

أثر الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة بنك أم درمان الوطني في الفترة من 2017 م.-2021 م.

مرسال، منى النيل مصطفى، و محمد، حنان عثمان عمسيب. (2022). أثر الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة بنك أم درمان الوطني في الفترة من 2017 م.-2021 م. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، مج6، ع14، 22 - 44. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1273768>



إعداد

سامر بنون

أولاً: وصف البيانات (Data Description):

1. نوع البيانات

تعتمد الدراسة بصورة أساسية على بيانات كمية تم جمعها من خلال استبيان قائم على مقياس ليكرت الخماسي، وهو ما يجعل بياناتها عددية قابلة للتحليل باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية والاستنتاجية. وقد أوضحت الباحثتان في صفحة (34) أن المقياس المعتمد تدرّج من (1) إلى (5) حسب درجة الموافقة، مما يعكس توجهات العاملين نحو الخدمات المصرفية وفق قيم قابلة للمقارنة رياضياً. كما أن طبيعة البيانات كمية لأنها تستخدم المتوسطات والانحرافات المعيارية والمعاملات الإحصائية، وهي أدوات لا تُطبّق إلا على بيانات قابلة للقياس

أولاً: وصف البيانات (Data Description):

1. نوع البيانات

استعانت الدراسة ببيانات نوعية ثانوية لتغطية الإطار النظري وتحديد المفاهيم المرتبطة بالخدمات المصرفية والميزة التنافسية، كما ورد بوضوح في صفحة (33) حول استخدام المنهج التاريخي في "جمع البيانات المتعلقة بالجانب النظري من الكتب والدوريات ومواقع الإنترنت". وبما أن عملية جمع البيانات الميدانية تمت مرة واحدة دون تتبع زمني، فإن البيانات تعتبر مقطعية (Cross-sectional). أما من حيث مصدرها، فقد كانت البيانات الميدانية أولية جُمعت مباشرة من العاملين، بينما كانت البيانات النظرية ثانوية مستخلصة من الأدبيات العلمية.

طرق جمع البيانات :

2. مجتمع الدراسة والعينة

يشمل مجتمع الدراسة جميع العاملين في بنك أم درمان الوطني – ولاية الخرطوم، وعددهم 40 عاملاً كما ورد في صفحة (33)، وهو مجتمع محدود ومحدد بوضوح، مما يسهل عملية اختيار عينة ممثلة. وقد استخدمت الباحثتان العينة العشوائية البسيطة، وهي من أنسب أساليب اختيار العينات للمجتمعات المتجانسة من حيث طبيعة العمل والمسؤوليات. بناءً على نموذج كرجي ومورغان لتحديد حجم العينة، تم اختيار 36 موظفاً، ثم استُرجعت 34 استبانة صالحة لتحليل البيانات بنسبة 94.4%، كما يظهر في جدول (1) في الصفحة نفسها.

طرق جمع البيانات :

2. مجتمع الدراسة والعينة

ويُعد هذا المعدل مرتفعاً، مما يعزز قوة البيانات ويحدّ من احتمالات التحيز الناتج عن عدم الاستجابة، ورغم أن الدراسة لم تقدّم تفاصيل كاملة للخصائص الديموغرافية للأفراد مثل العمر والجنس، فإنها ركزت على صفاتهم المهنية، إذ إن العاملين والرؤساء المباشرين يمثلون أكثر الفئات ارتباطاً بموضوع الخدمات المصرفية والميزة التنافسية، وهو ما يجعل العينة مناسبة لطبيعة متغيرات البحث.

طرق جمع البيانات :

أدوات جمع البيانات

تم اعتماد الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، وهو ما يتوافق مع طبيعة الدراسات التي تسعى لقياس اتجاهات العاملين تجاه الخدمات المصرفية. وقد أكدت الباحثتان في صفحة (33) أن الاستبيان صُمم بعناية بعد عرضه على محكمين متخصصين لضمان الصدق الظاهري. قُسم الاستبيان إلى قسمين؛ الأول يعكس البيانات الشخصية والمهنية للعاملين، والثاني يتضمن ستة عشر عبارة موزعة على أربعة محاور رئيسية (صفحات 33-34). تغطي هذه المحاور الخدمات المصرفية المحلية، والخدمات الإلكترونية، والخدمات الخارجية، ثم محور الميزة التنافسية، ولضمان جودة الأداة، أجرت الباحثتان اختبارات الصدق البنائي باستخدام معاملات ارتباط بيرسون في صفحة (34)،

طرق جمع البيانات :

أدوات جمع البيانات

كذلك اختبارات الثبات باستخدام معامل كرونباخ ألفا في صفحة (35)، والذي جاء مرتفعاً بنسبة 0.934 للعبارات ككل، مما يعكس قوة وثبات المقياس المستخدم. وبذلك يمكن القول إن الأداة كانت مناسبة ومصممة وفق أسس علمية دقيقة.

ثانياً: المقاييس الوصفية المستخدمة (Descriptive Statistics):

اعتمدت الدراسة على مجموعة من المقاييس الإحصائية الوصفية لتحليل البيانات بطريقة علمية، وقد ذكرت بوضوح ضمن "أساليب التحليل الإحصائي" في صفحة (35). فقد استخدمت الباحثان التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص العينة واستجاباتها، وهو ما يساعد على تحديد حجم كل فئة من المشاركين. كما تم استخدام المتوسط الحسابي لقياس درجة تحقق كل عبارة من عبارات الدراسة، وهو مؤشر على اتجاهات العاملين نحو محاور البحث، كما ورد في الصفحة نفسها. ولتوضيح مدى تشتت الاستجابات حول المتوسط، استخدمت الدراسة الانحراف المعياري، وهو ما يعكس درجة التجانس أو التباين بين الأفراد في نظرتهم للخدمات المصرفية.

و استخدمت الدراسة معامل ارتباط بيرسون للتحقق من الصدق البنائي لمحاور الاستبيان، وظهر ذلك في جدول (3) في صفحة (34) حيث تراوحت قيم الارتباط بين 0.816 و 0.913، وجميعها دالة إحصائياً. أما معامل الثبات (كرونباخ ألفا) فظهر في جدول (4) صفحة (35)، حيث بلغت القيمة الإجمالية 0.934، وهي دلالة على قوة ثبات الأداة.

ثالثاً: طرق عرض البيانات ((Data Presentation Methods):

اعتمدت الدراسة على مجموعة من الأساليب المنهجية في عرض البيانات، وكان التركيز الأكبر على الجداول الإحصائية والعرض الوصفي التحليلي المرافق لها، بما يتناسب مع طبيعة البيانات الكمية المجمعة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، وقد تم تقديم البيانات بطريقة منظمة تُمكن القارئ من تتبع إجراءات التحليل خطوة بخطوة. ويمكن تقسيم طرق عرض البيانات في الدراسة إلى أربعة محاور رئيسية:

1. الجداول الإحصائية Statistical Tables كانت الجداول هي الوسيلة الأساسية التي استخدمتها الدراسة لعرض البيانات، وقد جاءت بشكل واضح ومنظم بحيث تشمل جميع المعلومات الضرورية، ففي صفحة (33)، عُرض جدول (1) الذي يوضح "عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة والصالحة للتحليل"، وهو جدول مهم يعكس جودة جمع البيانات ونسبة الاستجابة العالية (94.4%).
2. كما استخدمت الدراسة جدولاً آخر في صفحة (34) لعرض تفاصيل مقياس ليكرت الخماسي، حيث قدمت الباحثتان وصفاً عددياً وكيفياً لمدى كل فئة من الفئات الخمس، موضحتين الحدود العددية لكل مستوى من مستويات الموافقة.

ثالثاً: طرق عرض البيانات ((Data Presentation Methods):

كذلك ظهر جدول (3) في صفحة (34)، والذي تضمّن معاملات الارتباط بين محاور الاستبيان والدرجة الكلية، وهو جدول ذو دلالة مهمة لأنه يبين الصدق البنائي للأداة. أما جدول الثبات في صفحة (35) فقد عرض بالتفصيل قيم معامل كرونباخ ألفا لكل محور ولكل مجموعة من العبارات، بالإضافة إلى معامل الصدق الذاتي، وهو عرض بالغ الأهمية لأنه يوضح قوة الاتساق الداخلي لبيانات الاستبيان.

واعتماد الدراسة على الجداول لم يكن مجرد عرض رقمي، بل كان مرفقاً بشرح تفصيلي بعد كل جدول، مما يوضح للقارئ ما تعنيه القيم وعلاقتها بفرضيات الدراسة.

ثالثاً: طرق عرض البيانات ((Data Presentation Methods):

2. العرض النصي التحليلي ((Narrative Analytical Presentation إضافة إلى الجداول، قدمت الدراسة عرضاً وصفيّاً تحليليّاً يفسر ما تقدمه الجداول من قيم وأرقام. وقد ظهر ذلك بشكل واضح بعد كل جدول في الصفحات (34-35)، حيث أوضحت الباحثتان دلالة كل ناتج إحصائي. فعلى سبيل المثال، بعد عرض جدول الظواهر الدالة على الصدق البنائي، شرحت الدراسة بأن "جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى 0.05"، وهو ما يعني أن محاور الاستبيان مترابطة بقوة مع البنية الكلية للدراسة.
- كما فُسرَت نتائج معامل الثبات في صفحة (35) بشكل تحليلي بقول الباحثتين إن "قيمة ألفا كرونباخ لجميع العبارات بلغت 0.934، مما يشير إلى ثبات مرتفع جداً للاستبانة". هذا النوع من العرض النصي لا يكتفي بالأرقام، بل يقدّم للقارئ خلاصة علمية جاهزة تفسر الدلالات الإحصائية.
- وهذا الأسلوب التحليلي أعطى الدراسة بعداً أكاديمياً واضحاً، لأنه يعتمد على تفسير النتائج وربطها بالمتغيرات الأساسية، وليس مجرد سرد للأرقام.

ثالثاً: طرق عرض البيانات ((Data Presentation Methods):

3. تنظيم البيانات حسب المحاور (Thematic Data Structuring)

تميّز عرض البيانات في الدراسة بأنه منظّم وفق محاور واضحة تتوافق مع نموذج الدراسة الموضح في صفحة (25)، إذ عُرضت البيانات

بما يتناسب مع المحاور الأربعة:

- الخدمات المصرفية المحلية
- الخدمات المصرفية الإلكترونية
- الخدمات المصرفية الخارجية
- الميزة التنافسية

وقد ساعد هذا التنظيم المحوري في عرض النتائج على جعل البيانات واضحة ومنسقة، ومكّن القارئ من تتبع العلاقة بين كل محور من

هذه المحاور والمتغير التابع (الميزة التنافسية). وبالتالي، فإن القارئ يستطيع من خلال هذا العرض أن يُكوّن صورة كلية عن كيفية قياس

كل محور، وكيف تمت معالجة بياناته إحصائياً، مما يعزز سهولة فهم الدراسة.

ثالثاً: طرق عرض البيانات ((Data Presentation Methods):

4. الاعتماد على الأسلوب الكمي دون رسومات بيانية ((Absence of Graphical Representations)

على الرغم من اعتماد الدراسة على منهجية إحصائية قوية، فإنها لم تستخدم الرسوم البيانية مثل المخططات العمودية أو الدائرية أو الخطية، والتي تُعد أدوات فعالة في توضيح الاتجاهات العامة والاختلافات بين المحاور. وقد اقتصر العرض على الجداول النصية والتحليل الوصفي، ولم تتضمن الدراسة أي شكل بصري مثل Box Plot أو Pie Chart. مع ذلك، فإن غياب الرسوم البيانية لم يؤثر على جودة عرض البيانات، لأن الباحثين قدّموا تفسيرات نصية غنية عوّضت هذا الجانب، وركزوا على الدقة الإحصائية أكثر من الجانب البصري. إلا أن إضافة الرسوم البيانية كانت ستوفر دعماً بصرياً أفضل للقارئ وخاصة في المقارنة بين الخدمات المصرفية وأنواعها المختلفة.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

