



جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحسين أداء المؤسسي

دراسة ميدانية على مصرف الصحاري بمدينة طرابلس

أ. سمير حسين موسى - محاضر. كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة طرابلس.

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل الأثر لجودة الخدمات المصرفية على تحسين أداء المؤسسي في مصرف الصحاري بمدينة طرابلس وركزت الدراسة على جودة الخدمات المصرفية (المتغير المستقل بالدراسة)، وأما المتغير التابع للدراسة فهو (تحسين أداء المؤسسي) وكانت عينة الدراسة عينة عشوائية بسيطة قيد الدراسة تشمل الموظفين، وبلغ حجم العينة المستهدفة (93) مفردة وتم استخدام صحيفة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات حول محاور أو متغيرات الدراسة، وخضعت (90) صحيفة استبيان للتحليل الإحصائي باستخدام حزمة التحليل الإحصائي للظواهر الاجتماعية (SPSS) بعد أن استبعد (03) استمارة لعدم استكمال الاجابات، أي أن هذه الدراسة استخدمت المنهج الوصفي التحليلي في تحليل وتفسير الأثر بين متغيرات الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج وهي وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات المصرفية على تحسين أداء المؤسسي. وتوصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات وهي زيادة اهتمام بجودة الخدمات المصرفية لما لها أثر مهم على تحسين أداء المؤسسي، وضرورة العمل على برامج تدريبية تساعد الموظفين على كيفية في المساهمة في عملية التركيز على الجودة لدى المصرف بشكل المطلوب.

مقدمة:

في ظل الديناميكية المتسارعة والتنافسية الشديدة التي تميز البيئة الاقتصادية المعاصرة، تواجه المؤسسات على اختلاف أحجامها وأنواعها تحديات متزايدة لضمان استمراريتها وتطورها. ومن هذا المنطلق، يظهر القطاع المصرفي كعنصر أساسي في الاقتصاد الوطني، حيث يساهم بشكل فعال في تيسير العمليات التجارية والاستثمارية وتوفير التمويل اللازم لنمو المؤسسات ولم يعد القطاع المصرفي مقتصرًا على دوره التقليدي في توفير الخدمات المالية، بل تطور ليقدم خدمات تتميز بالجودة العالية وتواكب الاحتياجات والتطلعات المتزايدة للعملاء. وفي

المنافسة الشديدة التي تشهدها الساحة المصرفية، باتت جودة الخدمات المصرفية عنصراً بالغ الأهمية في تأسيس وتوطيد الروابط مع العملاء وكسب ثقتهم وولائهم، وهو ما ينعكس بصورة مباشرة على الأداء المؤسسي للمصارف ذاتها، وإن التركيز على جودة الخدمات المصرفية لا يحسن فقط رضا العملاء وثقتهم، بل يمتد ليشمل تحسين الكفاءة التشغيلية، وزيادة الحصة السوقية، وتعزيز السمعة المؤسسية، وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

مشكلة الدراسة:

يشهد القطاع المصرفي تطورات متسارعة وتنافسية متزايدة، مما يجعله في صميم التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وفي هذا السياق تبرز أهمية جودة الخدمات المصرفية كعنصر حاسم في بناء علاقات مستدامة مع العملاء وتحقيق التميز في أداء المؤسسي ففي ظل توقعات العملاء المتزايدة وتنوع الخيارات المتاحة لم يعد كافياً للمصارف تقديم خدمات مالية تقليدية فحسب، بل أصبح من الضروري التركيز على جودة هذه الخدمات وتلبية احتياجات العملاء بكفاءة وفعالية، ومن هنا تكمن مشكلة الدراسة في السؤال التالي: ما أثر جودة الخدمات المصرفية على تحسين أداء المؤسسي؟.

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ لجودة الخدمات المصرفية على تحسين أداء المؤسسي قيد الدراسة.

وتتفرع منها الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ بين الملموسية على تحسين أداء المؤسسي قيد الدراسة.

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ بين الاستجابة والتعامل مع العملاء على تحسين أداء المؤسسي قيد الدراسة.

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ بين التسهيلات والقنوات المتعددة على تحسين أداء المؤسسي قيد الدراسة.

الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ بين الشفافية والرسوم على تحسين أداء المؤسسي قيد الدراسة.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من النقاط الآتية:

1. تقدم الدراسة فهماً معمقاً لكيفية تأثير جودة الخدمات المصرفية إيجاباً على الأداء المؤسسي، بما في ذلك الربحية والإنتاجية والقدرة التنافسية وحصة السوق، وهذا الفهم يمكن المؤسسات من تبني استراتيجيات لتحسين جودة خدماتها وتعزيز أدائها الشامل.
2. تركز جودة الخدمات المصرفية على تلبية احتياجات العملاء وتجاوز توقعاتهم، وهو ما يعزز رضاهم وولائهم، وتكشف الدراسة عن المحددات الأساسية لجودة الخدمة التي تؤثر بشكل كبير على هذا الرضا والولاء، مما يساعد المؤسسات على تقديم خدمات فعالة تؤدي إلى زيادة الاحتفاظ بالعملاء وجذب عملاء جدد.
3. ستوفر هذه الدراسة إطاراً نظرياً وعملياً يمكن البناء عليه في الأبحاث المستقبلية التي تهدف إلى تعميق الفهم لعلاقة جودة الخدمات المصرفية على أداء المؤسسي.

أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

1. تحديد أهم أبعاد جودة الخدمات المصرفية على أداء المؤسسي في السياق المحدد.
2. قياس تصورات العملاء حول مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة .
3. تحديد نقاط القوة والضعف في تقديم الخدمات المصرفية الحالية .
4. تحليل تأثير الاستثمار في تحسين جودة الخدمات على مؤشرات الربحية.
5. تقديم بعض التوصيات فيما توصلت إليها الدراسة.

منهج الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وهو من أكثر المناهج استخداماً الذي يعتمد على جمع البيانات وتحليلها إحصائياً للكشف عن العلاقات بين متغيرات البحث وكشف الحقائق حول الموضوع.

مجتمع وعينة الدراسة.

تم تحديد مجتمع الدراسة في هذه الدراسة ليشمل بعض الموظفين في مختلف الوظائف الإدارية في الإدارة الرئيسية لمصرف الصحاري بمدينة طرابلس.

عينة الدراسة.

تتمثل عينة الدراسة في عينة عشوائية وتشمل مختلف المستويات الإدارية في مصرف الصحاري وتم توزيع عدد (93) استبانة واسترجاع (90) استبانة واستبعاد (03) استبانات لعدم توفر فيهم شروط

التحليل وعدد الاستبانات التي تم تحليلها (90) استبانة لتوفر فيهم شروط التحليل.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في الآتي:

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على أثر جودة الخدمات المصرفية على أداء المؤسسي.

1- **الحدود المكانية:** مصرف الصحاري - مدينة طرابلس.

2- **الحدود الزمنية:** تم تطبيق هذه الدراسة في الفترة (شهر 6-2023 لغاية شهر 12-

2023).

مصطلحات الدراسة:

من أهم المصطلحات الرئيسية التي استخدمت في الدراسة وهي:

1. **الجودة:** هي مدى استيفاء المنتج أو الخدمة لمتطلبات وتوقعات المستفيدين (العملاء أو المستخدمين) المعلنة والضمنية, (حسني, 2018: 41).

2. **جودة الخدمات المصرفية:** هو الدرجة التي تلبى بها الخدمات المصرفية المقدمة توقعات واحتياجات العملاء وتفوقها في بعض الأحيان، مما يؤدي إلى رضاهم وولائهم, (حسني, 2018: 44).

3. **أداء:** هي مستوى الإنجاز أو الإخراج المتحقق مقارنة بالأهداف والمعايير والتوقعات الموضوعية, (الهاشم, 2013: 21).

4. **أداء المؤسسي:** هو القدرة الكلية للمؤسسة على تحقيق رسالتها وأهدافها الاستراتيجية والتشغيلية بنجاح، مع الأخذ في الاعتبار الكفاءة في استخدام الموارد، والفعالية في تحقيق النتائج المرجوة، والاستدامة في الأداء على المدى الطويل, (حامد, 2016: 63).

الدراسات السابقة:

1. **دراسة حسني, (2018)**, بعنوان جودة الخدمات المصرفية في أداء المؤسسي سعت هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف، أبرزها إبراز الأهمية الجوهرية لجودة الخدمات المصرفية ودورها الفاعل في الارتقاء بمستوى أداء المؤسسات. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال جمع البيانات والمعلومات اللازمة وتحليلها بشكل منهجي. وقد تم اختيار عينة عشوائية بسيطة قوامها (185) مفردة لغرض الدراسة، كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة إيجابية مباشرة بين جودة الخدمات المصرفية ومستوى أداء المؤسسات في البنوك محل الدراسة و أظهرت الدراسة وجود ارتباط إيجابي ذي دلالة بين مستوى جودة الخدمات المصرفية والأداء المؤسسي في الشركة، قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات الهامة، من أبرزها ضرورة إيلاء بعد الأمان اهتمامًا خاصًا والعمل المستمر على تطويره، بالإضافة إلى التأكيد على أهمية توفير برامج تدريبية متخصصة للموظفين العاملين في هذه الشبكات بهدف تعزيز مهاراتهم وقدراتهم.

2. **دراسة حامد, (2016)** بعنوان تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين أداء المؤسسي، تهدف الدراسة إلى تحليل وتقييم دور تكنولوجيا المعلومات وأثرها في الارتقاء بمستوى الأداء المؤسسي، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي كأداة رئيسية، حيث تم توزيع استبانات على عينة من موظفي المصرف بهدف جمع البيانات والمعلومات اللازمة لتحليلها إحصائيًا والوصول إلى أدق النتائج، لغرض الدراسة، تم استخدام أسلوب العينة القصدية، وتوزيع الاستبانات على عينة مختارة بعناية بلغ حجمها (332) مفردة. وقد توصلت الدراسة إلى نتائج من أبرزها وجود علاقة تأثير بين تكنولوجيا المعلومات وتحسين الأداء المؤسسي، أوصت الدراسة باتخاذ إجراءات عملية لتحسين الأجهزة المتاحة واستيراد أجهزة حديثة تدعم سير العمل المطلوب، مع ضمان ربطها وتكاملها مع الأجهزة الأخرى المستخدمة.

3. **دراسة, شحادة, (2015)** بعنوان "التحول الرقمي وعلاقته بتحسين أداء المؤسسي، هدفت الدراسة إلى الربط بين العلاقة التي تربط بين التحول الرقمي وبين تحسين أداء

المؤسسي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتم توزيع عدد من الاستبانات على العاملين حيث بلغت (290) مفردة وتحايلها باستخدام برنامج الحزمة الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى النتائج وهي توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التحول الرقمي وبين تحسين أداء المؤسسي، وهي علاقة طردية، وتوصلت إلى عدة نتائج وهي ضرورة التركيز على الأهداف المطلوبة والعمل على تنفيذ هذه الأهداف من التخطيط لها وإجراء الدورات اللازمة للعاملين لرفع من تحسين أداء المؤسسي.

4. **العدوي، (2019)**، بعنوان أثر وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية، تسعى هذه الدراسة إلى فحص الكيفية التي تساهم بها وسائل الدفع الإلكتروني في تطوير جودة الخدمات المصرفية في البنوك العاملة في الأردن، لتحقيق أهداف الدراسة، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتضمن ذلك توزيع 296 استبانة على العينة المستهدفة، بينت الدراسة أن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يساهم بشكل ملحوظ في تحسين جودة الخدمات المصرفية بمكوناتها المختلفة، من أهم توصيات الدراسة العمل على إيجاد حلول عملية تضمن سهولة ويسر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، لما لذلك من أثر في تحسين الأداء المؤسسي للبنوك المعنية.

الجانب النظري:

جودة الخدمات المصرفية

تعريف جودة الخدمات المصرفية :

هي مدى قدرة المصرف على تلبية توقعات واحتياجات العملاء، هذا يشمل جودة المنتج المصرفي نفسه (مثل سهولة استخدام الحسابات والقروض)، وجودة عملية تقديم الخدمة (مثل سرعة الاستجابة والاحترافية في التعامل)، (موسى، 2015: 38).

عناصر جودة الخدمات المصرفية:

هناك مجموعة من العناصر نذكر منها:

1. الملموسية وتشمل المظهر المادي للمباني والتجهيزات والموظفين ووسائل الاتصال.
2. الاعتمادية وهي قدرة المصرف على تقديم الخدمة الموعودة بدقة وموثوقية.

3. الاستجابة وهي استعداد الموظفين لمساعدة العملاء وتقديم الخدمة بسرعة.
4. الأمان وهي شعور العملاء بالثقة والأمان في تعاملهم مع المصرف.
5. التعاطف وهي اهتمام المصرف وتقديره لاحتياجات العملاء وتقديم خدمة شخصية, (العدوي, 2019: 48).

مزايا جودة الخدمات المصرفية:

1. زيادة الرضا والثقة: عندما يحصل العملاء على خدمات مصرفية عالية الجودة تلبى توقعاتهم أو تتجاوزها، فإن ذلك يعزز شعورهم بالرضا والثقة في المصرف.
2. توفير الوقت والجهد: الخدمات المصرفية ذات الجودة العالية غالبًا ما تكون أكثر كفاءة وسرعة، مما يوفر وقت وجهد العملاء في إنجاز معاملاتهم .
3. تجربة عملاء إيجابية: التعامل السلس والمحترف من قبل موظفي المصرف، بالإضافة إلى سهولة استخدام الخدمات، يخلق تجربة إيجابية للعميل, (الهاشم, 2013: 44).
4. تقليل المشاكل والأخطاء: جودة الخدمة تقلل من احتمالية حدوث أخطاء أو مشاكل في المعاملات المصرفية، مما يوفر على العميل الإزعاج والمتابعة .
5. تلبية الاحتياجات بشكل أفضل: المصارف التي تركز على جودة الخدمة تكون أكثر قدرة على فهم احتياجات العملاء وتقديم حلول وخدمات مخصصة تلبى هذه الاحتياجات بشكل فعال .
6. الشعور بالتقدير والاهتمام: عندما يشعر العميل بأن المصرف يهتم به ويقدر تعامله، فإن ذلك يعزز ولاءه للمصرف, (طارق, 2018: 94).

أهمية الحفاظ على جودة الخدمات المصرفية

تكمن أهمية الحفاظ على جودة الخدمات المصرفية في النقاط التالية، والتي تعود بالنفع على كل من المصارف وعملائها:

أولاً- بالنسبة للعملاء: تعزيز الثقة والولاء تقديم خدمات عالية الجودة باستمرار يبني ثقة العملاء ويقوي ولائهم للمصرف، مما يقلل من احتمالية تحولهم إلى منافسين، وتلبية التوقعات

وتجاوزها الجودة تضمن تلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم، وفي بعض الأحيان تجاوزها، مما يخلق تجربة إيجابية ومتميزة، وتوفير الوقت والجهد الخدمات ذات الجودة تتميز بالكفاءة والسرعة في الإجراءات، مما يوفر على العملاء الوقت والجهد، وتقليل المشاكل والشكاوى التركيز على الجودة يقلل من الأخطاء والمشاكل في المعاملات، وبالتالي يقلل من شكاوى العملاء واستيائهم، والشعور بالتقدير والاهتمام جودة الخدمة تعكس اهتمام المصرف بعملائه وتقديره لهم، مما يعزز العلاقة بين الطرفين، (العدلي، 2014: 103).

ثانياً - بالنسبة للمصارف: تحسين السمعة والصورة الذهنية تقديم خدمات عالية الجودة يسهم في بناء سمعة ممتازة للمصرف وتعزيز صورته الإيجابية في السوق، واكتساب ميزة تنافسية في ظل المنافسة الشديدة في القطاع المصرفي، تعتبر جودة الخدمة أداة قوية للتميز وجذب عملاء جدد والاحتفاظ بالعملاء الحاليين، وزيادة الربحية العملاء الراضون هم أكثر عرضة لاستخدام المزيد من خدمات المصرف والتوصية به للآخرين، مما يؤدي إلى زيادة قاعدة العملاء وبالتالي زيادة الإيرادات والأرباح، وتقليل التكاليف ومعالجة الأخطاء والتعامل مع شكاوى العملاء ويكلف المصرف وقتاً وموارد. والحفاظ على جودة الخدمة يقلل من هذه التكاليف، وتحسين كفاءة العمليات تطبيق معايير الجودة يؤدي إلى تبسيط العمليات وتحسين الكفاءة التشغيلية، وزيادة ولاء الموظفين عندما يشعر الموظفون بأنهم جزء من مؤسسة تقدم خدمات ممتازة، يزيد رضاهم وولائهم، مما ينعكس إيجاباً على جودة الخدمة المقدمة، وتسهيل النمو والتوسع السمعة الجيدة التي تأتي من جودة الخدمة وهذا يسهل على المصرف التوسع ودخول أسواق جديدة، (موسى، 2015: 152).

أداء المؤسسي

تعريف أداء المؤسسي: هو مقياس لمدى نجاح المؤسسة في تحقيق النتائج المرجوة سواء كانت مالية، تشغيلية، أو استراتيجية، (حسني، 2018: 61).

أسباب تحديد مستوى الأداء المؤسسي:

1. أن تحديد مستوى الأداء يوفر المعلومات التي على أساسها تتخذ العديد من قرارات النقل والترقية.

2. أن تحديد مستوى الأداء يتيح الفرصة لمراجعة وإعادة النظر في سلوك المرؤوسين.
3. يعتبر تحديد مستوى الأداء جزءاً من عملية تنظيمية مهمة، فمن خلالها يمكن مراجعة خطط ونظم العمل.
4. يوفر تحديد مستوى الأداء أساساً قوياً يمكن الاعتماد عليه في تحسين وتطوير مستويات الأداء بالمنظمة، (صابر، 2017: 139).

مستويات قياس الأداء المؤسسي:

1. **مستوى العمل الفعلي:** يركز على تقييم المهام والأنشطة التي يتم تنفيذها على أرض الواقع، ومدى فعاليتها وكفاءتها في تحقيق الأهداف المحددة.
2. **مستوى أداء الفرد داخل الفريق:** يهتم بتقييم مساهمة كل فرد في أداء الفريق ككل، وتقييم مهاراته ومعارفه وسلوكه ومدى التزامه بأهداف الفريق.
3. **مستوى أداء الفريق:** يركز على تقييم أداء الفريق كوحدة واحدة، ومدى مساهمته في تحقيق أهداف المنظمة بشكل عام (الجامح، 2016: 93).

أنواع مؤشرات قياس الأداء المؤسسي:

يمكن تصنيف مؤشرات الأداء المؤسسي بناءً على جوانب مختلفة من العمل، ومن أبرزها:

أولاً- المؤشرات المالية: تركز على الأداء المالي للمؤسسة، مثل نمو الإيرادات النسبة المئوية للزيادة في الإيرادات خلال فترة معينة، وهامش الربح الإجمالي النسبة المئوية للربح بعد خصم تكلفة البضاعة المباعة من الإيرادات، وصافي الربح، يعني الربح المتبقي بعد خصم جميع المصروفات من الإيرادات، والعائد على الاستثمار (ROI) يقيس كفاءة الاستثمارات في تحقيق الأرباح، والتدفق النقدي حركة النقد الداخل والخارج من المؤسسة.

ثانياً- المؤشرات التشغيلية: تركز على كفاءة وفعالية العمليات الداخلية، مثل، ورضا العملاء يقيس مدى رضا العملاء عن المنتجات أو الخدمات المقدمة، ومعدل الاحتفاظ بالعملاء النسبة المئوية للعملاء الذين استمروا في التعامل مع المؤسسة خلال فترة معينة، ووقت دورة الإنتاج الوقت المستغرق لإنتاج وحدة واحدة، ومعدل العيوب النسبة المئوية للمنتجات المعيبة، وكفاءة

استخدام الموارد مدى فعالية استخدام الموارد المتاحة (المواد الخام، الطاقة، إلخ)، (إبراهيم، 2018: 83).

ثالثاً- مؤشرات العملاء: تركز على العلاقة مع العملاء ونمو قاعدة العملاء، مثل عدد العملاء الجدد عدد العملاء الذين تم اكتسابهم خلال فترة معينة، وقيمة حياة العميل: (CLTV) إجمالي الإيرادات التي يمكن أن يحققها العميل الواحد على مدار علاقته بالمؤسسة، وتكلفة اكتساب العميل: (CAC) التكلفة اللازمة لاكتساب عميل جديد، ومعدل التخلي عن العملاء (Churn Rate): النسبة المئوية للعملاء الذين توقفوا عن التعامل مع المؤسسة.

رابعاً- مؤشرات الموارد البشرية: تركز على أداء وإنتاجية الموظفين، مثل رضا الموظفين يقيس مدى رضا الموظفين عن بيئة العمل وظروفه، ومعدل دوران الموظفين النسبة المئوية للموظفين الذين تركوا المؤسسة خلال فترة معينة، وإنتاجية الموظف قياس كمية أو قيمة العمل الذي ينتجه الموظف خلال فترة معينة، ومعدل التغيب النسبة المئوية لأيام العمل التي غاب عنها الموظفون، ومعدل التدريب والتطوير عدد ساعات التدريب التي يتلقاها الموظفون.

خامساً- مؤشرات التسويق والمبيعات: تركز على فعالية جهود التسويق والمبيعات، مثل معدل التحويل النسبة المئوية للعملاء المحتملين الذين تحولوا إلى عملاء فعليين تكلفة الاكتساب لكل عميل: (CPA) التكلفة الإجمالية لحملة تسويقية مقسومة على عدد العملاء الجدد المكتسبين، وحصصة السوق النسبة المئوية لمبيعات المؤسسة من إجمالي مبيعات السوق، (عبدالمهيمن، 2019: 12).

الجانب العملي:

اساليب صدق وثبات أداة الدراسة:

أ- الصدق الظاهري: قام الباحث بعرض الاستبانة في صورتها المبدئية على مجموعة من المحكمين والمتخصصين بمجال الدراسة، وبعد إجراء التعديلات في ضوء المقترحات المقدمة أصبحت الاستبانة في صورتها النهائية.

ب- اختبارات الثبات والصدق الإحصائي: لقياس الثبات والصدق للاستبانة استخدم الباحث اختبار الفا كرونباخ وكانت نتائج الاختبار كالاتي.

جدول (1) الثبات والصدق للاستبيان

| القرار | معامل جدر ألفا | معامل ألفا | عدد العبارات | محور | | |
|--------------|----------------|------------|--------------|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| | | | | البعد | جودة الخدمات المصرفية | تحسين أداء المؤسسي |
| تأبت ومتسق | 0.915 | 0.812 | 5 | الملموسية | البعد | جودة الخدمات المصرفية |
| تأبت ومتسق | 0.914 | 0.841 | 5 | الاستجابة والتعامل مع العملاء | | |
| تأبت ومتسق | 0.921 | 0.979 | 5 | التسهيلات والقنوات المتعددة | | |
| تأبت ومتسق | 0.911 | 0.787 | 5 | الشفافية والرسوم | | |
| تأبت ومتسق | 0.916 | 0.882 | 20 | الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية | | |
| تأبت ومتسق | 0.913 | 0.909 | 5 | الأداء المالي | البعد | تحسين أداء المؤسسي |
| تأبت ومتسق | 0.942 | 0.921 | 5 | إدارة المخاطر | | |
| تأبت ومتسق | 817.0 | 0.971 | 5 | الكفاءة التشغيلية | | |
| تأبت ومتسق | 0.822 | 0.910 | 5 | الابتكار والتطوير | | |
| تأبت ومتسق | 0.931 | 0.916 | 20 | الدرجة الكلية لتحسين أداء المؤسسي | | |
| تأبتة ومتسقة | 0.921 | 0.909 | 40 | الدرجة الكلية للاستبانة | | |

يتضح من خلال الجدول (1) أن معامل ألفا كرونباخ لكل بعد من أبعاد الاستبانة وللدرجة الكلية لكل محور والكلية للمحاور كان أكبر من (0.70)، وهي أكبر من القيمة المفترضة عليه فإن الباحث قد تأكد من صدق وثبات الاستبانة والاتساق الداخلي لجميع عبارات محاورها وصلاحياتها للتحليل والإجابة على أسئلة الدراسة ومن تم الوصول للنتائج اللازمة لاختبار فرضيات الدراسة التي وضعت من أجلها الاستبانة.

➤ مدى توافر أبعاد جودة الخدمات المصرفية بمصرف الصحاري محل الدراسة؟ ولمعرفة مستوى توافر هذه الأبعاد محل الدراسة، قام الباحث باحتساب المتوسط الحسابي لكل عبارة، كذلك استخدام اختبار t حول المتوسط الفرضي $\mu_0 = 3$ لكل عبارة وللدرجة الكلية لكل الأبعاد. فكانت نتائج كما في الجدول التالي:

جدول رقم (2) نتائج المتوسط الحسابي واختبار t حول مستوى الملموسية.

| ت | البعد الأول- الملموسية | المتوسط الحسابي | إحصاءة الاختبار | P-value | القرار |
|---|---|-----------------|-----------------|---------|--------|
| 1 | توجد أماكن مريحة للانتظار (كراسي، تكييف، إضاءة مناسبة). | 3.13 | 6.31 | 0.000 | موافقة |
| 2 | الأجهزة الإلكترونية (شاشات العرض، أجهزة الأرقام) تعمل بكفاءة. | 3.81 | 7.36 | 0.000 | موافقة |
| 3 | توجد إرشادات مرئية (لافتات، خرائط) لتسهيل التنقل داخل الفرع. | 3.89 | 4.80 | 0.000 | موافقة |
| 4 | لتطبيق المصرفي أو الموقع الإلكتروني سريع وسهل التصفح. | 3.31 | 5.42 | 0.000 | موافقة |
| 5 | يحرص الموظفون على المظهر المهني (بطاقات تعريف، نظافة شخصية). | 3.64 | 8.51 | 0.000 | موافقة |
| | الدرجة الكلية الملموسية | 3.55 | 6.21 | 0.000 | موافقة |

من خلال الجدول (2)، نلاحظ أن: مستوى المعنوية المشاهد P-value لجميع العبارات كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد $\alpha = 0.05$ ، وبمتوسطات حسابية أكبر من 3، مما يدل على أن المبحوثين اجابوا بالموافقة حول هذه العبارات أي بمعنى: توجد أماكن مريحة للانتظار (كراسي، تكييف، إضاءة مناسبة)، والأجهزة الإلكترونية (شاشات العرض، أجهزة الأرقام) تعمل بكفاءة، وتوجد إرشادات مرئية (لافتات، خرائط) لتسهيل التنقل داخل الفرع، ولتطبيق المصرفي أو الموقع الإلكتروني سريع وسهل التصفح، ويحرص الموظفون على المظهر المهني (بطاقات تعريف، نظافة شخصية)، ومما سبق ومن خلال مستوى المعنوية المشاهد P-value للدرجة الكلية لبعد الملموسية والذي كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد 0.05 وبمتوسط حسابي 3.55، نجد أن المصرف يطبق مبدأ الملموسية كأحد متطلبات جودة الخدمات المصرفية.

جدول رقم (3) نتائج المتوسط الحسابي واختبار t حول مستوى الاستجابة والتعامل مع العملاء.

| ت | البعد الثاني الاستجابة والتعامل مع العملاء | المتوسط الحسابي | إحصاءة الاختبار | P-Value | القرار |
|---|---|-----------------|-----------------|---------|--------|
| 1 | يتم حل المشكلات المالية (مثل الأخطاء في الحساب) في وقت مناسب. | 3.83 | 5.11 | 0.000 | موافقة |

| | | | | | |
|---|--|------|------|-------|--------|
| 2 | الموظفون لديهم المعرفة الكافية للإجابة على أسئلتى بدقة. | 3.62 | 4.45 | 0.000 | موافقة |
| 3 | يمكنني الوصول إلى الخدمات المصرفية خارج أوقات العمل الرسمية (عبر القنوات الإلكترونية). | 3.68 | 5.34 | 0.000 | موافقة |
| 4 | توجد قنوات واضحة ومتعددة لتقديم الشكاوى (إلكترونيًا، هاتفياً، إلخ). | 3.47 | 6.72 | 0.000 | موافقة |
| 5 | يُعوّض المصرف العملاء عن الأضرار الناتجة عن أخطاء النظام (مثل: تحويلات فاشلة). | 4.21 | 6.60 | 0.000 | موافقة |
| | الدرجة الكلية الاستجابة والتعامل مع العملاء | 3.76 | 6.42 | 0.000 | موافقة |

من خلال الجدول (3)، نلاحظ أن مستوى المعنوية المشاهد P-value لجميع العبارات كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد $\alpha = 0.05$ ، وبمتوسطات حسابية أكبر من 3، مما يدل على أن المبحوثين اجابوا بالموافقة حول هذه العبارات أي بمعنى: يتم حل المشكلات المالية (مثل الأخطاء في الحساب) في وقت مناسب، والموظفون لديهم المعرفة الكافية للإجابة على أسئلتى بدقة، ويمكنني الوصول إلى الخدمات المصرفية خارج أوقات العمل الرسمية (عبر القنوات الإلكترونية)، وتوجد قنوات واضحة ومتعددة لتقديم الشكاوى (إلكترونيًا، هاتفياً، إلخ)، ويُعوّض البنك العملاء عن الأضرار الناتجة عن أخطاء النظام (مثل: تحويلات فاشلة)، ومما سبق ومن خلال مستوى المعنوية المشاهد P-value للدرجة الكلية لبعء الاستجابة والتعامل مع العملاء والذي كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد 0.05 وبمتوسط حسابي 3.76، نجد أن المصرف يطبق مبدأ الاستجابة والتعامل مع العملاء كأحد متطلبات جودة الخدمات المصرفية.

جدول رقم (5) نتائج المتوسط الحسابي واختبار t حول مستوى التسهيلات والقنوات المتعددة.

| ت | البعد الثالث - التسهيلات والقنوات المتعددة | المتوسط الحسابي | إحصاءة الاختبار | P-Value | القرار |
|---|--|-----------------|-----------------|---------|--------|
| 1 | يوفر البنك قنوات متعددة للخدمة (فروع، هاتف، تطبيق، موقع إلكتروني، شبكات اجتماعية). | 3.62 | 6.42 | 0.000 | موافقة |

| | | | | | |
|---|---|------|------|-------|--------|
| 2 | توجد إرشادات واضحة داخل التطبيق/الموقع لاستخدام الخدمات المعقدة (مثل القروض). | 3.17 | 7.05 | 0.000 | موافقة |
| 3 | توجد خيارات للحصول على خدمات سريعة دون الحاجة لزيارة الفرع (مثل نقاط الخدمة الذاتية). | 3.61 | 7.19 | 0.000 | موافقة |
| 4 | يتم الرد على استفساراتي عبر القنوات الرقمية في غضون وقت معقول (أقل من 24 ساعة). | 4.11 | 6.32 | 0.000 | موافقة |
| 5 | أستطيع إجراء معظم المعاملات الأساسية دون الحاجة إلى زيارة الفرع. | 4.21 | 5.85 | 0.000 | موافقة |
| | الدرجة الكلية للتسهيلات والقنوات المتعددة | 3.74 | 6.29 | 0.000 | موافقة |

من خلال الجدول (4)، نلاحظ أن: مستوى المعنوية المشاهد P-value لجميع العبارات كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد $\alpha = 0.05$ ، وبمتوسطات حسابية أكبر من 3، مما يدل على أن المبحوثين اجابوا بالموافقة حول هذه العبارات أي بمعنى: يوفر البنك قنوات متعددة للخدمة (فروع، هاتف، تطبيق، موقع إلكتروني، شبكات اجتماعية)، وتوجد إرشادات واضحة داخل التطبيق/الموقع لاستخدام الخدمات المعقدة (مثل القروض)، وتوجد خيارات للحصول على خدمات سريعة دون الحاجة لزيارة الفرع (مثل نقاط الخدمة الذاتية)، ويتم الرد على استفساراتي عبر القنوات الرقمية في غضون وقت معقول (أقل من 24 ساعة)، وأستطيع إجراء معظم المعاملات الأساسية دون الحاجة إلى زيارة الفرع، ومما سبق ومن خلال مستوى المعنوية المشاهد P-value للدرجة الكلية لبعده التسهيلات والقنوات المتعددة والذي كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد 0.05 وبمتوسط حسابي 3.74، نجد أن المصرف يطبق مبدأ التسهيلات والقنوات المتعددة كأحد متطلبات كأحد متطلبات جودة الخدمات المصرفية

جدول رقم (5) نتائج المتوسط الحسابي واختبار t حول مستوى الشفافية والرسوم .

| ت | البعد الرابع - الشفافية والرسوم | المتوسط الحسابي | إحصاء الاختبار | P-Value | القرار |
|---|---|-----------------|----------------|---------|--------|
| 1 | توجد قائمة شاملة بالرسوم متاحة بسهولة (في الفرع/الموقع الإلكتروني). | 4.13 | 10.19 | 0.000 | موافقة |
| 2 | المعلومات عن أسعار الفائدة (للإيداعات والقروض) معروضة بشفافية. | 4.04 | 10.47 | 0.000 | موافقة |

| | | | | | |
|---|--|------|------|-------|--------|
| 3 | يتم توضيح أسباب أي رسوم مفاجئة تظهر في كشف الحساب. | 3.23 | 8.71 | 0.000 | موافقة |
| 4 | الموظفون متعاونون في توضيح أي استفسارات حول الرسوم المشكوك فيها. | 4.01 | 5.35 | 0.000 | موافقة |
| 5 | توجد تفاصيل كافية عن كل حركة مالية في الكشوفات. | 4.12 | 8.89 | 0.000 | موافقة |
| | الدرجة الكلية- الشفافية والرسوم | 3.90 | 8.32 | 0.000 | موافقة |

من خلال الجدول (5)، نلاحظ أن: مستوى المعنوية المشاهد P -value لجميع العبارات كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد $\alpha = 0.05$ ، وبمتوسطات حسابية أكبر من 3، مما يدل على أن المبحوثين اجابوا بالموافقة حول هذه العبارات أي بمعنى: توجد قائمة شاملة بالرسوم متاحة بسهولة (في الفرع/الموقع الإلكتروني)، والمعلومات عن أسعار الفائدة (للإيداعات والقروض) معروضة بشفافية، و يتم توضيح أسباب أي رسوم مفاجئة تظهر في كشف الحساب، والموظفون متعاونون في توضيح أي استفسارات حول الرسوم المشكوك فيها، وتوجد تفاصيل كافية عن كل حركة مالية في الكشوفات، ومما سبق، ومن خلال مستوى المعنوية المشاهد P -value للدرجة الكلية لبعء الشفافية والرسوم والذي كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد 0.05 وبمتوسط حسابي 3.90، نجد أن المصرف يطبق الشفافية والرسوم في التخطيط كأحد متطلبات جودة الخدمات المصرفية.

➤ مدى توافر أبعاد تحسين الأداء المؤسسي بمصرف الصحاري محل الدراسة؟ ولمعرفة مستوى توافر هذه الأبعاد محل الدراسة، قام الباحث باحتساب المتوسط الحسابي لكل عبارة، كذلك استخدام اختبار t حول المتوسط الفرضي $\mu_0 = 3$ لكل عبارة وللدرجة الكلية لكل الأبعاد. فكانت نتائج كما في الجدول التالي:

جدول رقم (6) نتائج المتوسط الحسابي واختبار t حول مستوى الأداء المالي.

| ت | البعد الاول: الأداء المالي | المتوسط الحسابي | إحصاءة الاختبار | P -Value | القرار |
|---|--|-----------------|-----------------|------------|--------|
| 1 | يحق المصرف معدلات نمو مستدامة في صافي الأرباح السنوية. | 3.11 | 9.07 | 0.000 | موافقة |
| 2 | يتم استثمار الفائض النقدي بطريقة تحقق عوائد مناسبة دون مخاطرة عالية. | 4.12 | 10.07 | 0.000 | موافقة |

| | | | | | |
|---|--|------|-------|-------|--------|
| 3 | توجد سياسات محكمة لتقييم الجدارة الائتمانية للعملاء. | 4.20 | 8.12 | 0.000 | موافقة |
| 4 | يحافظ المصرف على نسب كفاية رأس مال أعلى من المتطلبات التنظيمية | 3.45 | 11.33 | 0.000 | موافقة |
| 5 | توجد برامج فعالة لخفض التكاليف دون التأثير على جودة الخدمة. | 3.61 | 9.81 | 0.000 | موافقة |
| | الدرجة الكلية الأداء المالي | 3.69 | 9.83 | 0.000 | موافقة |

من خلال الجدول (6)، نلاحظ أن: مستوى المعنوية المشاهد P-value لجميع العبارات كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد $\alpha = 0.05$ ، وبمتوسطات حسابية أكبر من 3، مما يدل على أن الباحثين اجابوا بالموافقة حول هذه العبارات أي بمعنى: يحقق المصرف معدلات نمو مستدامة في صافي الأرباح السنوية، ويتم استثمار الفائض النقدي بطريقة تحقق عوائد مناسبة دون مخاطرة عالية، وتوجد سياسات محكمة لتقييم الجدارة الائتمانية للعملاء، ويحافظ المصرف على نسب كفاية رأس مال أعلى من المتطلبات التنظيمية، وتوجد برامج فعالة لخفض التكاليف دون التأثير على جودة الخدمة، مما سبق ومن خلال مستوى المعنوية المشاهد P-value للدرجة الكلية لبعد الأداء المالي والذي كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد 0.05 وبمتوسط حسابي 3.69، نجد أن المصرف تطبق مبدأ الأداء المالي كأحد متطلبات أداء المؤسسي.

جدول رقم (7) نتائج المتوسط الحسابي واختبار t حول مستوى إدارة المخاطر

| ت | البعد الثاني: إدارة المخاطر | المتوسط الحسابي | إحصاءة الاختبار | P-Value | القرار |
|---|---|-----------------|-----------------|---------|--------|
| 1 | يملك المصرف سياسات واضحة لتقييم الجدارة الائتمانية للعملاء. | 3.36 | 10.42 | 0.000 | موافقة |
| 2 | توجد خطط طوارئ فعالة لمواجهة أزمات السيولة المفاجئة. | 3.71 | 9.41 | 0.000 | موافقة |
| 3 | توجد استراتيجيات فعالة للتحوط ضد مخاطر العملات الأجنبية. | 4.22 | 10.40 | 0.000 | موافقة |

| | | | | | |
|---|---|------|-------|-------|--------|
| 4 | توجد ضوابط رقابية صارمة للحد من الأخطاء والاحتيال. | 4.10 | 9.71 | 0.000 | موافقة |
| 5 | يتم دمج بيانات المخاطر من جميع الأقسام في منصة موحدة. | 3.79 | 10.62 | 0.000 | موافقة |
| | الدرجة الكلية لإدارة المخاطر | 3.83 | 10.51 | 0.000 | موافقة |

من خلال الجدول (7)، نلاحظ أن: مستوى المعنوية المشاهد P-value لجميع العبارات كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد $\alpha = 0.05$ ، وبمتوسطات حسابية أكبر من 3، مما يدل على أن المبحوثين اجابوا بالموافقة حول هذه العبارات أي بمعنى: يمتلك المصرف سياسات واضحة لتقييم الجدارة الائتمانية للعملاء، وتوجد خطط طوارئ فعالة لمواجهة أزمات السيولة المفاجئة، وتوجد استراتيجيات فعالة للتحوط ضد مخاطر العملات الأجنبية، وتوجد ضوابط رقابية صارمة للحد من الأخطاء والاحتيال، ويتم دمج بيانات المخاطر من جميع الأقسام في منصة موحدة، ومما سبق ومن خلال مستوى المعنوية المشاهد P-value للدرجة الكلية لبعء إدارة المخاطر والذي كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد 0.05 وبمتوسط حسابي 3.83، نجد أن المصرف يطبق مبدأ إدارة المخاطر كأحد متطلبات أداء المؤسسي.

جدول رقم (8) نتائج المتوسط الحسابي واختبار t حول مستوى الكفاءة التشغيلية.

| ت | البعد الثالث الكفاءة التشغيلية | المتوسط الحسابي | إحصاءة الاختبار | P-Value | القرار |
|---|---|-----------------|-----------------|---------|--------|
| 1 | تتم المعاملات المصرفية الأساسية (إيداع، سحب، تحويل) في وقت قياسي. | 4.08 | 7.21 | 0.000 | موافقة |
| 2 | توجد برامج فعالة لترشيد النفقات دون التأثير على جودة الخدمة. | 4.13 | 8.53 | 0.000 | موافقة |
| 3 | توجد خطة واضحة للتحويل الرقمي وتبني التقنيات الحديثة. | 3.63 | 11.72 | 0.000 | موافقة |

| | | | | | |
|---|---|------|------|-------|--------|
| 4 | نقل نسبة الشكاوى المتعلقة بالأخطاء التشغيلية. | 3.35 | 8.41 | 0.000 | موافقة |
| 5 | تتعطل الأنظمة الإلكترونية بشكل متكرر مما يعطل الخدمة. | 3.28 | 7.72 | 0.000 | موافقة |
| | الدرجة الكلية الكفاءة التشغيلية | 3.73 | 9.12 | 0.000 | موافقة |

من خلال الجدول (8)، نلاحظ أن: مستوى المعنوية المشاهد P-value لجميع العبارات كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد $\alpha = 0.05$ ، وبمتوسطات حسابية أكبر من 3، مما يدل على أن المبحوثين اجابوا بالموافقة حول هذه العبارات أي بمعنى: تتم المعاملات المصرفية الأساسية (إيداع، سحب، تحويل) في وقت قباسي، توجد برامج فعالة لترشيد النفقات دون التأثير على جودة الخدمة، وتوجد خطة واضحة للتحويل الرقمي وتبني التقنيات الحديثة، ونقل نسبة الشكاوى المتعلقة بالأخطاء التشغيلية، وتعطل الأنظمة الإلكترونية بشكل متكرر مما يعطل الخدمة، مما سبق ومن خلال مستوى المعنوية المشاهد P-value للدرجة الكلية لبعدها الكفاءة التشغيلية والذي كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد 0.05 وبمتوسط حسابي 3.73، نجد أن المصرف يطبق مبدأ الكفاءة التشغيلية كأحد متطلبات أداء المؤسسي.

جدول رقم (9) نتائج المتوسط الحسابي واختبار t حول مستوى الابتكار والتطوير.

| ت | البعد الرابع- الابتكار والتطوير | المتوسط الحسابي | إحصاء الاختبار | P-Value | القرار |
|---|---|-----------------|----------------|---------|--------|
| 1 | توجد خطة واضحة ومعتمدة للابتكار والتطوير في المصرف. | 3.15 | 9.27 | 0.000 | موافقة |
| 2 | نرى إطلاق خدمات رقمية مبتكرة بشكل منظم (مثل الذكاء الاصطناعي، البلوك تشين). | 4.31 | 8.30 | 0.000 | موافقة |
| 3 | تشجع الإدارة العليا الموظفين على تقديم أفكار إبداعية. | 3.04 | 9.23 | 0.000 | موافقة |
| 4 | يتم تطوير الخدمات الحالية باستمرار بناءً على ملاحظات العملاء. | 3.30 | 10.24 | 0.000 | موافقة |

| | | | | | |
|---|--|------|-------|-------|--------|
| 5 | يتم تقييم تأثير الابتكارات على رضا العملاء والأرباح. | 3.15 | 9.45 | 0.000 | موافقة |
| | الدرجة الكلية الابتكار والتطوير | 3.39 | 10.13 | 0.000 | موافقة |

من خلال الجدول (9)، نلاحظ أن: مستوى المعنوية المشاهد P- value لجميع العبارات كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد $\alpha = 0.05$ ، وبمتوسطات حسابية أكبر من 3، مما يدل على أن المبحوثين اجابوا بالموافقة حول هذه العبارات أي بمعنى توجد خطة واضحة ومعتمدة للابتكار والتطوير في المصرف، ونرى إطلاق خدمات رقمية مبتكرة بشكل منتظم (مثل الذكاء الاصطناعي، البلوك تشين)، وتشجع الإدارة العليا الموظفين على تقديم أفكار إبداعية، ويتم تطوير الخدمات الحالية باستمرار بناءً على ملاحظات العملاء، ويتم تقييم تأثير الابتكارات على رضا العملاء والأرباح، ومما سبق ومن خلال مستوى المعنوية المشاهد P- value للدرجة الكلية لبعث الابتكار والتطوير والذي كان أصغر من مستوى المعنوية المحدد 0.05 وبمتوسط حسابي 3.39، نجد أن المصرف يطبق مبدأ الابتكار والتطوير كأحد متطلبات أداء المؤسسي.

ثالثاً: اختبار الفرضية.

فرضيات الدراسة:

للوصول إلى قرار بشأن رفض أو قبول فرضية وذلك باستخدام معامل الارتباط بيرسون حيث كانت صياغة الفرضية كالاتي:

الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ لجودة الخدمات المصرفية على تحسين أداء المؤسسي قيد الدراسة.

وتفرع منها الفرضيات الفرعية الاتية:

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ بين الملموسية على تحسين أداء المؤسسي قيد الدراسة.

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ بين الاستجابة والتعامل مع العملاء على تحسين أداء المؤسسي قيد الدراسة.

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ بين التسهيلات والقنوات المتعددة على تحسين أداء المؤسسي قيد الدراسة.

الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ بين الشفافية والرسوم على تحسين أداء المؤسسي قيد الدراسة. الجدول رقم (10) يبين نتائج معامل ارتباط بيرسون لقياس أثر بين جودة الخدمات المصرفية على تحسين أداء المؤسسي قيد الدراسة بمصرف الصحاري قيد الدراسة. جدول (10) يبين نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون

| م. الارتباط | مستوي المعنوية المشاهدة p value |
|-------------|---------------------------------|
| $r = 0.931$ | 0.000 |

من خلال الجدول أعلاه تبين أن قيمة مستوى المعنوية المشاهدة تساوي (0.000) وهي (أصغر) من (0.05) وهذا يعني (قبول) الفرضية، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات اجابات المبحوثين حول عبارات محوري الدراسة، كما نلاحظ أن العلاقة قوية بين جودة الخدمات المصرفية على تحسين أداء المؤسسي بمصرف الصحاري قيد الدراسة. نتائج وتوصيات الدراسة:

تم عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وتقديم عدد من التوصيات بناءً على النتائج. أولاً- نتائج الدراسة:

- توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن ايجازها فيما يلي:
1. أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية وبين تحسين أداء المؤسسي بمصرف الصحاري طرابلس.
 2. يعمل المصرف على توفير قنوات واضحة ومتعددة لتقديم الشكاوى (إلكترونيًا، هاتفياً).
 3. إدارة المصرف تعمل على توفير الأجهزة الإلكترونية (شاشات العرض، أجهزة الأرقام) وهي تعمل بكفاءة عالية.
 4. اهتمام المصرف على توفير برامج فعالة لخفض التكاليف دون التأثير على جودة الخدمة.
 5. اهتمام المصرف في كل مرحلة بتوضيح أسباب أي رسوم مفاجئة تظهر في كشف الحساب.

ثانياً- التوصيات:

- وبناء على ما توصلت إليها الدراسة من نتائج فهناك مجموعة من التوصيات وهي:
1. يجب على إدارة مصرف إعطاء أولوية قصوى للاستثمار المستمر في تطوير وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء ويشمل ذلك تدريب الموظفين، وتحديث الأنظمة التقنية، وتبسيط الإجراءات، والاهتمام بتجربة العميل الشاملة.
 2. يجب التأكد من أن جميع قنوات تقديم الشكاوى تعمل بكفاءة وسهولة، وهذا يتضمن ذلك ضمان سهولة الوصول إليها عبر الموقع الإلكتروني وتطبيق الهاتف المحمول، وتوفير أرقام هواتف واضحة ومتاحة، وتدريب الموظفين على توجيه العملاء إلى القنوات المناسبة.
 3. يجب التأكد من أن تصميم واجهات المستخدم للأجهزة الإلكترونية سهل الاستخدام وواضح وبراغي احتياجات مختلف شرائح العملاء.
 4. يجب إجراء تحليلات تفصيلية ومنتظمة للتكاليف في مختلف الأقسام والعمليات لتحديد المجالات التي يمكن فيها تحقيق وفورات إضافية دون التأثير على جودة الخدمة.
 5. يجب تزويد موظفي خدمة العملاء بالمعرفة والمهارات اللازمة لشرح أسباب الرسوم المختلفة بوضوح وشفافية والتعامل مع استفسارات العملاء بكفاءة واحترافية.

المراجع:

أولاً- الكتب:

1. إبراهيم، عبدالله عبد الباقي، (2018)، أساسيات الأداء وبطاقة الأداء المتوازن، المفاهيم المعاصرة والتطبيقات، مكتبة الشقري، للطبع والنشر، القاهرة، مصر.
2. الجامع، محمد حسين، (2016)، كيفية تقييم أداء الشركات والعاملين، مؤسسة شباب الجامعة للنشر، الاسكندرية، مصر.
3. العدلي، عبدالرحيم محمد، (2014)، الأوراق التجارية الإلكترونية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر.
4. الهاشم، إبراهيم عادل، (2013)، الخدمات المصرفية الإلكترونية، الأسس والمبادئ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
5. صابر، مصطفى محمود، (2017)، تقييم الأداء المؤسسي: مداخل جديدة لعالم جديد، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

6. طارق، عبدالسلام محمد، (2018)، الصيرفة الإلكترونية، العربي للنشر والتوزيع، مصر.
 7. عبدالمهيمن، خليل عمر، (2019)، مهارات إدارة الأداء، الأسس والمبادئ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
 8. موسى، أحمد شاكر، (2015)، البنوك الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ثانياً- الدراسات السابقة:
1. العدوي، مصطفى عبدالسلام (2019)، بعنوان أثر وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، جامعة عمان، الأردن.
 2. حسني وليد أحمد، (2018)، بعنوان جودة الخدمات المصرفية في أداء المؤسسي، رسالة ماجستير، جامعة عمان، الأردن.
 3. حامد، محمد جمال، (2016) بعنوان تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين أداء المؤسسي، رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان.الأردن.
 4. شحادة، أحمد صباح (2015) بعنوان التحول الرقمي وعلاقته بتحسين أداء المؤسسي، رسالة ماجستير، جامعة عمان، الأردن.