



The role of psychological contract and internal customer factors in customer commitment to retailers: An applied study on a sample of food consumers.

Atiya Mofthh Alfitori^{1*}, Mohamed Musbah Doufan²

¹Department of Engineering and Industrial Management at the Higher Institute of Engineering Technologies, Zliten, Libya.

²Department of Business Administration, Higher Institute of Agricultural Technologies, Al-Gheran, Tripoli, Libya.

دور العقد النفسي والعوامل الداخلية للعميل في التزام العميل تجاه متاجر التجزئة: دراسة تطبيقية على عينة من مستهلكي السلع الغذائية

عطية مفتاح الفيتوري^{1*}، محمد مصباح دوفان²

¹قسم الإدارة الهندسية والصناعية بالمعهد العالي للتقنيات الهندسية، زليتن، ليبيا.

²قسم إدارة الأعمال بالمعهد العالي للتقنيات الزراعية الغيران، طرابلس، ليبيا.

*Corresponding author: Aztft755@gmail.com

Received: April 24, 2026

Accepted: July 02, 2026

Published: July 16, 2026

Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract:

This study aimed to examine the relationship between the study variables, which are (the customer's psychological contract, the customer's internal factors, the customer's commitment, and the retail store), and concluded that there is a statistically significant effect at the significance level of ($\alpha \geq 0.05$) for both the psychological contract and the customer's internal factors on the customer's commitment to the retail store. There is a statistically significant effect of psychological contract at the ($\alpha \leq 0.05$) level on customer commitment to the retail store. There is also a statistically significant effect of internal customer factors at the ($\alpha \leq 0.05$) level on customer commitment to the retail store.

Keywords: Psychological contract, customer internal factors, customer commitment, retail stores.

المخلص:

هدفت هذه الدراسة الى فحص العلاقة بين متغيرات الدراسة وهي (العقد النفسي للعميل، العوامل الداخلية للعميل، التزام العميل، متاجر التجزئة) وتوصلت الى انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لكل من العقد النفسي والعوامل الداخلية للعميل على التزام العميل تجاه متجر التجزئة. ويوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعقد النفسي عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة. ويوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل الداخلية للعميل عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

الكلمات المفتاحية: العقد النفسي، العوامل الداخلية للعميل، التزام العميل، متاجر التجزئة.

المقدمة:

يتناول العقد النفسي الالتزامات التي يتعهد بها اطراف العلاقة ولولم يوجد عقد رسمي قانوني ينظم هذه العلاقة، ويتكون العقد النفسي من التصورات الذاتية للأطراف المشاركة في العلاقة (Chaubey: 2016: p 2)، وظهر مفهوم العقد النفسي سنة 1938 عندما حاول بعض المتخصصين في مجال الادارة والتنظيم فهم الاسباب الغير مباشرة لعدم رضا الموظفين عن الامتيازات والحوافز التي يتصلون عليها من المنظمة، وفي سنة 1958 وضعت دراسات اخرى مفهومها متقدما للعقد النفسي وابعاده (Pawelczyk : 2020 : p 97)، و كان مفهوم العقد النفسي مجال اهتمام العديد من الباحثين في مجالات مثل علم الاجتماع، والسلوك التنظيمي، والعلاقات الصناعية. وتشير الدراسات إلى أن معظم الباحثين يركزون بشكل كبير على كشف القضايا الأساسية المتعلقة بعلاقات العمل، بدلاً من المسؤوليات والأدوار القانونية والرسمية. ومن الواضح على مدار السنوات الماضية، ان العقد النفسي جذب اهتمام العديد من علماء السلوك التنظيمي، إذ يُعتقد أنه يوفر أفضل إطار لدراسة العلاقات القائمة بين الأفراد والمنظمات. وفي هذا المجال يُعتبر العقد النفسي رابطاً يجمع الفرد والمنظمة من خلال تلبية توقعات كل طرف في علاقة تبادلية (Amani 2018: p 55). ثم اتسع مجال تناول مفهوم العقد النفسي وابعاده سواء المعاملاتية او العلائقية او التبادلية ليشمل علاقات التسويق والعملاء ودراسة اسباب تحول وانتقال العملاء الى بدائل اخرى. وسعت العديد من الدراسات الى فحص العلاقات الشخصية بشكل أفضل داخل وخارج مؤسسة الأعمال. وفي هذا المجال ساهمت الأدبيات ذات الصلة في دراسة العقد النفسي كأداة لتسليط الضوء على العلاقة المباشرة بين الموظف والعميل، وهي علاقة بالغة الأهمية لنجاح الشركة في السوق والنجاح المالي من خلال مفهوم التبادلية في العقود النفسية لتتجاوز السياق التقليدي للعلاقة بين الموظف والعميل، من خلال دراسة هذا الأمر من منظور التسويق (Kutaula، 4 :2020: S).

مشكلة الدراسة:

تناولت العديد من الدراسات السابقة متغير العقد النفسي من حيث تأثيره المباشر على عدة متغيرات اخرى منها نية الشراء عند العميل وثقة ورضى العميل وجودة العلاقة مع العملاء والتزام العميل، ومن خلال اطلاع الباحثان وجدا ان هناك فجوة بحثية وهي ان اغلب الدراسات السابقة لم تتعرض للدور الوسيط لبعض المتغيرات الاخرى والتي قد يكون لها دور فعال في العلاقة بين العقد النفسي والتزام العميل مع متاجر التجزئة، ومن هذه المتغيرات متغير العوامل الداخلية للعميل والتي تعتبر محركا فعالا لسلوكيات العميل تجاه متجر التجزئة ومن هنا يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

- هل لمتغير العوامل الداخلية للعميل دور في العلاقة بين متغير العقد النفسي والتزام العميل؟

اهداف البحث:

- التعرف على طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة التي تم تناوله في العديد من الدراسات السابقة بصور مختلفة ومنفردة.
- الوقوف على التأثير المباشر لأبعاد متغير العقد النفسي على العوامل الداخلية للعميل والتزامه تجاه متجر التجزئة.
- التعرف على الفروق بين إدراك العملاء لمتغيرات البحث (العقد النفسي، العوامل الداخلية للعميل، التزام العميل) وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الدخل).
- التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات الإيجابية التي تخدم وتدعم فهم سلوك العميل والتزامه او عدم التزامه تجاه متاجر التجزئة وفقاً لتأثير العقد النفسي على العوامل الداخلية المحركة لسلوكه.

فروض البحث:

- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لمتغير العقد النفسي على العوامل الداخلية للعميل.
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لمتغير العقد النفسي على التزام العميل.
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لمتغير العوامل الداخلية للعميل على التزام العميل.
- توجد فروق معنوية بين إدراك العملاء لمتغيرات البحث (العقد النفسي، العوامل الداخلية للعميل، التزام العميل) وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الدخل).

أهمية البحث:

أ. الأهمية العلمية:

- المساهمة في الدراسات والبحوث العلمية التي تتعلق بدراسة متغير العقد النفسي وابعاده المعاملاتي والعلائقي وتأثيرها على العوامل الداخلية للعميل والتزام العميل.
 - قلت الدراسات التي تناولت هذه المفاهيم بالدراسة والتحليل في نموذج واحد من هنا تأتي هذه الدراسة للمساعدة في تحديد طبيعة العلاقة المباشرة بين ابعاد العقد النفسي للعميل والعوامل الداخلية المحركة لسلوك التزام العميل.
- ب. الأهمية التطبيقية: تبرز أهمية هذه الدراسة فيما تحققة من نتائج يمكن استخدامها من قبل مؤسسات البيع في تفسير سلوكيات العملاء ومحاولة التأثير عليها وتوجيهها بطريقة تحافظ على استمرار العلاقة معهم.

الدراسات السابقة:

1. الدراسات السابقة المتعلقة بالعقد النفسي:

- هدفت دراسة (الشريف: 2016) فقد تناولت ابعاد العقد النفسي المعاملاتية، المتوازنة، والارتباطية وعلاقتها بالانغماس الوظيفي لدى الموظف وطبقت على عينة قدرها 284 مفردة من العاملين في مجموعة من الكليات واستنتجت ان للعقد النفسي دور ايجابي لدعم الهوية الاجتماعية إذا قامت الكليات بالاهتمام بجوانب العقد النفسي للعامل.

- اما دراسة (Chaubey: 2016) فقد سعت الى فحص العلاقة بين العقد النفسي للموظف والسلوكيات المنحرفة داخل المنظمة وسلوكيات مشاركة الموظف في العمل واتخاذ القرار وطبقت على عينة قدرها 254 مفردة وأظهرت نتائج الدراسة أن انخراط الموظفين والتزامهم يرتبطان ارتباطاً إيجابياً بالعقد النفسي، باستثناء السلوك المنحرف ومن هنا نستنتج أن التواصل النفسي يلعب دوراً هاماً في انخراط الموظفين والتزامهم.
- وكانت دراسة (Hannahm et al: 2016) دراسة نظرية مقارنة تبحث في الأدبيات التي تناولت مفهوم العقد النفسي في مجال علاقات التسويق بأن عملاء الشركة قد ينظرون إلى الوعود التي يعتقدون أن الشركة قد قدمتها لهم على أنها عقود نفسية تشمل الوفاء بالعهود والالتزامات في علاقات التسويق، كما حددت الاستراتيجيات الداخلية والخارجية التي يمكن للشركات استخدامها لإدارة العقود النفسية بشكل أكثر فعالية.
- اما دراسة (Amani: 2018) فقد تطرقت الى الكشف عن نظرة الطلاب كعملاء لمؤسسات التعليم العالي والى استراتيجيات التسويق التعليمية واستخدمت هذه الدراسة ابعاد العقد النفسي كأداة للتسويق التعليمي ودراسة تأثيره على النوايا السلوكية للعملاء وطبقت على عينة تكونت من 289 مفردة من طلبة الجامعات في تنزانيا واستنتجت أن العقد النفسي للطالب يؤثر بشكل كبير على النوايا السلوكية للعملاء، ولذلك ينبغي على المؤسسات الأكاديمية بذل جهود كبيرة لتحقيق توقعات الطلاب والتأثير على استجاباتهم السلوكية أو نواياهم، والتي يمكن الكشف عنها من خلال التوصيات الإيجابية والولاء.
- وذكر (Mehmood، et al: 2018) في دراسته ان الكلام السلبي يؤثر سلبا على العقد النفسي للعميل ورضاه وثقته حيث طبقت هذه الدراسة في مجال تجارة التجزئة الالكترونية وتقتصر طرقاً مثل تجنب تأخير تسليم المنتج، والتركيز على جودة المنتج، وتسهيل مطالبة العميل باسترداد الأموال لمعالجة عملية خرق العقد النفسي للعميل. وهدفت دراسة (الجنابي، الغانمي: 2019) الى فحص العلاقة بين خرق العقد النفسي لدى العميل وأثرها على سلوك التحول الى شركة اخرى وطبقت على عينة قدرها 254 مفردة من عملاء شركة اسيا سيل للاتصالات واستنتجت ان المشاعر السلبية نتيجة لخرق العقد النفسي تؤثر سلبا على نية الالتزام في العلاقة من قبل العميل عند العميل.
- اما دراسة (Chang Zhang :2019)، فقد قامت بدراسة اثار خرق العقد النفسي على رضا العميل وماهي ردود العملاء الناتجة عن خرق العقد النفسي واستنتجت أن العملاء سيشرحون بخرق نفسي للعقد عند حدوث فشل في الخدمة، وأن ردود أفعالهم تجاه فشل الخدمة تكون أكثر سلبية عند حدوث خرق كبير في العقد النفسي.
- وفي دراسة (Ma: 2020، Cheng) كان الهدف فحص الدور الذي يلعبه العقد النفسي بين الموظفين وأصحاب العمل في قطاع الاتصالات في هونغ كونغ، ودراسة العلاقة بينه وبين سلوك العمل ونية دوران العمل. حيث ركزت الأبحاث السابقة في قطاع الاتصالات في هونغ كونغ بشكل أساسي على حماية المستهلك والمنافسة في سوق الاتصالات، واستنتجت أن للعقد النفسي علاقة مهمة بسلوك العمل ونية دوران العمل. يُعد العقد النفسي وسيلة أفضل لتفسير نية دوران العمل في سوق العمل. يمكن لمديري الأعمال الاستفادة من هذه النتيجة لتطوير خطط وأساليب أفضل للتعامل مع قضايا سلوك ونية دوران العمل وفي دراسة لتأثير العقد النفسي على مواطنة العميل والتزامه في العلاقة مع المنظمة.
- وسعت دراسة (LIU، et al: 2020) الى فحص تأثير نوعين من خرق العقد النفسي على سلوكيات مواطنة العميل والتزامه في العلاقة مع الشركة واستنتجت ان انتهاك العقد النفسي المعاملاتي يؤثر جزئياً على سلوكيات توصية العملاء، ويؤثر خرق العقد العلاني على سلوكيات المساعدة.
- وفي دراسة اخرى (Shengxiang، et al: 2020) قام الباحثون بفحص العلاقة بين دور العقد النفسي وجودة العلاقة في تطبيقات حجز السيارات عبر الانترنت واطهرت النتائج ان كلا بُعدي خرق العقد النفسي يرتبطان سلباً بجودة العلاقة مع المنصة ذات العلاقة، علاوة على ذلك فإن صحة القيمة المضافة لخرق العقد النفسي العلاني فيما يتعلق بجودة العلاقة مع المنصة أعلى، مما يشير إلى أهمية العقد النفسي العلاني.
- ومن ناحية اخرى فان دراسة (Kutaula، 2020: S) ركزت على نظرية التبادل الاجتماعي و، والعقد النفسي وسلوكيات موظفي الخطوط الأمامية الموجهة نحو العملاء، والوفاء بالعقد النفسي للعملاء، مما يُبنى في النهاية بنتائج سلوك العملاء واستنتجت أن العقود النفسية يمكن أن تلعب دوراً حاسماً في العلاقة المباشرة بين الموظف والعميل، وهي علاقة بالغة الأهمية لنجاح الشركة في السوق والنجاح.
- وتناولت ايضا دراسة (Nugraha et al: 2020) مفهوم العقد النفسي والدور الوسيط لثقة العميل ورضا العميل في العلاقة بين نية العميل لإعادة استخدام موقع تجارة التجزئة الإلكتروني. وُجّهت عينة الدراسة الحالية إلى طلاب الدراسات العليا، وكان المشاركون يدرسون في جامعة شيانغ ماي في تايلاند وطبقت على عينة قدرها (321) مفردة، واستنتجت ان العقد النفسي أساس فهم العلاقة بين البائع والمشتري في تجارة التجزئة الإلكترونية.
- اما دراسة (عبد العزيز وآخرون: 2021) فقد سعت الى دراسة تأثير العقد النفسي على سلوك المواطنة لدى الموظف داخل منظمات الاعمال الحكومية وطبقت على عينة قدرها 280 مفردة من الموظفين ذوي الاختصاصات المختلفة، واستنتجت ان العقد النفسي بأبعاده المعاملاتية والعلائقية له دور ايجابي في دعم سلوكيات المواطنة إذا تم الوفاء بالالتزامات بين أطراف العلاقة.

- وفي دراسة أخرى (Hussain، 2021: et al) كان الهدف الرئيسي هو دراسة خصائص منصات التجارة الاجتماعية، مثل تفاعلية المنصة والتقييمات والمراجعات التي تؤثر على نوايا الشراء لدى المستهلكين وعلاقتها بالعقد النفسي للمستهلك. وأجرت استطلاع رأي عبر الإنترنت شمل 430 مستهلكاً على موقع تجارة اجتماعية شهير في الصين. وتشير النتائج الإجمالية إلى أن خصائص المنصة قادرة على تغيير نوايا الشراء لدى المستهلكين من خلال العقود النفسية. وتقدم الدراسة رؤية جديدة حول سلوك المستهلكين في بيئات التجارة الاجتماعية.
 - وهدفت دراسة (Zhang، 2022: et al) إلى الكشف عن أسباب عدم قدرة العقود الرسمية على التقليل من سلوكيات الاستغلال بين الأطراف في العلاقة وتُظهر النتائج أن للعقد النفسي تأثيراً إيجابياً كبيراً على جودة العلاقة، ويؤثر سلباً على السلوك الانتهازي من خلال الثقة والالتزام. تظهر هذه الدراسة توسع نطاق الأبحاث حول العقود النفسية والسلوكيات الانتهازية في تسويق العلاقات.
 - وفي دراسة أخرى (An Li: 2023)، كان البحث عن أثر العقود النفسية على أداء الشركات في مجال التسويق غير المباشر واستخدمت الذكاء الصناعي لتحليل العلاقة بين المتغيرات واستنتجت أنه لبناء العقود النفسية في تسويق البث المباشر تأثير إيجابي على أداء الشركات، ويمكن أن يؤدي تحسين آلياتها إلى تحسين أدائها بشكل أكبر. لتحقيق الاستفادة الكاملة من إمكانات العقود النفسية وتحسين أدائها في السوق.
 - وقام (Chugh، 2023: et al) في دراسته بالكشف عن العلاقة بين العقود الرسمية والعقود النفسية في علاقات التصدير والتوزيع وكانت النتائج: أن الوفاء بالعقد النفسي يعزز الالتزام العاطفي والالتزام الحسابي. علاوةً على ذلك، يؤثر الالتزام العاطفي والحسابي على العلاقة بين الوفاء بالعقد النفسي والاداء في مجال التصدير.
 - وسعت دراسة (Malhotra، 2024: et al) إلى التعرف على دور العقد النفسي في عملية إشراك الموظفين في اتخاذ القرارات والاحتفاظ بهم وتقليل دوران العمل في مؤسسات التعليم العالي واستنتجت أن هناك علاقة وثيقة بين الاحتفاظ بالموظفين والعقد النفسي.
 - وذكرت دراسة (Tayeb، 2024: et al) أنه عندما يدرك العملاء أن العلامة التجارية قد أخفقت في الوفاء بوعودها، يحدث خرق نفسي لعقد العلامة التجارية، مما يؤدي إلى خرق نفسي لعقد العميل تجاه العلامة التجارية، ويثير سلوكاً غير طبيعي لدى العملاء تجاه العلامة التجارية، تبحث هذه الدراسة فيما إذا كان تأثير الخرق يعتمد على اعتذار من قبل الشركة وتعويض العميل واستنتجت أن جودة العلاقة تلعب دوراً مهماً في العلاقة بين خرق العقد النفسي وسلوكيات العميل مثل الكلام السلبي عن العلامة التجارية ومقاطعتها.
- 2. الدراسات السابقة المتعلقة بالعوامل الداخلية للعميل:**
- من الدراسات التي تناول تأثير العوامل الداخلية على سلوك المستهلك:
- وفي دراسة (Durmaz: 2014) تناولت تأثير العوامل النفسية على سلوك المستهلك الشرائي. وسعت إلى قياس تأثير هذه العوامل على سلوك المستهلك الشرائي، الذي يزداد أهمية يوماً بعد يوم حسب ما ذكرت وطُبقت على عينة قدرها 1400 مفردة من المستهلكين في إحدى المناطق التركية واستنتجت أن للعوامل الداخلية للمستهلك تأثير إيجابي على سلوك المستهلك وأن المستهلكون عندما يقومون بعملية الشراء فإنهم يشعرون بالسعادة.
 - أما دراسة (قويدري، فورين: 2016) فقد درست العلاقة بين العوامل المؤثرة في سلوك شراء المنتجات الخضراء واستنتجت أن العوامل النفسية مثل الإدراك والتعلم والدوافع وعوامل المزيج التسويقي لها تأثير كبير في اتخاذ قرار الشراء عند المستهلك.
 - وسعت دراسة (مجدوب: 2017) إلى تسليط الضوء على العوامل الداخلية المؤثرة في سلوك المستهلك من خلال دراسة سلوك المستهلك واستنتجت أن عملية دراسة سلوك المستهلك مهمة جداً لأن العوامل المؤثرة فيه تلعب دوراً مركزياً في قراراته وفهم أعماق المستهلك ودوافعه الداخلية.
 - أما دراسة (با عبد الله، انصاري: 2020) فقد كان الغرض الرئيسي لها هو دراسة العوامل المؤثرة في سلوك الشراء لدى العملاء في المملكة العربية السعودية عبر الإنترنت واستنتجت أن لهذه العوامل تأثير فعال في توجيه سلوك العميل.
 - أما دراسة (بن يحي، بوجيت: 2020) فذكرت أن العوامل الداخلية المتمثلة في الشخصية والتعلم والإدراك والدوافع لها علاقة إيجابية في تحديد سلوك المستهلك وقرارات الشراء عنده.
 - أما دراسة (Rao: 2020) فقد تناولت هذه الدراسة تأثير العوامل النفسية على سلوك الشراء لدى المستهلكين بطريقة نظرية ومراجعة أدبيات الدراسات السابقة حول العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك. واستخدمت طريقة استطلاع الرأي حيث. اختيرت سبع مقاطعات من كل منطقة بطريقة العينة العشوائية. أُجري استطلاع رأي مباشر على 100 شخص من كل مقاطعة، وشارك فيه 1400، واستنتجت أن عواطف المستهلك ومواقفه وتفضيلاته تؤثر على سلوك الشراء. وتؤثر العوامل النفسية على سلوك المستهلك بصورة عامة، مثل التركيبة السكانية، والشخصية، وأنماط الحياة، والمتغيرات السلوكية.
 - وقامت دراسة (Sharma: 2022) باستكشاف العوامل المؤثرة في عملية اتخاذ القرارات لدى المستهلك، وكيف يمكن للمسوقين فهم أفكاره وتصرفاته. بما في ذلك المؤثرات الداخلية، الدوافع، العواطف، والشخصية، والمواقف، والسلوكيات. كما تستكشف الدراسة معالجة المعلومات الفردية، والتعلم، وتغيير المواقف، مما يوفر فهماً شاملاً لعقلية المستهلك المعقدة. من خلال دراسة هذه الجوانب، يمكن للمسوقين فهم عمليات اتخاذ القرارات المعقدة والاستراتيجيات

التي يمكن استخدامها لتحسين استراتيجياتهم التسويقية واستنتجت ان هناك علاقة بين الدافع والشخصية والعواطف لدى أي فرد في تشكيل نفسيته. وهذا يُظهر بوضوح تأثير هذه العوامل على نفسية المستهلك.

- اما دراسة (Shukla:2022) وفقد تناولت فهم وكيفية اختلاف مشاعر كل مستهلك ومواقفه وتفضيلاته عن الآخر، وفي سياق العوامل العاطفية والعقلية والاجتماعية التي تسبق سلوكيات المستهلك واستنتجت ان سلوك المستهلك معقد بطبيعته. فمدى مشاركة المستهلكين في قرار الشراء يُحدد مدى اختلاف خياراتهم وفقا للعوامل المؤثرة في سلوك الشراء.

- وقامت دراسة (Leonov، et al: 2023) بتحليل أثر العوامل النفسية على سلوك المستهلك وعملية اتخاذ القرار واستنتجت ان للمكونات العاطفية والقيم المعرفية والنفسية دور كبير في تحديد السلوك الاستهلاكي وعملية اتخاذ القرار.

3. الدراسات المتعلقة بالتزام العميل:

- تناولت دراسة (Keiningham et al: 2015) نموذج الالتزام كمفهوم ثلاثي المكونات: الالتزام العاطفي، والمعياري، والحسابي. كنموذج مطور يتكون من خمس مكونات للالتزام المستهلك: الالتزام العاطفي، والمعياري، والاقتصادي والقسري، والمعتاد.

- وهدفت دراسة (قرطام، ضيف: 2017) الى دراسة العلاقة بين التزام العميل ونية الشراء وطبقت على عينة قدرها 403 مفردة من عملاء الهواتف الذكية. واستنتجت ان للالتزام العاطفي لدى العميل تأثير ايجابي على نية الشراء.

- وكان الهدف الرئيسي لدراسة (Andres et al: 2017) مراجعة ما كتب حول الالتزام من قبل المستهلك في العلاقة مع العلامة التجارية حيث تم تحليل 98 مقالاً منشوراً في مجلات علمية خلال الفترة من 1998 إلى 2015، ووجدت تسعة تعريفات للالتزام العلامة التجارية في الأدبيات، ووضع تعريف موحد لهذا المفهوم.

- وفي دراسة اخرى لنفس الباحث تناول مفهوم التزام العميل (Keiningham et al: 2017) وعلاقته بتجربة العملاء من منظور التزام العميل واستنتجت ان اتساع المجالات التي تشمل تجربة العميل، المعرفية والعاطفية والجسدية والحسية والاجتماعية.

- اما دراسة (Bakhshi Dubey: 2020) فقد هدفت إلى فهم العلاقة بين جودة خدمة منافذ البيع بالتجزئة، والتزام العملاء تجاهها، وميلهم إلى مشاركة تجربتهم مع الآخرين من خلال التواصل الشفهي. وطبقت على عينة من متسوقي متاجر التجزئة في خمس مدن رئيسية مختلفة، واحدة من شرق الهند، وغربها، وشمالها، وجنوبها، ووسطها، بنسب متفاوتة. واستنتجت ان جودة الخدمات تعزز التزام العميل تجاه المتجر.

- وفي دراسة (Hamdan et al: 2023) قامت بتحليل منظور التسوق الإلكتروني في إندونيسيا من خلال العلاقة بين الرضا الإلكتروني، والالتزام الإلكتروني، والتسويق اللفظي الإلكتروني، ونية إعادة الشراء الإلكتروني. واستنتجت ان مواقع التسوق الإلكتروني لها تأثير إيجابي كبير على تجربة العميل الإلكترونية وبالرغم من ذلك فإن رغبة العميل في الالتزام باستخدام تطبيق أو موقع تسوق الكتروني ليست كما هو متوقع، ولكن لا يزال هناك موقف إيجابي تجاه موقع التسوق.

التعليق على الدراسات السابقة:

1. ظهر مفهوم العقد النفسي بداية في مجال دراسة سلوك العاملين وعلاقته بدوران العمل.
2. تناولت معظم الدراسات السابقة نتيجة اختراق العقد النفسي على سلوك العميل واداء الشركات وعلاقات التسويق مع العميل.
3. لم يتم خلال الدراسات السابقة دراسة العقد النفسي للعميل والعوامل الداخلية والتزام العميل ضمن نموذج واحد.

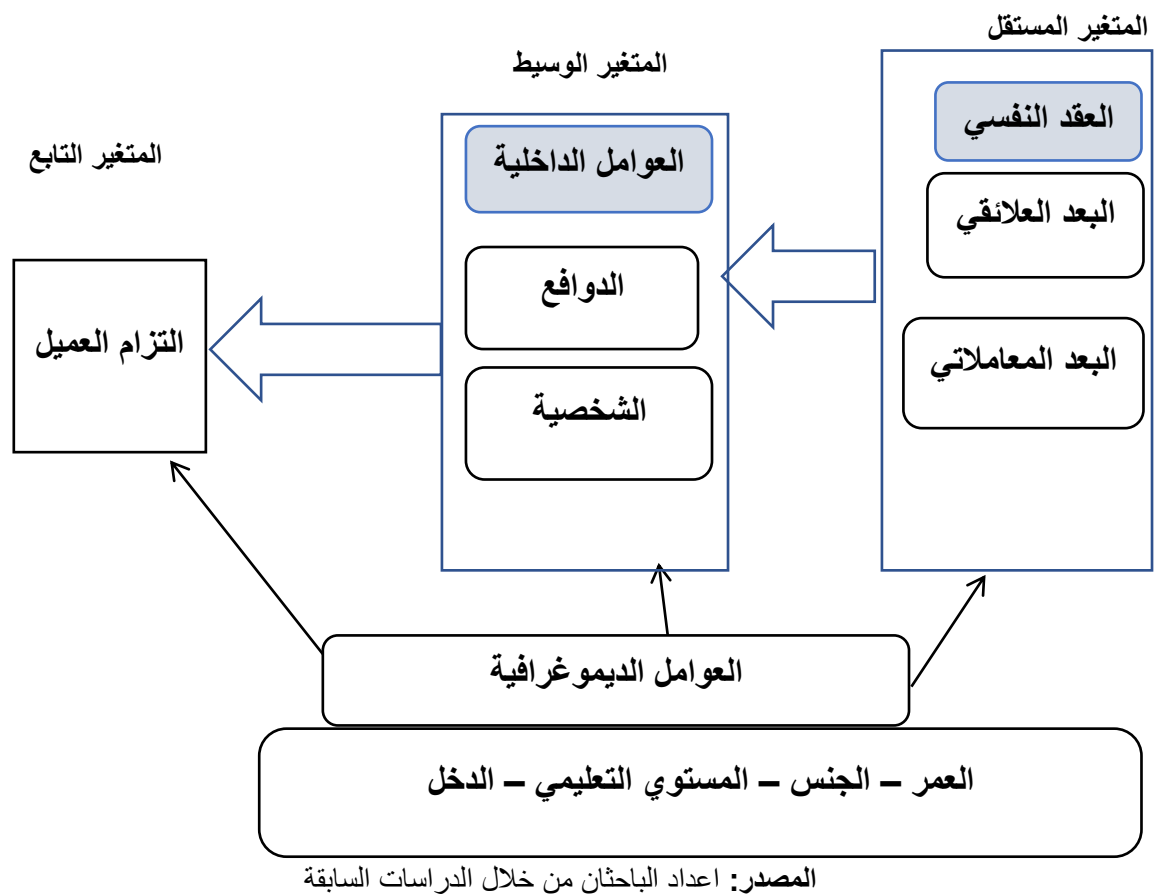
مفاهيم الدراسة:

- **العقد النفسي:** عرّف العقد النفسي في مجال التسويق بأنه تصورات المستهلكين ومعتقداتهم حول المسؤوليات والالتزامات المتبادلة الضمنية وغير المكتوبة بينهم وبين الشركات. وقد أشارت بعض الدراسات إلى وجود عقود نفسية بين المشتريين والبائعين. وبالمقارنة مع إدراك المستهلكين لالتزاماتهم في العقد النفسي، يُولي الباحثون اهتماماً أكبر لإدراك المستهلكين لمسؤولية الشركات (Et al، Shengxiang :2020، p.2) وعرف بأنه مزيج من مشاعر الحب والسخط والغضب والمرارة والاستياء والرضا تجاه موقف معين من طرف ما في علاقة معينة وهو توقعات متبادلة بين المنظمات والعاملين مبنية على توقعات مما يلبي احتياجات الاطراف في العلاقة مما يؤدي الى الاستمرار في العلاقة (الغانمي: 2019، ص 26).

العوامل الداخلية للعميل:

- **الدوافع:** الدافع حالة داخلية تُنشّط السلوك وتُحفّزه وتُوجّهه نحو أهداف مُحدّدة يسعى الفرد الى تحقيقها (Shukla:2022، p.51)، وترتبط الدوافع ارتباطاً وثيقاً بالشخصية. عندما لا تُلبى مطالب العميل، قد تؤدي إلى مشاعر سلبية كالاستياء أو الغضب. وعلى العكس، عندما تُلبى رغباته، قد تُسفر عن مشاعر إيجابية كالفرح والحماس والرضا (Sharma، et al: 2022، p4081).
- **الشخصية:** تُعرّف الشخصية بأنها استجابات الشخص المستمرة للمحفزات البيئية، مما يؤدي إلى ردود فعل متشابهة في مواقف متشابهة (Sharma، et al: 2022، p4080)، وتعرف بأنها تلك الخصائص والصفات النفسية التي تتدد تصرفات وسلوكيات الفرد نحو كافة المنبهات الداخلية والخارجية التي يتلقاها بشكل دوري (مجدوب: 2017، ص 328).

- **التزام العميل:** يعرف التزام العميل بأنه رغبة طويلة الأمد في الحفاظ على علاقة قيمة بين العملاء والبائعين، ويُظهر ثلاثة جوانب للالتزام، وهي الالتزام العاطفي والالتزام المستمر والالتزام المعياري. ويُعرّف الالتزام العاطفي بأنه التزام العميل مع ارتباط عاطفي بالمنتج ويُعرّف التزام الاستمرارية بأنه التزام العميل بمواصلة استخدام المنتج بشكل مستدام. يُعرّف الالتزام المعياري بأنه إجراء للحفاظ على علاقة جيدة وسمعة طيبة بين المستهلكين والبائعين من خلال التعامل المستمر في العلاقة (Et al-Hamdan 2023, p. 6). كما عرف الالتزام بأنه تصور لوجود علاقة طويلة الأمد مع الطرف الآخر مهمة جدا بما يضمن بذل أقصى جهد للحفاظ عليها وان الشركاء على استعداد للعمل للحفا على العلاقة وتقديم تضحيات على المدى القريب للحصول على مكاسب في المدى البعيد (قرطام، ضيف: 2017، ص 130).
 - **متاجر التجزئة:** هي مجموعة المنظمات التي تعمل في مجال بيع السلع والخدمات للمستهلك النهائي بهدف الاستخدام الشخصي أو العائلي (مسلم: 2009، ص 34).
- نموذج الدراسة:



اختبار فرضيات الدراسة:

يتم التحقق من صحة الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية في هذه الدراسة من خلال استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد لقياس الأثر بين المتغير المستقل المتمثل في العقد النفسي والعوامل الداخلية للعميل بأبعادهما (البعد العلائقي، البعد المعاملاتي، بعد الدوافع، بعد الشخصية)، والمتغير التابع المتمثل في التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

الفرضية الرئيسية الأولى:

الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لكل من العقد النفسي والعوامل الداخلية للعميل على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لكل من العقد النفسي والعوامل الداخلية للعميل على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

ولإيجاد معادلة الانحدار، وحيث إن المتغيرات المستقلة والمتغير التابع تُعد متغيرات كمية، يتم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression) الذي يأخذ في الاعتبار أكثر من متغير مستقل (X)، ويتم تحليل الانحدار للتنبؤ بقيمة المتغير التابع من خلال مجموعة المتغيرات المستقلة، ويتم ذلك من خلال تمثيل العلاقة بين المتغير التابع (Y) والمتغيرات المستقلة بالمعادلة الخطية الآتية:

$$Y=a+\beta_1X_1+\beta_2X_2$$

كما تم الاعتماد على معامل ارتباط بيرسون (Pearson's Coefficient)، وتحليل التباين (ANOVA)، ومعامل التحديد (R^2)، حيث إن المتغيرات المستقلة تتمثل في (العقد النفسي، العوامل الداخلية للعميل)، بينما يتمثل المتغير التابع في التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وقد جاءت النتائج كما هو موضح في الجداول التالية:

جدول رقم (1): نتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد لقياس أثر العقد النفسي والعوامل الداخلية للعميل على التزام العميل

تجاه متجر التجزئة

متغيرات الدراسة	قيمة المعلمة	قيمة اختبار t	معنوية t	قيمة اختبار F	معنوية F	R	R^2
القيمة الثابتة	-0.273	-0.755	0.453	51.751	0.000 ^b	0.749 ^a	0.561
ابعاد العقد النفسي	0.618	4.678	0.000				
ابعاد العوامل الداخلية	0.340	2.651	0.010				

يتضح من نتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد الموضح في جدول رقم (1) أن العلاقة بين العقد النفسي والعوامل الداخلية للعميل والالتزام العميل تجاه متجر التجزئة هي علاقة طردية قوية، حيث بلغ معامل الارتباط ($R = 0.749$)، مما يعكس وجود ارتباط إيجابي قوي بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.561$)، وهو ما يشير إلى أن 56.1% من التغير في التزام العميل يمكن تفسيره من خلال العقد النفسي والعوامل الداخلية للعميل، بينما تعزى النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى خارج النموذج، وقد أظهر اختبار F قيمة بلغت ($F = 51.751$) عند مستوى دلالة ($Sig = 0.000$) وهي أقل من (0.05)، مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار ككل وصلاحيته استخدامه في تفسير التغيرات التي تطرأ على التزام العميل، أما على مستوى معاملات الانحدار الجزئية فقد بينت النتائج أن أبعاد العقد النفسي سجلت معامل انحدار موجب بلغ ($B = 0.618$) وبقيمة اختبار $t = 4.678$ عند مستوى دلالة ($Sig = 0.000$)، مما يشير إلى وجود أثر دال إحصائي لهذا المتغير في التزام العميل، كما أظهرت النتائج أن أبعاد العوامل الداخلية للعميل سجلت معامل انحدار موجب بلغ ($B = 0.340$) وبقيمة اختبار $t = 2.651$ عند مستوى دلالة ($Sig = 0.010$)، وهو ما يدل على وجود أثر دال إحصائي لهذا المتغير أيضاً في التزام العميل، وبناءً على ما سبق يتضح أن نتائج نموذج الانحدار تشير إلى وجود أثر إجمالي معنوي لكل من العقد النفسي والعوامل الداخلية للعميل على التزام العميل تجاه متجر التجزئة. يشير الجدول الأخير إلى معادلة الانحدار الخطي المتعددة بين المتغيرات المستقلة (العقد النفسي - العوامل الداخلية للعميل) والمتغير التزام العميل تجاه متجر التجزئة كما يلي:

$$Y=a+\beta_1X_1+\beta_2X_2+0.340(X_1)+0.618(Y=-0.273)+$$

حيث أن:

- Y (المتغير التابع) التزام العميل تجاه متجر التجزئة.
- X_1 العقد النفسي.
- X_2 العوامل الداخلية للعميل.

ومن خلال نتائج t يتبين أن جميع المتغيرات المستقلة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، حيث أظهرت أبعاد العقد النفسي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000، كما أظهرت أبعاد العوامل الداخلية للعميل دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.010، وهو ما يدل على وجود تأثير معنوي لكل منهما في التزام العميل، وبالتالي فإن كلا المتغيرين يساهمان بشكل معنوي في معادلة الانحدار المتعدد.

الفرضية الفرعية الأولى:

الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعقد النفسي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعقد النفسي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

ولاختبار الفرضية حيث إن كلا المتغيرين المستقل والتابع كمي نستخدم تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression) ومعامل ارتباط بيرسون Pearson's Coefficient، وتحليل التباين ومعامل التحديد، حيث إن المتغير المستقل هو العقد النفسي، والمتغير التابع هو التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وقد جاءت النتائج كما هو موضح في الجداول التالية:

جدول رقم (2): نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر العقد النفسي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة

معلومات نموذج الانحدار	قيمة المعلمة	قيمة اختبار t	معنوية t	قيمة اختبار F	معنوية F	R	R ²
β_0	0.010	9.480	0.000	89.869	0.000 ^b	0.723 ^a	0.523
B ₂	0.876						

يتضح من نتائج الانحدار الخطي المبين في الجداول (2) أن العقد النفسي يمتلك علاقة طردية قوية مع التزام العميل تجاه متجر التجزئة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($R = 0.723$)، وهي علاقة موجبة قوية تشير إلى أن ارتفاع مستوى العقد النفسي يرتبط بارتفاع مستوى التزام العميل، كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.523$)، وهو ما يعني أن 52.3% من التغير في التزام العميل تجاه متجر التجزئة يمكن تفسيره من خلال العقد النفسي، بينما تعود النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج، وقد أوضح تحليل التباين الوارد في الجدول (2) أن قيمة ($F = 89.869$) عند مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة معنوية كونها أقل من (0.05)، مما يدل على معنوية نموذج الانحدار وقدرته على تفسير العلاقة بين المتغيرين، كما جاءت قيمة ($T = 9.480$) عند مستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى دلالة إحصائية عالية، وتشير قيمة المعلمة ($B = 0.876$) إلى وجود أثر إيجابي قوي ودال إحصائياً للعقد النفسي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وبناءً على هذه النتائج مجتمعة، يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة القائلة بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعقد النفسي عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

يشير الجدول الأخير إلى معادلة الانحدار الخطي بين العقد النفسي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة كما يلي:

$$Y = a + \beta_1 X_1$$

$$y = (0.010) + (0.876)x$$

حيث أن:

- Y التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

- X العقد النفسي.

الفرضية الفرعية الثانية:

الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعوامل الداخلية للعميل على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعوامل الداخلية للعميل على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

ولاختبار الفرضية حيث إن كلا المتغيرين المستقل والتابع كمي نستخدم تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression) ومعامل ارتباط بيرسون Pearson's Coefficient، وتحليل التباين ومعامل التحديد، حيث إن المتغير المستقل هو العوامل الداخلية للعميل، والمتغير التابع هو التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وقد جاءت النتائج كما هو موضح في الجداول التالية:

جدول رقم (3): نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر العوامل الداخلية للعميل على التزام العميل تجاه متجر التجزئة

معلومات نموذج الانحدار	قيمة المعلمة	قيمة اختبار t	معنوية t	قيمة اختبار F	معنوية F	R	R ²
β_0	0.442	8.065	0.000	65.052	0.000 ^b	0.665 ^a	0.442
B ₂	0.783						

يتضح من نتائج الانحدار الخطي المبين في الجداول (3) أن العوامل الداخلية للعميل تمتلك علاقة طردية قوية مع التزام العميل تجاه متجر التجزئة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($R = 0.665$)، وهي علاقة موجبة قوية تشير إلى أن ارتفاع مستوى العوامل الداخلية للعميل يرتبط بارتفاع مستوى التزام العميل، كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.442$)، وهو ما يعني أن 44.2% من التغير في التزام العميل تجاه متجر التجزئة يمكن تفسيره من خلال العوامل الداخلية للعميل، بينما تعود النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج، وقد أوضح تحليل التباين الوارد في الجدول (3) أن قيمة ($F = 65.052$) عند مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة معنوية كونها أقل من (0.05)، مما يدل على معنوية نموذج الانحدار وقدرته على تفسير العلاقة بين المتغيرين، كما جاءت قيمة ($T = 8.065$) عند مستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى دلالة إحصائية عالية، وتشير قيمة المعلمة ($B = 0.783$) إلى وجود أثر إيجابي قوي ودال إحصائياً للعوامل الداخلية للعميل على التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وبناءً على هذه النتائج مجتمعة، يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة القائلة بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل الداخلية للعميل على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

يشير الجدول الأخير إلى معادلة الانحدار الخطي بين العوامل الداخلية للعميل على التزام العميل تجاه متجر التجزئة كما يلي:

$$Y = a + \beta_1 X_1$$

$$y = (0.442) + (0.783)x$$

حيث أن:

- Y التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

- X العوامل الداخلية للعميل.

الفرضية الرئيسية الثانية:

الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعقد النفسي بأبعاده (البعد العلائقي، البعد المعاملاتي) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعقد النفسي بأبعاده (البعد العلائقي، البعد المعاملاتي) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

ولإيجاد معادلة الانحدار، وحيث إن المتغيرات المستقلة والمتغير التابع تُعد متغيرات كمية، يتم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression) الذي يأخذ في الاعتبار أكثر من متغير مستقل (X)، ويتم تحليل الانحدار للتنبؤ بقيمة المتغير التابع من خلال مجموعة المتغيرات المستقلة، ويتم ذلك من خلال تمثيل العلاقة بين المتغير التابع (Y) والمتغيرات المستقلة بالمعادلة الخطية الآتية:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

كما تم الاعتماد على معامل ارتباط بيرسون (Pearson's Coefficient)، وتحليل التباين (ANOVA)، ومعامل التحديد (R^2)، حيث إن المتغيرات المستقلة تتمثل في (البعد العلائقي، البعد المعاملاتي)، بينما يتمثل المتغير التابع في التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وقد جاءت النتائج كما هو موضح في الجداول التالية:

جدول رقم (4): نتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد لقياس أثر أبعاد العقد النفسي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة

متغيرات الدراسة	قيمة المعلمة	قيمة اختبار t	معنوية t	قيمة اختبار F	معنوية F	R	R^2
القيمة الثابتة	0.031	0.086	0.932	44.496	0.000 ^b	0.724 ^a	0.524
البعد العلائقي	0.464	4.991	0.000				
البعد المعاملاتي	0.406	3.756	0.000				

يتضح من نتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد الموضح في جدول رقم (4) أن العلاقة بين أبعاد العقد النفسي والالتزام العميل تجاه متجر التجزئة هي علاقة طردية قوية، حيث بلغ معامل الارتباط ($R = 0.724$)، مما يعكس وجود ارتباط إيجابي قوي بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.524$)، وهو ما يشير إلى أن 52.4% من التغير في التزام العميل يمكن تفسيره من خلال أبعاد العقد النفسي المتمثلة في (البعد العلائقي، البعد المعاملاتي)، بينما تعزى النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى خارج النموذج، وقد أظهر اختبار F قيمة بلغت ($F = 44.496$) عند مستوى دلالة ($Sig = 0.000$) وهي أقل من (0.05)، مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار ككل وصلاحيته استخدامه في تفسير التغيرات التي تطرأ على التزام العميل، أما على مستوى معاملات الانحدار الجزئية فقد بينت النتائج أن البعد العلائقي سجل معامل انحدار موجب بلغ ($B = 0.464$) وبقيمة اختبار $t = 4.991$ عند مستوى دلالة ($Sig = 0.000$)، مما يشير إلى وجود أثر دال إحصائيًا لهذا البعد في التزام العميل، كما أظهرت النتائج أن البعد المعاملاتي سجل معامل انحدار موجب بلغ ($B = 0.406$) وبقيمة اختبار $t = 3.756$ عند مستوى دلالة ($Sig = 0.000$)، وهو ما يدل على وجود أثر دال إحصائيًا لهذا البعد أيضًا في التزام العميل، وبناءً على ما سبق يتضح أن نتائج نموذج الانحدار تشير إلى وجود أثر إجمالي معنوي لأبعاد العقد النفسي مجتمعة على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

يشير الجدول الأخير إلى معادلة الانحدار الخطي المتعددة بين المتغيرات المستقلة (البعد العلائقي - البعد المعاملاتي)

والمتغير التزام العميل تجاه متجر التجزئة كما يلي:

المعادلة الخطية في الانحدار الخطي المتعدد هي:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 +$$

$$X_2) 0.406(X_1 +) 0.464(Y = (0.031) +$$

حيث أن:

- Y (المتغير التابع) التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

- X_1 البعد العلائقي.

- X_2 البعد المعاملاتي.

ومن خلال نتائج (t) يتبين أن جميع المتغيرات المستقلة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أظهرت أبعاد العقد النفسي المتمثلة في البعد العلائقي والبعد المعاملاتي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.000)، وهو ما يدل على وجود تأثير معنوي لكل منهما في التزام العميل، وبالتالي فإن كلا البعدين يساهمان بشكل معنوي في معادلة الانحدار المتعدد.

الفرضية الفرعية الأولى:
الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين بُعد العلائقي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين بُعد العلائقي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

ولاختبار الفرضية حيث إن كلا المتغيرين المستقل والتابع كمي نستخدم تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression) ومعامل ارتباط بيرسون Pearson's Coefficient، وتحليل التباين ومعامل التحديد، حيث إن المتغير المستقل هو بُعد العلائقي والمتغير التابع التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وجاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول رقم (5): نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر بُعد العلائقي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة

معلومات نموذج الانحدار	قيمة المعلمة	قيمة اختبار t	معنوية t	قيمة اختبار F	معنوية F	R	R ²
β_0	0.827	8.035	0.000	64.564	0.000 ^b	0.664 ^a	0.441
B ₂	0.662						

يتضح من نتائج الانحدار الخطي المبين في الجداول (5) أن بُعد العلائقي يمتلك علاقة طردية قوية مع التزام العميل تجاه متجر التجزئة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($R = 0.664$)، وهي علاقة موجبة قوية تشير إلى أن ارتفاع مستوى بُعد العلائقي يرتبط بارتفاع مستوى التزام العميل، كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.441$)، وهو ما يعني أن 44.1% من التغير في التزام العميل تجاه متجر التجزئة يمكن تفسيره من خلال بُعد العلائقي، بينما تعود النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج، وقد أوضح تحليل التباين الوارد في الجدول (5) أن قيمة ($F = 64.564$) عند مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة معنوية كونها أقل من (0.05)، مما يدل على معنوية نموذج الانحدار وقدرته على تفسير العلاقة بين المتغيرين، كما جاءت قيمة ($T = 8.035$) عند مستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى دلالة إحصائية عالية، وتشير قيمة المعلمة ($B = 0.662$) إلى وجود أثر إيجابي قوي ودال إحصائياً لبُعد العلائقي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وبناءً على هذه النتائج مجتمعة، يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة القائلة بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبُعد العلائقي عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

يشير الجدول الأخير إلى معادلة الانحدار الخطي بين بُعد العلائقي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة كما يلي:

$$Y = a + \beta_1 X_1$$

$$y = (0.827) + (0.662)x$$

حيث أن:

- Y التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

- X بُعد العلائقي.

الفرضية الفرعية الثانية:

الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين بُعد المعاملاتي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين بُعد المعاملاتي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

ولاختبار الفرضية حيث إن كلا المتغيرين المستقل والتابع كمي نستخدم تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression) ومعامل ارتباط بيرسون Pearson's Coefficient، وتحليل التباين ومعامل التحديد، حيث إن المتغير المستقل هو بُعد المعاملاتي والمتغير التابع التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وجاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول رقم (6): نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر بُعد المعاملاتي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة

معلومات نموذج الانحدار	قيمة المعلمة	قيمة اختبار t	معنوية t	قيمة اختبار F	معنوية F	R	R ²
β_0	0.643	7.044	0.000	49.620	0.000 ^b	0.614 ^a	0.377
B ₂	0.713						

يتضح من نتائج الانحدار الخطي المبين في الجداول (6) أن بُعد المعاملاتي يمتلك علاقة طردية متوسطة مع التزام العميل تجاه متجر التجزئة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($R = 0.614$)، وهي علاقة موجبة تشير إلى أن ارتفاع مستوى بُعد المعاملاتي يرتبط بارتفاع مستوى التزام العميل، كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.377$)، وهو ما يعني أن 37.7% من التغير في التزام العميل تجاه متجر التجزئة يمكن تفسيره من خلال بُعد المعاملاتي، بينما تعود النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج، وقد أوضح تحليل التباين الوارد في الجدول (6) أن قيمة ($F = 49.620$) عند مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة معنوية كونها أقل من (0.05)، مما يدل على معنوية نموذج الانحدار وقدرته على تفسير العلاقة بين المتغيرين، كما جاءت قيمة ($T = 7.044$) عند مستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى دلالة إحصائية عالية، وتشير قيمة المعلمة ($B = 0.713$) إلى وجود أثر إيجابي دال إحصائياً لبُعد المعاملاتي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وبناءً على هذه النتائج مجتمعة، يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة القائلة بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبُعد المعاملاتي عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

يشير الجدول الأخير إلى معادلة الانحدار الخطي بين بُعد المعاملاتي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة كما يلي:

$$Y = a + \beta_1 X_1$$

$$y = (0.643) + (0.713)x$$

حيث أن:

- Y التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

- X بُعد المعاملاتي.

الفرضية الرئيسية الثالثة:

الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعوامل الداخلية للعميل بأبعادها (الدوافع، الشخصية) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعوامل الداخلية للعميل بأبعادها (الدوافع، الشخصية) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

ولإيجاد معادلة الانحدار، وحيث إن المتغيرات المستقلة والمتغير التابع تُعد متغيرات كمية، يتم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression) الذي يأخذ في الاعتبار أكثر من متغير مستقل (X)، ويتم تحليل الانحدار للتنبؤ بقيمة المتغير التابع من خلال مجموعة المتغيرات المستقلة، ويتم ذلك من خلال تمثيل العلاقة بين المتغير التابع (Y) والمتغيرات المستقلة بالمعادلة الخطية الآتية.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

كما تم الاعتماد على معامل ارتباط بيرسون (Pearson's Coefficient)، وتحليل التباين (ANOVA)، ومعامل التحديد (R^2)، حيث إن المتغيرات المستقلة تتمثل في (بعد الدوافع، بعد الشخصية)، بينما يتمثل المتغير التابع في التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وقد جاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (7): نتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد لقياس أثر أبعاد العوامل الداخلية للعميل على التزام العميل تجاه متجر التجزئة

متغيرات الدراسة	قيمة المعلمة	قيمة اختبار t	معنوية t	قيمة اختبار F	معنوية F	R	R^2
القيمة الثابتة	0.432	1.084	0.282	32.133	0.000 ^b	0.665 ^a	0.442
بعد الدوافع	0.387	4.260	0.000				
بعد الشخصية	0.399	3.281	0.002				

يتضح من نتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد الموضح في جدول رقم (7) أن العلاقة بين أبعاد العوامل الداخلية للعميل والالتزام العميل تجاه متجر التجزئة هي علاقة طردية قوية، حيث بلغ معامل الارتباط ($R = 0.665$)، مما يعكس وجود ارتباط إيجابي قوي بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.442$)، وهو ما يشير إلى أن 44.2% من التغير في التزام العميل يمكن تفسيره من خلال أبعاد العوامل الداخلية للعميل المتمثلة في (الدوافع، الشخصية)، بينما تعزى النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى خارج النموذج، وقد أظهر اختبار F قيمة بلغت ($F = 32.133$) عند مستوى دلالة ($Sig = 0.000$) وهي أقل من (0.05)، مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار ككل وصلاحيته استخدامه في تفسير التغيرات التي تطرأ على التزام العميل، أما على مستوى معاملات الانحدار الجزئية فقد بينت النتائج أن بعد الدوافع سجل معامل انحدار موجب بلغ ($B = 0.387$) وبقيمة اختبار $t = 4.260$ عند مستوى دلالة ($Sig = 0.000$)، مما يشير إلى وجود أثر دال إحصائياً لهذا البعد في التزام العميل، كما أظهرت النتائج أن بعد الشخصية سجل معامل انحدار موجب بلغ ($B = 0.399$) وبقيمة اختبار $t = 3.281$ عند مستوى دلالة ($Sig = 0.002$)، وهو ما يدل على وجود أثر دال إحصائياً لهذا البعد أيضاً في التزام العميل، وبناءً على ما سبق يتضح أن نتائج نموذج الانحدار تشير إلى وجود أثر إجمالي معنوي لأبعاد العوامل الداخلية للعميل مجتمعة على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

يشير الجدول الأخير إلى معادلة الانحدار الخطي المتعددة بين المتغيرات المستقلة (بعد الدوافع، بعد الشخصية) والمتغير التزام العميل تجاه متجر التجزئة كما يلي:
المعادلة الخطية في الانحدار الخطي المتعدد هي:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + X_2) 0.399(X_1 +) 0.387(Y = (0.432) +$$

حيث أن:

- Y (المتغير التابع) التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

- X_1 بعد الدوافع.

- X_2 بعد الشخصية.

ومن خلال نتائج (t) يتبين أن جميع المتغيرات المستقلة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أظهرت أبعاد العوامل الداخلية للعميل المتمثلة في بعد الدوافع وبعد الشخصية دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.000، 0.002)، وهو ما يدل على وجود تأثير معنوي لكل منهما في التزام العميل، وبالتالي فإن كلا البعدين يساهمان بشكل معنوي في معادلة الانحدار المتعدد.

الفرضية الفرعية الأولى:

الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين بُعد الدوافع على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين بُعد الدوافع على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

ولاختبار الفرضية حيث إن كلا المتغيرين المستقل والتابع كمي نستخدم تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression) ومعامل ارتباط بيرسون Pearson's Coefficient، وتحليل التباين ومعامل التحديد، حيث إن المتغير المستقل هو بُعد الدوافع والمتغير التابع التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وجاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول رقم (8): نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر بُعد الدوافع على التزام العميل تجاه متجر التجزئة

معلومات نموذج الانحدار	قيمة المعلمة	قيمة اختبار t	معنوية t	قيمة اختبار F	معنوية F	R	R^2
β_0	1.371	6.914	0.000	47.805	0.000 ^b	0.607 ^a	0.368
B_2	0.552						

يتضح من نتائج الانحدار الخطي المبين في الجداول (8) أن بُعد الدوافع يمتلك علاقة طردية متوسطة مع التزام العميل تجاه متجر التجزئة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($R = 0.607$)، وهي علاقة موجبة تشير إلى أن ارتفاع مستوى بُعد الدوافع يرتبط بارتفاع مستوى التزام العميل، كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.368$)، وهو ما يعني أن 36.8% من التغير في التزام العميل تجاه متجر التجزئة يمكن تفسيره من خلال بُعد الدوافع، بينما تعود النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج، وقد أوضح تحليل التباين الوارد في الجدول (8) أن قيمة ($F = 47.805$) عند مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة معنوية كونها أقل من (0.05)، مما يدل على معنوية نموذج الانحدار وقدرته على تفسير العلاقة بين المتغيرين، كما جاءت قيمة ($T = 6.914$) عند مستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى دلالة إحصائية عالية، وتشير قيمة المعلمة ($B = 0.552$) إلى وجود أثر إيجابي دال إحصائياً لبُعد الدوافع على التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وبناءً على هذه النتائج مجتمعة، يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة القائلة بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبُعد الدوافع عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

يشير الجدول الأخير إلى معادلة الانحدار الخطي بين بُعد الدوافع على التزام العميل تجاه متجر التجزئة كما يلي:

$$Y = a + \beta_1 X_1$$

$$y = (1.371) + (0.552)x$$

حيث أن:

- Y التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

- X بُعد الدوافع.

الفرضية الفرعية الثانية:

الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين بُعد الشخصية على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين بُعد الشخصية على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

ولاختبار الفرضية حيث إن كلا المتغيرين المستقل والتابع كمي نستخدم تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression) ومعامل ارتباط بيرسون Pearson's Coefficient، وتحليل التباين ومعامل التحديد، حيث إن المتغير المستقل هو بُعد الشخصية والمتغير التابع التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وجاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول رقم (9): نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر بُعد الشخصية على التزام العميل تجاه متجر التجزئة

معلومات نموذج الانحدار	قيمة المعلمة	قيمة اختبار t	معنوية t	قيمة اختبار F	معنوية F	R	R ²
β_0	0.728	6.176	0.000	38.142	0.000 ^b	0.563 ^a	0.317
B ₂	0.687						

يتضح من نتائج الانحدار الخطي المبين في الجداول (9) أن بُعد الشخصية يمتلك علاقة طردية متوسطة مع التزام العميل تجاه متجر التجزئة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($R = 0.563$)، وهي علاقة موجبة تشير إلى أن ارتفاع مستوى بُعد الشخصية يرتبط بارتفاع مستوى التزام العميل، كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.317$)، وهو ما يعني أن 31.7% من التغير في التزام العميل تجاه متجر التجزئة يمكن تفسيره من خلال بُعد الشخصية، بينما تعود النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج، وقد أوضح تحليل التباين الوارد في الجدول (9) أن قيمة ($F = 38.142$) عند مستوى دلالة (0.000)، وهي قيمة معنوية كونها أقل من (0.05)، مما يدل على معنوية نموذج الانحدار وقدرته على تفسير العلاقة بين المتغيرين، كما جاءت قيمة ($T = 6.176$) عند مستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى دلالة إحصائية عالية، وتشير قيمة المعلمة ($B = 0.687$) إلى وجود أثر إيجابي دال إحصائياً لبُعد الشخصية على التزام العميل تجاه متجر التجزئة، وبناءً على هذه النتائج مجتمعة، يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة القائلة بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبُعد الشخصية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

يشير الجدول الأخير إلى معادلة الانحدار الخطي بين بُعد الشخصية على التزام العميل تجاه متجر التجزئة كما يلي:

$$Y = a + \beta_1 X_1$$

$$y = (0.728) + (0.687)x$$

حيث أن:

- Y التزام العميل تجاه متجر التجزئة.

- X بُعد الشخصية.

الفرضية الرابعة:

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) حول العقد النفسي والعوامل الداخلية للعميل والالتزام العميل تجاه متجر التجزئة تعزى لمتغيرات (الجنس، العمر، الدخل الشهري، المؤهل العلمي).

أولاً: وفقاً لمتغير الجنس:

للتعرف على ما إذا كانت هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة طبقاً إلى اختلاف الجنس تم استخدام اختبار ت Independent Sample T-test " لتوضيح دلالة الفروق في متوسطات المقياس لأفراد عينة الدراسة وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (10): للفروق في متوسطات Independent Sample T-test: نتائج اختبار " ت إجابات أفراد عينة الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير الجنس

المحور	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة	الدلالة
العقد النفسي	ذكر	72	3.78	0.4213	82	-	0.000	دال عند 0.05
	أنثى	12	4.27	0.2356		3.905		
العوامل الداخلية	ذكر	72	3.67	0.4151	82	-	0.000	دال عند 0.05
	أنثى	12	4.21	0.3446		4.283		
الالتزام العميل	ذكر	72	3.31	0.5156	82	-	0.001	دال عند 0.05
	أنثى	12	3.82	0.3514		3.341		

يتضح من الجدول رقم (10) أن قيمة (ت) المحسوبة لمحور العقد النفسي بلغت (-3.905)، كما بلغت قيمة (ت) لمحور العوامل الداخلية (-4.283)، وبلغت قيمة (ت) لمحور التزام العميل (-3.341)، وهي جميعها قيم أكبر من قيمة (ت) الجدولية البالغة (1.989) عند درجة حرية (82) ومستوى دلالة (0.05)، كما بلغت مستويات الدلالة المقابلة لها (0.000، 0.000، 0.001) وهي جميعها أقل من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05) في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة حول العقد النفسي والعوامل الداخلية للعميل والالتزام العميل تجاه متجر التجزئة تبعاً لمتغير الجنس لصالح الإناث.

ثانياً: وفقاً لمتغير العمر:

لتعرف على ما إذا كانت هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد مجتمع الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير العمر لتوضيح الدلالة استخدم "تحليل التباين الأحادي (ANOVA One Way) وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (11): نتائج "تحليل التباين الأحادي (ANOVA One Way) إجابات أفراد عينة الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير العمر

المحور	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	P- الدلالة Value	مستوى الدلالة
العقد النفسي	بين المجموعات	0.500	3	0.167	0.880	0.455	غير دال عند 0.05
	داخل المجموعات	15.167	80	0.190			
	المجموع	15.667	83				
العوامل الداخلية	بين المجموعات	1.071	3	0.357	1.843	0.146	غير دال عند 0.05
	داخل المجموعات	15.496	80	0.194			
	المجموع	16.566	83				
التزام العميل	بين المجموعات	0.155	3	0.052	0.181	0.909	غير دال عند 0.05
	داخل المجموعات	22.827	80	0.285			
	المجموع	22.983	83				

يتضح من الجدول رقم (11) أن قيمة (ف) المحسوبة لمحور العقد النفسي بلغت (0.880)، كما بلغت قيمة (ف) لمحور العوامل الداخلية (1.843)، وبلغت قيمة (ف) لمحور التزام العميل (0.181)، وهي جميعها قيم أقل من قيمة (ف) الجدولية البالغة (2.72) عند درجتي حرية (3، 80) ومستوى دلالة (0.05)، كما بلغت مستويات الدلالة المقابلة لها (0.455، 0.146، 0.909)، وهي جميعها أكبر من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05) في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة حول العقد النفسي والعوامل الداخلية للعميل والتزام العميل تجاه متجر التجزئة تبعاً لمتغير العمر.

ثالثاً: وفقاً لمتغير الدخل الشهري

للتعرف على ما إذا كانت هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد مجتمع الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير الدخل الشهري لتوضيح الدلالة استخدم "تحليل التباين الأحادي (ANOVA One Way) وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (12): نتائج "تحليل التباين الأحادي (ANOVA One Way) إجابات أفراد عينة الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير الدخل الشهري

المحور	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	P- الدلالة Value	مستوى الدلالة
العقد النفسي	بين المجموعات	1.458	3	0.486	2.735	0.049	دال عند 0.05
	داخل المجموعات	14.210	80	0.178			
	المجموع	15.667	83				
العوامل الداخلية	بين المجموعات	1.514	3	0.505	2.683	0.052	غير دال عند 0.05
	داخل المجموعات	15.052	80	0.188			
	المجموع	16.566	83				
التزام العميل	بين المجموعات	1.801	3	0.600	2.268	0.087	غير دال عند 0.05
	داخل المجموعات	21.181	80	0.265			
	المجموع	22.983	83				

يتضح من الجدول رقم (12) أن قيمة (ف) لمحور العوامل الداخلية (2.683)، وبلغت قيمة (ف) لمحور التزام العميل (2.268)، وهي قيم أقل من قيمة (ف) الجدولية البالغة (2.72)، كما بلغت مستويات الدلالة المقابلة لها (0.052، 0.087)، وهي أكبر من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05) في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة حول محوري العوامل الداخلية والتزام العميل تبعاً لمتغير الدخل الشهري.

يتضح من الجدول رقم (12) أن قيمة (ف) المحسوبة لمحور العقد النفسي بلغت (2.735)، وهي قيم أكبر من قيمة (ف) الجدولية البالغة (2.72) عند درجتي حرية (3، 80) ومستوى دلالة (0.05)، كما بلغت مستويات الدلالة المقابلة لها (0.049)، وهي أقل من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة، مما يدل على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05) في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور العقد النفسي تبعاً لمتغير الدخل الشهري.

ولتحديد مصدر الاختلاف أو لتحديد صالح الفروق بين كل فئتين من الدخل الشهري حول "العقد النفسي" تم استخدام اختبار LSD وجاءت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (13): للفروق في الدخل الشهري نتائج اختبار "LSD"

أقل من 500 دينار		من 500 إلى أقل من 1000 دينار		من 1000 إلى أقل من 1500 دينار		من 1500 دينار فما فوق					
متوسط	مستوى المعنوية	متوسط	مستوى المعنوية	متوسط	مستوى المعنوية	متوسط	مستوى المعنوية	الابعاد	الدخل الشهري	العينة	المتوسط
									أقل من 500 دينار	4	4.25
							0.018		من 500 إلى أقل من 1000 دينار	21	3.79
			0.040		3.82		0.270		من 1000 إلى أقل من 1500 دينار	16	4.04
			0.238		3.79		0.060		من 1500 دينار فما فوق	43	3.87
			0.203		3.87		0.060				3.83

يتضح من الجدول رقم (13) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.05) في محور العقد النفسي تُعزى إلى متغير الدخل الشهري، حيث أظهرت نتائج المقارنات البعدية وجود فروق دالة إحصائية بين فئة أقل من 500 دينار وفئة من 500 إلى أقل من 1000 دينار عند مستوى معنوية (0.018)، وجاءت هذه الفروق لصالح فئة أقل من 500 دينار، كما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين فئة من 500 إلى أقل من 1000 دينار وفئة من 1000 إلى أقل من 1500 دينار عند مستوى معنوية (0.040)، وجاءت هذه الفروق لصالح فئة من 1000 إلى أقل من 1500 دينار.

رابعا: وفقا لمتغير المؤهل العلمي:

للتعرف على ما إذا كانت هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة طبقاً إلى اختلاف المؤهل العلمي تم استخدام اختبار Independent Sample T-test " لتوضيح دلالة الفروق في متوسطات المقياس لأفراد عينة الدراسة وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (14): للفروق في متوسطات Independent Sample T-test: نتائج اختبار " ت إجابات أفراد عينة الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير المؤهل العلمي"

المحور	المؤهل العلمي	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة	الدلالة
العقد النفسي	ثانوي	18	3.90	0.4240	82	0.577	0.566	غير دال عند 0.05
	جامعي فما فوق	66	3.83	0.4394				
العوامل الداخلية	ثانوي	18	3.76	0.4018	82	0.136	0.892	غير دال عند 0.05
	جامعي فما فوق	66	3.75	0.4611				
التزام العمل	ثانوي	18	3.49	0.4841	82	1.034	0.304	غير دال عند 0.05
	جامعي فما فوق	66	3.35	0.5364				

يتضح من الجدول رقم (14) أن قيمة (ت) المحسوبة لمحور العقد النفسي بلغت (0.577)، كما بلغت قيمة (ت) لمحور العوامل الداخلية (0.136)، وبلغت قيمة (ت) لمحور التزام العمل (1.034)، وهي جميعها قيم أقل من قيمة (ت) الجدولية البالغة (1.989) عند درجة حرية (82) ومستوى دلالة (0.05)، كما بلغت مستويات الدلالة المقابلة لها (0.566)،

0.892، 0.304) وهي جميعها أكبر من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05) في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة حول العقد النفسي والعوامل الداخلية للتعامل والتزام العميل تجاه متجر التجزئة تبعاً لمتغير المؤهل العلمي.

النتائج:

1. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لكل من العقد النفسي والعوامل الداخلية للتعامل والتزام العميل تجاه متجر التجزئة.
2. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعقد النفسي عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.
3. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل الداخلية للتعامل عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.
4. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعقد النفسي بأبعاده (البعد العلائقي، البعد المعاملاتي) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.
5. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين بُعد العلائقي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.
6. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين بُعد المعاملاتي على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.
7. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعوامل الداخلية للتعامل بأبعادها (الدوافع، الشخصية) على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.
8. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين بُعد الدوافع على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.
9. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين بُعد الشخصية على التزام العميل تجاه متجر التجزئة.
10. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05) في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة حول العقد النفسي والعوامل الداخلية للتعامل والتزام العميل تجاه متجر التجزئة تبعاً لمتغير الجنس لصالح الإناث.
11. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05) في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة حول العقد النفسي والعوامل الداخلية للتعامل والتزام العميل تجاه متجر التجزئة تبعاً لمتغير العمر.
12. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05) في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة حول محوري العوامل الداخلية والتزام العميل تبعاً لمتغير الدخل الشهري.
13. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05) في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور العقد النفسي تبعاً لمتغير الدخل الشهري.
14. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05) في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة حول العقد النفسي والعوامل الداخلية للتعامل والتزام العميل تجاه متجر التجزئة تبعاً لمتغير المؤهل العلمي.

التوصيات:

1. على متاجر التجزئة البحث عن العوامل التي تزيد من التزام العميل وارتباطه والمحافظة عليه.
2. على متاجر التجزئة الاهتمام بجانب المعاملات مع العميل وخاصة الكلمة المنطوقة لأنها من أكثر المتغيرات تأثيراً في العميل أثناء التعامل معه مباشرة.
3. لكي تحافظ متاجر التجزئة على عملائها عليها الاهتمام بجانب العلاقات، والتسويق بالعلاقات لزيادة ارتباط العميل والحفاظ على التزامه وولائه وعدم انتقاله وتحوله إلى متجر آخر.
4. توصي هذه الدراسة بالقيام بدراسات مستقبلية حول متغيرات العمر والمؤهل العلمي وعلاقتها بمتغيرات ديموغرافية بالمتغيرات الواردة في هذه الدراسة حيث لم يظهر لها تأثير واضح هنا على متغيرات الدراسة.

المراجع:

1. الغانمي، صفاء أمجد، انعكاس ظاهرة انتهاك العقد النفسي على نية التحول من خلال تهكم الزبون على المنظمة، دراسة تحليلية لآراء عينة من زبائن شركة اسيا سيل للاتصالات المتنقلة في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم إدارة الأعمال، جامعة القادسية، العراق، 2019.
2. باعبد الله أحلام علي، أنصاري ياسمين خورشيد، العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك عند التسوق عبر الإنترنت في السعودية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد 4، العدد 6، ص ص. 146 – 159، 2020.
3. بن يحيى عمار، بوجيت حليلة، قراءة نفسية -اجتماعية واقتصادية للعوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي، مجلة الحدث للدراسات المالية والاقتصادية "العدد 4"، ص ص. 116 – 125، 2020.
4. عبد العزيز، مريم عيسى أحمد، وآخرون، العقد النفسي وتأثيره على سلوك المواطنة التنظيمية، رسائل علوم المعلومات (مجلة عالمية دولية)، المجلد 10، العدد 1، ص ص 247- 268، 2021.
5. قرطام وائل، يوسف ضيف رشاد، تأثير التزام العملاء على نية إعادة الشراء والتحدث بإيجابية والاستعداد لدفع المزيد في مجال الهواتف الذكية، مجلة الدراسات المالية والتجارية، العدد 3، ص ص 128 – 153، 2017.
6. قويدري محمد، فورين خديجة، العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك في اتخاذ قرار شراء المنتج الأخضر، دراسة حالة مصابيح الاقتصاد في الطاقة، مجلة رؤى اقتصادية، العدد 11، ص ص. 239 – 254، 2016.
7. مجدوب نوال، أهمية دراسة سلوك المستهلك لإعداد استراتيجيات تسويقية نزيهة وناجحة، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، العدد 2، ص ص 320 – 332، 2017.

8. مسلم طارق عبد الحميد، أثر تبني مفهوم التسويق الحديث على رضا المستهلكين في مؤسسات تجارة التجزئة كبيرة الحجم في مدينة عمان، رسالة ماجستير، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط، عمان، الاردن، 2009.

9. Amani David, Psychological Contract: Implication on Customers' Behavioral Intentions A Case of Higher Learning Institution, International Journal of Humanities & Social Science Studies, Volume-V, Issue-I, July 2018, Page No. 53-71, 2018.
10. An Xujie, Li Ying, Research on the Impact of Psychological Contract Construction on Enterprise Performance in Live Marketing—Based on Artificial Intelligence Simulation Method, Industrial Engineering and Innovation Management, Vol. 6, Num. 9, pp. 85 – 90, 2023.
11. Bakhshi Priti, Dubey Charu, RETAIL SERVICE QUALITY AND CUSTOMER COMMITMENT: THE ROLE OF AFFECTIVE AND CONTINUANCE COMMITMENT ON WORD-OF-MOUTH COMMUNICATION, Academy of Marketing Studies Journal Vol. 24, Num 4, pp. 1 – 15, 2020.
12. Andrés Sergio., et al, A Systematic Literature Review of Brand Commitment: Definitions, Perspectives and Dimensions, Athens Journal of Business & Economics, Vol. 3, Num. 3, pp. 305-332, 2017.
13. Chang Hua, Zhang Lingling, Psychological Contract Breach and Customer Satisfaction: A Study of Online Shopping, Services Marketing Quarterly, DOI:10.1080/15332969.2019.1592863, pp.1 – 17.
14. Chugh Richa, Et al , the influence of psychological contracts on exporter–distributor relationships and export venture performance: the conditional role of institutional distance , [Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics](#) , vole, 36 , Num. 5 ,2023 .
15. D.S. Chaubey, Et al, Analysis of Psychological Contract at the Workplace: A Cluster Analysis, Management Convergence, Vol. - 6 No. – 2, pp 1 – 55, 2015.
16. Durmaz Yakup, The Impact of Psychological Factors on Consumer Buying Behavior and an Empirical Application in Turkey, Asian Social Science; Vol. 10, No. 6, pp. 194 – 204, 2014.
17. Hamdan Hamdan, et al, INDONESIAN ONLINE SHOPPING PERSPECTIVE: RELATIONSHIP E-SATISFACTION, E-COMMITMENT, E-WOM AND E-REPURCHASE INTENTION, Intern. Journal of Profess. Bus. Review, Vol. 18, Num .4, pp. 01-26, 2023.
18. Hussain Shahbaz, Et al, Influence of Platform Characteristics on Purchase Intention in Social Commerce: Mechanism of Psychological Contracts, Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, VOL. 16, Num. 1, pp. 1- 17, 2021.
19. Hannah David, Et al, MARKETING & TECHNOLOGY But you promised! Managing consumers' psychological contracts, MARKETING & TECHNOLOGY, vole, 2, Num. 3, 2016.
20. Kutaula, S, et al, Exploring frontline employee-customer linkages: A psychological contract perspective, Journal of Human Resource Management, 33 (9). pp. 1848-1885. ISSN 0958-5192 2020.
21. Keiningham Timothy, Et al, A Five-Component Customer Commitment Model, Journal of Service Research
Vol. 18, Num .4, pp. 433-450, 2015.
23. Keiningham Timothy, Et al, The interplay of customer experience and commitment, Journal of Services Marketing, Vol. 31, Num .2, pp. 148-160, 2017.
24. Leonov Yaroslav, Et al, Analysis of the Influence of Psychological Factors on Consumer Behavior and the Decision-making Process,
Vol. 68, No. 03, pp. 1643-1651, 2023.
26. LIU Hongyan, Et al, Making the Customer-Brand Relationship Sustainable: The Different Effects of Psychological Contract Breach Types on Customer Citizenship Behaviours, Journal Sustainability, vole, 12, Num. 2, pp. 1- 15, 2020.
27. Ma Ruth W. Y, Cheng Eric C. K, Psychological Contracts, Work Behaviour and Turnover Intention in the Hong Kong Telecommunications Industry, Universal Journal of Management, vole, 8, Num. 4, pp. 119 – 130.
28. Malhotra Rapa Khanna, Role of Psychological Contract in Employee Engagement in Higher Education: Empirical Study on Uttarakhand, E3S Web of Conferences 556, 01030 (2024).
29. Mehmood Sana, Et al, Negative Word of Mouth and Online Shopping: Examining the Role of Psychological Contract Violation, Trust and Satisfaction, Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, Vol. 12, Num. 3, 2018.
30. Nugraha Andhyka Tyaz, . Et al, Breach of Psychological Contract and Customer Behavior to Reuse Retailing Website: A Multiple Mediation Approach, International Journal of Psychosocial Rehabilitation, Vol.24, Issue 01, pp. 6359 - 6367, 2020.

31. Pawełczyk, Anna Rogozińska, USEFULNESS OF THE PSYCHOLOGICAL CONTRACT CONCEPT: THE DEFINITION AND CONCEPTUAL CONSIDERATIONS, Research Gat, DOI: 10.18778/0208-600X.74.06, pp .95 – 105, 2020.
32. Sharma Sheetal, Et al, A Study on the Impact of Psychological Factors on Consumer Behavior, IJFANS International Journal of Food and Nutritional Sciences, Volume 11, S Iss 2, pp. 4077 - 4084
33. 2022.
34. Shukla Ravi, Review study on factors affecting consumer behavior, Asian Journal of Management, vole.3, Num.1, pp. 49- 52, 2022.
35. Shengxiang She, Et al, Dimension, Content, and Role of Platform Psychological Contract: Based on Online Ride-Hailing Users, Frontiers in Psychology, volume 11 article 2097, pp. 1- 12, 2020.
36. Tayeb Mesud Essa, et al, THE EFFECT OF PSYCHOLOGICAL CONTRACT FULFILLMENT ON WORKER PERFORMANCE AT SAUDI ARABIA UNIVERSITIES AND THE MEDIATING EFFECT OF ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR, Investigación y pensamiento critic, Ed. 53 Iss.13 N.1, pp. 56 - 76, 2024.
37. Zhang Leinan, Et al, Can Psychological Contracts Decrease Opportunistic Behaviors? Front. Psychol, volume 13 article 911389, pp. 1 -15, 2022.