

دور التخطيط الاستراتيجي في تحسين جودة الخدمة المصرفية

دراسة ميدانية على المصارف التجارية الليبية العامة

د . ناصر صالح الصول*

الملخص :

هدفت هذه الدراسة التعرف على العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي بأبعاده المختلفة وجودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية الليبية ، وقد تم الاعتماد على قائمة استقصاء تحتوي على أبعاد المتغيرين وقد بلغ حجم عينة الدراسة (187) مفردة من كافة العاملين بالمصارف التجارية الليبية العامة الواقعة بمدينة طرابلس ، وقد تم جمع البيانات وتحليلها إحصائياً باستخدام برنامج SPSS. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة ارتباط إيجابية بين التخطيط الاستراتيجي وجودة الخدمة المصرفية بالمصارف التجارية الليبية العامة محل الدراسة، وعلى ضوء نتائج الدراسة قام البحث بوضع مجموعة التوصيات من أهمها الاهتمام بالتخطيط الاستراتيجي لدي العاملين بالمصارف وتنمية إبعاده (الكلمات الافتتاحية : التخطيط الاستراتيجي ، جودة الخدمة المصرفية)

Abstract :

This study aimed to identify the relationship between strategic planning in its various dimensions and the quality of banking services in Libyan commercial banks. A questionnaire containing the dimensions of the two variables was used, and the study sample size was (187) individuals from all employees of the Libyan public commercial banks located in Tripoli. The data were collected and statistically analyzed using the SPSS program

One of the most important findings of the study is the existence of a positive correlation between strategic planning and the quality of banking services in the Libyan public commercial banks under study. In light of the study's findings, the research formulated a set of recommendations, the most important of which is to pay attention to strategic planning among bank ..employees and to develop its dimensions

(Keywords: Strategic planning, Quality of banking service)

مقدمة:

يعتبر التخطيط الاستراتيجي مرحلة تفكير يسبق تنفيذ أي عمل ، والتخطيط الاستراتيجي عبارة عن سلسلة من القرارات التي تتعلق بالمستقبل لتحقيق الاهداف المقررة ، وعليه لكي يتحقق نجاح عملية تخطيط الاستراتيجي بالمصارف والتي تساهم في تحسين مستوى جودة الخدمات المصرفية ، فلا بد من اختيار الاستراتيجيات الناجحة والمناسبة والتي تحقق الاهداف التي تسعى اليها المصارف التجارية ، ومن اصبح من الضروري على القيادات العليا بالمصارف ادراك وفهم المفهوم العلمي والحديث للتخطيط الاستراتيجي وكل الجوانب التي من شأنها ان تسهم في تحسين مستوى جودة الخدمات المصرفية ويعتبر التخطيط الاستراتيجي من الاساليب التي تساعد المنظمات على التكيف مع بيئتها الداخلية

*أستاذ مشارك بكلية الاقتصاد والتجارة القره بوللي – جامعة المرقب

إيميل: nasser_alsoul@yahoo.com

والخارجية اذ انه الوسيلة التي توضح مسار المنظمة المستقبلى والدليل لتوجيه المنظمة نحو الكفاءة والفاعلية وزيادة القدرة التنافسية للمنظمة وتطوير عملياتها ،
هذا ولجودة الخدمات المصرفية اهمية كبيرة بالنسبة لاي مؤسسة مصرفية خاصة الفترة الاخيرة التي شهد فيها العالم افلاس العديد من المصارف ، وكذلك في ظل الانفتاح على العالم وتوسع المعاملات المصرفية والاهتمام برفع مستوى جودة الخدمات في المصارف من خلال الخطط الاستراتيجية التي تتبناها المؤسسة المصرفية لكي يساعدها على تطوير نفسها لمواجهة التغيرات الاقتصادية والتي لها تأثير على اداء المصرف

مشكلة البحث :

ان عدم ادراك الادارة العليا للمصارف بأهمية التخطيط الاستراتيجي باعتباره عنصر حاسم في مساعدة المنظمات على التعرف على البيئة الداخلية والفرص وتجنب التحديات التي من الممكن أن تواجهها المنظمات. وفي ظل التطورات السريعة وشدة المنافسة التي تشهدها المصارف هذه الأيام اتضح أن البنوك لا تمتلك آليات واضحة لتحليل البيئة الداخلية والخارجية واغتنام الفرص وتجنب المخاطر مما أدى لانخفاض جودة الخدمة المصرفية بالبنوك التجارية الليبية ، عليه يمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤل التالي :

- هل هناك علاقة بين التخطيط الاستراتيجي وجودة الخدمة المصرفية بالمصارف التجارية العامة محل الدراسة ؟

أهداف البحث :

- 1- التعرف على مفهوم جودة الخدمات المصرفية وبيان اهم ابعادها نظريا والتحقق من معنوية العلاقة بينها وبين التخطيط الاستراتيجي ميدانيا
- 2- تحديد اتجاه وقوة العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي وجودة الخدمة المصرفية بالمصارف التجارية الليبية العامة
- 3- تقديم بعض المقترحات التي يمكن ان يستفيد منها اصحاب القرار بالمصارف فيما يتعلق بفاعلية التخطيط الاستراتيجي ومدى تأثيره على تطوير خدمات ذات جودة عالية .

فروض البحث :

الفرض الرئيسي : توجد علاقة بين التخطيط الاستراتيجي وجودة الخدمة المصرفية بالبنوك التجارية الليبية

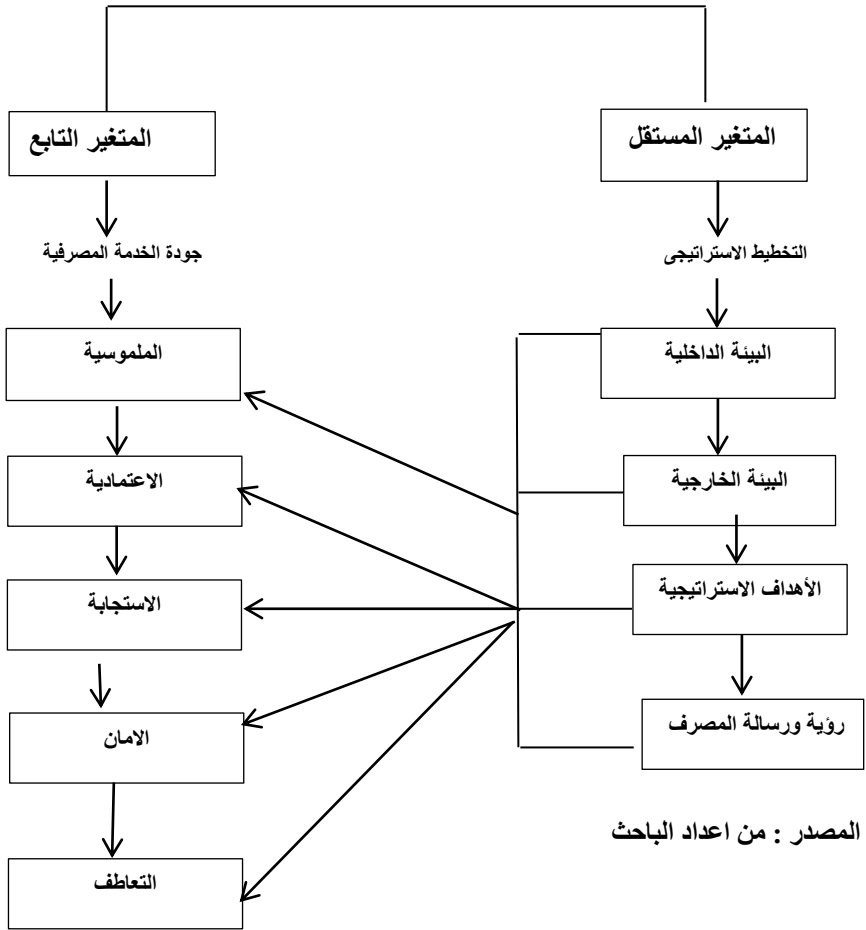
وينقسم الفرض الرئيسي إلى مجموعة من الفروض الفرعية كما يلي:

- 1 . توجد علاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والملموسية بالبنوك التجارية الليبية
- 2 . توجد علاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والاعتمادية بالبنوك التجارية الليبية .
- 3 . توجد علاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والاستجابة بالبنوك التجارية الليبية .
- 4 . توجد علاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والأمان بالبنوك التجارية الليبية .
- 5 . توجد علاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والتعاطف بالبنوك التجارية الليبية .

نموذج الدراسة :

ويمكن توضيح نموذج العلاقة بين متغيرات البحث كما بالشكل التالي :

شكل يوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة



أهمية البحث :

الأهمية العلمية:

1 . سد النقص والحاجة لمثل هذه الدراسة والمتعلقة بالتخطيط الاستراتيجي ومساهمته في تحسين مستوى جودة الخدمات .

2 . تحسين وتطوير المعرفة في مجال التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بجودة الخدمات المصرفية للباحثين في هذا المجال .

الأهمية التطبيقية :

1 . مساعدة القيادات بالبنوك التجارية على فهم طبيعة علاقة التخطيط الاستراتيجي بأبعاد جودة الخدمات المصرفية .

2 . الكشف عن العوامل الواجب مراعاتها من جانب المسؤولين لتعزيز دور التخطيط الاستراتيجي

لدى الموظفين بالمصارف، وكذلك الاهتمام بتقديم خدمات مصرفية مرتفعة الجودة .
3 . تقديم بعض المقترحات التي تفيد المسؤولين بالبنوك التجارية على وضع سياسات ادرية تمكنها من تحسين مستوى جودة الخدمات المصرفية عند تطبيق التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الخدمية

منهجية البحث :

لتحقيق اهداف الدراسة ووصولاً لافضل الاساليب لقياس علاقة تخطيط استراتيجي بجودة الخدمة المصرفية وابعادها تم استخدام المنهج الاستقرائي من خلال استقراء بعض الكتب والدراسة السابقة المتعلقة بالموضوع بغرض الاستفادة منها في صياغة الاجوانب النظرية للدراسة ، كما تم استخدام المنهج التحليلي لوصف وتحليل البيانات والمعلومات الخاصة بالمصارف عينة الدراسة ، ومن تم ايجاد نوع العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي وجودة الخدمة المصرفية بابعادها ، لمعرفة علاقة المتغير المستقل بالمتغير على المتغير التابع

مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث : يتمثل في جميع العاملين بالمصارف التجارية الليبية العامة الواقعة بمدينة طرابلس وهي مصارف حكومية (الجمهورية ، التجارى الوطنى ، الوحدة ، الصحارى) دراستها تعكس حالة الاقتصاد الليبية للنهوض به .

عينة البحث: قام الباحث بالاعتماد على أسلوب العينة في تحديد مفردات الدراسة، وقد بلغ حجم العينة (187) مفردة ، تم تحديدها طبقاً لجدول حجم العينة بطريقة إحصائية .

جدول يوضح : توصيف عينة الدراسة وفقاً للاستمارات الموزعة والمستبعدة والصالحة للتحليل

م	اسم البنك	الاستمارات الموزعة	الاستمارات المستبعدة	الاستمارات الصالحة للتحليل
1	مصرف الجمهورية	70	8	62
2	المصرف التجاري الوطنى	44	4	40
3	مصرف الصحارى	37	6	31
4	مصرف الوحدة	36	2	34
	الإجمالي	187	20	167

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية

أسلوب جمع البيانات :

أ- البيانات الأولية :وهي تلك البيانات التي تم جمعها من العاملين في المصارف التجارية الليبية العامة (الجمهورية - التجارى الوطنى - الوحدة - الصحارى)، وذلك من خلال تصميم قائمة استقصاء أعدت خصيصاً لخدمة أهداف الدراسة، وتضمنت هذه القائمة أسئلة لقياس متغيرات البحث .

ب - البيانات الثانوية :تم الاعتماد على المراجع العربية والأجنبية والدوريات والمجلات العلمية المتخصصة والدراسات السابقة والتي تناولت موضوع الدراسة .

حدود البحث :

- 1-حدود بشرية : العاملين بالمصارف التجارية الليبية العامة الرئيسية الواقعة داخل مدينة طرابلس
- 2-حدود زمنية : تمثل فترة جمع البيانات وتحليها من 2024/12/2 الى 2025/2/2
- 3-حدود موضوعية : تركز على علاقة دور التخطيط الاستراتيجي فى تحسين جودة الخدمة المصرفية

3 - الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل:

- أ .معامل الارتباط ألفا للتحقق من درجة الاعتمادية والثبات في المقاييس متعددة المحتوى.
 - ب .أسلوب تحليل الارتباطوا الانحدار البسيط والمتعدد المتدرج.
 - ج .تم استخدام الحزم الإحصائية التالية (SPSS (V.20
- الدراسات السابقة :

1-دراسة (خليف ، 2025) بعنوان أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في المصارف الزراعية السورية :



هدفت الدراسة إلى تحليل أثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان) على رضا العملاء في المصارف الزراعية السورية، وكان حجم العينة 60 عميلاً من عملاء المصرف الذين لديهم تعامل طويل الأمد مع المصرف، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن مستوى الرضا العام للعملاء كان منخفضاً (المتوسط العام = 2.08)، كما أن مستويات أبعاد الجودة كانت منخفضة لبعدي الاستجابة والتعاطف، ومستوى متوسط لبعد الاعتمادية، ومستوى مرتفع للملموسية، ومرتفع جداً لبعد الأمان.

2 - دراسة (عماري ، 2024) بعنوان : (التحول الرقمي في البنوك التجارية الجزائرية ودوره في تحسين جودة الخدمات المصرفية .

هدفت الدراسة إلى معرفة دور التحول الرقمي في المصارف التجارية ودوره في تحسين جودة الخدمات المصرفية حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن التحول الرقمي هو الركيزة الأساسية التي يسعى عليها كل مصرف للاعتماد عليه لتقديم خدمات مصرفية مبتكرة وابداعية وذات جودة عالية، كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن مشروع التحول الرقمي بالجزائر لا يزال متأخراً لتحقيق الجودة في الخدمات المصرفية.

3- دراسة (نادي ، 2023) بعنوان : (جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها برضا العملاء في البنك الإسلامي الفلسطيني)

هدفت الدراسة إلى معرفة علاقة جودة الخدمات المصرفية برضا العملاء في البنك الإسلامي الفلسطيني، وتبين من نتائج الدراسة أن الدرجة الكلية لمستوى جودة الخدمة المصرفية كانت مرتفعة بمتوسط حسابي كلي (4.26) وبدرجة تقدير كبيرة جداً، وكانت الدرجة الكلية لمحمور رضا العملاء لدى البنك الإسلامي كانت مرتفعة بمتوسط حسابي كلي (4.27) وبدرجة تقدير كبيرة جداً.

4 - دراسة (بعللي ، بنية 2020) بعنوان : دور التخطيط الاستراتيجي في تحسين الأداء التسويقي للبنوك. هدفت الدراسة إلى معرفة أثر متغيرات التخطيط الاستراتيجي (الرؤية، الرسالة، الأهداف) على الأداء التسويقي بأبعاده (الحصة السوقية ، الربحية، رضا الزبون) لعينة من المصارف التجارية الجزائرية في ، وقد تم توزيع (68) استمارة على العينة المختارة، وتم اختبار الفرضيات باستخدام أسلوب الانحدار البسيط (Regression)، وتوصلت متوسط الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها وجود أثر إيجابي وعلاقة موجبة لأبعاد التخطيط الاستراتيجي في تحسين الأداء التسويقي للبنوك، وأوصت الدراسة بضرورة تنمية أسلوب التخطيط الاستراتيجي كمدخل متكامل من أجل تحقيق أهدافها.

5 - دراسة (رماش 2019) بعنوان :دور التخطيط الاستراتيجي في الرفع من الفعالية التنظيمية في المنشآت الجزائرية.

اعتمدت الدراسة على طريقه المسح الشامل لكل الكادر الوظيفي بالمنشآت ، وقد تم اتباع المنهج الوصفي في الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن توجهات المسؤولين له دور بارز في تسهيل فهم التخطيط الاستراتيجي لدى الموظفين وأن دراسة السياسة المتبعة داخل المنشأة الرياضية يساعد على إيجاد صياغة مناسبة للخطة الاستراتيجية، وأوصت الدراسة إلى قيام المسؤولين في المنشأة بعقد لقاءات دورية مع الموظفين لتعريفهم بأهمية ودواعي تطبيق التخطيط الاستراتيجي داخل المنشأة .

6 - دراسة (خزل، وأرسلان ، 2018) بعنوان : (الأداء الاستراتيجي التسويقي واثره في جودة الخدمات المصرفية بالمصارف العراقية .

هدفت الدراسة إلى التعرف على اثر الأداء الاستراتيجي التسويقي في جودة الخدمة المصرفية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها هناك علاقة ارتباط وتأثير معنوي لأبعاد الأداء الاستراتيجي التسويقي في جودة الخدمة المصرفية ، ومن اهم توصيات الدراسة الاهتمام بعملية الأداء الاستراتيجي التسويقي في العمل المصرفي لما لذلك من انعكاس على جودة الخدمة المصرفية

الفجوة البحثية : مايميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في كونها أجريت في البيئة المحلية الليبية وكذلك تناولها دور التخطيط الاستراتيجي وبيان علاقته بكل بعد من أبعاد جودة الخدمة المصرفية في المصارف التجارية العامة .

الإطار النظري :

1 - التخطيط الاستراتيجي :

مفهوم التخطيط الاستراتيجي :

عرف (Creelman.wiraeus.DAVID, 2018) التخطيط الاستراتيجي بأنه العملية التي تهدف الى تحديد اغراض المنظمة واهدافها الكلية وتحديد كيفية تحقيقها .

كما عرف (Young, 2019) التخطيط الاستراتيجي بأنها المهارة التي تمكن القادة من التعرف على الخيارات الناشئة في البيئة المحيطة وتجنب المخاطر الكامنة في البيئة المعقدة .

هذا ويرى الباحث ان التخطيط الاستراتيجي هو قدرة صانع القرار داخل المنظمة (المصرف) ان يكون مدركا تماما لكل ما يتعلق بالمنظمة وما يجري في بيئتها الخارجية لتجنب المخاطر واغتنام الفرص والوعي بالبيئة الداخلية من حيث المعرفة والفهم لموارد المنظمة البشرية .

أبعاد التخطيط الاستراتيجي : تتمثل ابعاد التخطيط الاستراتيجي كما يرى كل من , Johnson (2021) ، رباية ، والزغبى (2020)

أ - **البيئة الداخلية :** هي مجموعة من العوامل التي تمثل النشاط الداخلي العام للمنظمة، والتي تتعلق بشكل أساسي بالأهداف التنظيمية والموارد المالية والمهارات الإدارية ونقاط القوة والضعف، وتشمل جميع وظائف وأنشطة المنظمة التسويقية والإنتاجية والمالية.

ب - **البيئة الخارجية :** هي مجموعة من العوامل الخارجية التي تقع خارج نطاق وسيطرة المنظمة، مثل: العملاء، والمنافسين، والهيئات الحكومية والموردين والعاملين ، وكذلك تشمل العناصر الموجودة خارج المنظمة مثل العوامل السياسية والاجتماعية، والتكنولوجية .

ج - **الأهداف الاستراتيجية :** هي مستويات الأداء والنتائج التي تسعى المنظمة إلى تحقيقها، وهي بمثابة أداة لقياس النتائج النهائية كمخرجات تساهم في تعزيز الوضع التنافسي للمؤسسة إن الهدف الاستراتيجي هو الذي يرتبط ارتباطاً مباشراً برسالة المنظمة وعناصرها.

د - **رؤية ورسالة المنظمة :** هي عبارة عن صورة ذهنية عن الوضع المنشود للمنظمة من خلال تحليل واقع المنظمة لتكوين صورة تحليلية ذهنية عن المنظمة خلال المستقبل .

2 - جودة الخدمة المصرفية :

مفهوم جودة الخدمة المصرفية :

ينظر الى جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر داخلية واخرى خارجية ، حيث تقوم وجهة النظر الداخلية على اساس الالتزام بالموصفات التي تكون الخدمة المصرفية قد صممت على اساسها ، اما وجهة النظر الخارجية تركز على جودة الخدمة المصرفية المدركة من قبل الزبون ، هذا وتعبر وجهة النظر الاولى عن مواقف الادارة في حين تعبر وجهة النظر الثانية عن موقف العملاء .

هذا وقد عرف (Lau.cheung, 2013) جودة الخدمة المصرفية بأنها قدرة المصرف على الاستجابة لحاجات ورغبات العملاء بمعنى حتى يتم تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب على المصرف معرفة حاجات ورغبات عملائها .

أبعاد جودة الخدمات المصرفية: تتمثل ابعاد جود الخدمات المصرفية كما يرى(باسم،2007،ص55) فيما يلي

1 - **الملموسية :** تعبر عن الجوانب المتعلقة بالخدمة مثل مباني المصارف ، التكنولوجيا الحديثة المستخدمة فيه ،التجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة ، ومظهر الموظفين .

2 - **الاعتمادية:** تعبر عن قدره المصرف من وجهة نظر العملاء على تقديم الخدمة في الوقت التي يطلبها بكل دقة .

3 - **الاستجابة :** هي ان يستجيب العاملين بالمصرف بشكل سريع لطلبات العميل وحل مشكلاته

4 - **الأمان :** هو ان تكون الخدمة خالية من المخاطر والشك .

5 - **التعاطف :** هو توافر روح الصداقة ، الاحترام ، وحسن الخلق من قبل مقدمي الخدمة .

الدراسة الميدانية :

اختبار فروض البحث:

(1) العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي وجودة الخدمة المصرفية.

يمكن توضيح نتائج الارتباط والانحدار المتعدد للتخطيط الاستراتيجي كمتغير مستقل على جودة الخدمة المصرفية كمتغير تابع

نتائج تحليل الارتباط المتعدد للعلاقة بين التخطيط الاستراتيجي وجودة الخدمة المصرفية

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	B	R	R ²	Sig
جودة الخدمة المصرفية	البيئة الداخلية	0.425	0.709	0.502	0.00
	البيئة الخارجية	0.331	0.707	0.499	0.00
	الأهداف الاستراتيجية	0.235	0.691	0.477	0.002
	رؤية ورسالة البنك	0.33	0.619	0.383	0.579
معامل الارتباط المتعدد في النموذج (R)		0.785			
معامل التحديد في النموذج (R ²)		0.616			
قيمة F المحسوبة		128.703			
مستوى الدلالة الإحصائية Sig		0.00			

من الجدول السابق نلاحظ :

- تبأت معنوية نموذج الارتباط والانحدار، حيث بلغت قيمة F (128,703) وهي معنوية عند مستوى معنوية 1% كما إن قيمة (R) بلغت (0,785) مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي وجودة الخدمة المصرفية.
- إن قيمة (R²) للنموذج ككل بلغت (0,616) مما يشير إلى أن أبعاد التخطيط الاستراتيجي (البيئة الداخلية-البيئة الخارجية-الأهداف الاستراتيجية) تفسر (61.6%) من التغير الذي يحدث في المتغير التابع وهو جودة الخدمة المصرفية، والباقي (38.4) يرجع إلى تأثير عوامل أخرى
- عليه يمكن قبول الفرض الرئيسي حيث " توجد علاقة بين التخطيط الاستراتيجي وجودة الخدمة المصرفية بالبنوك التجارية الليبية .

(2) العلاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والملموسية :

يمكن توضيح نتائج الارتباط والانحدار المتعدد للتخطيط الاستراتيجي كمتغير مستقل على الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة المصرفية كمتغير تابع

نتائج تحليل الارتباط المتعدد لنوع ودرجة العلاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والملموسية

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	B	R	R ²	Sig
الملموسية	البيئة الداخلية	0.327	0.678	0.459	0.00
	البيئة الخارجية	0.319	0.729	0.531	0.00
	الأهداف الاستراتيجية	0.341	0.731	0.534	0.000
	رؤية ورسالة البنك	0.039	0.658	0.432	0.411
معامل الارتباط المتعدد في النموذج (R)		0.791			
معامل التحديد في النموذج (R ²)		0.625			

153.817	قيمة F المحسوبة
0.00	مستوى الدلالة الإحصائية Sig

من الجدول السابق نلاحظ :

- تبأت معنوية نموذج الارتباط والانحدار ، حيث بلغت قيمة F (153,817) وهي معنوية عند مستوى معنوية 1%. كما إن قيمة (R) بلغت (0.791) مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والملموسية .
 - إن قيمة (R²) بلغت (0,625) مما يشير إلى أن أبعاد التخطيط الاستراتيجي (البيئة الداخلية - البيئة الخارجية - الأهداف الاستراتيجية) تفسر (62.5%) من التغير الذي يحدث في المتغير التابع وهو الملموسية، والباقي (37.5%) يرجع إلى تأثير عوامل أخرى.
 - عليه يمكن قبول الفرض الفرعي الأول "حيث توجد علاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والملموسية بالبنوك التجارية الليبية.
- (3) العلاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والاعتمادية :**
- يمكن توضيح نتائج الارتباط والانحدار المتعدد للتخطيط الاستراتيجي كمتغير مستقل على الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة المصرفية كمتغير تابع

نتائج تحليل الارتباط المتعدد لنوع ودرجة العلاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والاعتمادية

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	B	R	R ²	Sig
الاعتمادية	البيئة الداخلية	0.431	0.651	0.423	0.00
	البيئة الخارجية	0.360	0.663	0.439	0.00
	الأهداف الاستراتيجية	0.182	0.619	0.383	0.076
	رؤية ورسالة البنك	0.111	0.689	0.474	0.188
معامل الارتباط المتعدد في النموذج (R)		0.729			
معامل التحديد في النموذج (R ²)		0.531			
قيمة F المحسوبة		83.398			
مستوى الدلالة الإحصائية Sig		0.00			

من الجدول السابق نلاحظ :

- تبأت معنوية نموذج الارتباط والانحدار ، حيث بلغت قيمة F (83.398) وهي معنوية عند مستوى معنوية 1% . كما إن قيمة (R) بلغت (0,729) مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والاعتمادية.
- كما إن قيمة (R²) بلغت (0,531) مما يشير إلى أن أبعاد التخطيط الاستراتيجي (البيئة الداخلية - البيئة الخارجية) تفسر (53.1%) من التغير الذي يحدث في المتغير التابع وهو الاعتمادية ، والباقي (46.9%) يرجع إلى تأثير عوامل أخرى .
- عليه يمكن قبول الفرض الفرعي الثاني " توجد علاقة بين أبعاد التخطيط

الاستراتيجي والاعتمادية بالبنوك التجارية الليبية

(4) العلاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والاستجابة :

يمكن توضيح نتائج الارتباط والانحدار المتعدد للتخطيط الاستراتيجي كمتغير مستقل على الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمة المصرفية كمتغير تابع .
نتائج تحليل الارتباط المتعدد لنوع ودرجة العلاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والاستجابة

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	B	R	R ²	Sig
الاستجابة	البيئة الداخلية	0.296	0.666	0.443	0.00
	البيئة الخارجية	0.173	0.668	0.446	0.003
	الأهداف الاستراتيجية	0.205	0.676	0.456	0.033
	رؤية ورسالة البنك	0.114	0.641	0.410	0.166
معامل الارتباط المتعدد في النموذج (R)		0.638			
معامل التحديد في النموذج (R ²)		0.407			
قيمة F المحسوبة		65.836			
مستوى الدلالة الإحصائية Sig		0.00			

من الجدول السابق نلاحظ

- تبأت معنوية نموذج الارتباط والانحدار، حيث بلغت قيمة F (65,836) وهي معنوية عند مستوى معنوية 1% .. وقيمة (R) بلغت (0,638) مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والاستجابة.
- كما إن قيمة (R²) بلغت (0,407) مما يشير إلى أن أبعاد التخطيط الاستراتيجي (البيئة الداخلية - البيئة الخارجية) تفسر (40,7%) من التغير الذي يحدث في المتغير التابع وهو الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمة المصرفية، والباقي (59,3%) يرجع إلى تأثير عوامل أخرى
- عليه يمكن قبول الفرض الفرعي الثالث حيث " توجد علاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والاستجابة بالبنوك التجارية الليبية .
يمكن توضيح نتائج الارتباط والانحدار المتعدد للتخطيط الاستراتيجي كمتغير مستقل على الأمان كأحد أبعاد جودة الخدمة المصرفية كمتغير تابع .
نتائج تحليل الارتباط المتعدد لنوع ودرجة العلاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والأمان

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	B	R	R ²	Sig
الأمان	البيئة الداخلية	0.290	0.578	0.334	0.00
	البيئة الخارجية	0.165	0.586	0.343	0.00
	الأهداف الاستراتيجية	0.201	0.521	0.271	0.612
	رؤية ورسالة البنك	0.108	0.458	0.209	0.204
معامل الارتباط المتعدد في النموذج (R)		0.676			
معامل التحديد في النموذج (R ²)		0.456			
قيمة F المحسوبة		73.487			



مستوى الدلالة الإحصائية Sig	0.00
-----------------------------	------

من الجدول السابق نلاحظ :

- ثبات معنوية نموذج الارتباط والانحدار، حيث بلغت قيمة $F(73.487)$ وهي معنوية عند مستوى معنوية 1% . .
- إن قيمة (R) بلغت (0,676) مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والأمان، كما إن قيمة (R^2) بلغت (0,456) مما يشير إلى أن أبعاد التخطيط الاستراتيجي (البيئة الداخلية - البيئة الخارجية) تفسر (45.6%) من التغير الذي يحدث في المتغير التابع وهو الأمان كأحد أبعاد جودة الخدمة المصرفية، والباقي (54.4%) يرجع إلى تأثير عوامل أخرى
- عليه يمكن قبول الفرض الفرعي الرابع حيث " توجد علاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والأمان بالبنوك التجارية الليبية .

(6) العلاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والتعاطف :

يمكن توضيح نتائج الارتباط والانحدار المتعدد للتخطيط الاستراتيجي كمتغير مستقل على التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمة المصرفية كمتغير تابع .

نتائج تحليل الارتباط المتعدد لنوع ودرجة العلاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والتعاطف

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	B	R	R^2	Sig
التعاطف	البيئة الداخلية	0.537	0.677	0.458	0.00
	البيئة الخارجية	0.221	0.633	0.400	0.003
	الأهداف الاستراتيجية	0.359	0.664	0.440	0.00
	رؤية ورسالة البنك	0.022	0.590	0.348	0.99
معامل الارتباط المتعدد في النموذج (R)		0.765			
معامل التحديد في النموذج (R^2)		0.585			
قيمة F المحسوبة		106.218			
مستوى الدلالة الإحصائية Sig		0.00			

من الجدول السابق نلاحظ :

ثبات معنوية نموذج الارتباط والانحدار، حيث بلغت قيمة $F(106.218)$ وهي معنوية عند مستوى معنوية 1% ، كما إن قيمة (R) بلغت (0,765) مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والتعاطف.

- قيمة (R^2) بلغت (0,585) مما يشير إلى أن أبعاد التخطيط الاستراتيجي (البيئة الداخلية - البيئة الخارجية - الأهداف الاستراتيجية) تفسر (58.5%) من التغير الذي يحدث في المتغير التابع وهو التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمة المصرفية، والباقي (41.5%) يرجع إلى تأثير عوامل أخرى
- عليه يمكن قبول الفرض الفرعي الخامس حيث " توجد علاقة بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي والتعاطف بالبنوك التجارية الليبية

النتائج والتوصيات :

أولاً - النتائج : من خلال تحليل البيانات توصل الباحث الى النتائج الاتية :

- 1 . وجود علاقة إيجابية بين التخطيط الاستراتيجي بأبعاده (البيئة الداخلية - البيئة الخارجية -

الأهداف الاستراتيجية) وجودة الخدمة المصرفية .

2 . وجود علاقة إيجابية بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي (البيئة الداخلية - البيئة الخارجية - الأهداف الاستراتيجية) والملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة المصرفية .

3 . وجود علاقة إيجابية بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي(البيئة الداخلية - البيئة الخارجية) والاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة المصرفية .

4 . وجود علاقة إيجابية بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي (البيئة الداخلية - البيئة الخارجية - الأهداف الاستراتيجية) والاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمة المصرفية .

5 . وجود علاقة إيجابية بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي (البيئة الداخلية - البيئة الخارجية) والأمان كأحد أبعاد جودة الخدمة المصرفية .

6 . وجود علاقة إيجابية بين أبعاد التخطيط الاستراتيجي (البيئة الداخلية - البيئة الخارجية - الأهداف الاستراتيجية) والتعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمة المصرفية .

ثانياً -التوصيات :

1 . الاهتمام بالتخطيط الاستراتيجي لدى العاملين بالمصارف وتنمية أبعاده وتعزيزها من خلال التحليل الدقيق للبيئة الداخلية والخارجية للمصرف .

2 . تعميق مفهوم التخطيط الاستراتيجي عبر عقد ندوات ودورات تدريبية لجميع الموظفين والمسؤولين بكافة الإدارات بالبنك.

3 . نوصي الاستمرار بإجراء المزيد من البحوث في مجال الدراسة الحالية لكونها يمكن ان تسهم في اثراء هذا الموضوع

4 . الاهتمام بالتعرف على نقاط القوة التي تميز المصرف واستغلالها وايضا نقاط الضعف والعمل على تقويتها وتعزيزها.

قائمة المراجع

أولاً - المراجع العربية :



1- عبد الرحيم خليف (2025) أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في المصارف الزراعية السورية : دراسة حالة المصرف التعاوني الزراعي بالحسكة ، مجلة جامعة درنة للعلوم الانسانية ، مجلد 3 العدد السادس

1. بنية محمد ، بعلي حمزة ، (2020) ، أثر التخطيط الاستراتيجي على تحسين الأداء التسويقي للبنوك التجارية الجزائرية ، مجلة حوليات جامعة الجزائر ، المجلد 34 ، العدد 02.
 2. زكريا رماش ، (2019) ، دور التخطيط الاستراتيجي في الرفع من الفعالية التنظيمية في المنشآت الرياضية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، المسيلة ، الجزائر
 3. باسم الجاسمي (2007) ، جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبون ، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ، المجلد (9) ، العدد (1) ، جامعة القادسية ، كلية الإدارة والاقتصاد ، .
 4. رباعية ، معاوية موسى ، والزعبي ، فائزة أحمد (2020) ، اثر الوعي الاستراتيجي في الاداء الوظيفي دراسة تطبيقية على شركة البوتاس في الاردن ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة موته ، كلية الدراسات العليا ، الاردن
 - 5- فردوس عماري ، (2024) ، التحول الرقمي في البنوك التجارية ودوره في تحسين جودة الخدمات المصرفية – دراسة حالة : بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، رسالة ماجستير ، جامعة 8 مايو ، كلية العلوم الاقتصادية ، الجزائر
 - 6-حمزة، نادي،(2023) ، جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها برضا العملاء في البنك الإسلامي العربي ، رسالة ماجستير ، جامعة القدس ، كلية الاقتصاد ، فلسطين .
 - 7- خزعل ، وأرسلان ، (2018) ، الأداء الاستراتيجي التسويقي واثره في جودة الخدمات المصرفية - دراسة استطلاعية لأراء عينة من الموظفين في المصارف بمدينة كركوك ، مجلة جامعة جبهان – أربيل ، العراق .
- ثانياً – المراجع الأجنبية :

1 - Johnson, F., Leenders, R., Flynn,E., (2021), Purchasing and Supply Management, New York: McGraw-Hill Companies, Inc.

2-David ., Creelman . J.,wiraes(2018):Agile management in the Digital Age:how Dynamic Balanced Score cards transform Decision making,,speed and Effectiveness .,New york : United states : springer . 1(10) 45- 46

3-Lau .M .Cheung .R . 2013 : Measuring Service Quality in the Banking Industry : A Hong Kong Based Study . Contemporary Management Research .9 (3) .263- 264 .

4-Young . J .(2019) Mindfulness – BASED Strategic Awareness Training – MBSAT . Mindfulness Training For Today World of VUCA (Volatility . Uncertainty Complexity and Ambiguity) White Paper .