوسط مربع الخطأ للتقريب (RMSEA)	0.08 إلى 0.05	0.03

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

الجدول (14)

نتائج تحليل مسار تأثير الإدارة اللوجستية على جودة الخدمات المقدمة عبر مبيعات السلع التذكارية والهدايا كمتغير وسيط

المسار	التأثير المباشر	التأثير غير المباشر	التأثير الإجمالي	قيمة المسار الحرجة (CR)	القيمة الاحتمالية (P)
الإدارة اللوجستية ← جودة الخدمات المقدمة.	2.615	----	2.615	4.11	0.000
مبيعات السلع التذكارية والهدايا ← جودة الخدمة المقدمة	4.210	----	4.210	3.65	0.000
الإدارة اللوجستية ← مبيعات السلع التذكارية والهدايا ← جودة الخدمة المقدمة.	2.20	11.01	13.21	-	0.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام مخرجات برنامج AMOS

وبناءً على ما تقدم استعراضه من نتيجة، قد تفسر بأن المنشآت في مكة المكرمة تحرص على الارتقاء بجودة الخدمات بصفة مستمرة من خلال صياغة الأهداف الواقعية قابلة للقياس لضمان تحقيقها باستمرار وأتباع الأسس العلمية لحل مشكلات العمل، واستخدام المفاهيم الإدارية التي تسعى إلى النمو والتجديد، والتميز في إنجاز المهام والمسؤوليات. ومرد هذه النتيجة أن نماء الجودة يتمثل في قدرة المنشآت على الارتقاء بجودة خدماتها وأعمالها. فتحسين جودة ما يتم تقديمه من خدمات للحجاج يلعب دوراً هاماً في تحدد نقاط القوة والضعف والتي تساعد تلك المنشآت في زيادة مبيعات السلع التذكارية والهدايا وتستثمر هذه النقاط في التأقلم مع التقلبات البيئية. فالسياسات المتمثلة في تحسين جودة الخدمات، تزيد من قدرة تلك المنشآت على التعامل مع البدائل الاستراتيجية المناسبة لتنفيذ ومتابعة الاستراتيجيات، وذلك لوجود تداخل تكاملي وتشاركي بين صياغة الاستراتيجية وتنفيذها يساعد في سد النقص المتوقع في الصياغة. إذ التنفيذ الفعال للاستراتيجية يستلزم أن تسعى المنشآت التجارية إلى إيجاد وجهات نظر داعمة للاستراتيجيات المرسومة وحشد جميع الموارد اللازمة لإنجاز كل نشاط مطلوب ضمن جداول زمني محدد لها، وبدون أخطاء قد تؤدي إلى فشل هذه الاستراتيجية وذلك بتطور الرقابة الذاتية للعاملين أثناء أداءهم لأعمالهم.

وتفسر هذه النتيجة على ان المنشآت التجارية تعمل على توظيف أبعاد الإدارة اللوجستية والتي سوف يزيد من كفاءتها وفعاليتها وقدرتها على التفكير بالوقت المناسب والذي سيحسن من نوعية صنع القرار، وسرعة الانجاز والتطبيق، ويجعلها أكثر استجابة لتحقيق عائد مادي من خلال مبيعات السلع التذكارية والهدايا. ويمكن لذلك أن يحقق زيادة في مبيعات السلع التذكارية والهدايا من خلال رفع كفاءة العاملين في محلات المبيعات على إعادة صياغة الاستراتيجيات برشاقة عند اللزوم، وإكساب العاملين في محلات المبيعات المهارات والمعارف والقدرات الجوهرية اللازمة لتقديم منتجات جديدة بكفاءة، تحفيزهم على استخدام تكنولوجيات إنتاج تسمح بإجراء مقدار كبير من العمليات بسرعة، وتدعيم كفاءة الإدارة مع الاحتفاظ بمجموعة استراتيجية لمواجهة التغيير. وقد يعود ذلك إلى أن تحقيق زيادة في مبيعات السلع التذكارية والهدايا يتطلب تطبيق سياسات وبرامج تساعد على تنمية ما يمتلكه الأفراد من قدرات والتي تُعد بمثابة نظام يحوي المبادرات والمناهج والأدوات الموجهة لإيجاد تدفق مثالي للمعارف لتحقيق الأهداف التنظيمية بكفاءة وفعالية، من خلال تخفيض التكلفة وزيادة الإنتاجية والوصول لجودة في تقديم الخدمة، وتعزيز قدرة المنشآت التجارية على الاحتفاظ بالأداء المنظم المعتمد على الخبرة والمعرفة وتحسينه.



ثالث عشر – توصيات البحث:

1. وحيث دلت النتائج على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة اللوجستية على جودة ما يتم تقديمه من خدمات للحجاج من قبل المنشآت التجارية بمكة المكرمة، لذا يجب على تلك المنشآت التجارية تهيئة العاملين لتبني استراتيجيات مرتبطة بتحقيق أبعاد الإدارة اللوجستية تساهم في توسيع فهم الإدارات في المنشآت التجارية لتحسين جودة الخدمة المقدمة للحجاج.
2. الحفاظ على مستوى الإدارة اللوجستية وجودة الخدمات المقدمة للحجاج من المنشآت، والعمل على تطويرها بكامل محاورها بما يضمن صياغة استراتيجية واضحة، والقدرة على المنافسة، والتكيف والاستجابة للتغيرات البيئية، وتحقيق رضا الحجاج، وذلك من خلال تعزيز الاهتمام بالإدارة اللوجستية وتعزيز جودة الخدمات المتمثلة في مبيعات السلع التذكارية والهدايا أثناء موسم الحج والعمرة.
3. ينبغي للمنشآت التجارية التركيز على جودة الخدمة المقدمة للحجاج من خلال الاهتمام ببناء علاقات بعيدة الأمد مع الموردين، والاتصال الفعال، والشراكة معهم، وبما يسمح بعقد اتفاقات بعيدة المدى تتميز بالثبات والرسوخ والمرونة مقابل التغييرات المستقبلية.
4. العمل على إقامة علاقات استراتيجية مع قطاع المصنوعات المحلية، مبنية على اتفاقيات شراكة أو عقود شراء وتوريد، مع التأكيد على أهمية جمع البيانات عن الحجاج لزيادة الفرص الاستثمارية عبر تصنيع منتجات تحقق تطلعات الحجاج والمعتزمين.
5. إن التكامل في أبعاد الإدارة اللوجستية تتطلب إحداث حالة من التعاون والتنسيق الفعال بين الأقسام الإدارية مثل (التسويق، البحث والتطوير، الإنتاج، الشراء والتخزين)، بما يضمن رفع مستوى مرونة تقديم الخدمات باعتبارها واحدة من الأدوات التنافسية.
6. تحسين مستوى استجابة أبعاد الإدارة اللوجستية لأي تقلبات يمكن أن تطرأ على السوق وذلك بالدراسة المستمرة للتصاميم والأشكال الخارجية بما في ذلك شأن التغليف للسلع والهدايا أن تكون ذات طابع إسلامي ومحلية الصنع. والاهتمام أكثر بالمنتجات المحلية ومراعاة خلوها من العيوب المصنعية وإجراء المزيد من التجارب قبل عرضها في السوق.

رابع عشر-المراجع:

1- المراجع العربية:

الأمبابي، محمد (2022) تأثير الإدارة اللوجستية للنقدية في البنوك على رضا العملاء، مجلة البحوث المالية والتجارية، 2(2):413-448. جامعة بورسعيد، كلية التجارة. مصر

توفيق، مبروك (2024) نموذج مقترح لتحليل أثر قدرات اللوجستيات الخلفية كمتغير وسيط في تحسين كفاءة الأداء التشغيلي؛ دراسة تطبيقية على عينة من الشركات الصناعية العاملة في السوق المصري، المجلة العربية للإدارة، 44(1):35-53. جامعة دول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية. مصر

دسوقي، عبدالعزيز(2021) تأثير تطبيق استراتيجيات الإدارة اللوجستية على كفاءة الأداء التشغيلي: بالتطبيق على قطاع الصناعات الغذائية، مجلة مستقبل العلوم الإجتماعية، 7(1):89-116. الجمعية العربية للتنمية البشرية والبيئية. مصر

عزيزه، حسام (2023) تأثير جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على ولاء العملاء 'دراسة تطبيقية على البنوك التجارية المصرية، مجلة البحوث الإدارية، 41(4):1-51. أكاديمية السادات للعلوم الإدارية. مصر

كمال، مروان (2023) أثر جدولة رحلات قدوم الحجاج على جودة الخدمة وأداء العاملين في مطار الملك عبد العزيز الدولي بجدة، المجلة العربية للإدارة، 43(2):1-16. جامعة دول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية. مصر

مطير، علي، وبقادر، صالح (2022) جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا الحجاج والمعتمرين - دراسة ميدانية على البنوك في المملكة العربية السعودية - مجلة العلوم الإقتصادية والإدارية والقانونية، 6(4) "24-45. المؤسسة العربية ونشر الأبحاث. غزة-فلسطين

موسى، أحمد (2019) أثر الإدارة اللوجيستية على تحسين معدلات أداء الشركات الكيماوية: دراسة ميدانية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 10(3):634-660. جامعة قناة السويس، مكتبة كلية التجارة. مصر

2- المراجع الأجنبية:

Agrawal, S., Singh, R.K. and Murtaza, Q. (2016), "Triple bottom line performance evaluation of reverse logistics", *Competitiveness Review*,



Vol. 26 No. 3, pp. 289-310. <https://doi.org/10.1108/CR-04-2015-0029>. Emerald Publishing. UK.

- Brandenburger, A. M., & Nalebuff, B. J. (2011). *Co-opetition*. Crown Currency. USA
- Burity, J. (2021). The importance of logistics efficiency on customer satisfaction. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 15(3), 26-35. Public Knowledge Project. USA
- Francis, G. H., & Waiganjo, E. (2014). Role of supply chain practices on customer satisfaction in the printing industry in Kenya: A case study of Morven Kester East Africa limited. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. (Vol. 4 No. 10, pp. 128-143). Human Resource Management Academic Research Society. Pakistan.
- Fugate, B.S., Mentzer, J.T., and Stank, T.P. (2010). Logistics performance: efficiency, effectiveness, and differentiation. *Journal of Business Logistics*, 31 (1), 43–62. Wiley. USA
- Ghoumrassi, A., & Tigu, G. (2018). The impact of the logistics management in customer satisfaction. In *Proceedings of the International Conference on Business Excellence* (Vol. 12, No. 1, pp. 407-415). Sicendo. USA & Canada.
- Kherbach, O., & Mocan, M. L. (2016). The importance of logistics and supply chain management in the enhancement of Romanian SMEs. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 221, 405-413. ScienceDirect. Amsterdam
- Malnaad, P., Senathirajah, A., Connie, G., Osman, Z. and Haque, R. (2022). "An examination on e-Banking service quality and its significance on e-satisfaction and e-loyalty: an Asian study", *Journal of Positive School Psychology*, 6(6): 10311 – 10326. ASR Research India.
- Mellat-Parast, M., and Spillan, J. E. (2014). Logistics and supply chain process integration as a source of competitive advantage: An empirical analysis. *The International Journal of Logistics Management*, 25 (2), 289–314. Emerald Publishing. UK
- Natasha R, Sasho, K, Vladimir, P (2017) The impact of logistics management practices on company's performance, *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 7(1): 245-252. Hrmars. Pakistan.
- Omoush, M (2022) The impact of the practices of logistic management on operational performance: A field study of road transport companies, *Journal of Governance and Regulation*, 11(4):237-245. Virtus InterPress. Ukraine
- Richu, S., Stephen, O., Gituro, W., & Mary, K. (2022). Logistics management practices and customer satisfaction: the mediating effect of logistics

service quality among the Shippers in Kenya. *African Journal of Business and Management (AJBUMA)*, 7(1), 53-70. University of Nairobi Library. Kenya

Seth, N., Deshmukh, S. G., & Vrat, P. (2006). A conceptual model for quality of service in the supply chain. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 36(7), 547-575. Emerald Publishing. UK

Umair, A. S., Zhang, W., Han, Z., & Haq, S. H. U. (2019). Impact of logistics management on customer satisfaction: A case of retail stores of Islamabad and Rawalpindi. *American Journal of Industrial and Business Management*, 9(8), 1723-1752. Scientific Research An Academic Publisher. USA

Vlachos, I. P. (2016). Reverse logistics capabilities and firm performance: the mediating role of business strategy. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 19(5), 424-442. Taylor & Francis. UK