

تحليل العلاقة بين ولاء المستهلك وربحية محطات تداول الحاويات
بمنطقة بورسعيد الكبرى
أمير محمد موسى السمان

المخلص:

تهدف الدراسة الى التعرف على اثر زيادة درجة ولاء العملاء على ربحية محطات تداول الحاويات بمنطقة بورسعيد (محطة دمياط وبورسعيد لتداول البضائع و الحاويات) وقام الباحث باستخدام تحليل الانحدار اللوجستي لبيان اثر تلك العلاقة وخصلت الدراسة الى وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية بين ولاء المستهلك ومعدلات الربحية في محطات تداول الحاويات المصرية".

Abstract

The study aimed at identifying the effect of increasing customer loyalty on the profitability of container handling terminal in Port Said (Damietta and Port Said). The researcher used logistic analysis to determine the effect of this relationship. The study concluded that there is a significant statistical significance between consumer loyalty and profitability In Egyptian container terminals" .



١. المقدمة :

ويعتبر ولاء المستهلك للمنظمة من أهم العوامل لنجاح المنظمات اليوم في ظل وقت يسود فيه منافسة شرسة بين المنظمات، ويتفق كل من الأكاديميين والممارسين على أهمية مفهوم الولاء في مجال التسويق، فنجد أن الهدف الأساسي للمنظمات هو تحقيق معدلات ربح عالية والمحافظة على تلك المعدلات طوال فترة عمل المنظمة في الأسواق والذي يعتمد بدوره على حد كبير على ولاء المستهلك للمنظمة وتهدف هذه الدراسة إلى التركيز على ولاء المستهلك وعلاقته بربحية المنظمات باعتباره هدفاً استراتيجياً لمنظمات الأعمال اليوم، كما أنه مدخلاً لنجاحها. ويمثل قطاع تداول الحاويات في جمهورية مصر العربية من أكثر القطاعات التي تواجه منافسة شديدة في عالمنا اليوم، وتزايد الحاجة باستمرار نحو بذل المزيد من الاهتمام بدراسة خدمات تداول الحاويات والسعي الدائم نحو تطويرها، لما لهذا القطاع من تأثير كبير على الاقتصاد القومي والأنشطة الاقتصادية بالمجتمع. واستناداً لما سبق فعلى محطات تداول الحاويات بجمهورية مصر العربية (محطات قطاع الأعمال العام) الاهتمام وزيادة درجة رفع درجة ولاء الخط الملاحي المتعامل معها لإحداث الطفرة المطلوبة لمواجهة متطلبات المنافسة وتلبية احتياجات العملاء من خلال استغلال جميع مواردها المادية الملموسة وغير ملموسة.

وفى سبيل ذلك سيتم التعرض إلى الأسباب التي تدفع محطات الحاويات للاهتمام بولاء المستهلك لها بالإضافة إلى التعريفات المختلفة التي تتناول مغزى هذا المفهوم، وكذلك تحليل لأنواع المختلفة للولاء ومعوقات تحقيقه في المحطات. كما سيتم عرض الدراسات والأبحاث التي تناولت تحليل العوامل المؤثرة على ولاء المستهلك وأثره على ربحية المنظمات. بالإضافة إلى توضيح الاستراتيجيات التسويقية الواجب إتباعها للتعامل مع كل حالة من الولاء أو عدم الولاء.



٢. الدراسات السابقة

- اتفقت دراسات (Cho, 2005-Duncan, 2004- al hawari, 2006) بالنسبة للعلاقة بين جودة الخدمة وربحية المنظمة. إن جودة الخدمة المقدمة من قبل المنظمة لها أثر إيجابي ومباشر على ربحية المنظمة.
- اتفقت دراسات (مطاريد ،٢٠٠٣ – yim ,2004- Body ,2004- aherne ,2007 -kirmci,2012- Das,2009) العلاقة بين إدارة علاقات العملاء ورضا العميل وولاء العميل والربحية: على الرغم من محدودية الدراسات التي تناولت العلاقات السابقة إلا إنه من المعتقد إن إدارة علاقات العملاء تؤثر على رضا وولاء العميل والربحية وهو ما ثبتته الدراسات السابقة.
- اتفقت دراسة (Dino,2006 - Reinartz,2002- Izquierdo,et all) 2005 بالنسبة للعلاقة بين ولاء العميل وربحية المنظمة من محدودية الدراسات في تلك العلاقة ولكن نجد أن أغلب الدراسات التي قدمت أتفقت معظمها على أن ولاء العميل محدد أساسي لربحية المنظمة

٣. مشكلة الدراسة

بعد أن قام الباحث بإجراء الدراسة الاستطلاعية والتي توصل فيها إلى أن هناك ٢٠ خطأ ملاحظاً أنهم تعاقباتهم في العمل مع محطة دمياط لتداول الحاويات من إجمالي ٣٠ خطأ ملاحظياً وأن هناك ٢٤ خطأ ملاحظياً أنهم تعاقباتهم السنوية مع محطة بورسعيد لتداول الحاويات من أصل ٣٠ خطأ ملاحظياً أي أن تلك المحطات فقدت تقريبا أكثر من ٥٠% من عملائها مما كان له أثر بالسلب على أداء تلك المحطات سواء في إنتاجية تلك المحطات والأثر على الربحية لتلك المحطات



بالإضافة إلى آراء المختصين في مجموعة عوامل أخرى فنية أدت إلى انخفاض أداء تلك المحطات. وبالإضافة إلى ذلك قام الباحث بإجراء مسح للدراسات السابقة في ذلك المجال وكان نتائج ذلك المسح أنه كان هناك محدودية شديدة بل اتسمت إلى حد الندرة للدراسات السابقة الخاصة في مجال تداول الحاويات والتي هي محل الدراسة وعلى ذلك يمكن بلورة المشكلة البحثية فيما يلي:

"دراسة وتحليل العوامل المؤثرة على مستوى ولاء العميل لخدمات محطات الحاويات المصرية وتأثير ذلك بدوره على معايير ربحية هذه المحطات".

٤. أهمية الدراسة:

يستمد هذا البحث أهميته من العديد من الاعتبارات العلمية والتطبيقية والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

١- الأهمية العلمية:

- أ- يساهم هذا الموضوع في تأصيل مفهوم ولاء العميل وتحديد أبعاده الأساسية والعوامل المؤثرة عليه والذي يساهم في زيادة كفاءة العمليات الخدمية ولمحطات الحاويات على وجه الخصوص.
- ب- يساعد هذا البحث في معرفة أفضل السبل التي تُمكن محطات الحاويات من تطبيق مفهوم ولاء العميل وذلك لزيادته كفاءتها وأرباحها.
- ت- نظرًا إلى ندرة الأبحاث، والدراسات التجريبية العربية التي استهدفت اختبار نموذج يوضح محددات الولاء وأثره على ولاء العميل، وعلاقة الولاء بربحية الشركة فتتمثل الأهمية الأكاديمية الرئيسية في الوصول إلى نموذج يوضح المتغيرات المؤثرة على الولاء ثم علاقة الولاء بربحية تلك المحطات.



ث- توجيه نظر الباحثين إلى أهمية وجود النظرة الشاملة Holistic Approach في التعامل مع قضية ولاء العميل بمحاولة قياس العوامل الأكثر تحديداً للولاء.

ج- إثراء المكتبات العربية والأجنبية بالدوريات والمراجع في ذلك الحقل الجديد من المعرفة.

٢- الأهمية التطبيقية:

أ- تعتبر محطات تداول الحاويات من المؤسسات الخدمية العاملة في جمهورية مصر العربية وتشارك في التنمية الاقتصادية، وبالتالي يحاول البحث إيجاد طرق وأساليب للرفع من مستوى كفاءتها ودورها في:

• توفير خدمات تداول الحاويات للعملاء.

• مواجهة المنافسة محليا ودوليا.

• قدرتها على تدريب العاملين لأداء أعمالهم بالشكل المطلوب.

ب- يستمد البحث أهميته من أهمية مجال التطبيق وهو قطاع تداول الحاويات في جمهورية مصر العربية حيث يعتبر من دعائم الاقتصاد القومي المصري ولأنه يساهم بشكل فعال في تحقيق أهداف وخطط التنمية بالدولة حيث يبلغ راس مال محطات تداول الحاويات (قيد الدراسة) ٦٤٧٠٤٠٠٠ مليون جنيه، إضافة إلى ذلك فإنها توفر فرص عمل للشباب الباحث عن العمل وكذلك نجد أن المؤشرات الموجودة بأرباح محطة دمياط لتداول الحاويات حققت أرباح عام (٢٠١١) (١٩٢٩٢١) مليون جنيه وفي (٢٠١٢) (١٧٥٥٤٣) مليون جنيه وانخفض معدلات الأرباح إلى أن وصلت في عام (٢٠١٤) (١٠٦٥٠٤) مليون جنيه إلا نسبة انخفاض ٣٥ % تقريبا . أما بالنسبة لمحطة بورسعيد لتداول الحاويات فنجد أنها حققت أرباح في عام (٢٠١١) (١٨٢٥١٣) مليون جنيه وانخفضت الأرباح إلى (١٨١٤٥٤) في عام ٢٠١٤ . بانخفاض قدره ٢% تقريبا ذلك راجع إلى



- انها العديد من الخطوط الملاحية العاملة في جمهورية مصر العربية التعاقد مع تلك المحطات .
- ت- توجيه نظر المتخصصين والمسوقين وإدارة شركات تداول الحاويات لأهمية دور ولاء العملاء في تحقيق ربحية للشركة.
- ث- تقديم آلية لمتخذ القرار التسويقي في مجال تداول الحاويات يوجه كيفية بناء وإدارة ولاء العملاء من خلال تعريفه بأهم المحددات والعوامل الواجب التركيز عليها في بناء ولاء العميل.

٤. فروض الدراسة

الفرض الرئيسي : لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية بين ولاء المستهلك ومعدلات الربحية في محطات تداول الحاويات المصرية.

٥. اهداف الدراسة

- أ- التوصل إلى المفاهيم الأساسية للعوامل المؤثرة على ولاء المستهلك ومتطلباتها وطبيعتها والأبعاد المختلفة لها والتعرف على دورها في تأثيرها على ولاء المستهلك وربحية المنظمات.
- ب- التعرف على أثر أبعاد العوامل المؤثرة على ولاء المستهلك (جودة الخدمة المدركة – رضا العميل – إدارة علاقات العملاء) وذلك على أبعاد ولاء المستهلك وربحية المنظمات في محطات تداول الحاويات.
- ت- التعرف على واقع قطاع تداول الحاويات بمنطقة بورسعيد الكبرى بجمهورية مصر العربية من وجهة أبعاده وقدراته.
- ث- التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات التي من شأنها المساعدة في تطبيق وزيادة مستوى ولاء العملاء لمحطات تداول الحاويات والذي يكون له أثر مباشر في زيادة ربحية المحطات في محطات تداول الحاويات بشكل عام.



ج- تقديم إطار مقترح لزيادة ربحية محطات الحاويات من خلال زيادة مستوى ولاء العملاء لمحطات تداول الحاويات بجمهورية مصر العربية.

١. الاطار النظرى .

المتغير المستقل ولاء المستهلك إنه التزام عميق لإعادة شراء الخدمة أو إعادة الاستخدام لهذه الخدمة مستقبلاً على الرغم مما يحدث من تأثيرات موقفية أو جهود تسويقية لتغيير سلوكه. بل إن الولاء الحقيقي يظهر عندما يصبح العميل مدافعاً عن المنظمة بغض النظر عن أية حوافز مقدمة فالولاء للخدمة المقدمة هو السلوك والنوايا التي تولد لدى العميل لتكرار شراء هذه الخدمة (Oliver et al 1999). أستند الباحث في قياسه لولاء المستهلك في اختيار معايير له للقياس على دراسات (علاء الدين عباس، ٢٠٠٧، هانى شارد، ٢٠١١، نزمين السعدني، ٢٠١٢، Ting & Yee,2001، Bowen and Chen,2001) وهى:

• السلوك الشرائي المتكرر والنية في التعامل المستقبلي.

وتتضمن بمدى كون محطتى دمياط وبورسعيد لتداول الحاويات تمثل الخيار الأول للخط الملاحي عند إتخاذ قراره بتداول الحاويات، ومدى استعداد الخط الملاحي للتعامل مع نفس المحطات في الاعوام المقبلة. واعتمد الباحث على مقاييس (Bennett & Rundle, 2002: Lee & Cunningham,2001: Nijssen, 2003)



• الاتصالات الإيجابية.

وتتعلق بمدى الحديث بشكل إيجابي عن محطات تداول الحاويات، ومدى التوصية للآخرين الذين يبحثون عن نصيحة ومدى تشجيع الخطوط الملاحية الغير متعاملة مع محطات دمياط وبورسعيد للتعامل معها، وتم الاعتماد على مقاييس (Ganesh et all, 2000: Bowen and Chen,2001, Delgado and) Munuera, 2001,Bove & Johnson 2002

• الحساسية السعرية.

وتتضمن مدى تفضيل التعامل مع أي محطة أخرى منافسة تقدم أسعار أفضل، ومدى استمرارية التعامل مع المحطات المنافسة إذا قدم أسعار أفضل ومدى الاستعداد لرفع سعر أعلى من المنافسين للحصول على الخدمة من محطتي دمياط وبورسعيد وتم الاعتماد على مقاييس كل من (Ganesh et all,2000)، (Yu & Dean 2001 ،Odin et all,2001

• سلوك الشكوى.

وتتضمن مدى رغبة الخط الملاحى في التحول لمحطات منافسة في حالة ظهور مشكلة معينة في التعامل مع محطتي دمياط وبورسعيد لتداول الحاويات، ومدى الشكوى للخطوط الملاحية الأخرى في حالة حدوث مشكلة مع محطتي دمياط وبورسعيد لتداول الحاويات، ومدى الاستعداد للشكوى إلى جهات خارجية كالشركة القابضة التي تتبعها محطتي دمياط وبورسعيد لتداول الحاويات أو الوزارة المختصة بذلك، ومدى استعداد الخط الملاحى لشكوى العاملين داخل



محطتي دمياط وبورسعيد لتداول الحاويات. وتم الاعتماد على مقاييس دراسة
(علاء الدين عباس، ٢٠٠٧، Ganesh et all,2000، Nijssen,2003، Odin
(et all, 2001

المتغير التابع

ربحية المنظمة:

سوف يتم قياس الربحية من خلال وجهتين نظر:

- أ- نسبة مساهمة العملاء في ربحية محطتي تداول الحاويات (دمياط
وبورسعيد لتداول الحاويات) وتقاس بمقدار التعاملات لكل عميل مع كل
محطة.
- ب- مستوى الربحية لكل محطة منفردة، وكذلك تحليل كمي لنسب مساهمة
كل عميل في ارباح المحطة لمدة خمس سنوات.

وسوف يتم الاعتماد على الأسلوب الكمي أيضًا في قياس الربحية ويقاس
الأداء المالي بعدة طرق وفي تلك الدراسة يتم تحديد عدد من المؤشرات التي يمكن
من خلالها توصيف أداء محطات الحاويات كما يلي:
*معدل العائد على الأصول من الفترة ٢٠٠٩-٢٠١٤.
*معدل العائد على حقوق الملكية خلال نفس الفترة.
وذلك بتطبيق المعادلات التالية:

$$أ- \text{معدل العائد على الأصول} = \frac{\text{الضريبة بعد الربحصافي}}{\text{الأصول إجمالي}} \times 100$$

$$ب- \text{معدل العائد على حقوق الملكية} = \frac{\text{الضريبة بعد الربحصافي}}{\text{الملكية حقوق إجمالي}} \times 100$$

وفيما يلي تلك المعدلات الخاصة بالربحية المحققة لمحطتي دمياط
وبورسعيد لتداول الحاويات:



تحليل العلاقة بين ولاء المستهلك وربحية محطات تداول الحاويات بمنطقة
 أمير محمد موسى السمان

جدول رقم (١)

معدلات الربحية (معدل العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية) لمحطتي دمياط
 وبورسعيد

ومعدل العائد على حقوق الملكية					معدل العائد على الأصول					
٢٠١٥	٢٠١٤	٢٠١٣	٢٠١٢	٢٠١١	٢٠١٥	٢٠١٤	٢٠١٣	٢٠١٢	٢٠١١	السنوات
%٢٥.٣	%٢٩	%٢١.٩	%٢٣.٦	%٣٠.١	%٢٥.٣	%٢٩	%٢١.٩	%٢٣.٦	%٣٠.١	دمياط
%٣٦	%٣١	%٣٣.٣	%٣٨.١	%٤١.٥	%٣٦	%٣١	%٣٣.٣	%٣٨.١	%٤١.٥	بورسعيد

المصدر: من إعداد الباحث

بالإضافة إلى ما سبق في قياس الربحية وحتى يتسنى للباحث قياس
 الفرض الرئيسي والذي يعتمد على أسلوب الإنحدار اللوجستي قام الباحث بقياس
 نسبة مساهمة كل خط ملاحي في معدلات الربحية في محطتي دمياط وبورسعيد
 لتداول الحاويات كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٢)

نسبة مساهمة العملاء في الربحية

نسبة مساهمة الخط في الربحية	Shipping line		
4.60%	Maersk group	Maersk	1
		Safe marine	2
		Sea go	3
%5.1		MSC	4
%13.2	Finar	Arkas	5
		Yang Ming	6
		Express feeder	7
%3.5	انشكيب	OOCL	8
		Nile Dutch	9



تحليل العلاقة بين ولاء المستهلك وربحية محطات تداول الحاويات بمنطقة
 أمير محمد موسى السمان

نسبة مساهمة الخط في الربحية	Shipping line	
	affricate	
	Ethiopia shipping line	10
%5.7	CMA	11
%0.072	Hanjin	12
%0.50	Homburg Suds	13
%6.8	K line	14
%0.014	China shipping	15
%8.40	Cosco	16
%7.7	PIL	17
%1.33	BMC Line	18
%10.16	UASC	19
%0.78	Fair trans	20
%13.71	Admiral line	21
%0.13	Turkon line	22
%3.9	ZIM	23
%0.11	Apl	24
%0.006	NYK	25
%3.8	Ever green	26
%y0.04	MOL	27
%7.7	Hapagloyed	28



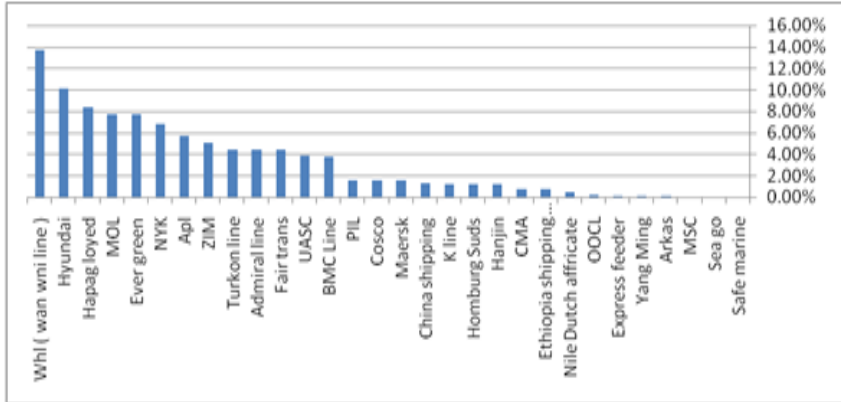
نسبة مساهمة الخط في الربحية	Shipping line		
%0.78		Hyundai	29
%016		Whl (wan wni line)	30
100%		المجموع	

المصدر: إعداد الباحث

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن الباحث قام بتصنيف تلك النسب إلى مجموعتين لمعدلات الربحية (جيد- منخفض) وكما يوضح أنه يوجد (5) عملاء نسبتهم منخفضة من معدلات الربحية بإجمالي ١٦.٧% من إجمالي مساهمة الخطوط، وكما يوضح الشكل التالي تلك النسب.

شكل رقم (١)

التوزيع النسبي لمساهمات العملاء في الربحية



المصدر: من إعداد الباحث



تحليل العلاقة بين ولاء المستهلك وربحية محطات تداول الحاويات بمنطقة
أمير محمد موسى السمان

٧. منهجية الدراسة متغيرات الدراسة.

جدول رقم (٣)

متغيرات الفروض وكيفية قياسها

المتغير التابع	المتغير المستقل
ربحية المنظمات • معدل العائد على الأصول. • معدل العائد على حقوق الملكية خلال	ولاء المستهلك • السلوك الشرائي المتكرر والنية في التعامل المستقبلي • الاتصالات الإيجابية. • الحساسية السعرية • سلوك الشكوى

المصدر: إعداد الباحث

ثانياً: نوع ومصادر البيانات.

لقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وذلك نظراً لطبيعة البحث والأهداف المرجوة منه. وهذا المنهج يعتمد على وصف الظاهرة والتعبير عنها كيفاً وكماً وكذلك التحليل والربط للوصول إلى استنتاجات محددة وذلك استخدم مصدرين أساسيين للمعلومات:

١. **البيانات الثانوية:** حيث يتم تكوين إطار نظري للبحث من خلال الكتب والمراجع العربية والأجنبية والدوريات والمقالات والتقارير والأبحاث والدراسات التي اهتمت بموضوع الدراسة كما اعتمد الباحث على البيانات الثانوية المسجلة والنشرات والدوريات والتقارير الاحصائية والميزانيات التي تصدرها الشركات محل الدراسة وشبكة الاتصال بالإنترنت من خلال الفترة ٢٠٠٩-٢٠١٥.

٢. **البيانات الأولية:** وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية تطبيقية على الخطوط الملاحية المتعاملة مع محطتي دمياط وبورسعيد لتداول الحاويات



والبضائع محل الدراسة بتصميم استمارة استبيان صممت خصيصا لهذا الغرض بالإضافة إلى المقابلات الشخصية مع العاملين في الخطوط الملاحية ومحطات تداول الحاويات محل الدراسة والتي كانت خلال شهر فبراير ومارس ٢٠١٥.

ثالثا : تحديد مجتمع وعينة الدراسة.

يتمثل مجتمع الدراسة في المديرين في الخطوط الملاحية العاملة في جمهورية مصر العربية والمتعاقدة مع محطات تداول الحاويات بمنطقة بورسعيد الكبرى كما هو موضح بالجدول رقم (١٤)، وكذلك العاملين بتلك المحطات (محطة دمياط لتداول الحاويات والبضائع – محطة بورسعيد لتداول الحاويات والبضائع). وقد تم اختيار هذه الشركات للأسباب الآتية:

١. لأنها من أهم المؤسسات التي لها تأثير في الاقتصاد المصري.
٢. نظرا لأنها تعتبر من أكبر وأقدم محطات تداول الحاويات في جمهورية مصر العربية (قطاع الأعمال العام) من حيث رأس المال والنشاط.
٣. ان هذه الشركات محل الدراسة تحيط بها نفس العوامل والظروف البيئية وتخضع لنفس قوانين سير العمل.

جدول رقم (٤)

قائمة بالخطوط الملاحية العاملة في جمهورية مصر العربية والمتعاملة مع محطات تداول الحاويات بمنطقة بورسعيد الكبرى

	Shipping line			Shipping line
1	Maersk	Maersk group	١٦	Cosco
2	Safe marine		١٧	PIL
3	Sea go		١٨	BMC Line



4	MSC		١٩	UASC
5	Arkas	Finar	٢٠	Fair trans
6	Yang Ming		٢١	Admiral line
7	Express feeder		٢٢	Turkon line
8	OOCL	انشكيب	٢٣	ZIM
9	Nile Dutch affricate		٢٤	Apl
10	Ethiopia shipping line		٢٥	NYK
11	CMA		٢٦	Ever green
12	Hanjin		٢٧	MOL
13	Homburg Suds		٢٨	Hapagloyed
14	K line		٢٩	Hyundai
15	China shipping		٣٠	Whl (wan wni line)

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على تقارير غرفة ملاحه دمياط وبورسعيد، ٢٠١٥.

عينة الدراسة ونسبة الاستجابة:

قام الباحث بالاعتماد على اسلوب الحصر الشامل لعملاء محطات تداول الحاويات والمتمثلة في الخطوط الملاحية المتعاملة مع تلك المحطات كما هو موضح بالجدول السابق والمتمثلين في (مديرى الصادر ومديرى الوارد ومديرى التشغيل والمدير المالي) لكل خط ملاحى والبالغ عددهم (١٢٠) مديراً. اما فيما يتعلق بالعاملين في محطتي دمياط وبورسعيد لتداول الحاويات والبضائع والبالغ عددهم (١٠١٥) عامل. منهم (٣٠٠) عامل بمحطة بورسعيد لتداول الحاويات والبضائع و (٧١٥) عامل بمحطة دمياط لتداول الحاويات والبضائع. وقد اعتمد الباحث على



العينة العشوائية البسيطة في محطات تداول الحاويات بمنطقة بورسعيد الكبرى و التي هي محل الدراسة وبالاعتماد على معادلة تحديد حجم العينة (بازرعة) وقد بلغ حجم العينة (٢٧٩) عامل.

وعلى ذلك تتضمن عينة الدراسة ما يلي:

الفئة الاولى: المديرون في الخطوط الملاحية العاملة بجمهورية مصر العربية وتشمل هذه الفئة جميع المديرون وبمختلف تخصصاتهم وهم (مديري الصادر – الوارد – التشغيل – المالي). وتم الاعتماد على اسلوب المسح الشامل لهذه الفئة نظرا لعددهم المحدود والبالغ (١٢٠) مديراً.

الفئة الثانية: العاملون بمحطات تداول الحاويات بمنطقة بورسعيد الكبرى والمتمثلين في العاملون بمحطة دمياط لتداول الحاويات والبضائع ومحطة بورسعيد لتداول الحاويات والبضائع. وقد اعتمد الباحث على استخدام العينة العشوائية البسيطة للعاملين وذلك للأسباب الآتية:

١. وجود اطار للعاملين حيث تتوافر كشوفات واسماء وعناوين للعاملين.
 ٢. يعتبر مجتمع العاملين بمحطتا دمياط وبورسعيد لتداول الحاويات وحدة واحدة بغض النظر عن مستواهم الوظيفي داخل تلك المحطات .
- وقد تم اختيار عينة العاملين في ضوء المعادلة التالية: حيث يبلغ عدد العاملين (١٠١٥)

$$n = \frac{q(1-q)}{\left(\frac{q}{2d} + \frac{(1-q)}{1n}\right)}$$

حيث ان:

ن: حجم العينة.

ق: نسبة تتراوح بين الفرد الواحد ونفترضها (٠.٥)



تحليل العلاقة بين ولاء المستمك و ربحية محطات تداول الحاويات بمنطقة
 أمير محمد موسى السمان

ن ١: عدد افراد المجتمع

د: نسبة الخطأ المسموح به

د.م: الدرجة المعيارية وهي تساوى ١.٩٦ عند معامل ثقة ٩٥%

$$ن = \frac{0.05 \times 0.05}{\left(\frac{2(0.05)}{2(1.96)} + \frac{0.05 \times 0.05}{1015}\right)} = 279 \text{ عامل}$$

حجم عينة العاملين في محطة دمياط لتداول البضائع:

$$ن = \frac{0.05 \times 0.05}{\left(\frac{2(0.05)}{2(1.96)} + \frac{0.05 \times 0.05}{715}\right)} = 179 \text{ عامل}$$

حجم عينة العاملين في محطة بورسعيد لتداول البضائع:

$$ن = \frac{0.05 \times 0.05}{\left(\frac{2(0.05)}{2(1.96)} + \frac{0.05 \times 0.05}{300}\right)} = 82 \text{ عامل}$$

جدول رقم (٥)

يوضح مجتمع الدراسة والاستمارات الموزعة ونسبة الاستجابة

نسبة الاستمارات القابلة للتحليل	الاستمارات القابلة للتحليل	الاستمارات غير المستردة والمستبعدة	الاستمارات المستردة	عينة الدراسة	مجتمع الدراسة	اسلوب الداسة	الفئة
%٨٤.٥	٩٣	١٧	١١٠	١٢٠	١٢٠	حصر شامل	المديرون
%٨٠	٢١٧	٥٢	٢٦٩	٢٧٩	١٠١٥	عينة عشوائية بسيطة	العاملون

المصدر: اعداد الباحث.



رابعاً : أساليب التحليل الإحصائي.

خضعت بيانات الدراسة لخطة تحليل إحصائية متعددة المستويات، ترمى في مجموعها إلى تحقيق أهداف الدراسة، والتحقق من صدق فروضها، وفي ضوء نوع البيانات ومجتمع الدراسة الخاضع للدراسة تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية يمكن تقسيمها كما يلي

١. الانحدار اللوجستي الثنائي Binary Logistics Regression

وهو أسلوب إحصائي يستخدم لفحص العلاقة بين المتغير التابع الوصفينائي القيمة (٠-١) ومتغير واحد أو أكثر من المتغيرات المستقلة

٨. نتائج اختبار الفروض

الفرض الرئيسي:

"لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين ولاء المستهلك ومعدلات الربحية في محطات تداول الحاويات المصرية"

ولاختبار أثر أبعاد ولاء المستهلك على معدلات الربحية قد استخدم الباحث أسلوب الانحدار اللوجستي والذي يدرس أثر ولاء المستهلك على معدلات الربحية وهو المتغير التابع الوصفي ذات الوجهين (منخفض / جيد) حيث يعتبر هذا النموذج من النماذج الهامة المستخدمة لصياغة دالة التمييز والتقسيم. وفي الانحدار اللوجستي ليس المهم تقدير المعالم بقدر استخدامها في حساب احتمال معدلات الربحية (منخفض / جيد). وباستخدام طريقة الانحدار المباشر لكلا من عملاء دمياط وبورسعيد أظهرت النتائج أن نموذج الانحدار ذات دلالة إحصائية عند مستوى خطأ ١% لكلاهما فقد بلغت معنوية النموذج (احتمال الخطأ) (0.000).



كما قد بلغت كفاءة التقسيم الصحيح للنموذج (95.7%، 82.8%) على التوالي وهما نسبتيين مرتفعتين.

جدول رقم (٦)

مقاييس جودة نموذج

نسبة التقسيم الصحيحة	معامل التحديد	المعنوية	درجات الحرية	مربع كاي	
95.7	0.538	.000	1	25.388	دمياط
82.8	0.399	.000	1	22.434	بورسعيد

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي Overall Chi-square test

for all i (In simple regression, i = 1)

H0:- $B_i = 0$ - H1:- $B_i \neq 0$

والجدول السابق احدى مخرجات تحليل الانحدار اللوجستي وتوضح هذه القيم او المؤشرات مدى أهمية ولاء المستهلك ومدى تفسيرها للتغيرات التي تطرأ على معدلات الربحية

حيث بلغت قيمة مربع كاي (25.388، 22.434) بدرجة حرية (1) بمعنوية بلغت (000.) لكلا من عملاء محطة حاويات دمياط وبورسعيد وهما أقل من مستوى الخطأ المسموح به ومن ثم نرفض فرض العدم ونقبل الفرض البديل المتمثل في أنه يوجد على الأقل معامل بيتا لولاء المستهلك لا يساوى الصفر ومن ثم يوجد تأثير حقيقي على معدلات ربحية العميل، كما بلغت نسبة التقسيم الكلية الصحيحة (95.7%، 82.8%) على التوالي كما أن أشباه معامل التحديد تساوى (0.538، 0.399) وهما نسبتي تفسير جيدة ويشير ذلك إلى أن ولاء المستهلك يفسر 53.8% و39.9% من التغيرات التي تطرأ على معدلات الربحية لكلا من عملاء محطة حاويات دمياط وبورسعيد ومن ثم توجد جودة مطابقة للنموذج



جدول رقم (7)

معالم نموذج الانحدار (منخفض / جيد) ومدى معنويتها

الأرجحة	المعنوية	اختبار والد	الخطأ المعياري	معامل بيتا	المتغير	المجموعات
47.562	.000	14.882	1.001	3.862	ولاء المستهلك	دمياط
.000	.001	11.638	3.191	-10.885	الثابت	
17.000	.000	13.456	.772	2.833	ولاء المستهلك	بورسعيد
.001	.002	9.728	2.199	-6.860	الثابت	

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي

وقد أوضحت نتائج الجدول السابق معنوية معامل بيتا لولاء المستهلك بالنموذج عند مستوى ثقة (99). لكلا من محطتي حاويات دمياط وبورسعيد وإن كان التأثير على معدلات الربحية في دمياط أكثر من تأثيره على معدلات الربحية في بورسعيد طبقا للأرجحية فنجد أن تأثير ولاء المستهلك في محطة دمياط ثلاث أضعاف التأثير على معدلات الربحية في بورسعيد (2.80) ومن ثم نقبل الفرض المتمثل بوجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية بين ولاء المستهلك ومعدلات الربحية في محطات تداول الحاويات المصرية.

اختبار جودة توفيق النموذج

اختبار هوزمر وهو يمثل اختبارا لا معلميا لجودة توفيق النموذج إذ يعتمد على حساب إحصاءة مربع كاي للفرق بين القيم المشاهدة والقيم المتوقعة وقد اقترح (Hosmer and Lemeshow) باستخدام توزيع مربع كاي للكشف عن انحرافات نموذج الانحدار اللوجستي حيث يوجد جزء مشاهد لا يستند الى نموذج



تحليل العلاقة بين ولاء المستهلك وربحية محطات تداول الحاويات بمنطقة
 أمير محمد موسى السمان

نظري والآخر متوقع محسوب من تقديرات النموذج اللوجستي ومن ثم تحسب مربع كاي كمقياس لجودة التوفيق.

جدول رقم (٨)

معنوية اختبار (Hosmer and Lemeshow)

المعنوية	درجة الحرية	مربع كاي	النموذج
.072	8	14.384	دمياط
.069	8	14.513	بورسعيد

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي

ونلاحظ من الجدول السابق أن قيمة مربع كاي بلغت (14.384) و(14.513) لكلا من عملاء محطتي حاويات دمياط وبورسعيد على التوالي كما أن المعنوية تساوى (069.،.072) على التوالي وهما أكبر من مستوى المعنوية (05). مما يشير ذلك الى قبول فرض العدم القائل بأنه لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية بين القيم الفعلية (المشاهدة) والقيم المقدرة مما يؤكد على جودة توفيق النموذج بالكامل.

جدول رقم (٩)

نسبة التصنيف للنموذج اللوجستي

المتوقع			المجموعات		المشاهد	دمياط
نسبة التقسيم الصحيحة	معدلات الربحية					
		جيدة	منخفضة	معدلات منخفضة	معدلات الربحية	
62.5	3	5	منخفضة	معدلات الربحية		
98.8	84	1	جيدة			
95.7			نسبة التقسيم الكلية			



جامعة قناة السويس – كلية التجارة

تحليل العلاقة بين ولاء المستهلك وربحية محطات تداول الحاويات بمنطقة

أخير محمد موسى السمان

25.0	9	3	منخفضة	معدلات	المشاهد	بورسعيد
91.4	74	7	جيدة	الربحية		
82.8			نسبة التقسيم الكلية			

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي

ويتضح من الجدول أن هناك (5) مفردة تم تقسيمها تقسيما صحيحا بنسبة بلغت (62.5) من بين (8) مفردة ممن كانت استجاباتهم (منخفض) لعملاء دمياط وفي المقابل بلغت نسبة التصنيف الصحيحة لعملاء بورسعيد مما كانت استجاباتهم (منخفض) (25.0). أيضا هناك (84) مفردة تم تقسيمها تقسيما صحيحا بنسبة بلغت (98.8) من بين (85) مفردة كانت استجاباتهم (جيدة) بالنسبة لعملاء دمياط أما عن عملاء بورسعيد فقد بلغت نسبة التصنيف الصحيحة لمن كانت استجاباتهم (جيدة) نسبة (91.4) أما عن نسبة التقسيم الكلية فنجد أن عدد (89) مفردة تم تقسيمها بشكل سليم بنسبة بلغت (95.7%) من أصل حجم العينة والتي تبلغ (93) مفردة لعملاء دمياط أما عن عملاء بورسعيد فقد بلغت نسبة التصنيف الكلية (82.8%).

نموذج معادلة الانحدار اللوجستي المقدر

أولاً:- عملاء محطة حاويات دمياط

$$- \log \text{ odds} = - 10.885 + 3.862 (\text{ولاء المستهلك})$$

ثانياً:- عملاء محطة حاويات بورسعيد

$$- \log \text{ odds} = - 6.860 + 2.833 (\text{ولاء المستهلك})$$

وقد اوضحت النتائج التأثير الإيجابي لولاء المستهلك على معدلات الربحية وقياس حساسية النموذج في التصنيف تم حساب المساحة تحت المنحى (Roc curve) قد بلغت تقريبا (901). وهي مرتفعة جدا الى جانب ذلك فهي معنوية عند مستوى ثقة (99). حيث بلغت معنوية الاختبار (0.000) ولم يختلف



الأمر كثيرا بالنسبة لعملاء محطة حاويات بورسعيد حيث بلغت المساحة تحت المنحنى (0.883) الى جانب معنوية هذا الاختبار عند مستوى ثقة (0.99) وهذا يعنى أن الانحدار اللوجستي يصنف بطريقة أكثر معنوية وأن التصنيف لا يرجع للصدفة.

جدول رقم (١٠)

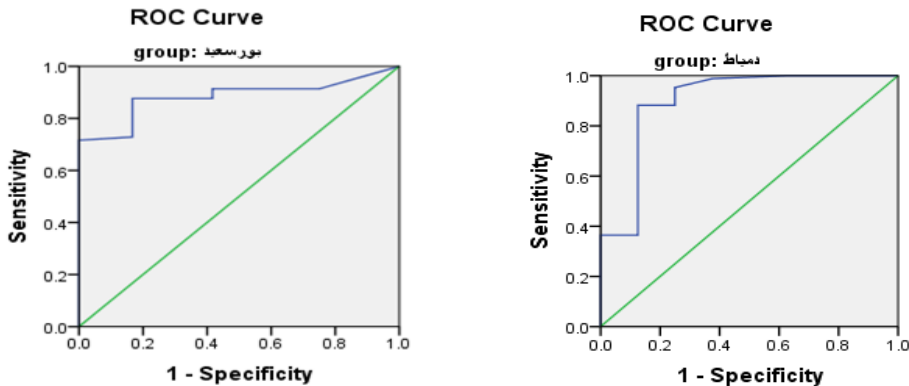
اختبار حساسية نموذج الانحدار اللوجستي (عملاء دمياط – عملاء بورسعيد)

فترة الثقة (٩٥%)		المعنوية	الخطأ المعياري	المساحة	
الحد الأدنى	الحد الأعلى				
1.000	.756	.000	.074	.901	دمياط
.955	.812	.000	.037	.883	بورسعيد

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي

الشكل رقم (٢)

منحنى روك لمجموعتي الدراسة (عملاء دمياط – عملاء بورسعيد)



المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي



واستناداً لما سبق يمكن للباحث رفض الفرض الرئيسي الثاني وقبول الفرض في الصورة البديلة والذي ينص على انه "وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية بين ولاء المستهلك ومعدلات الربحية في محطات تداول الحاويات المصرية".

٩. النتائج والتوصيات

اولا : النتائج

- ١- توصلت الدراسة إلى إعداد إطار مقترح لزيادة درجة ولاء المستهلك وزيادة ربحية المنظمات بمحطات تداول الحاويات بمنطقة بورسعيد الكبرى.
- ٢- توصلت الدراسة إلى أهمية تبني مفهوم ولاء المستهلك لما له تأثير مباشر ذو دلالة احصائية على ربحية محطات تداول الحاويات بمنطقة بورسعيد الكبرى
- ٣- أظهرت نتائج الدراسة أن محطات تداول الحاويات بمنطقة بورسعيد الكبرى تعتمد في قياس أدائها على المؤشرات المالية فقط وهو ما ينتج عنه عدم قدرتها على حل المشاكل ومعرفة أسبابها والتي ترجع في الغالب إلى أنشطة العملاء.

ثانيا التوصيات :

- ١- توصى الدراسة بالعمل على تدريب العاملين بالمحطة على مستوى متميز لانهم محور نجاح بناء ولاء العميل للمحطة عن طريق برامج التسويق الداخلي.
- ٢- توصى الدراسة انه يجب على محطات تداول الحاويات بمنطقة بورسعيد الكبرى ان تشجع عملائها على تقديم المعلومات المرتدة بعد



تقديم خدمة التداول بالمحطة، حيث يجب ان تسهل المحطة على العملاء ابداء آرائهم والاهتمام بتحليل الشكاوى التي تصل للمحطة والقيام بالمعالجة بشكل فوري وعاجل وللجوء الى حلول غير تقليدية في معالجة شكاوى العملاء.

٣- توصى الدراسة ضرورة تنمية اساليب ترويجية للترحيب بالعملاء الجدد بالمحطة حيث ان تلك الاساليب تعد فعالة لحفز العملاء على التعامل مع المحطة مرة اخرى مثل تقديم عروض سعرية مغرية للخط الملاحي عند تعامله مره اخرى



المراجع :-

اولا : المراجع العربية :

- ١- الأنصاري، اسامة عبد الخالق والجزيري اساسيات التمويل، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح (١٩٩٩)
- ٢- حسن محمد على حسين، التسويق المعاصر والفعال في البنوك التجارية، المنهج والتطبيق بين البنوك العالمية والمصرية، مطابع الولاة الحديثة، القاهرة (٢٠٠٠)
- ٣- سيد جاد الرب ، مؤشرات ومعايير قياس وتقييم الاداء: مدخل استراتيجي للتحسين المستمر والتميز التنافسي، القاهرة، دار النهضة العربية. (٢٠٠٩)
- ٤- عبد الرحمن، إبتهاج مصطفى، "تأثير حجم البنك على خصائص الهيكل المالي وأداء البنوك التجارية في القطاع البنكي المصري" مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، العدد (٧٠)، الجزء (١)، (٢٠٠٨)
- ٥- محمد، نبيل عبد المنعم، "إطار مقترح لاستخدام مدخل بطاقات القياس المتوازن لتقييم الأداء بالبنوك المصرية، دراسة تطبيقية على مجموعة من البنوك المصرية،المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، جامعة عين شمس،، العدد (١)، (٢٠١٠)
- ٦- شيرين عاطف السيد، تطوير القياس المحاسبي للأداء في ضوء العلاقات الوكالية، رسالة ماجستير غير منشورة - كلية التجارة - جامعة القاهرة (٢٠٠٢)
- ٧- محروس، عبير عبد الرحمن، "تأثير الحصة السوقية ودرجة التركيز في الصناعة المصرفية على أداء البنوك التجارية في مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة القاهرة. (١٩٩٨)
- ٨- كرم عبد الله العبسي، اثر التسويق بالعلاقات مع عملاء الائتمان في البنوك على درجة رضاهم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة القاهرة (٢٠١٣).

ثانيا : المراجع الاجنبية

- 1- Al-Awadi, Ahmed, "A proposed model of consumer loyalty sector based on the Kuwaiti experience", Total Quality Management Vol. 13, No. 7, PP. 1035-1046. (2002)



- 2- Alan S. Dick and KunalBasu, ,**customer loyalty: Toward an integrated conceptual Framework**, Journal of the Academy of Marketing Science, volume 22, No. PP. 99-113 (1994)
- 3- Bloemer, Ko-de Ruyter and pascal peeters, , "**investigating drivers of bank loyalty: the complex relationship between image, service quality and satisfaction**", International Journal of bank Marketing vol. 16, No. 7, PP.276-286, (1998)
- 4- Cho. H &Pucik V “ **Relationship between innovativeness Quality Growth Profitability & Market Value, Strategic Management Journal** 26(6) pp 555-575 (2005)
- 5- Dick&KunalBuse, , **Customer loyalty: toward an integrated Conceptual Framework** Journal of Academy of Marketing Since(1994)
- 6- Duncan. E. Elliott G. “**Efficiency, Customer Services & Financial Performance Among Australian Financial Institutions** “International Journal of Bank Marketingvol 22.pp 319-342. (2004)

