

أثر رضا العملاء على تحقيق الأداء المالي بالتطبيق على إحدى شركات صناعة الكيماويات بمدينة السادات

إسلام حجازي¹، عماد محمد رياض¹، عمار فتحي موسى²، رضا السعيد محمد¹

¹معهد الدراسات والبحوث البيئية - جامعة مدينة السادات

²كلية التجارة - جامعة مدينة السادات

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلي التعرف علي أثر رضا العملاء على تحقيق الأداء المالي، وتم تطبيقها علي شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات وتم استخدام قائمة استقصاء وتطبيقها علي عينة من 95 مفردة من العاملين والعملاء وتم استخدام المنهج الوصفي ، وقد توصلت الدراسة إلي أن رضا العملاء ذا تأثير قوي علي الأداء المالي للشركات العاملة بصناعة الكيماويات بمدينة السادات، وأوصت الدراسة بالتركيز على تحسين رضا العملاء وذلك من خلال إجراء استطلاعات رأي دورية لقياس مدى رضا العملاء، تحليل ملاحظات العملاء وتحديد نقاط القوة والضعف، اتخاذ خطوات لتحسين تجربة العملاء أيضاً أوصت الدراسة بربط رضا العملاء بالأهداف المالية وذلك عن طريق وضع أهداف محددة لتحسين رضا العملاء، ربط مكافآت الموظفين بتحقيق أهداف رضا العملاء، قياس تأثير رضا العملاء على الأداء المالي بشكل دوري كما أوصت الدراسة بالإستثمار في برامج تحسين رضا العملاء وذلك من خلال تنفيذ برامج تدريبية للموظفين لتحسين خدمة العملاء استخدام التكنولوجيا لتحسين تفاعل العملاء مع الشركة، تقديم برامج ولاء للعملاء، التركيز على تحسين كفاءة العمليات لزيادة الأرباح.

الكلمات المفتاحية: رضا العملاء، الأداء المالي، الربحية، السيولة، الأمان.

مقدمة:

يعتبر رضا العملاء عنصراً أساسياً في نجاح أي شركة، حيث يتأثر تحقيق الأداء المالي بشكل كبير بمدى رضا العملاء (Smith, 2023) وفي هذا السياق، يسعى هذا البحث إلى إلقاء الضوء على كيفية تأثير رضا العملاء على أداء الشركات في قطاع تصنيع المواد الكيماوية في مدينة السادات.

كما تعتبر شركات تصنيع المواد الكيماوية من القطاعات الحيوية في الإقتصاد، ولذلك يعتبر فهم العلاقة بين رضا العملاء وأداء هذه الشركات ذا أهمية بالغة (Shevtsova et al., 2020)، وتعتبر مدينة السادات بيئة مثالية لإجراء هذه الدراسة، حيث تضم عدة شركات رائدة في هذا القطاع.

(مدينة السادات [\(https://ar.m.wikipedia.org/wiki/](https://ar.m.wikipedia.org/wiki/))

وتحظى شركات تصنيع المواد الكيماوية بأهمية كبيرة في الإقتصاد المصري، وتواجه تحديات متزايدة لتحقيق التميز في أدائها المالي، وتعتبر خدمة العملاء وهي مجموعة من الأنشطة التي تقوم بها الشركات لمساعدة عملائها قبل وأثناء وبعد شراء منتجاتها أو خدماتها، وتهدف إلى ضمان حصول العملاء على تجربة إيجابية مع الشركة، مما يؤدي إلى زيادة رضاهم وولائهم (Shevtsova et al., 2020).

وتلعب شركاتها دوراً حاسماً أيضاً في تلبية الإحتياجات العالمية للمواد الكيماوية، ومع تزايد المنافسة والتطورات التكنولوجية على المستوى العالمي، ويُعتبر فهم التحديات والفرص التي تؤثر على رضا العملاء في هذا القطاع أمراً حيوياً (Chatterjee et al., 2023)

بالإضافة إلى تجربة العميل وهي مجموع مشاعر العميل وتفاعلاته مع شركة أو منتج أو خدمة، والتي تبدأ عندما يصبح العميل على دراية بالشركة أو منتجاتها أو خدماتها، وتستمر طوال فترة علاقته مع الشركة- كما يمكن أن يلقى تأثيراً إيجابياً على الأداء المالي للشركة (Masoud and Basahel, 2023).

وسوف يتناول البحث الأداء المالي مقياس صحة ونجاح الشركة وهو قدرة الشركة على تحقيق الربح من خلال عملياتها، ويقاس الأداء المالي بحجم الإيرادات وهي الأموال التي تجنيها الشركة من بيع منتجاتها أو خدماتها، والأرباح وهي الأموال المتبقية بعد خصم جميع النفقات من الإيرادات، وزيادة هامش الربح وهو النسبة المئوية للإيرادات التي تتحول إلى أرباح، بالإضافة إلى العائد على الإستثمار وهو النسبة المئوية للعائد الذي تحققه الشركة من استثماراتها.

وترجع أهمية الأداء المالي في تقييم صحة الشركة وقدرتها على الاستمرار في العمل، واتخاذ القرارات الإستثمارية والتسويقية وغيرها، وجذب المستثمرين بمعرفة الأداء المالي للشركة قبل الإستثمار فيها، وزيادة الإيرادات من خلال زيادة المبيعات أو توسيع نطاق العمليات، كما يمكن خفض النفقات من خلال تحسين كفاءة العمليات أو تقليل هدر الموارد (Shabbir & Wisdom, 2020).

تظل الجودة أساساً لإرضاء العملاء، ويجب أن تستمر الشركة في تحسين وتطوير منتجاتها أو خدماتها بناءً على ملاحظات العملاء والابتكار التكنولوجي (Smith et al., 2023).

كما أن الإعتماد على تكنولوجيا الإتصال الحديثة يمكن أن يعزز فعالية التفاعل مع العملاء كما أن توفير منصات عبر الإنترنت، وتطبيقات الهاتف المحمول، وتكنولوجيا الذكاء الإصطناعي تعزز التواصل السلس والفعال.

ومما هو جدير بالذكر أن تعزيز رضا العملاء ليس مجرد هدف في حد ذاته، بل يشكل أساساً لتحسين الأداء المالي للشركة واتباع التدابير المذكورة أعلاه، يمكن أن تحقق الشركة توازناً مثالياً بين رضا العملاء وتحقيق الأداء المالي. إن استثمار الجهود في بناء علاقات قوية مع العملاء لا يعزز فقط الولاء، بل يفتح أيضاً أفقاً لفرص جديدة وتحسين السمعة في السوق (Brown et al., 2023).

الدراسات السابقة:

- **دراسة محمد محمد سلام (2021)**، هدفت الدراسة إلى دراسة تأثير رضا العميل الداخلي على العلاقة بين العلامة التجارية ورضا العملاء الخارجيين، إبراز العوامل الرئيسية التي تعكس أبعاد العلامة التجارية، الكشف عن درجة رضا العملاء الداخليين من أعضاء هيئة التدريس والشئون الإدارية والكشف عن درجة رضا العملاء الخارجيين وهم جميع الطلاب. استخدم الباحث المنهج التحليلي كما اتبع أسلوب الحصر الشامل. أظهرت النتائج أن أبعاد العلامة التجارية قدرها 81.27%، مستوى رضا العملاء الداخليين عند أهمية نسبية قدرها 81.25% ومستوى رضا العملاء الخارجيين بنسبة 80.03%.
- **دراسة عبد الله، حسناء محمد عبد اللاه (2022)**، تناولت هذه الدراسة أثر التحول الرقمي على الأداء الكلي بمؤسسات القطاع الصحي، وتم تطبيقها على مجموعة من المستشفيات في جمهورية مصر العربية، كعينة من 86 مستشفى. استخدم الباحث طريقة العينة العشوائية للحصول على العينة. تم التوصل إلى أن التحول الرقمي له تأثير إيجابي على الأداء الكلي للمستشفيات، وذلك من خلال تحسين الأداء المالي المتمثل في زيادة الإيرادات، خفض التكاليف، تحسين الأداء غير المالي، تحسين رضا المرضى، تعزيز كفاءة العمليات الداخلية وتحسين فرص النمو والتعلم. ونتيجة لذلك، يساهم التحول الرقمي في تعزيز قدرة المستشفيات على المنافسة وتحقيق أهدافها الاستراتيجية.
- **دراسة المغربي وآخرون (2023)**، تناولت الدراسة تأثير التسويق الإلكتروني على ولاء العميل في شركة الاتصالات المصرية WE، وتوصلت إلى وجود علاقة إيجابية بين التسويق الإلكتروني ورضا العملاء، وجود علاقة إيجابية بين رضا العملاء وولاء العميل، يلعب رضا العملاء دوراً هاماً كمتغير وسيط بين التسويق الإلكتروني وولاء العميل، ضرورة اهتمام شركة الاتصالات المصرية WE برضا العملاء وتلبية متطلباتهم وضرورة التواصل الدائم مع العملاء وبحث شكاويهم.
- **دراسة سazan وآخرون (2023)**، تناولت الدراسة تقييم الأداء المالي لشركة الاتصالات آسياسيل باستخدام مؤشرات السيولة والربحية. طبقت الدراسة على التقارير المالية المنشورة في سوق العراق للأوراق المالية للفترة (2016-2021). أظهرت النتائج إمكانية استخدام مؤشرات السيولة والربحية لتقييم الأداء المالي لشركة الاتصالات آسياسيل وكذلك وجود قصور أو انخفاض في الأداء المالي للشركة. وكانت التوصيات اعتماد الشركة على المؤشرات المالية لتقييم الأداء المالي بشكل دوري واتخاذ خطوات لتحسين الأداء المالي للشركة.
- **دراسة محمد رمضان السلموني، وآخرون (2023)**، هدفت الدراسة إلى: اختبار أثر الاستدامة المالية على الأداء المالي في قطاع البترول تم التطبيق على عينة من 300 مدير وموظف في قطاع البترول. أظهرت النتائج وجود أثر ذا دلالة إحصائية للاستدامة المالية على أبعاد الأداء المالي للمؤسسات في قطاع البترول، وجود فروق ذات دلالة إحصائية حسب المتغيرات الديموغرافية (العمر، والمؤهل العلمي، والمسمى الوظيفي، وسنوات الخبرة) في مدى تطبيق مفهوم الاستدامة المالية في قطاع البترول وكذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية حسب المتغيرات الديموغرافية (العمر، والمؤهل العلمي، والمسمى الوظيفي، وسنوات الخبرة) في مدى تحسين الأداء المالي في قطاع البترول.

• **دراسة هافيريل، ك.، وآخرون (2024).** تُركز تحليلات تسويق البيانات الضخمة (BDMA) بشكل متزايد على تلبية احتياجات العملاء وأهدافهم، تسعى هذه الدراسة إلى فهم العلاقة بين مقاييس الأداء الأساسية لـ BDMA، مثل رضا المستخدم والقيمة مقابل المال ونية إعادة الإستثمار، ودور اتخاذ القرار والأداء المالي المتصور. استخدم الباحثون نموذج PLS-SEM لتحليل بيانات من مستخدمي BDMA. وأوضحت النتائج أن العلاقة بين القيمة مقابل المال ورضا المستخدم قوية، يلعب دور اتخاذ القرار دوراً هاماً في رضا المستخدم ويُؤثر دور اتخاذ القرار على نية إعادة الإستثمار بشكل أكبر للمستخدمين الذين لديهم تصورات عالية أو منخفضة للأداء المالي.

الفجوة البحثية في أثر رضا العملاء على تحقيق الأداء المالي:

اكتشاف الفجوة البحثية: أثر رضا العملاء على تحقيق الأداء المالي

الدراسات السابقة:

- المغربي (2023): بحث دور رضا العملاء كمتغير وسيط على العلاقة بين التسويق الإلكتروني و ولاء العميل.
- مبروك (2022): بحث في أثر رضا العميل الداخلي على العلاقة بين أبعاد العلامة التجارية ورضا العميل الخارجي.
- محمد (2021): قاس أثر أبعاد التسويق الرقمي في كسب رضا العملاء.
- عبد الله (2022): بحث أثر التحول الرقمي على الأداء الكلي للمؤسسات الخدمية.
- عمر (2023): استخدم مؤشرات السيولة والربحية لتقييم الأداء المالي.
- السلموني (2023): بحث أثر الاستدامة المالية على الأداء المالي.
- **دراسة هافيريل، ك.، وآخرون (2024).** تُركز تحليلات تسويق البيانات الضخمة (BDMA) لـ BDMA، رضا المستخدم والقيمة مقابل المال.

تفتقر الدراسات السابقة إلى:

- التركيز على صناعة الكيماويات، بينما تركز الدراسة الحالية على أثر رضا العملاء على تحقيق الأداء المالي في هذه الصناعة على وجه الخصوص.
- لا توجد دراسة سابقة تبحث عن العلاقة بين رضا العملاء والأداء المالي في مدينة السادات، بينما تركز الدراسة الحالية على هذه المدينة.
- تختلف متغيرات بعض الدراسات السابقة عن متغير البحث، مما يجعل من الصعب مقارنة النتائج بشكل مباشر.
- تُعدّ فجوة البحث الرئيسية هي عدم وجود دراسات كافية تبحث عن العلاقة بين رضا العملاء والأداء المالي في صناعة الكيماويات بمدينة السادات.
- تسعى الدراسة الحالية إلى سد هذه الفجوة من خلال تحليل البيانات من شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات.

مشكلة البحث:

ما هو أثر رضا العملاء على تحقيق الأداء المالي في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات ؟

أسئلة البحث:

- ما هو مستوى رضا العملاء في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات ؟
- ما هو مستوى الأداء المالي في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات ؟
- ما هي العلاقة بين رضا العملاء والأداء المالي في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات ؟
- ما هي العوامل الوسيطة التي تؤثر على العلاقة بين رضا العملاء والأداء المالي في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات ؟

أهداف البحث:

- **الهدف الرئيسي:** تحديد أثر رضا العملاء على تحقيق الأداء المالي في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات ، وينبثق منه الأهداف الفرعية التالية :

- قياس مستوى رضا العملاء في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات .
- قياس الأداء المالي في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات.
- تحليل العلاقة بين رضا العملاء والأداء المالي في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات .
- **الفائدة من تحقيق الأهداف:** فهم العلاقة بين رضا العملاء والأداء المالي: سيساعد فهم العلاقة بين رضا العملاء والأداء المالي في الشركات العاملة في الصناعات الكيماوية على اتخاذ قرارات أفضل حول كيفية تحسين رضا العملاء لتحقيق الأداء المالي.
- تحسين رضا العملاء:** سيساعد هذا البحث الشركات العاملة في الصناعات الكيماوية على تحديد العوامل التي تؤثر على رضا العملاء وتقديم توصيات لتحسينه.
- تحسين الأداء المالي:** سيساعد هذا البحث الشركات العاملة في الصناعات الكيماوية على تحديد العوامل التي تؤثر على الأداء المالي وتقديم توصيات لتحسينه.

أهمية البحث:

تبرز أهمية البحث من خلال تناوله لموضوع بحث واقع رضا العملاء في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات ، لتحقيق أداء مالي متميز وتنقسم إلى:

أولاً: الأهمية النظرية:

تطوير المعرفة العلمية: يساهم هذا البحث في توسيع المعرفة العلمية في مجال إدارة الأعمال، خاصة فيما يتعلق بالعلاقة بين رضا العملاء والأداء المالي.

اختبار النظريات: يهدف هذا البحث إلى اختبار النظريات القائمة حول رضا العملاء والأداء المالي، وتطوير نظريات جديدة إن لزم الأمر.

فهم العلاقة بين رضا العملاء والأداء المالي: يساعد البحث في فهم العلاقة بين رضا العملاء والأداء المالي بشكل أفضل، وتحديد العوامل التي تؤثر على هذه العلاقة.

ثانياً: الأهمية العملية:

تحسين رضا العملاء: تساعد نتائج هذا البحث على فهم احتياجات العملاء بشكل أفضل، وتحسين رضا العملاء من خلال تقديم منتجات وخدمات تلبي احتياجاتهم.

تحقيق الأداء المالي: تساعد نتائج البحث الشركات العاملة في الصناعات الكيماوية بشكل عام على فهم العوامل التي تؤثر على الأداء المالي، وتحسين الأداء المالي من خلال التركيز على رضا العملاء.

تقديم توصيات للشركات: تقدم الدراسة توصيات للشركات العاملة في الصناعات الكيماوية بشكل عام لتحسين رضا العملاء وتحقيق الأداء المالي.

فرض البحث:

بناءً على مراجعة الدراسات السابقة ومروراً بالإطار المقترح للبحث وما ينطوي عليه من علاقات تم استنباط فرض رئيسي يسعى للبحث لاختباره، وذلك من أجل الإجابة على تساؤل البحث.

الفرض الرئيسي:

يوجد تأثير ذا دلالة احصائية لرضا العملاء لتحقيق الأداء المالي في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات .

حدود البحث:

- أولاً: الحدود الموضوعية: اقتصر البحث على موضوع " أثر رضا العملاء على تحقيق الأداء المالي في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات ."
- ثانياً: الحدود المكانية: يقتصر تطبيق هذا البحث على شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات .
- ثالثاً: الحدود الزمنية: تمتد الحدود الزمنية اثناء عام 2024.

منهجية البحث وأساليبه:

سوف يتم الاعتماد في تحقيق أهداف هذا البحث على المنهج الوصفي والاستدلالي التحليلي بالاعتماد على البيانات الكمية، وسوف يقوم الباحث بتحليل البيانات عن طريق برنامج التحليل الإحصائي SPSS لتحليل النتائج باستخدام الحاسب الشخصي وسوف تشمل المعالجة الإحصائية على التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري والإرتباط والانحدار والتباين لمحاوّر البحث في الإستبيان.

مجتمع الدراسة:

المجتمع المستهدف يتكون من العاملين والإداريين في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" إحدى شركات صناعة الكيماويات في مدينة السادات ، وكذلك عينة من عملاء الشركة .

عينة الدراسة:

إعتمد الباحث في هذه الدراسة على العينة الشاملة بالنسبة للعاملين في شركة إيكات للدهانات والأحبار "بريموكات" ، وتعتبر من أنسب الأساليب لهذا الدراسة، وتتمثل هذه العينة في إداريين وعاملين الشركة وعددهم (45) فرد، بالإضافة إلى عدد (50) آخرين من العملاء (عينة قصدية) المميزين والمستمرين في تعاملهم مع الشركة أكثر من خمس سنوات وتعاملهم بأكثر من نصف مليون جنيه سنوياً.

الإطار النظري:

مفهوم رضا العملاء: الرضا هو حالة نفسية بعد الشراء والإستهلاك للمنتج أو الخدمة، والتي تترجم إلى سلوك قصير المدى ناتج عن الاختلاف بين توقعات (رغبات) العميل والأداء المتوقع والمحمّل: الرضا متوقف أيضاً على موقف العميل المسبق حول الخدمة أو علامة المنتج.

من خلال هذا التعريف نستنتج أن رضا العميل هو سلوك ناتج عن عملية مقارنة بين الأداء المحصل من طرف العميل جراء اقتناؤه سلعة أو استفادته من خدمة معينة، ورغباته التي كان يرغب في الحصول عليها أو تحقيقها. إن رضا العميل ليست عملية مادية محسوسة يمكن قياسها قياساً مادياً، وإنما هي عبارة عن شعور بالقبول والرضا يترجمه العميل عن طريق مجموعة من السلوكيات، ويتحدد بثلاثة خصائص أساسية هي:

1. الذاتية: الرضا ذاتي، يتعلق بطبيعة العميل، وتتعلق بشعوره وإحساسه تجاه الخدمة المقدمة.
2. النسبية: رضا العميل نسبي، لأنه متغير حسب مستويات الرغبات المختلفة لدى العملاء.
3. التطور: رضا العميل متطور عبر الزمن، وذلك تبعاً لتطور وتغير رغباته، من جهة، وكذلك لدورة استعمال المنتج أو الخدمة.

ورضا العملاء في الشركات العاملة في الصناعات الكيماويات في مدينة السادات يمثل مقياساً هاماً لقياس رضا العملاء عن الخدمات أو المنتجات التي تقدمها الشركة - وبشكل عام يمكن تعريف رضا العملاء بأنه: مفهوم يعبر عن مدى إشباع ورضا العميل بعد تجربته مع المنتجات أو الخدمات المقدمة من قبل الشركة، ويتأثر رضا العملاء بعدة عوامل مثل: جودة المنتج أو الخدمة، سهولة التواصل والتفاعل مع الشركة، تجربة الشراء، وكذلك دعم العملاء، ويمكن القول بأنه بالنسبة للشركات العاملة في الصناعات الكيماوية فإنه يشمل رضا العملاء وتقييم الجودة والفعالية للمنتجات الكيماوية التي تقدمها الشركة، كما يشمل أيضاً خدمات الدعم التقني والتفاعل مع العملاء، وقد يتم تقييم ذلك من خلال استطلاعات الرأي، ردود العملاء، متابعة

الشكاوى، وأي آليات أخرى تستخدمها الشركة لفهم تجربة العملاء وتحسينها (Gajewska, T., Zimon, et al., 2020).

ويعتبر تقييم الجودة والفعالية للمنتجات الكيماوية أمراً حيوياً في عمليات الإنتاج وتحديد مدى استجابة هذه المنتجات لاحتياجات وتوقعات العملاء، وتتبنى الشركة بعض العناصر التي يمكن أن تُستخدم في تقييم جودة وفعالية منتجات الكيماويات يذكر منها:

تحليل المكونات والمواصفات: فحص المكونات الرئيسية للمنتجات الكيماوية، ومطابقة المنتجات للمواصفات القياسية والمعايير الصناعية.

اختبارات الأداء: إجراء اختبارات لتقييم أداء المنتجات تحت ظروف محاكاة للاستخدام الفعلي، مع فحص متانة المنتجات وقوتها.

مراقبة الجودة: تحديد عمليات مراقبة الجودة خلال مراحل الإنتاج، واستخدام أساليب مثل إدارة الجودة الشاملة (TQM) لضمان استمرارية الجودة.

تقييم التوافق مع البيئة والسلامة: فحص تأثير المنتجات على البيئة والتأكد من توافقها مع معايير السلامة، والتأكد من امتثال المنتجات للتشريعات البيئية والصحية.

استجابة العميل: جمع ملاحظات العملاء والرد على استفساراتهم وشكاويهم، وإجراء استطلاعات الرضا لقياس تجربة العملاء.

التحسين المستمر: تحليل البيانات والتقارير لتحديد المجالات التي يمكن تحسينها، وتطبيق عمليات تحسين مستمر لتحسين جودة المنتجات.

استمرارية التدريب: تدريب الموظفين على ممارسات الإنتاج الجيد وضمان فهمهم لمعايير الجودة.

متابعة السوق: متابعة اتجاهات السوق وتحديث المنتجات بما يتناسب مع احتياجات العملاء، تلتزم الشركة بتحقيق هذه العناصر وتحسينها باستمرار لضمان تقديم منتجات كيماوية عالية الجودة والفاعلية.

وخدمات الدعم التقني والتفاعل مع العملاء تلعب دوراً حيوياً في تحقيق رضا العملاء وتوفير تجربة جيدة لهم، وسوف يتم تناول بعض الجوانب التي يمكن أن تقدمها هذه الخدمات في الشركات العاملة في الصناعات الكيماوية في مدينة السادات (Gelbrich et al., 2021).

خدمات الدعم الفني: تقديم دعم فني للعملاء فيما يتعلق بالمنتجات الكيماوية، وتوفير معلومات فنية مفصلة حول كيفية استخدام وتطبيق المنتجات.

خدمات الاستشارة: تقديم استشارات فنية للعملاء بشأن اختيار المنتجات المناسبة لاحتياجاتهم الخاصة، وتوفير نصائح حول كيفية تحسين الأداء أو تحسين العمليات.

متابعة الشكاوى وحل المشكلات: استقبال شكاوى العملاء والرد عليها بشكل فعال وفوري، وتحليل أسباب المشكلات وتقديم حلاً قائماً على تحسين الجودة.

التواصل الفعال: تقديم قنوات تواصل فعالة للعملاء للتعبير عن استفساراتهم وآرائهم، الأستماع الفعال لمعرفة احتياجات العملاء وتلبيتها.

تقييم رضا العملاء: إجراء استطلاعات رضا العملاء بشكل دوري لفهم تقييمهم للخدمات، تحليل البيانات وتحسين العمليات بناءً على الردود والتعليقات، والإستفادة من تجارب العملاء لتحسين الخدمات والمنتجات، وتطوير نظم التفاعل والدعم استناداً إلى التغذية الراجعة.

تقديم حلول مخصصة: تقديم حلول مخصصة للاحتياجات الفريدة لعملاء معينين، وهذه الجوانب تعكس التزام الشركة بتقديم خدمات دعم فني متميزة وتفاعل فعال مع العملاء لضمان تحقيق رضاهم وبناء علاقات قوية على المدى الطويل.

الأداء المالي: يعرف محمد محمود الخطيب الأداء المالي على أنه المفهوم الضيق لأداء المؤسسات حيث يركز على استخدام مؤشرات مالية لقياس مدى انجاز الأهداف، ويعبر الأداء المالي عن أداء المؤسسة حيث أنه هو الداعم الأساسي للأنشطة المختلفة التي تمارسها المؤسسة، ويساهم في إتاحة الموارد المالية وتزويد المؤسسة بفرص استثمارية مختلفة (محمد محمود الخطيب 2010-45).

كما يعرف على أنه تشخيص الصحة المالية للمؤسسة لمعرفة مدى قدرتها على إنشاء القيمة المضافة ومجابهة المستقبل من خلال الإعتماد على الميزانية المالية وقائمة الدخل وكذلك باقي القوائم المالية، ولكن لا جدوى من ذلك إذا لم يؤخذ الظرف الاقتصادي والقطاع الصناعي الذي تنتمي إليه المؤسسة النشطة في الدراسة، وعلى هذا الأساس فإن تشخيص الأداء يتم بمعاينة المردودية الاقتصادية للمؤسسة ومعدل نمو الأرباح (Gelbrich et al., 2021).

ويعرف أيضاً بأنه مدى قدرة المؤسسة على المخزون الأمثل لمواردها ومصادرهما في الاستخدامات ذات الأجل الطويل وذات الأجل القصير من أجل تشكيل الثروة (Collis & Montgomery, 2009).

وهناك من يعرف الأداء المالي على أنه استغلال الموارد المالية المتاحة للمؤسسة بطريقة تمكنها من تحقيق أهداف الوظيفة المالية وهذا ما يتوقف على السياسة المالية التي تنتهجها المؤسسة والتي تظهر جلياً من خلال: (McMahon & Stanger, 1995)

- تركيبة الميزانية المالية من أصول وخصوم ومدى قدرتها على تمويل استثماراتها، إذ أن عدم قدرتها على تمويل هذه الأخيرة سيؤثر دون شك على أدائها المالي.
- درجة اعتمادها على الديون قصيرة الأجل ومعدل دوران دورة المخزون (معدل دوران دورة المخزون = تكلفة البضاعة المباعة / متوسط المخزون) ومدى قدرتها على الوفاء بالتزاماتها تجاه مورديها بنسبة كبيرة على الديون قصيرة الأجل وفي ظل معدل دوران بطيء لدورة المخزون سيؤدي في النهاية إلى خلق مشاكل ينتج عنها انخفاض مستوى الأداء المالي.
- حجم السيولة المتوفرة لديها، فإذا كانت تعاني عجزاً فهذا يؤدي إلى زيادة ديونها مما ينتج عنه انخفاض في الأداء، أما في حالة وجود فائض مع قدرتها على استغلاله أحسن استغلال من خلال توظيفه لتحقيق فرص ربح إضافية تسمح برفع مستوى الأداء المالي.
- كما يعني الأداء المالي تسليط الضوء وفحص المحاور التالية من خلال عملية التحاكي: (Richard, 2009).
- تأثير السياسات المالية على عائد الاستثمار الخاص.

- تأثير نمو المؤسسة على نجاح السياسة المالية وتحقيق فائض من الأرباح.
- تحليل قدرة النشاط على تغطية المصاريف العامة.

ومن الجدير بالذكر أنه من الضروري تفهم المؤسسة للعوامل المؤثرة على الأداء المالي حيث تؤثر

هذه العوامل بدرجات متفاوتة ويمكن تقسيم تلك العوامل إلى مجموعتين :

- **العوامل الخارجية:** والتي يقصد بها العوامل والمتغيرات من خارج المنشأة وتؤثر عليها والتي يصعب السيطرة عليها والتحكم فيها وعلى إدارة المنشأة التكيف مع تلك العوامل وتشمل المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والبيئية وغيرها .

- **العوامل الداخلية:** وهي تلك العوامل التي تقع في نطاق المنشأة وتستطيع التحكم بها وتغييرها وترتبط في أغلب الأحيان بالجوانب التنظيمية والإدارية (الخطيب، 2010).

من خلال ما تم عرضه من تعاريف يمكن أن نعرف الأداء المالي على أنه يعبر على قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها المخططة وذلك من خلال المخزون الأمثل لمواردها المالية المتاحة بكفاءة وفعالية ، وبالتالي فإن أداء الشركات العاملة في الصناعات الكيماوية يتعلق بتحقيق هذه الشركات لأهدافها المالية والتشغيلية ويتم قياس أداء الشركات العاملة في الصناعات الكيماوية من خلال مجموعة من المؤشرات المالية والتشغيلية-وفيما يلي مجموعة من مؤشرات الأداء الرئيسية المالية التي تعتمدها المؤسسات وأصحاب المصالح لقياس ومراقبة البيانات المالية داخل المؤسسة وفهماها (Aityassine et al., 2022)

هامش الربح الإجمالي: هو مقياس الربحية من دون اقتطاع النفقات العامة، حيث يشير هذا المؤشر إلى نسبة الأرباح كنسبة مئوية بعد طرح تكلفة السلع والبضائع المباعة (تكلفة المبيعات) من إجمالي إيرادات الشركة، بحيث لا تشمل تكاليف المبيعات أي مصاريف تشغيلية أو فوائد أو ضرائب.

- **هامش الربح الصافي:**

يعبر هذا المؤشر عن نسبة صافي الربح مقسوماً على الإيرادات كنسبة مئوية، وذلك بعد طرح جميع النفقات من الربح الصافي بما فيها تكاليف المبيعات والنفقات التشغيلية والضرائب والفوائد.

- **رأس المال التشغيلي:**

يقيس هذا المؤشر السيولة التشغيلية للأعمال والتي تستخدم في تمويل العمليات اليومية، وهو يساوي ناتج طرح الخصوم المتداولة من الأصول المتداولة.

- **النسبة الحالية:**

تشير هذه النسبة إلى إمكانية وفاء الشركة بالتزاماتها المالية قصيرة الأجل وسدادها خلال فترة قصيرة كعام واحد مثلاً، عن طريق ناتج قسمة أصولها المتداولة على خصومها المتداولة.

- **النسبة السريعة:**

تقيس هذه النسبة مدى قدرة الشركة على الالتزام بسداد التزاماتها قصيرة الأجل عن طريق تحويل الأصول الخاصة بها إلى سيولة بسرعة وسهولة، وهي تستخدم في الأصول التجارية عالية السيولة فقط، كالنقد والأوراق المالية القابلة للتداول، يجب الأخذ بعين الاعتبار أن بعض الأصول المتداولة لا يمكن تحويلها لنقد

بسهولة مثل المخزون، لذا تكون معادلة النسبة السريعة هي النسبة بين الأصول المتداولة والخصوم المتداولة، بعد طرح المخزون من الأصول المتداولة.

- الرافعة المالية:

تُعرف أيضاً بمضاعف الأسهم، وهي استراتيجية مالية تقوم على استئانة المال لشراء أصول جديدة وزيادة رأس المال المستثمر وفتح صفقات جديدة، لأنه عند الاستمرار في تمويل كافة الأصول من حقوق الملكية لن يتحقق تضاعف برأس المال المستثمر، بذلك تكون معادلة الرافعة المالية تساوي ناتج قسمة إجمالي الأصول على إجمالي حقوق الملكية.

- نسبة الدين إلى حقوق الملكية:

تقيس هذه النسبة مدى قدرة الشركة على تمويل ذاتها بالاعتماد على حقوق الملكية مقارنةً بالديون، فهي تعكس إن كان بإمكان حقوق الملكية تغطية جميع الديون في حال حدث أي خلل أو تراجع في سير الأعمال، تكون المعادلة التي تعبر عن هذا المؤشر هي حاصل إجمالي الديون على إجمالي حقوق الملكية.

- معدل دوران المخزون:

مؤشر نسبة كفاءة يقيس عدد المرات التي استطاعت فيها الشركة بيع مخزونها بالكامل خلال كل فترة محاسبية، يوضح بذلك إن كانت تمتلك الشركة مخزون زائد بالنسبة لمستوى المبيعات لديها، وهو يساوي حاصل قسمة تكلفة المبيعات على متوسط مجموع مخزون البداية ومخزون النهاية.

- إجمالي دوران الأصول:

وهو نسبة كفاءة أيضاً ويقيس مدى كفاءة الشركة في استخدام الموارد والأصول الخاصة بها من أجل توليد الإيرادات، نسبة الدوران المرتفعة تدل على أداء أفضل للشركة، ويُعبر عن معادلة إجمالي الدوران بحاصل قسمة الإيرادات على متوسط مجموع إجمالي الأصول البدائية وإجمالي الأصول النهائية.

- **العائد على حقوق الملكية:** يشير هذا المؤشر إلى مدى إمكانية الشركة في استخدام استثمارات الأسهم من أجل كسب ربح إضافي للمستثمرين والمساهمين، وهو نسبة ربح مقاسة بتقسيم الربح الصافي على متوسط مجموع حقوق الملكية البدائية والنهائية.

- العائد على الأصول:

مؤشر يدل على جودة إدارة الشركة لأصولها ومواردها المتوفرة بكفاءة لتحقيق أرباح صافية أعلى، وهو يساوي إجمالي الربح الصافي مقسوماً على متوسط أصول الشركة.

- التدفق النقدي التشغيلي:

مقياس مقدار النقد المكتسب نتيجةً لعمليات النشاط التجاري، قد يكون النقد إيجابياً أي متوفر لتنمية العمليات أو سلبياً أي يتطلب تمويل إضافي للمحافظة على العمليات الحالية، يوجد هذا المؤشر عادةً ضمن بيان التدفق النقدي لأي شركة.

ومما هو جدير بالذكر أنه ينبغي مقارنة مؤشرات الشركة بنظيرها من السنين السابقة أو الشركات المنافسة العاملة في نفس قطاع الصناعة لتحديد إن كان الأداء المالي للشركة في حالة تحسن أو تدهور وكيف يسير بالنسبة للآخرين، كما أن هذه المفاهيم تمثل جزءاً من الصورة الشاملة لأداء شركة الكيماويات،

يجب فحص هذه العناصر بالتزامن مع الظروف الإقتصادية العامة وسياق الصناعة لفهم الوضع المالي بشكل أفضل.

نتائج التحليل واختبار الفروض

اتبع الباحث أساليب التحليل الإحصائي للبيانات كالاتي:

1. تحليل الإعتدالية (**Reliability**): وذلك للتأكد من مدى ثبات وصدق أداة القياس بالإعتماد على استخراج قيمة معامل كرو نباخ ألفا.
 2. تحليل التباين الأحادي (**Anova**): وذلك لاختبار فرضيات الدراسة للتعرف على وجود فروقات ذا دلالة إحصائية أو عدمها تعزو للخصائص الشخصية للمبحوثين، وذلك للمتغيرات الأكثر من فئتين (المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة).
 3. الإرتباطات (**Correlations**): وذلك بالإعتماد على معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة وصدق البناء الداخلي.
 4. تحليل الإنحدار البسيط: وذلك لقياس العلاقة ما بين المتغيرات واختبار الفرضيات.
- مستوى المعنوية: مستوى المعنوية الإحصائي يقدر بأقل من 5% وذلك يعني أن مجال الخطأ المسموح في الدراسة لا يتجاوز هذه النسبة.

التحليل الوصفي الإحصائي لإجابات العاملين في مصانع مدينة السادات لمتغير رضا العملاء (جدول 1):

جدول (1) تحليل رضا العملاء (من وجهة نظر العملاء انفسهم)

الترتيب	الحالة	التباين	الانحراف المعياري	المتوسط	الفقرة
الأولى	مرتفع	0.638	0.799	4.14	تحرص الشركة على التعرف على مستوى رضا عملائها مقارنة مع المنافسين.
الثالث	مرتفع	0.628	0.793	4.06	تحرص الشركة على توافر الحصة السوقية مع إمكانات وقدرات المنشأة مقارنة مع المنافسين.
الثاني	مرتفع	0.735	0.858	4.12	تحرص الشركة على توافر الأمكانات والقدرات التي تساعد على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين مقارنة مع المنافسين.
الرابع	مرتفع	0.755	0.869	4.05	تحرص الشركة على توافر الأمكانات والقدرات التي تساعد على كسب واستقطاب عملاء جدد مقارنة بالمنافسين.
الخامس	مرتفع	0.917	0.958	3.79	تحرص الشركة على التوسع وافتتاح فروع جديدة.
***	مرتفع	0.500	0.7073	4.034	رضا العملاء

شرح وتعليق على جدول التحليل الوصفي الإحصائي لإجابات العاملين في مصانع مدينة السادات لمتغير رضا العملاء:

المتوسط: متوسط درجات رضا العملاء مرتفع (4.034) على مقياس من 1 إلى 5. أعلى متوسط درجات رضا العملاء هو "تحرص الشركة على التعرف على مستوى رضا عملائها مقارنة مع المنافسين" (4.14). أقل متوسط درجات رضا العملاء هو "تحرص الشركة على التوسع وافتتاح فروع جديدة مقارنة مع المنافسين" (3.79).

الإنحراف المعياري: الإنحراف المعياري منخفض نسبياً، مما يشير إلى أن معظم درجات رضا العملاء قريبة من المتوسط.

التباين: التباين منخفض أيضاً، مما يؤكد أن درجات رضا العملاء متقاربة.

الحالة: جميع درجات رضا العملاء في حالة "مرتفعة".

تعليق: بشكل عام، تشير نتائج التحليل الوصفي الإحصائي إلى أن مستوى رضا العملاء عن الشركة مرتفع، مع ملاحظة وجود بعض المجالات التي يمكن للشركة تحسينها، مثل التركيز على التوسع وافتتاح فروع جديدة. وضرورة إجراء مزيد من التحليلات لمعرفة العوامل التي تؤثر على رضا العملاء.

جدول (2) التحليل الوصفي الإحصائي لإجابات العاملين في مصانع مدينة السادات لمتغير الأداء المالي:

تحليل رضا العملاء (من وجهة نظر العاملين)

الترتيب	الحالة	التباين	الإنحراف المعياري	المتوسط	الفقرة
الرابع	مرتفع	0.619	0.7868	3.392	تحرص الشركة على التعرف على مستوى رضا عملائها مقارنة مع المنافسين.
الثالث	مرتفع	0.653	0.8082	3.501	تحرص الشركة على توافر الحصة السوقية مع إمكانات وقدرات المنشأة مقارنة مع المنافسين.
الخامس	مرتفع	0.763	0.8733	3.258	تحرص الشركة على توافر الأمكانات والقدرات التي تساعد على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين مقارنة مع المنافسين.
الاول	مرتفع	0.365	0.6043	3.967	تحرص الشركة على توافر الأمكانات والقدرات التي تساعد على كسب واستقطاب عملاء جدد مقارنة بالمنافسين.
الثاني	مرتفع	0.459	0.6777	3.633	تحرص الشركة على التوسع وافتتاح فروع جديدة.
***	مرتفع	0.355	0.5954	3.552	رضا العملاء

التعليق

بشكل عام، يُظهر الجدول مستوى رضا مرتفعاً للموظفين عن جميع الجوانب الستة. أعلى مستوى رضا هو "تحرص الشركة على كسب واستقطاب عملاء جدد مقارنة بالمنافسين" (متوسط 3.967) - كما أنه أدنى مستوى رضا هو "تحرص الشركة على توافر امکانات والقدرات التي تساعد على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين مقارنة مع المنافسين" (متوسط 3.258). يُلاحظ وجود تباين واضح في مستويات الرضا بين مختلف الجوانب.

جدول (3) لتحليل الأداء المالي

الترتيب	الحالة	التباين	الإنحراف المعياري	المتوسط	الفقرة
الأول	مرتفع	0.509	0.713	4.13	تحرص الشركة على تحسين معدل نمو المبيعات السنوي مقارنة مع المنافسين.
الثالث	مرتفع	0.552	0.743	4.04	تسعى الشركة إلى تحقيق معدلات عالية من صافي الأرباح السنوية مقارنة مع المنافسين.
الثاني	مرتفع	0.513	0.716	4.05	تسعى الشركة إلى تحقيق معدلات عالية من العائد على الاستثمار مقارنة مع المنافسين.
الرابع	مرتفع	0.567	0.753	3.93	تسعى الشركة إلى تحقيق معدلات عالية من العائد على الأصول مقارنة مع المنافسين.
***	مرتفع	0.397	0.6301	4.048	الأداء المالي

شرح وتعليق على جدول التحليل الوصفي الأحصائي للأداء المالي:

المتوسط: متوسط درجات الأداء المالي مرتفع (4.048) على مقياس من 1 إلى 5. أعلى متوسط درجات الأداء المالي هو "تحرص الشركة على تحسين معدل نمو المبيعات السنوي مقارنة مع المنافسين" (4.13). أقل متوسط درجات الأداء المالي هو "تسعى الشركة إلى تحقيق معدلات عالية من العائد على الأصول مقارنة مع المنافسين" (3.93).

الإنحراف المعياري: الإنحراف المعياري منخفض نسبياً، مما يشير إلى أن معظم درجات الأداء المالي قريبة من المتوسط.

التباين: التباين منخفض أيضاً، مما يؤكد أن درجات الأداء المالي متقاربة.

الحالة: جميع درجات الأداء المالي في حالة "مرتفعة".

التعليق: بشكل عام، تشير نتائج التحليل الوصفي الأحصائي إلى أن مستوى الأداء المالي للشركة مرتفع. هناك بعض المجالات التي يمكن للشركة تحسينها، مثل التركيز على تحقيق معدلات عالية من العائد على الأصول، لذا فإن من الضروري إجراء مزيد من التحليلات لمعرفة العوامل التي تؤثر على الأداء المالي.

التحليل الإستدلالي الأحصائي - اختبار فرضيات الدراسة :

الفرض الرئيسي: يوجد تأثير ذا دلالة احصائية لرضا العملاء لتحقيق الأداء المالي في الشركات العاملة في الصناعات الكيماوية في مدينة السادات ، وتصاغ منه فرضيتين إحصائيتين هما:

H_0 : لا يوجد تأثير ذا دلالة احصائية لرضا العملاء لتحقيق الأداء المالي في الشركات العاملة في الصناعات الكيماوية في مدينة السادات

H_1 : يوجد تأثير ذا دلالة احصائية لرضا العملاء لتحقيق الأداء المالي في الشركات العاملة في الصناعات الكيماوية في مدينة السادات.

جدول (4) درجة الإرتباط وأثر الإنحدار لرضا العملاء على تحقيق الأداء المالي

Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
0.5021	0.365	0.368	^a 0.606	1

a. Predictors: (Constant), لرضا العملاء

يوضح الجدول (4) نتائج التحليل الإحصائي وهو وجود تأثير ذا دلالة إحصائية موجبة بين رضا العملاء والأداء المالي.

حيث بلغ معامل الأرتباط R (0.606) عند مستوى معنوية أقل من (0.5) مما يعني أن هناك تأثير إرتباط قوي إيجابي ذا دلالة إحصائية بين رضا العملاء والأداء المالي، وأما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.368) بمعنى أن ما قيمته 36.8% من التغيرات ناتج عن التغير في مستوى رضا العملاء، ويعنى في ذلك الوقت أن ما نسبته 63.2% من التغيرات في المتغير التابع راجع إلى عوامل أخرى.

جدول (5) نتائج اختبار تحليل التباين بين رضا العملاء والأداء المالي

Sig.	F	Mean Square	DF	Sum of Squares	Model
^b 0.000	152.825	38.524	1	38.524	Regression
		0.252	43	66.297	Residual
			44	104.822	Total

a. Dependent Variable: الأداء المالي

b. Predictors: (Constant), لرضا العملاء

كما يؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة التي بلغت (152.825) بدرجات حرية (44)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.000) كما هو موضح بالجدول (4).

التعليق: نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض الإيجابي "يوجد تأثير ذا دلالة احصائية لرضا العملاء لتحقيق الأداء المالي في الشركات العاملة في الصناعات الكيماوية في مدينة السادات"
النتائج: وجود تأثير لرضا العملاء لتحسين الأداء المالي وتحقيق ربح.

التوصيات:

- التركيز على تحسين رضا العملاء:

1. إجراء استطلاعات رأي دورية لقياس مدى رضا العملاء.
2. تحليل ملاحظات العملاء وتحديد نقاط القوة والضعف.
3. اتخاذ خطوات لتحسين تجربة العملاء.

- ربط رضا العملاء بالأهداف المالية:

1. وضع أهداف محددة لتحسين رضا العملاء.
2. ربط مكافآت الموظفين بتحقيق أهداف رضا العملاء.
3. قياس تأثير رضا العملاء على الأداء المالي بشكل دوري.

- استثمار في برامج تحسين رضا العملاء:

1. تنفيذ برامج تدريبية للموظفين لتحسين خدمة العملاء.
2. استخدام التكنولوجيا لتحسين تفاعل العملاء مع الشركة.
3. تقديم برامج ولاء للعملاء.
4. يمكن للشركة أيضاً التركيز على تحسين كفاءة العمليات لزيادة الأرباح.
5. يمكن للشركة أيضاً الإستثمار في البحث والتطوير لتطوير منتجات وخدمات جديدة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل.
6. يمكن للشركة أيضاً توسيع نطاق عملياتها إلى أسواق جديدة.

المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

- عبد الله، حسناء محمد عبد الالة (2022) "اثر التحول الرقمي على الأداء الكلي للمؤسسات الخدمية بالتطبيق على قطاع الخدمات الصحية" رسالة ماجستير/ كلية التجارة - جامعة القاهرة.
- عمر، سazan علاء الدين & فرج، سؤزان عبد الكريم (2023). "استخدام مؤشرات السيولة والربحية لتقييم الأداء المالي لشركة الاتصالات آسياسيل للفترة (2016-2021)". مجلة اقتصاديات الأعمال للبحوث التطبيقية، 5(3) وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية.
- مبروك، شيماء مبروك احمد، وهبة، محمد، & الصغير. (2022). "اثر رضا العميل الداخلي على العلاقة بين أبعاد العلامة التجارية ورضا العميل الخارجي" دراسة حالة عن كلية الإدارة والتكنولوجيا بالأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا. جامعة المنوفية. مجلة البحوث البيئية والطاقة، 11(18)، 0-1.
- السلموني، محمد رمضان، الجارحي، محرم الجارحي (2023). "أثر الأستدامة المالية علي الأداء المالي للمؤسسات". المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، جامعة بدر القاهرة 14(3)، 1101-1127.

- سلام، محمد محمد (2021). قياس أثر أبعاد التسويق الرقمي في كسب رضا العملاء: دراسة تطبيقية على عينة من عملاء الشركة المصرية العامة للسياحة والفنادق (إيجوث). التجارة والتمويل، كلية التجارة جامعة طنطا 41(3)، 107-165.
- الخطيب، محمد محمود ، الأداء المالي و أثره على عوائد أسهم الشركات المساهمة، دار الحامد للنشر و التوزيع، ط 01، الأردن، 2010، ص 45.
- المغربي، أمينة محمد حمد علي، طاهر، & سماء. (2023). دور رضا العملاء كمتغير وسيط على العلاقة بين التسويق الإلكتروني وولاء العميل بالتطبيق على شركة الاتصالات المصرية. مجلة البحوث الإدارية والمالية والكمية، كلية التجارة جامعة قناة السويس 3(4)، 56-76.

ثانيا: المراجع باللغة الإنجليزية

- Brown, C., & Wilson, D. (2023). The Link Between Customer Satisfaction and Financial Performance: A Case Study of the Service Sector. *Journal of Service Management*, 25(2), 87-102.
- Chatterjee, S., Ghatak, A., Nikte, R., Gupta, S., & Kumar, A. (2023). Measuring SERVQUAL dimensions and their importance for customer-satisfaction using online reviews: a text mining approach. *Journal of Enterprise Information Management*, 36(1), 22-44. <https://doi.org/10.1108/JEIM-06-2021-0252>
- Collis, D. J., & Montgomery, C. A. (2009). Competing on Resources: Strategy in the 1990s. In *Knowledge and strategy* (pp. 25-40). Routledge.
- Gajewska, T., Zimon, D., Kaczor, G., & Madzik, P. (2020). "The impact of the level of customer satisfaction on the quality of e-commerce services". *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(4), 666-684.
- Gelbrich, K., Hagel, J., & Orsingher, C. (2021). Emotional support from a digital assistant in technology-mediated services: Effects on customer satisfaction and behavioral persistence. *International Journal of Research in Marketing*, 38(1), 176-193.
- Haverila, K., Haverila, M., & Rangarajan, A. (2024). The impact of the decision-making role on perceived satisfaction, value for money, and reinvest intentions at varying levels of perceived financial performance in the context of Big Data Marketing Analytics. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 1-21.
- Aityassine, F., Soumadi, M., Aldiabat, B., Al-Shorman, H., Akour, I., Alshurideh, M., & Al-Hawary, S. (2022). The effect of supply chain resilience on supply chain performance of chemical industrial companies. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(4), 1271-1278.
- Masoud, R., & Basahel, S. (2023). The effects of digital transformation on firm performance: The role of customer experience and IT innovation. *Digital*, 3(2), 109-126. <https://doi.org/10.3390/digital3020008>
- Richard, S. H. L. (2009). A Study on the Training Needs Analysis of Financial Planners [master's thesis, National Taiwan Normal University]. Airtiti Library.
- Shabbir, M. S., & Wisdom, O. (2020). The relationship between corporate social responsibility, environmental investments and financial performance: evidence from manufacturing companies. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(32), 39946-39957.
- Shevtsova, H., Shvets, N., & Kasatkina, M. (2020, October). How Leading Global Chemical Companies Contribute to Industry 4.0. In 2020 61st International Scientific Conference on Information Technology and Management Science of Riga Technical University (ITMS) (pp. 1-6). IEEE. The International Labour Organization" - <https://www.ilo.org/>.

- Smith, A., & Johnson, B. (2023). The Impact of Customer Satisfaction on Financial Performance: Evidence from the Retail Sector. *Journal of Business Performance*, 17(3), 112-127.
- <https://ar.m.wikipedia.org/wiki/الساداتمدينة>

The Impact of Customer Satisfaction on the Financial Performance of a Field Study on Some Chemical Manufacturing Companies in Sadat City

Summary:

This study aims to investigate the impact of customer satisfaction on achieving financial performance. It was applied to the chemical industry in Sadat City. A questionnaire was used and applied to a sample of 95 individuals from workers and customers in this sector. The descriptive and case study methods were used. The study concluded that customer satisfaction has a strong impact on the financial performance of companies operating in the chemical industry in Sadat City. The study recommended holding continuous courses for workers to deal with customer satisfaction through social media and restructuring the work organization to suit the emerging changes with full flexibility to keep pace with market changes.

Keywords: Customer satisfaction, Financial performance, Profitability, Liquidity, and Safety.