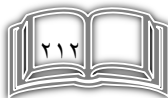


أثر التوجه بالعملاء على الأداء المالي
دراسة ميدانية على البنوك التجارية الليبية
معمر محمد أميبا التومى

المخلص:

تمثلت مشكلة في وجود نواحي قصور لدى العاملين بالبنوك التجارية الليبية بأهمية التوجه بالعملاء الأمر الذى أثر سلباً على قدرة هذه البنوك على تحقيق معدلات مرتفعت من الأرباح، وبالتالي هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التوجه بالعملاء على نتائج الأداء المالى للبنوك التجارية الليبية ، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتوجه بالعملاء على الأداء المالى للبنوك التجارية الليبية وجاءت أهم التوصيات ضرورة التحول من التوجه بالمنتج إلى التوجه بالعملاء لأنهم المصدر الاساسى لأيرادات البنوك التجارية والاهتمام بهم وتقديم أفضل الخدمات لهم لكسب رضائهم و ولائهم ، وذلك لتحقيق البنوك التجارية الليبية ارتفاع في معدلات أداء مالى.



Abstract:

The problem was in the presence of deficiencies in the employees of commercial banks in Libya the importance of customer orientation, which negatively affected the ability of these banks to achieve high rates of profits, and therefore the study aimed to identify the impact of customer orientation on the results of financial performance of Libyan commercial banks, That there is a significant statistical impact on customer orientation on the financial performance of Libyan commercial banks. The most important recommendations were the need to shift from product orientation to customer orientation because they are the main source of commercial bank revenues, In order to win their satisfaction and loyalty, so that the Libyan commercial banks to achieve higher rates of financial performance .



الجزء الأول: منهجية الدراسة

مقدمة:

يعد العملاء أساس نجاح المنظمات، لذلك فإن أى منظمة ترغب في البقاء والاستمرارية يجب أن تكون موجهة بالعملاء لتحقيق رضاهم وولائهم للمنظمة إذ تتحدد قيمة المنظمة وفقاً لعلاقتها بعملائها سواء الداخليين أو الخارجيين، حيث أن رضا وولاء العملاء يعد مؤشراً إيجابياً على قدرة المنظمة في إشباع احتياجات و رغبات عملائها، وبالتالي فإن التوجه بالعملاء من شأنه أن يسهم في تحسين الأداء المالي للمنظمة.

وفى هذه الدراسة فإن الباحث يسعى لدراسة أثر التوجه بالعملاء على الأداء المالي للبنوك التجارية الليبية .

مشكلة الدراسة:

يمكن القول بأن مشكلة الدراسة تتمثل فى ضعف الوعي لدى كافة المدراء والعاملين بالبنوك التجارية الليبية بأهمية التوجه بالعملاء والمحافظة عليهم الامر الذى ينعكس سلباً على نتائج الأداء المالي للبنوك التجارية الليبية.

فرضية الدراسة:

لا يوجد أثر معنوى ذو دلالة احصائية للتوجه بالعملاء على الأداء المالي للبنوك التجارية الليبية.

أهمية الدراسة:

١- الأهمية العلمية:

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تتطرق إلى أحد المفاهيم الإدارية وهو التوجه بالعملاء كونهم مصدراً أساسياً في بقاء المنظمات واستمراريتها وتحقيقها لأداء متميز.
- تساهم هذه الدراسة فى معرفة أهمية التوجه بالعملاء فى البنوك التجارية الليبية فى تحسين معدلات الأداء المالي للبنوك موضع الدراسة.



٢- الأهمية التطبيقية:

- تواجه البنوك التجارية الليبية فى الوقت الراهن العديد من التحديات، وأهم هذه التحديات تتمثل فى وجود منافسة من بنوك القطاع الخاص، الأمر الذى يتطلب ضرورة الاهتمام بالتوجه بالعملاء حتى يتسنى لها الحفاظ على عملائها وحصتها السوقية فى السوق المصرفى.
- تكتسب هذه الدراسة أهميتها من مجال التطبيق وهى البنوك التجارية الليبية العامة والتي تعتبر أحد أهم دعائم الاقتصاد الليبي.

أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على أثر التوجه بالعملاء على الأداء المالي للبنوك التجارية الليبية.
- ٢- التعرف على واقع التوجه بالعملاء فى البنوك التجارية الليبية.

الجزء الثانى: الإطار النظري للدراسة

١- التوجه بالعملاء:

يعد العميل أساس نجاح المنظمات، لذلك فإن أي منظمة ترغب في البقاء والاستمرارية فإنها يجب أن تكون موجهة بالعميل بمعنى أن يكون الهيكل التنظيمي والثقافة والسياسات والنظم والحوافز جميعها موجهة بالعميل لتحقيق علاقات طويلة الأجل مع العملاء الأكثر ربحية بالنسبة للمنظمة وذلك من خلال رجال التسويق الذين يقومون بتقديم المنتجات بحيث يشعر العميل أنها صممت من أجله.⁽ⁱ⁾

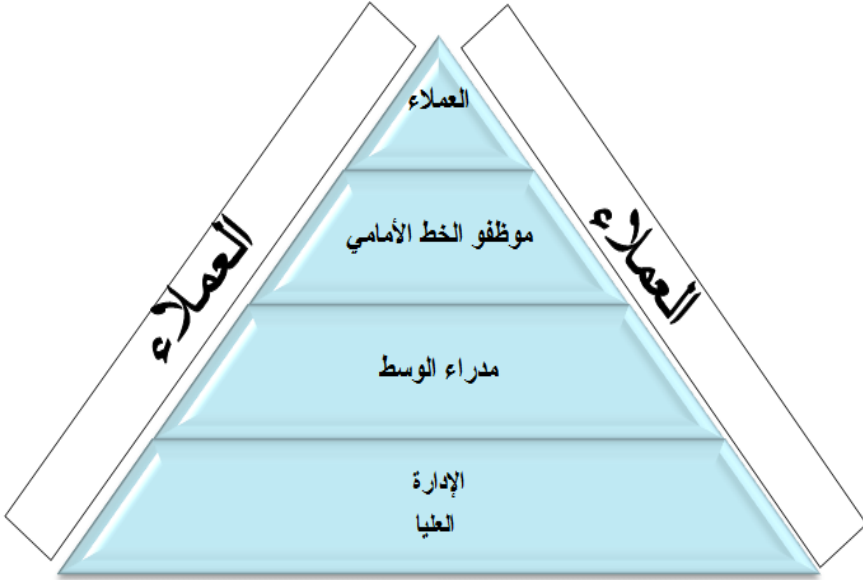
أن التوجه بالعملاء يعنى السعي للتعرف على حاجات ورغبات العملاء والعمل على إشباعها، والعمل على إقامة روابط الصداقة والحوار الدائم معهم وتوفير حلول مميزة لمشاكلهم والتعامل معهم بشكل فريد وخلق قيمة لهم مدى الحياة.



وبناء على ما سبق فإن التوجه بالعملاء يعنى التحول من التركيز على المنتج إلى التركيز على العميل وذلك لما يحققه التوجه بالعملاء من تأثير كبير في نجاح المنظمات بشكل عام.

كما يعد مفتاح الربحية للمنظمات، ولذلك تعمدت منظمة (Master Marketing) إلى قلب هرم أو مخطط المنظمة التقليدية بجعل العملاء في أعلى المنظمة وبعدهم في الأهمية موظفو الخط الأمامي (مقدمو الخدمات للعملاء) ومدراء الوسط لدعم موظفي الخط الأمامي وعند القاعدة مدراء الإدارة العليا لإسناد مدراء الوسط ويظهر العميل على امتداد جوانب المخطط للإشارة إلى أن جميع المديرين مشتركون شخصياً في معرفة ومقابلة وخدمة العميل، كما يوضح الشكل التالي رقم (١).

شكل رقم (١) هرم المنظمة إزاء العملاء



Source: Kotler, 2010, p.24.



- وعند قياس هذا العنصر الخاص بالتوجه بالعملاء سيتم التركيز على المؤشرات التالية، وهي: (ii)
- فهم احتياجات العملاء.
 - الآخذ بأراء العملاء المهمين.
 - المحافظة على العملاء الحاليين واستقطاب عملاء جدد.
 - تقديم خدمات جديدة ومبتكرة.

٢- الأداء المالي :

تم تحديد عدد من المؤشرات التى يمكن من خلالها توصيف الأداء المالي لكل بنك من البنوك التجارية موضع الدراسة ويمكن توضيحها كما يلي:

أ- **معدل العائد على الأصول:** يحسب من خلال نسبة الأرباح إلي إجمالي الأصول كما يلي:

$$\text{معدل العائد على الأصول} = \frac{\text{صافي الأرباح}}{\text{إجمالي الأصول}}$$

توضح هذه النسبة مدى قدرة إدارة المنظمة على تحقيق الأرباح من خلال استثماراتها، وكلما ارتفعت هذه النسبة دل ذلك على كفاءة إدارة المنظمة في توظيف الأموال وحافز للمزيد من الاستثمار في المستقبل (iii).

ب- **معدل العائد على حقوق الملكية:** يحسب من خلال نسبة الأرباح بعد الضرائب إلي حقوق الملكية (المساهمين) كما يلي:

$$\text{معدل العائد على حقوق الملكية} = \frac{\text{الأرباح بعد الضرائب}}{\text{حقوق الملكية}}$$

هذا المعدل يعبر عن العلاقة بين نصيب المساهم الواحد من الإيرادات وبين أسهمه السابقة في رأس مال المنظمة شاملاً الأرباح المحتجزة.

مما لا شك فيه أن معدل العائد على حقوق الملكية المرتفع يجذب أموال مملوكة إضافية من خارج المنظمة، وهذا يمكن للمنظمة من احتجاز المزيد من الأرباح وبالتالي يزيد من احتمالات زيادة توزيعات الأرباح... وفق منظور المساهم، فإن معدل العائد على حقوق الملكية يعد أهم مؤشر من مؤشرات الربحية (iv).



وكلما ارتفع هذا المعدل كلما كان ذلك مؤشراً إيجابياً على كفاءة إدارة المنظمة، وهي بذلك تحقق سمعة طيبة تدفع المستثمرين إلى شراء أسهمها، الأمر الذي يؤدي إلي التأثير على أسعار أسهمها فترتفع قيمتها^(v).

٣- العلاقة بين التوجه بالعملاء والأداء المالي :

فرضت البيئة التسويقية المعاصرة على المنظمة تبني توجهاً جديداً في نشاطها وأهدافها، وهو التوجه نحو العميل، وذلك بجعله يتصدر قائمة أولويات وأهداف المنظمة حيث أصبح أئمن أصولها، ومحور اهتماماتها، ومنطلق تركز عليه في وضع خططها وتحديد أهدافها استناداً إلى ما يلي:

- جميع أصول المنظمة ليس لها قيمة بدون العملاء، حيث يعد أهم أصل في المنظمة كما أن تقييم أدائها يعتمد على رضائهم.
- المهمة الأساسية للمنظمة هي العمل على اكتساب العملاء، والمحافظة عليهم، وكسب ولأئهم.
- رضا العملاء يؤثر في أداء المنظمة^(vi).

وأيدت ذلك مجموعة من الدراسات والبحوث فقد أكدت دراسة (Fathi,2013)^(vii) أن التوجه بالعملاء يؤدي إلى تطوير الخدمات، ويحقق نمو في معدل العائد على الاستثمار، ومعدل العائد على حقوق الملكية للبنوك التجارية وذلك لأنه يركز على تلبية حاجات ورغبات العملاء. وأن الأرباح تأتي من العملاء الذين يشترون منتجات وخدمات البنوك. واتفقت مع دراسة (المرشدي، السهلي ٢٠١٢)^(viii) التوجه بالسوق والاهتمام بالعملاء والعمل على تحقيق ولأئهم يؤثر إيجاباً على معدلات الأداء المالي.



الجزء الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

١- متغيرات الدراسة وكيفية قياسها:

ويبين الجدول التالي متغيرات الدراسة وكيفية قياسها:

جدول رقم (١)

متغيرات الدراسة ومؤشرات قياسها

المتغير التابع	المتغير المستقل
الأداء المالي: معدل العائد على حقوق الملكية. معدل العائد على الاصول.	التوجه بالعملاء: فهم احتياجات العملاء. المحافظة على العملاء الحاليين. تقديم الخدمات في الوقت المناسب.

المصدر: من إعداد الباحث.

٢- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين (مدراء ورؤساء أقسام وموظفين في المصارف التجارية الليبية) والعملاء في المصارف التجارية الليبية العاملة في مدينة طرابلس، وهذه المصارف هي (مصرف الجمهورية، المصرف التجاري الوطني، مصرف الوحدة، مصرف الصحاري)، وقد تم اختيار المصارف التجارية العاملة في مدينة طرابلس نظراً للظروف الأمنية وكثرة عدد فروع هذه المصارف وانتشارها الجغرافي في أنحاء ليبيا الأمر الذي يجعل من الصعب القيام بالدراسة الميدانية، فضلاً عن خضوع المصارف التجارية الليبية لنفس القوانين والتشريعات مع كونها تعمل في ظروف اقتصادية وبيئية واحدة، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية لفئة العاملين بلغت (٣٤٢)^(ix) مفردة نظراً لأن العاملين بهذه المصارف بلغ عددهم (٣١٣٢) عاملاً بمدينة طرابلس، وحددت العينة باستخدام الجداول الإحصائية المصممة لهذا الغرض عند معامل ثقة ٩٥% وحدود خطأ ٥%.



والجدول التالي يبين مجتمع وعينة الدراسة للعاملين على النحو التالي:

جدول رقم (٢)

مجتمع وعينة الدراسة للعاملين

المجتمع	أسلوب الدراسة	حجم المجتمع	حجم العينة	عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات المستردة	نسبة الاستجابة
العاملين	عينة عشوائية طبقية	٣١٣٢	٣٤٢	٣٤٢	٢٩١	٨٥.٠٨%

المصدر: من إعداد الباحث.

وقد اختار الباحث عينة عشوائية طبقية من العاملين في المصارف التجارية قيد الدراسة وذلك نظراً للآتي:

- مجتمع العاملين غير متجانس، حيث يضم مجموعة من العاملين الذين تختلف تخصصاتهم ومؤهلاتهم ومسمياتهم الوظيفية فضلاً عن اختلاف مستوياتهم الإدارية.
- يوجد إطار لمفردات مجتمع الدراسة حيث توجد سجلات وكشوفات بأسماء وعناوين العاملين.
- اختلاف عدد العاملين في المصارف التجارية الليبية من مصرف إلي آخر، ومن فرع لآخر.

وفيما يلي توزيع مجتمع وعينة الدراسة للعاملين كما هو مبين في الجدول

التالي:



جدول رقم (٣)

توزيع مجتمع وعينة الدراسة للعاملين

عدد الاستثمارات المستردة	حجم العينة	النسبة المئوية	حجم المجتمع	المجتمع
٢٢	٢٤	٧%	٢٠٦	مدراء
٥٧	٦٥	١٩%	٦٠٥	رؤساء الأقسام
٢١٢	٢٥٣	٧٤%	٢٣٢١	عاملين
٢٩١	٣٤٢	١٠٠%	٣١٣٢	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث.

والجدول التالي يبين توزيع استثمارات العاملين على المصارف التجارية قيد الدراسة على النحو التالي:

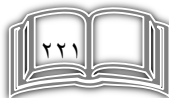
جدول رقم (٤)

توزيع استثمارات الاستقصاء على العاملين في البنوك قيد الدراسة

العينة	النسبة المئوية	عدد العاملين	اسم المصرف
١٥١	٤٤%	١٣٨٠	مصرف الجمهورية
٦٨	٢٠%	٦١٣	مصرف الوحدة
٦٥	١٩%	٥٩٣	مصرف التجاري الوطني
٥٨	١٧%	٥٤٦	مصرف الصحاري
٣٤٢	١٠٠%	٣١٣٢	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث.

والجدول التالي يبين عدد استثمارات الاستقصاء المستردة وغير المستردة الموزعة على العاملين في المصارف التجارية قيد الدراسة على النحو التالي:



جدول رقم (٥)

عدد استثمارات الاستقصاء المستردة وغير المستردة الموزعة على العاملين في البنوك التجارية قيد الدراسة

المصارف	عدد الاستثمارات الموزعة	الاستثمارات المستردة	الاستثمارات غير المستردة	نسبة الاستثمارات المستردة
الجمهورية	١٥١	١١٤	٣٧	٧٥.٤%
الصحاري	٥٨	٥٢	٦	٨٩.٦%
الوحدة	٦٨	٦٥	٣	٩٥.٥%
التجاري	٦٥	٦٠	٥	٩٢.٣%
الإجمالي	٣٤٢	٢٩١	٥١	٨١.٩%

المصدر: من إعداد الباحث.

٣- طرق جمع البيانات:

أ- البيانات الاولية:

لدراسة الميدانية من خلال تصميم قائمة استبيان تحتوي على مجموعة من الأسئلة ذات العلاقة بالمتغير المستقل، حيث وزعت على العاملين في المصارف التجارية قيد الدراسة، بالإضافة لما سبق قام الباحث بحساب معدلات الأداء المالي بالاعتماد على البيانات الثانوية بالقوائم المالية للبنوك التجارية موضع الدراسة.

ب- البيانات الثانوية:

اعتمد الباحث على البيانات الثانوية بالقوائم المالية للبنوك التجارية الليبية موضع الدراسة في احتساب معدلات الأداء المالي للبنوك التجارية وذلك خلال الفترة من (٢٠٠٨ – ٢٠١٣) كما توضحها الجداول (٦، ٧) التالي:



جدول رقم (٦)

معدل العائد على حقوق الملكية (ROE) للبنوك التجارية الليبية

البيان	٢٠٠٨	٢٠٠٩	٢٠١٠	٢٠١١	٢٠١٢	٢٠١٣
الجمهورية	%١١	%١٤.٨	%١٣.٤	%٨.٤	%١٠.٣١	%١١.١٣
التجاري الوطني	%١٨.١٠	%١٢.٩٣	%١٥.٨	%١٢.٠٧	%١٣.٢١	%١٥.٤١
الوحدة	%١٢,١٤	%١٧.٦٣	%٧.٨	%٥.٣٠	%٨.٢٣	%٩.٦٤
الصحاري	%١٣.٢١	%٧.٤	%٦.٥	%٤.٢١	%٥.٨٧	%٤.٦٥

المصدر: من إعداد الباحث بناءً على القوائم المالية للبنوك.

جدول رقم (٧)

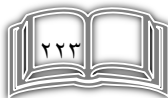
معدل العائد على الاصول (ROA) للبنوك التجارية الليبية

البيان	٢٠٠٨	٢٠٠٩	٢٠١٠	٢٠١١	٢٠١٢	٢٠١٣
الجمهورية	%٠.٤٤	%٠.٤٩	%٠.٤٥	%٠.٣٤	%٠.٤١	%٠.٤٤
التجاري الوطني	%٠.٤٠	%٠.٣٣	%٠.٤٢	%٠.٣١	%٠.٣٩	%٠.٤٣
الوحدة	%٠.٣٣	%٠.٣٤	%٠.١٦	%٠.١٢	%٠.١٩	%٠.٢٣
الصحاري	%٠.٢٦	%٠.١٤	%٠.١١	%٠.١٣	%٠.١٤	%٠.١٢

المصدر: من إعداد الباحث بناءً على القوائم المالية للبنوك.

٤- أساليب التحليل الإحصائي:

تم تفرغ البيانات عن طريق البرنامج الإحصائي المعروف برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package For Social Sciences وتم التحليل الإحصائي باستخدام الحاسب الآلي من خلال برنامج الحزم الإحصائية SPSS V. 20، وتعد هذه الخطوة - تفرغ البيانات - خطوة تمهيدية



لتبويب البيانات، ومن خلاله تم:

١- الإحصاءات الوصفية للبيانات من خلال جدول البيانات في صورة جداول (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية) لمتغيرات الدراسة.

٢- إيجاد العلاقات الإرتباطية بمعامل ارتباط كندال للتحقق من صحة فروض الدراسة.

٣- تحليل الانحدار البسيط للتحقق من صحة فروض الدراسة.

١- الإحصاء الوصفي لنتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم (٨)

نتائج الإحصاء الوصفي لعبارات للمتغير المستقل التوجه بالعملاء الموجه للمدراء والعاملين ببنك الجمهورية والوحدة

مصرف الوحدة (ن=٦٥)				مصرف الجمهورية (ن=١١٤)				المتغيرات
ترتيب الأهمية	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	ترتيب الأهمية	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
٣	٧٣.٠٠	١.٥٨٦	٣.٦٥	١	٨٣.٨	١.٢٥	٤.١٩	ترتبط أهداف البنك بتحقيق رضا العملاء.
٢	٧٣.٢٠	١.٣٧	٣.٦٦	٦	٧٧.٨	١.٢٨	٣.٨٩	يلتزم البنك بتقديم الخدمات طبقاً لاحتياجات العملاء.
١	٧٩.٦٠	٠.٩٩	٣.٩٨	٢	٨٣.٤	١.٠٥	٤.١٧	يعتمد تحقيق الميزة التنافسية



جامعة قناة السويس – كلية التجارة

أثر التوجه بالعملاء على الأداء المالي دراسة ميدانية على البنوك التجارية الليبية

معمّر محمد أمبيا التومى

								للبنك على فهم احتياجات العملاء.
٦	٦٩.٠٠	١.٣٥	٣.٤٥	٩	٧٢.٤	١.٤٠	٣.٦٢	يقيس البنك رضا العملاء بشكل دائم.
٨	٦٧.٠٠	١.٥٣	٣.٣٥	٤	٨٠.٨	١.٠٠	٤.٠٤	يقوم البنك بوضع سياسات ترويجية لجذب العملاء.
٤	٧٠.٨٠	١.٤٩	٣.٥٤	٣	٨٣	٠.٩٣	٤.١٥	يعتبر الحفاظ على العملاء من أهم أولويات البنك.
٧	٦٧.٤٠	١.٤٠	٣.٣٧	٧	٧٧	١.٢١	٣.٨٥	يتميز موظفي البنك بمهارات العرض الجيد للخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.
٩	٥٩.٤٠	١.٤٩	٢.٩٧	٨	٧٣	١.٣٦	٣.٦٥	يعمل البنك على تحديث



جامعة قناة السويس – كلية التجارة

أثر التوجه بالعملاء على الأداء المالي دراسة ميدانية على البنوك التجارية الليبية

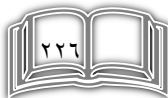
معمر محمد أميبا التومى

								بيانات العملاء بشكل مستمر.
٥	٦٩.٨٠	١.٣٧	٣.٤٩	٥	٨٠	١.٠٢	٤	يسعى البنك إلى اجتذاب عملاء جدد
١	٦٩.٩٢	١.٤٠	٣.٥٠	١	٧٩.٠٢	١.١٧	٣.٩٥	إجمالي التوجه بالعملاء

المصدر: إعداد الباحث من خلال التحليل الإحصائي لاستمارة الاستبيان.

تابع جدول رقم (٨)

المصرف التجاري الوطني (ن=٦٠)				مصرف الصحاري (ن=٥٢)				المتغيرات
ترتيب الأهمية	الأهمية النسبية	الإنحراف المعياري	الوسط الحسابي	ترتيب الأهمية	الأهمية النسبية	الإنحراف المعياري	الوسط الحسابي	
١	٩٦.٠٠	٠.٤٠٣	٤.٨	٣	٦٨.٨٠	١.٥١	٣.٤٤	ترتيب أهداف البنك بتحقيق رضا العملاء.
٤	٨٥.٠٠	١.٠٥	٤.٢٥	١	٧٤.٦٠	١.٢٩	٣.٧٣	يلتزم البنك بتقديم الخدمات طبقاً لاحتياجات العملاء.
٢	٨٩.٤٠	٠.٦٨	٤.٤٧	٤	٦٧.٠٠	١.٤٤	٣.٣٥	يعتمد تحقيق



جامعة قناة السويس – كلية التجارة

أثر التوجه بالعملاء على الأداء المالي دراسة ميدانية على البنوك التجارية الليبية

معمّر محمد أمببنا التومى

								الميزة التنافسية للبنك على فهم احتياجات العملاء.
٦	٨٠.٠٠	١.٢٤	٤	٨	٥٩.٦٠	١.٤٦	٢.٩٨	يقيس البنك رضا العملاء بشكل دائم.
٦	٨٠.٠٠	١.١٥	٤	٩	٥٨.٨٠	١.٤٧	٢.٩٤	يقوم البنك بوضع سياسات ترويجية لجذب العملاء.
٣	٨٧.٠٠	٠.٨٠	٤.٣٥	٢	٧١.٦٠	١.٣٦	٣.٥٨	يعتبر الحفاظ على العملاء من أهم أولويات البنك.
٥	٨١.٦٠	١.١٨	٤.٠٨	٦	٦٣.٨٠	١.٤٦	٣.١٩	يتميز موظفي البنك بمهارات العرض الجيد للخدمات المصرفية



								المقدمة للعملاء.
٥	٨١.٦	١.٣١	٤.٠٨	٥	٦٦.٢	١.٢٣	٣.٣١	يعمل البنك على تحديث بيانات العملاء بشكل مستمر.
٧	٧٢.٤	١.١٥	٣.٦٢	٧	٦١.٦	١.٤١	٣.٠٨	يسعى البنك إلى اجتذاب عملاء جدد
١	٨٣.٦٦	٠.٩٩٥	٤.١٨	١	٦٥.٧٨	١.٤٠	٣.٢٩	إجمالي التوجه بالعملاء

المصدر: إعداد الباحث من خلال التحليل الإحصائي لاستمارة الاستبيان.

يتضح من خلال الجدول رقم (٨) ما يلي:

- ١- إن أكثر العبارات أهمية في بعد التوجه بالعملاء من وجهة نظر العاملين في مصرف الجمهورية هي (ترتبط أهداف البنك بتحقيق رضا العملاء) التي احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٨٣.٨%) بمتوسط حسابي (٤.١٩) وانحراف معياري (١.٢٥)، بينما احتلت العبارة (يعتمد تحقيق الميزة التنافسية للبنك على فهم احتياجات العملاء) المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٧٩.٦٠%) بمتوسط حسابي (٣.٩٨) وانحراف معياري (٠.٩٩٢)، وذلك من وجهة نظر العاملين في



مصرف الوحدة، أما أكثر العبارات أهمية في التوجه بالعملاء من وجهة نظر العاملين في مصرف الصحاري فهي (يلتزم البنك بتقديم الخدمات طبقاً لاحتياجات العملاء) التي احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٧٤.٦٠%) بمتوسط حسابي (٣.٧٣) وانحراف معياري (١.٢٩)، كما احتلت العبارة (ترتبط أهداف البنك بتحقيق رضاء العملاء) المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٩٦%) بمتوسط حسابي (٤.٨) وانحراف معياري (٠.٤٠٣)، وذلك من وجهة نظر العاملين في المصرف التجاري الوطني.

٢- إن أقل العبارات أهمية في التوجه بالعملاء من وجهة نظر العاملين في مصرف الجمهورية هي (يقيس البنك رضاء العملاء بشكل دائم) التي احتلت المرتبة التاسعة من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٧٢.٤%) بمتوسط حسابي (٣.٦٢) وانحراف معياري (١.٤٠)، بينما احتلت العبارة (يعمل البنك على تحديث بيانات العملاء بشكل مستمر) المرتبة التاسعة من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٥٩.٤٠%) بمتوسط حسابي (٢.٩٧) وانحراف معياري (١.٤٩)، وذلك من وجهة نظر العاملين في مصرف الوحدة، أما أقل العبارات أهمية في التوجه بالعملاء من وجهة نظر العاملين في مصرف الصحاري فهي (يقوم البنك بوضع سياسات ترويجية لجذب العملاء) التي احتلت المرتبة التاسعة من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٥٨.٨٠%) بمتوسط حسابي (٢.٩٤) وانحراف معياري (١.٤٧)، كما احتلت العبارة (يسعى البنك إلى اجتذاب عملاء جدد) المرتبة السابعة من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٧٢.٤%) بمتوسط حسابي (٣.٦٢) وانحراف معياري (١.١٥)، وذلك من وجهة نظر العاملين في المصرف التجاري الوطني.

٣- بشكل عام يمكن القول إن ترتيب الأهمية للتوجه بالعملاء في المرتبة الأولى من وجهة نظر المصارف الأربعة عينة الدراسة، وقد بلغت الأهمية النسبية (٧٩.٠٢%) بمتوسط حسابي (٣.٩٥) وانحراف معياري (١.١٧) لمصرف



الجمهورية، وبلغت الأهمية النسبية (٦٩.٩٢%) بمتوسط حسابي (٣.٥٠) وانحراف معياري (١.٤٠) لمصرف الوحدة، وبلغت الأهمية النسبية (٦٥.٧٨%) بمتوسط حسابي (٣.٢٩) وانحراف معياري (١.٤٠) لمصرف الصحاري وهو الأقل أهمية نسبية لبعء التوجه بالعملاء عن باقي المصارف عينة الدراسة، وبلغت الأهمية النسبية (٨٣.٦٦%) بمتوسط حسابي (٤.١٨) وانحراف معياري (٠.٩٩٥) للمصرف التجاري الوطني وهو الأعلى أهمية نسبية لبعء التوجه بالعملاء عن باقي المصارف عينة الدراسة.

مما سبق يخلص الباحث إلى أن هناك اختلافاً بين البنوك التجارية موضع الدراسة في تبنى التوجه بالعملاء وذلك من خلال ارتفاع الأهمية النسبية في كل العبارات بالمصرف التجاري الوطني، ويليه مصرف الجمهورية ثم مصرف الوحدة وأخيراً مصرف الصحاري، ويعزو الباحث ذلك لاختلاف أهتمام إدارات البنوك بالتوجه بالعملاء الأمر الذي أثر على نتائج أدائها المالي.

٢- اختبار فرضية الدراسة:

الفرضية:

لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين التوجه بالعملاء على الأداء المالي للبنوك التجارية الليبية.

الاول:

لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين التوجه بالعملاء على معدل العائد على حقوق الملكية.



جدول (٩)

اختبار معاملات الانحدار البسيط لتحديد مدى تأثير التوجه بالعملاء على معدل العائد على حقوق الملكية ROE

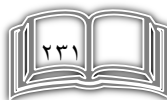
العيّنة	معامل ارتباط بيرسون r	معامل التحديد r^2	التباين الغير مفسر	قيمة ديربن واتسون Dw
مصرف الجمهورية	٠.٥٢٦	٠.٥١٣	٠.٤٨٧	٠.٢١١
مصرف الوحدة	٠.٤٩٤	٠.٥٨٦	٠.٤١٤	٠.٤٩٧
المصرف التجاري الوطني	٠.٦٩٢	٠.٦٥٤	٠.٣٤٦	٠.٣٠٣
مصرف الصحاري	٠.٣٩٠	٠.٤٢٠	٠.٥٨٠	٠.٢٠٦
إجمالي العيّنة	٠.٥١٢	٠.٥٣٢	٠.٤٦٨	٠.١٩٣

المصدر: إعداد الباحث من خلال التحليل الإحصائي.

جدول (١٠)

تحليل التباين ANOVA لتأثير التوجه بالعملاء على معدل العائد على حقوق الملكية ROE

العيّنة	الانحدار البواقي	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار عند $\alpha=0.05$	معامل التحديد %	النسبة الغير مفسرة %
مصرف الجمهورية	الانحدار البواقي	٣.٠٢٨	٠.٠٢	معنوي	٥١.٣%	٤٨.٧%
مصرف الوحدة	الانحدار البواقي	٣.٩٥٠	٠.٠٢	معنوي	٥٨.٦%	٤١.٤%



المصرف التجاري الوطني	الانحدار البواقي	٤ ٥٥	٥.٧٢٤	٠.٠٠٢	معنوي	%٦٥.٤	%٣٤.٦
مصرف الصحاري	الانحدار البواقي	٤ ٤٧	٢.٧٥٨	٠.٠٠٤	معنوي	%٤٢	%٥٨
إجمالي العينة	الانحدار البواقي	٤ ٢٨٦	٧.٥٣٨	٠.٠٠٠	معنوي	%٥٣.٢	%٤٦.٨

المصدر: إعداد الباحث من خلال التحليل الإحصائي.

من النتائج السابقة يتضح للباحث ما يلي:

- ١- قيم مستوى الدلالة لاختبار معنوية معاملي الارتباط وكذلك معامل الانحدار في النموذج السابق لكل من (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، مصرف الصحاري، إجمالي عينة الدراسة) معنوية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ ، مما يعنى وجود تأثير معنوي ذو دلالة للتوجه بالعملاء على معدل العائد على حقوق الملكية وذلك لكل من (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، مصرف الصحاري، إجمالي عينة الدراسة)، مما يعنى وجود تأثير معنوي ذو دلالة للتوجه بالعملاء على معدل العائد على حقوق الملكية لكل المصارف التجارية موضع الدراسة عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$.
- ٢- قيمة مستوى الدلالة لاختبار معنوية النموذج الإجمالي من جدول ANOVA [اختبار F] اقل من قيمة مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$)، وذلك لكل من (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، ومصرف الصحاري، إجمالي عينة الدراسة)، وهذا يعنى إمكانية الاعتماد على النتائج التقديرية وكذلك إمكانية تعميم نتائج العينة على مجتمع الدراسة.



٣- قيمة معامل التحديد r^2 بنسبة (٠.٥١٣، ٠.٦٥٤، ٠.٥٨٦، ٠.٤٢٠، ٠.٥٣٢)

وذلك لكل من (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، مصرف الصحاري، إجمالي الدراسة) على التوالي، وهذا يعنى أن التغيرات التي تحدث في التوجه بالعملاء مسئولة عن تفسير ما نسبته (٠.٥١.٣، ٠.٥٨.٦، ٠.٦٥.٤، ٠.٤٢، ٠.٥٣.٢) من التغيرات التي تحدث في معدل العائد على حقوق الملكية، وهناك ما نسبته (٤٨.٧٪، ٤١.٤٪، ٣٤.٦٪، ٥٨٪، ٤٦.٨٪) وذلك لكل (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، مصرف الصحاري، إجمالي عينة الدراسة) على التوالي ترجع إلى حد الخطأ العشوائي random error.

٤- قيمة إحصائية دبرين واتسون المحسوبة (٠.٢١١، ٠.٤٩٧، ٠.٣٠٣، ٠.١٩٣، ٠.٢٠٦) وبالنظر لتلك القيم نجد أن هذه القيم الإحصائية تقع في المجال

DU 0 (حيث DL= 1,246 ، DU= 1,548) وهي قيم الإحصائيات الخاصة باختبار درين واتسن المجدولة أي أن قيمة DW تؤكد وجود ارتباط ذاتي بين الأخطاء العشوائية في نموذج التأثيرات العشوائي، وهذا يعني عدم وجود لمشكلة الارتباط الخطي بين الأخطاء الناتجة من معادلة الانحدار التقديرية (Auto correlation).

مما سبق يمكن للباحث رفض فرض العدم الذي ينص على أنه: "لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين التوجه بالعملاء على معدل العائد على حقوق الملكية".

وقبول الفرض البديل الذى ينص على أنه: "يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين التوجه بالعملاء على معدل العائد على حقوق الملكية".
الثاني: لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين التوجه بالعملاء على معدل العائد على الاصول.



جدول (١١)

اختبار معاملات الانحدار البسيط لتحديد مدى تأثير التوجه بالعملاء على معدل العائد على الاصول ROA

العيينة	معامل ارتباط بيرسون r	معامل التحديد r^2	التباين الغير مفسر	قيمة ديرين واتسون Dw
مصرف الجمهورية	٠.٥٣٠	٠.٥٤٧	٠.٤٥٣	٠.٣١٢
مصرف الوحدة	٠.٥٤١	٠.٦١٢	٠.٣٨٨	٠.٤٠٨
المصرف التجاري الوطني	٠.٦٢٧	٠.٦٨٠	٠.٣٢٠	٠.٤٦٩
مصرف الصحاري	٠.٣٨٩	٠.٥٠٥	٠.٤٩٥	٠.٢٨٠
إجمالي العينة	٠.٥١٨	٠.٥٦٢	٠.٤٣٨	٠.٢٩٧

المصدر: إعداد الباحث من خلال التحليل الإحصائي.

جدول (١٢)

تحليل التباين ANOVA لتأثير التوجه بالعملاء على معدل العائد على الاصول ROA

العيينة	مصادر الاختلاف	درجات الحرية	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار عند $\alpha=0.05$	معامل التحديد %	النسبة الغير مفسرة %
مصرف الجمهورية	الانحدار البواقي	٤ / ١٠٩	٣.٣٣٤	٠.٠٣	معنوي	٥٤.٧%	٤٥.٣%
مصرف الوحدة	الانحدار البواقي	٤ / ٦٠	٢.٨٦٦	٠.٠٣	معنوي	٦١.٢%	٣٨.٨%
المصرف	الانحدار	٤	٣.١٠٨	٠.٠٢	معنوي	٦٨%	٣٢%



					٥٥	البواقي	التجاري الوطني
					٤	الانحدار البواقي	مصرف الصحاري
٤٩.٥%	٥٠.٥%	معنوي	٠.٠٥	٠.٨٤٣	٤٧		
٤٣.٨%	٥٦.٢%	معنوي	٠.٠٠٤	٥.٧٤١	٤	الانحدار البواقي	إجمالي العينة
					٢٨٦		

المصدر: إعداد الباحث من خلال التحليل الإحصائي.

من النتائج السابقة يتضح للباحث ما يلي:

- ١- قيم مستوى الدلالة لاختبار معنوية معاملي الارتباط، وكذلك معامل الانحدار في النموذج السابق لكل من (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، مصرف الصحاري، إجمالي عينة الدراسة) معنوية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ ، مما يعنى وجود تأثير معنوي ذو دلالة التوجه بالعملاء على معدل العائد على الاصول وذلك لكل من (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، مصرف الصحاري، إجمالي عينة الدراسة).
- ٢- قيمة مستوى الدلالة لاختبار معنوية النموذج الإجمالي من جدول ANOVA [اختبار F] اقل من قيمة مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$) وذلك لكل من (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، مصرف الصحاري، إجمالي عينة الدراسة)، وهذا يعنى إمكانية الاعتماد على النتائج التقديرية وكذلك إمكانية تعميم نتائج العينة على مجتمع الدراسة.
- ٣- كانت قيمة معامل التحديد r^2 بنسبة (٠.٥٤٧، ٠.٦١٢، ٠.٦٨٠، ٠.٥٦٢، ٠.٥٠٥) وذلك لكل من (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، مصرف الصحاري، إجمالي عينة الدراسة)



على التوالي، وهذا يعنى أن التغيرات التي تحدث في التوجه بالعملاء مسؤولة عن تفسير ما نسبته (٥٤.٧%، ٦١.٢%، ٦٨%)، (٥٠.٥%، ٥٦.٢%) من التغيرات التي تحدث في معدل العائد على الاصول، وهناك ما نسبته (٤٥.٣%، ٣٨.٨%، ٣٢%)، (٤٩.٥%، ٤٣.٨%) وذلك لكل (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، مصرف الصحري إجمالي عينة الدراسة) على التوالي ترجع إلى حد الخطأ العشوائي random error.

٤- قيمة إحصائية دبرين واتسون المحسوبة (٠.٣١٢، ٠.٤٠٨، ٠.٢٩٧، ٠.٢٨٠، ٠.٤٦٩) وبالنظر لتلك القيم نجد أن هذه القيم الإحصائية تقع في المجال $DU \geq 0$ (حيث $DL = 1,246$ ، $DU = 1,548$) وهي قيم الإحصائيات الخاصة باختبار دربن واتسن المجدولة أي أن قيمة DW تؤكد وجود ارتباط ذاتي بين الأخطاء العشوائية في نموذج التأثيرات العشوائي، وهذا يعني عدم وجود لمشكلة الارتباط الخطي بين الأخطاء الناتجة من معادلة الإنحدار التقديرية (Auto correlation).

مما سبق يمكن للباحث رفض فرض العدم الذي ينص على أنه: "لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين التوجه بالعملاء على معدل العائد على الاصول".

وقبول الفرض البديل الذى ينص على أنه: "يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين التوجه بالعملاء على معدل العائد على الاصول".

الجزء الرابع: نتائج وتوصيات الدراسة

١- نتائج الدراسة:

يمكن استخلاص بعض النتائج الهامة ذات الصلة بموضوع الدراسة وذلك على النحو التالي :



- ١- أوضحت نتائج التحليل الإحصائي أن بُعد التوجه بالعملاء في المرتبة الأولى من وجهة نظر كل مفردات العينة للعاملين بالبنوك التجارية الليبية رغم وجود اختلاف في نسبة الأهمية النسبية ليكون الترتيب البنك التجاري الوطني أكثر توجه بالعملاء يليه بنك الجمهورية ثم بنك الوحدة، وأخيراً بنك الصحاري أقلها توجه بالعملاء.
- ٢- توصلت الدراسة إلى أن التوجه بالعملاء له تأثير إيجابي على الأداء المالي للبنوك التجارية الليبية .
- ٣- توصلت الدراسة إلى إن البنوك التجارية الليبية تعاني من قصور في تقديم الخدمات حسب رغبات عملائها في الوقت المناسب والمكان المناسب مما أثر ذلك على نتائج الأداء المالي لها.

٢- توصيات الدراسة:

- ١- التحول من التوجه بالمنتج إلى التوجه بالعملاء لأنهم يمثلون المحور الأساسي لنجاح البنوك التجارية على أن يبدأ هذا في جميع المستويات الإدارية وباقتناع ودعم الإدارة العليا وجعلهم في مقدمة أولوياتها .
- ٢- الاستخدام الجيد للموارد المتاحة للبنوك التجارية بأقصى كفاءة لتحقيق رضا العملاء من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية توافق رغبات واحتياجات العملاء لتحسين نتائج الأداء المالي لان العملاء هم المصدر الاساسى لايرادات البنوك التجارية.
- ٣- ضرورة اهتمام مدراء البنوك بتشجيع العاملين على العمل الجماعى والاهتمام بالعملاء وتقديم افضل الخدمات المصرفية لهم لكسب رضائهم وولائهم.



المراجع:-

- 1- Kotler, ph and Armstrong, L., "**Principles of Marketing**", Edition Prentice – Hall, Upper Saddle River: NJ, (2012).
- ٢- أمين شاكر، "أثر التوجه بالسوق على الأداء الكلى لمستشفيات القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية"، مجلة الباحث، جامعة الملك عبد العزيز، العدد العاشر، (٢٠١٢)، ص٣٤٣.
- ٣- عبد الستار مصطفى العامري، سعود جايد الصباح، "الإدارة المالية: أطر نظرية وحالات عملية"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، (٢٠٠٣)، ص ٦٨.
- ٤- سيد محمد جاد الرب، "مؤشرات ومعايير قياس وتقييم الأداء: مدخل استراتيجي للتحسين المستمر والتميز التنافسي"، مكتبة الفكر العربي القاهرة، (٢٠٠٩)، ص ١٣١.
- ٥- عواد سليم عبد الزهر، "أثر التدفقات النقدية علي قيمة الشركة: دراسة تطبيقية"، مجلة المثني للعلوم الإدارية والاقتصادية، العدد (٧)، (٢٠١٤)، ص ٧٢.
- ٦- منير نوري، "التحالف مع العملاء ذوى الولاء مدخل لإدارة رأس المال الفكري للمنظمة"، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصادية الحديثة، ديسمبر (٢٠١١).
- ٧- Fathi, Roohallah, "A Survey of the Relationship between Market-Orientation and Developing the New Services and Financial Performance of Post Banks of Ilam City", **International Research Journal of Applied and Basic Sciences**, ISSN 2251-838X / Vol, 6 (1), (2013), pp58-62
- ٨- خالد عبد المحسن المرشدي، دلال السهلي، "أثر التوجه السوقي على الأداء المالي للقطاع المصرفي السعودي: دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير، جامعة القصيم، المجلة العلمية، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، المجلد الثالث، العدد (١)، (٢٠١٢).
- ٩- محمود صادق بازرعة، "بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية"، دار النهضة العربية، القاهرة، (٢٠٠٠)، ص ١٦١.

