

دور رضا العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية: دراسة تحليلية

اسم الطالب
بشاير عبدالله المبارك

الرقم الجامعي
232001077

مشروع تخرج – 2

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف
د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

2026م

• الوصف الإحصائي للبيانات

تكشف البيانات القياسية الشاملة لعينة الدراسة البالغ قوامها 288 مفردة عن تباين واضح في اتجاهات أفراد العينة ونمط استجاباتهم عبر مختلف المحاور؛ إذ يظهر الجدول الأول توزيعاً متوازناً في المتغيرات الديموغرافية الأساسية مقابل ميل نحو الاتفاق في فقرات قياس الأداء والجودة. يسجل متوسط العمر 2.97 بانحراف معياري قدره 1.430، بينما يقف جنس المشاركين عند متوسط 1.51 وانحراف معياري 0.501، متبوعاً بالدرجة العلمية بمتوسط 3.41 وانحراف 1.274. تبرز عبارة "يؤدي ارتفاع مستوى رضا العملاء إلى تعزيز الأداء المؤسسي بشكل عام" كأعلى المتوسطات الحسابية بقيمة 3.58 وانحراف معياري 1.280، في حين تنحصر بقية فقرات الاستجابة والجودة والشكاوى بين متوسطات 3.37 و 3.57. تشير التفرطحات السالبة والقيم المنخفضة للالتواء عبر جميع الفقرات إلى توزيع شبه متماثل ومفتاح لتجانس العينة دون وجود تطرف حاد في الإجابات. هذا التباين الملحوظ في الانحرافات المعيارية التي تراوحت حول قيمة 1.3 قد يرجع إلى تنوع الخبرات الأكاديمية والعملية للمشاركين؛ مما يعطي عمقاً ميدانياً للإجابات ويجعلها معبرة عن واقع التطبيق الميداني في المؤسسات.

جدول 1 : التحليلات الإحصائية

Statistics									
Std. Error of Kurtosis	Kurtosis	Std. Error of Skewness	Skewness	Std. Deviation	Median	Std. Error of Mean	Mean	N	
								Missing	Valid
.286	-1.328	.144	.012	1.430	3.00	.084	2.97	0	288
.286	-2.012	.144	-.042	.501	2.00	.030	1.51	0	288
.286	-.868	.144	-.377	1.274	4.00	.075	3.41	0	288
.286	-.904	.144	-.527	1.299	4.00	.077	3.50	0	288
.286	-.920	.144	-.586	1.366	4.00	.081	3.53	0	288
.286	-1.162	.144	-.422	1.398	4.00	.082	3.43	0	288
.286	-1.301	.144	-.406	1.485	4.00	.088	3.37	0	288

288	0	3.51	.079	4.00	1.336	-.578	.144	-.872	.286	يثق العملاء في مستوى الخدمات التي تقدمها المؤسسة.
288	0	3.54	.079	4.00	1.346	-.609	.144	-.871	.286	تستجيب المؤسسة بسرعة لاستفسارات العملاء وطلباتهم.
288	0	3.47	.082	4.00	1.384	-.495	.144	-1.089	.286	تحرص المؤسسة على فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم.
288	0	3.50	.085	4.00	1.448	-.565	.144	-1.072	.286	توفر المؤسسة قنوات اتصال فعالة للتواصل مع العملاء.
288	0	3.49	.073	4.00	1.244	-.647	.144	-.617	.286	يتم التعامل مع طلبات العملاء بكفاءة واحترافية.
288	0	3.44	.081	4.00	1.375	-.547	.144	-1.017	.286	تسهم سرعة الاستجابة في تعزيز رضا العملاء.
288	0	3.45	.083	4.00	1.411	-.477	.144	-1.143	.286	تمتلك المؤسسة نظاماً فعالاً لاستقبال شكاوى العملاء.
288	0	3.57	.083	4.00	1.405	-.636	.144	-.976	.286	يتم التعامل مع شكاوى العملاء بعدالة وسرعة.
288	0	3.42	.077	4.00	1.315	-.506	.144	-.947	.286	تستفيد المؤسسة من شكاوى العملاء في تطوير خدماتها.
288	0	3.44	.081	4.00	1.378	-.509	.144	-1.050	.286	تسهم معالجة شكاوى العملاء في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.
288	0	3.48	.083	4.00	1.409	-.563	.144	-1.023	.286	يسهم رضا العملاء في تحسين جودة الأداء المؤسسي.
288	0	3.42	.084	4.00	1.431	-.553	.144	-1.073	.286	يساعد رضا العملاء في رفع كفاءة المؤسسة وتحقيق أهدافها.
288	0	3.58	.075	4.00	1.280	-.623	.144	-.759	.286	يؤدي ارتفاع مستوى رضا العملاء إلى تعزيز الأداء المؤسسي بشكل عام.

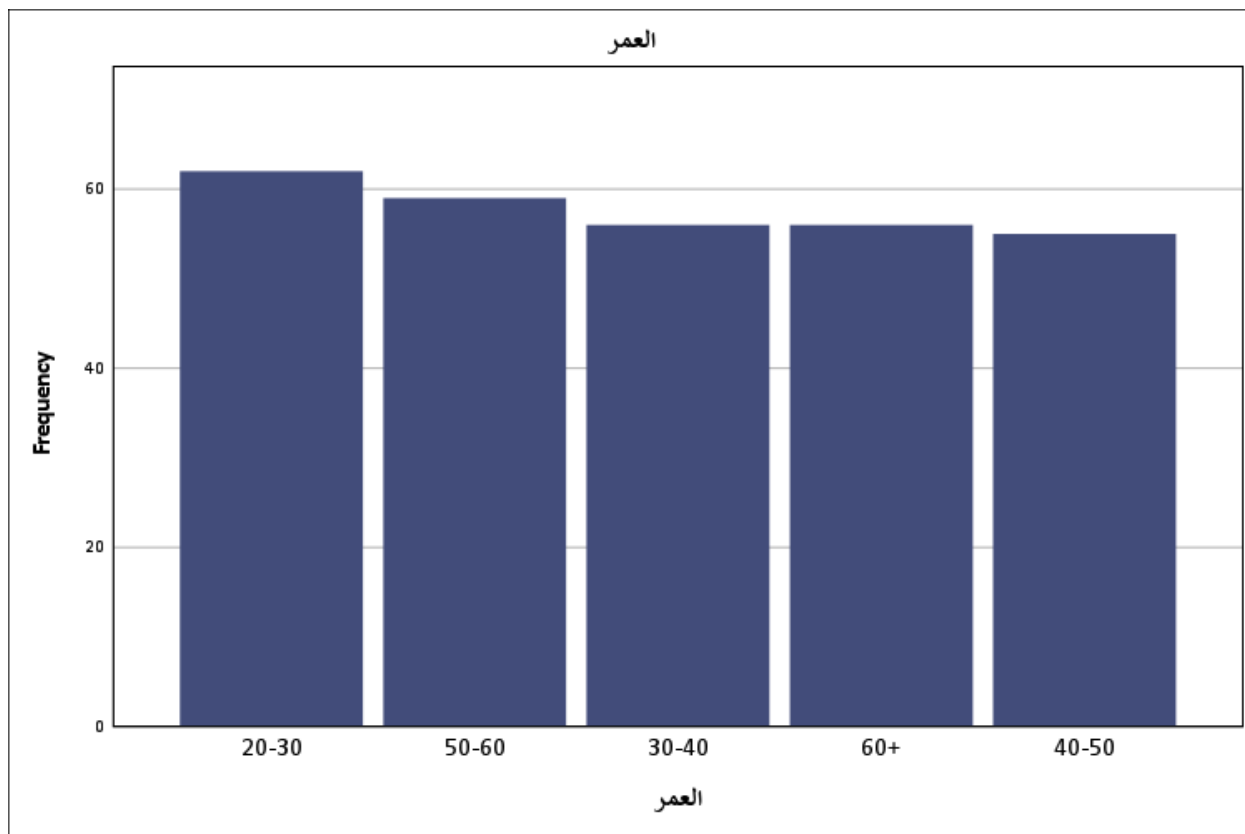
• العمر

تعكس الفئات العمرية لأفراد العينة حشدًا متوازنًا للغاية يغطي كافة الشرائح الوظيفية والخبرانية داخل المؤسسات المستهدفة؛ حيث يتصدر المشاركون من الفئة العمرية 20-30 سنة مشهد الحضور بتكرار بلغ 62 فرداً ونسبة 21.5 بالمائة. تأتي الفئة العمرية 50-60 سنة في المرتبة الثانية بواقع 59 فرداً ونسبة 20.5 بالمائة، تليهما الفئتان 30-40 سنة وفئة فوق 60 سنة بتكرار متساوٍ قدره 56 فرداً ونسبة 19.4 بالمائة لكل منهما، بينما حل المشاركون في الفئة 40-50 سنة أخيراً بتكرار 55 فرداً

ونسبة 19.1 بالمائة. هذا التوزيع المتكافئ يضمن التعبير المتوازن عن تطلعات الشباب وطاقة اندفاعهم جنباً إلى جنب مع حكمة القيادات والتنفيذيين ذوي الخبرات الطويلة؛ مما يمنح نتائج الدراسة موثوقية عالية وتنوعاً استثنائياً. التوازن الديموغرافي الشديد في شريحة العمر يقلل من حدة الانحياز لنظرة جيلية معينة أثناء تقييم الأداء والخدمات. يرجح أن هذا التقارب العددي والنسبي بين الفئات الأربع الرئيسية يتيح للمؤسسة قراءة دقيقة لشغف الشباب المستجدين وحصافة الخبرات القديمة في بيئة العمل.

جدول 2 : التحليل الإحصائي للعمر

العمر					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
21.5	21.5	21.5	62	20-30	Valid
42.0	20.5	20.5	59	50-60	
61.5	19.4	19.4	56	30-40	
80.9	19.4	19.4	56	60+	
100.0	19.1	19.1	55	40-50	
	100.0	100.0	288	Total	



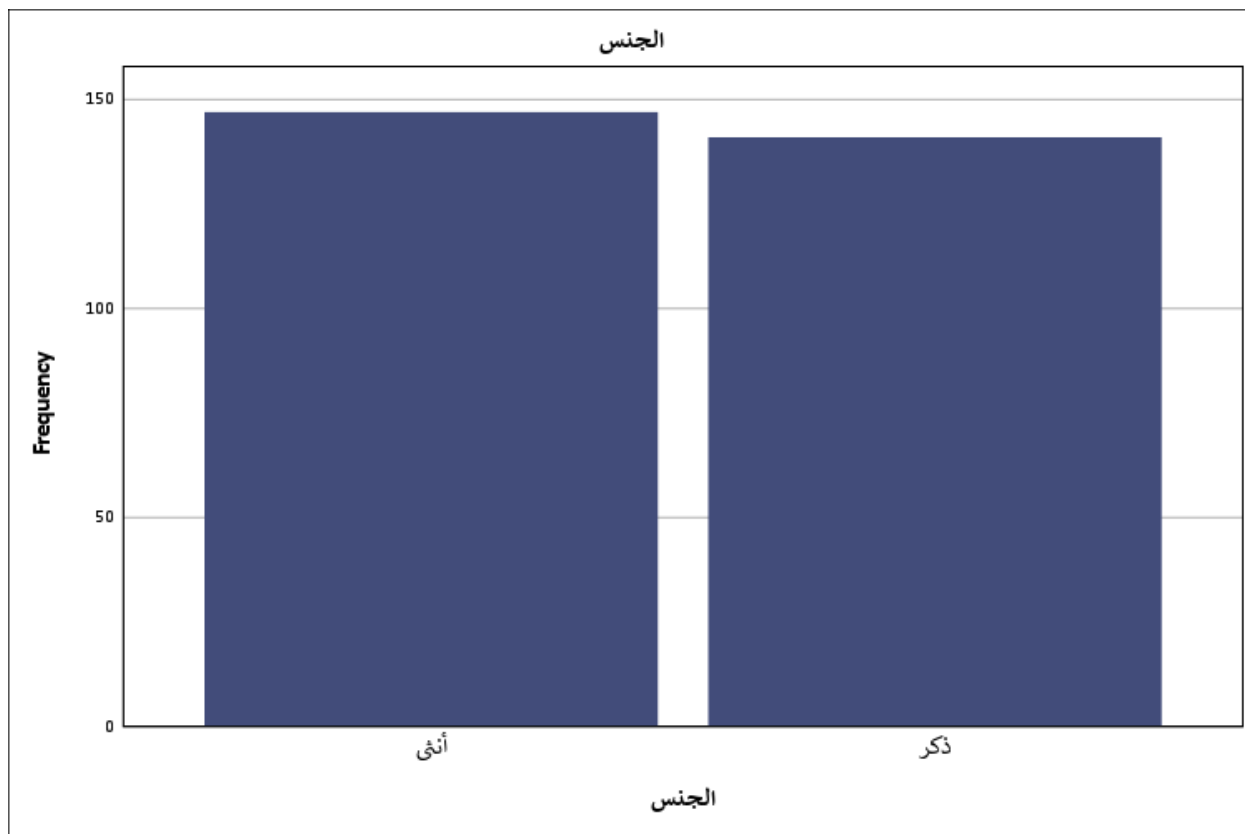
شكل توضيحي 1 : التمثيل البياني للعمر

• الجنس

تظهر بيانات الجنس توزيعاً متوازناً تماماً بين الذكور والإناث داخل مجتمع الدراسة المكون من 288 مشاركاً؛ حيث بلغت مشاركة الإناث 147 فردة بنسبة 51.0 بالمائة، في حين سجل الذكور 141 فرداً بنسبة 49.0 بالمائة. هذا الفارق الضئيل لصالح الإناث يعكس بيئة عمل متكافئة الشروط وتنوعاً ديموغرافياً يضمن تمثيل المقومات والرؤى المختلفة لكلا الجنسين في تقييم جودة الخدمات والأداء المؤسسي. إن تحقيق هذه النسبة المتوازنة يمنح أدوات القياس القدرة على تجاوز الأبعاد الانحيازية المرتبطة بالجنس؛ مما يدعم دقة البيانات المجمعة وصلاحياتها لتعميم النتائج. هذا التكافؤ الإحصائي ربما يعود لتساوي الفرص الوظيفية في قطاعات الخدمة والاستجابة الميدانية. يُوقع أن يسهم هذا التنوع النوعي في إثراء النقاشات وتوفير منظورين متكاملين لتطوير معايير التعامل مع العملاء.

جدول 3 : التحليل الإحصائي للجنس

الجنس					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
51.0	51.0	51.0	147	أنثى	Valid
100.0	49.0	49.0	141	ذكر	
	100.0	100.0	288	Total	



شكل توضيحي 2 : التمثيل البياني للجنس

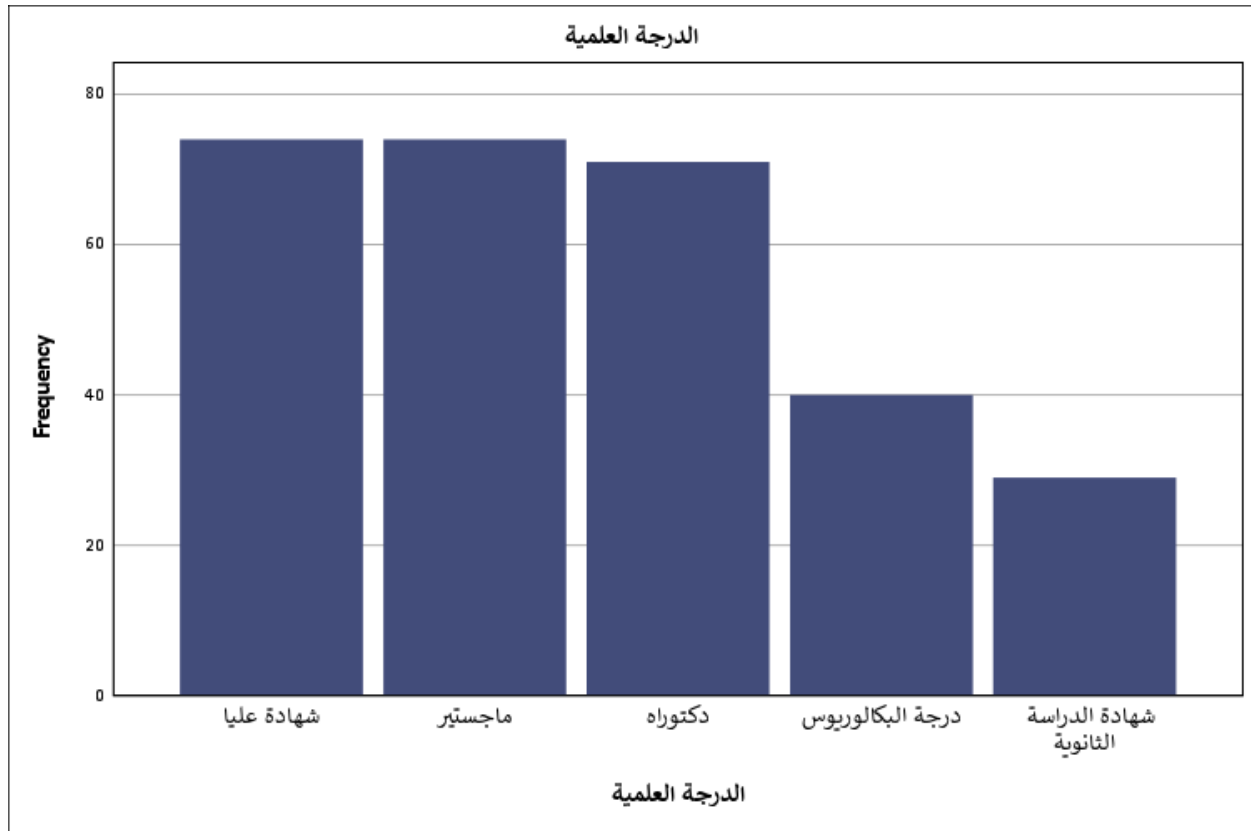
• الدرجة العلمية

توضح البيانات الخاصة بالمستوى الأكاديمي لأفراد العينة غلبة الكفاءات والشهادات العالية في المجتمعات البحثية والمؤسسية المستهدفة؛ إذ احتلت كل من فئتي "شهادة عليا" و"ماجستير" الصدارة بتكرار متساوٍ بلغ 74 فرداً ونسبة 25.7 بالمائة لكل منهما. جاء حاملو درجة "الدكتوراه" في المرتبة التالية بواقع 71 فرداً ونسبة 24.7 بالمائة، يليهم أصحاب "درجة البكالوريوس" بتكرار 40 فرداً ونسبة 13.9 بالمائة، وأخيراً حاملو "شهادة الدراسة الثانوية" بواقع 29 فرداً ونسبة 10.1 بالمائة. إن ارتفاع نسبة الكوادر المؤهلة أكاديمياً وحملة الدراسات العليا (والذين يشكلون أكثر من 76 بالمائة من مجمل العينة) يمنح الإجابات عمقاً تحليلياً ووعياً عالياً بإجراءات الجودة والتطوير المؤسسي. هذا المستوى التعليمي المرتفع يوفر أرضية صلبة لتقييم المفاهيم الإدارية بمهنية ودقة إحصائية. يرجح أن هذه المؤهلات العلمية المتقدمة تدفع نحو إدراك أفضل لمفهوم قياس أثر الخدمة والاستجابة للعميل.

جدول 4 : التحليل الإحصائي للدرجة العلمية

الدرجة العلمية

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
25.7	25.7	25.7	74	شهادة عليا	Valid
51.4	25.7	25.7	74	ماجستير	
76.0	24.7	24.7	71	دكتوراه	
89.9	13.9	13.9	40	درجة البكالوريوس	
100.0	10.1	10.1	29	شهادة الدراسة الثانوية	
	100.0	100.0	288	Total	



شكل توضيحي 3 : التمثيل البياني للدرجة العلمية

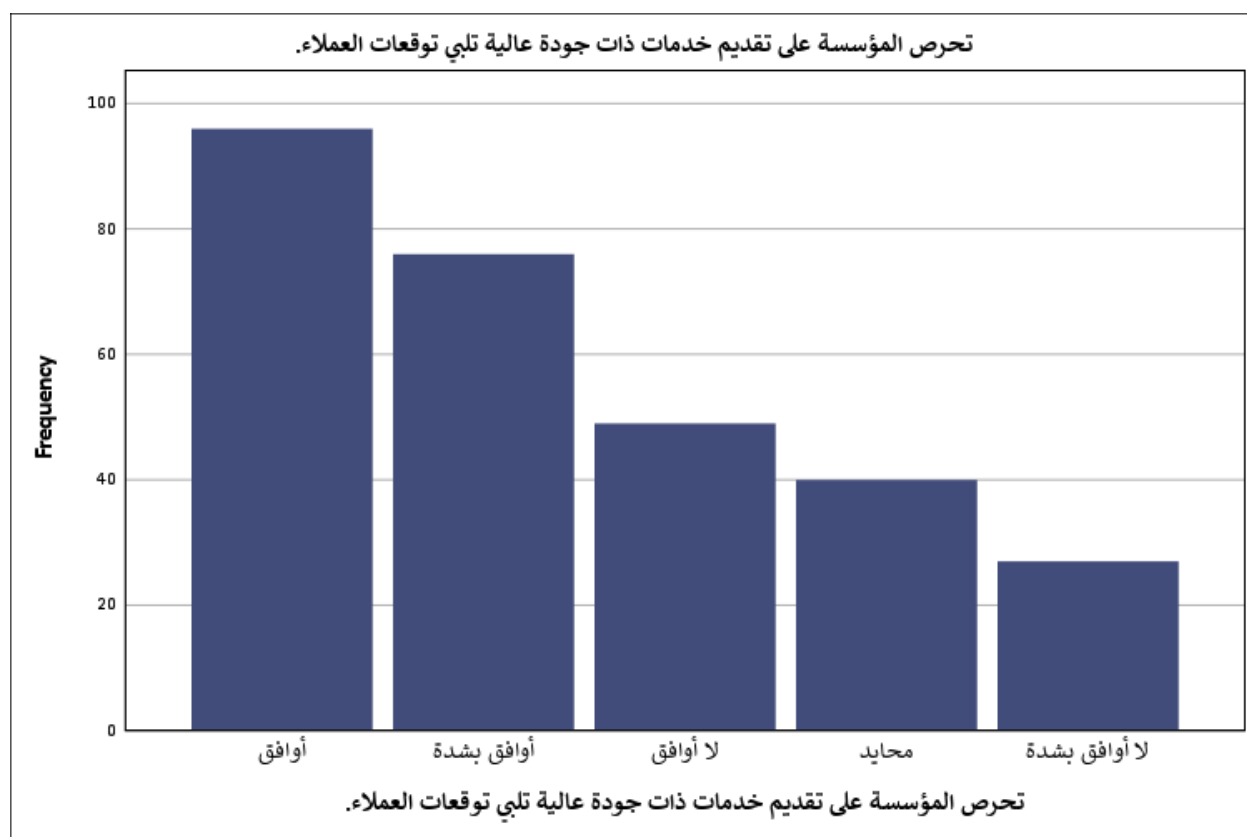
- تحرص المؤسسة على تقديم خدمات ذات جودة عالية تلي توقعات العملاء.

تكشف نتائج التكرارات والنسب المئوية الخاصة بمدى حرص المؤسسة على جودة الخدمات عن اتجاه إيجابي عام لدى العينة؛ حيث تصدر خيار "أوافق" النسبة الأكبر بواقع 96 فرداً ونسبة 33.3 بالمائة، تلاه خيار "أوافق بشدة" بتكرار 76 فرداً ونسبة 26.4 بالمائة. في المقابل، عبر 49 فرداً عن عدم موافقتهم بنسبة 17.0 بالمائة، بينما وقف 40 فرداً على الحياد بنسبة 13.9 بالمائة، وسجل خيار "لا أوافق بشدة" 27 فرداً بنسبة 9.4 بالمائة. هذه الأرقام تؤكد أن المجموع التراكمي للموافقين يتجاوز 59.7 بالمائة، مما يظهر إدراكاً جلياً للسياسات الإدارية الداعمة للجودة. مع ذلك، فإن وجود نسبة معارضة تقدر بحوالي 26.4 بالمائة يطرح

تساؤلات حول التفاوت في تطبيق الخدمة عبر الفروع أو الأقسام. يبدو أن تذبذب الانطباعات يرتبط بالفجوة بين التخطيط النظري والتمثيل الميداني الفعلي للخدمة المقدمة للعميل.

جدول 5 : التحليل الإحصائي لحرص المؤسسة على تقديم خدمات ذات جودة عالية تلبي توقعات العملاء.

تحرص المؤسسة على تقديم خدمات ذات جودة عالية تلبي توقعات العملاء.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
33.3	33.3	33.3	96	أوافق	Valid
59.7	26.4	26.4	76	أوافق بشدة	
76.7	17.0	17.0	49	لا أوافق	
90.6	13.9	13.9	40	محايد	
100.0	9.4	9.4	27	لا أوافق بشدة	
	100.0	100.0	288	Total	



شكل توضيحي 4 : التمثيل البياني لحرص المؤسسة على تقديم خدمات ذات جودة عالية تلبي توقعات العملاء.

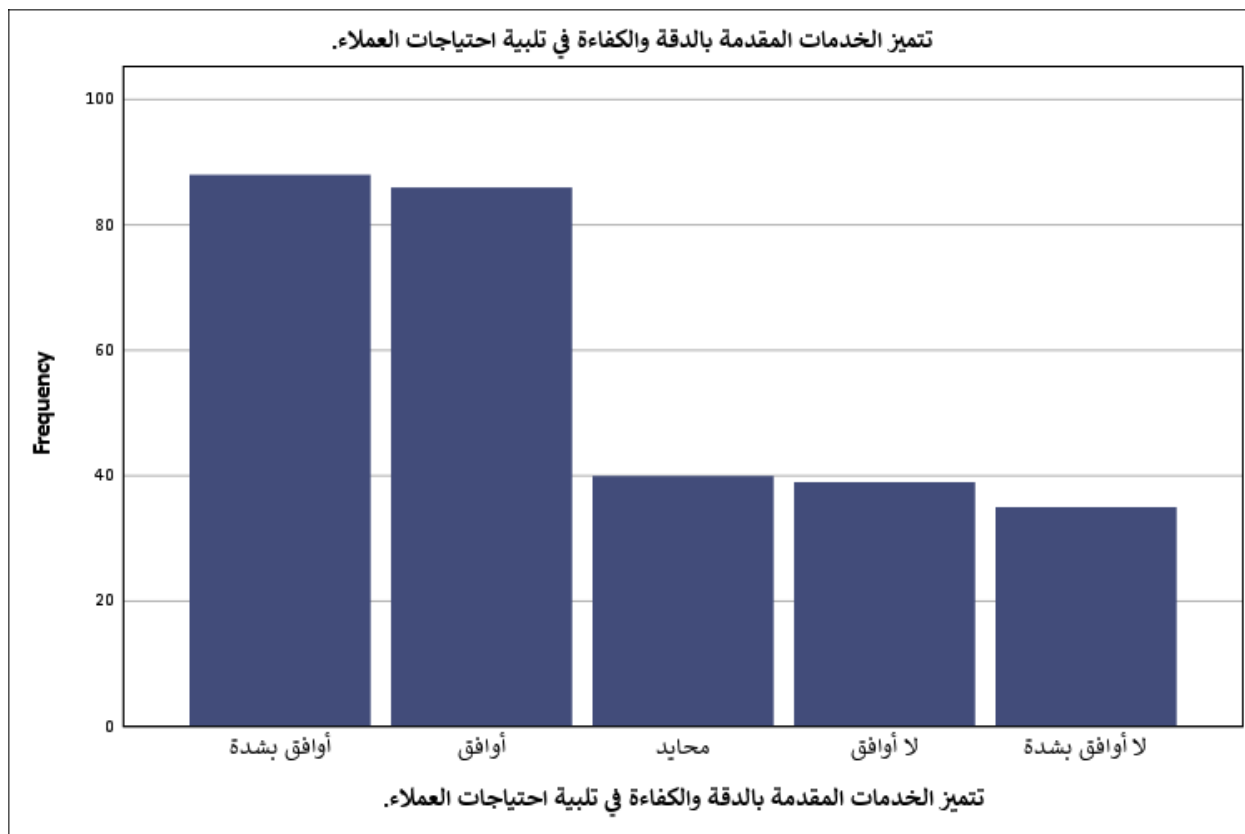
- تتميز الخدمات المقدمة بالدقة والكفاءة في تلبية احتياجات العملاء.

تشير قراءة التوزيع التكراري لبند كفاءة ودقة الخدمة المقدمة إلى ميل واضح نحو الإيجابية لدى المبحوثين؛ إذ حقق خيار "أوافق بشدة" أعلى تكرار بواقع 88 فرداً وبنسبة 30.6 بالمائة، متقدماً بفارق طفيف على خيار "أوافق" الذي سجل 86 فرداً

ونسبة 29.9 بالمائة. احتل المحايدون المرتبة الثالثة بتكرار 40 فرداً ونسبة 13.9 بالمائة، بينما أبان 39 فرداً عن عدم موافقتهم بنسبة 13.5 بالمائة، وجاء خيار "لا أوافق بشدة" في النهاية بـ 35 فرداً ونسبة 12.2 بالمائة. ان نسبة الاتفاق الكلية البالغة 60.5 بالمائة تعكس انطباعاً جلياً بالدقة الإجرائية لدى غالبية المراجعين والمستفيدين. قد تفسر نسبة المعارضة المتبقية بوجود عقبات تقنية أو إدارية طارئة أثناء تقديم الخدمة. يحتمل أن هذا الأداء الكفء يرجع إلى الاعتماد على برامج تقنية وأدوات حديثة للتعامل مع المتطلبات الميدانية.

جدول 6 : التحليل الإحصائي لتمييز الخدمات المقدمة بالدقة والكفاءة في تلبية احتياجات العملاء.

تتميز الخدمات المقدمة بالدقة والكفاءة في تلبية احتياجات العملاء.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
30.6	30.6	30.6	88	أوافق بشدة	Valid
60.4	29.9	29.9	86	أوافق	
74.3	13.9	13.9	40	محايد	
87.8	13.5	13.5	39	لا أوافق	
100.0	12.2	12.2	35	لا أوافق بشدة	
	100.0	100.0	288	Total	



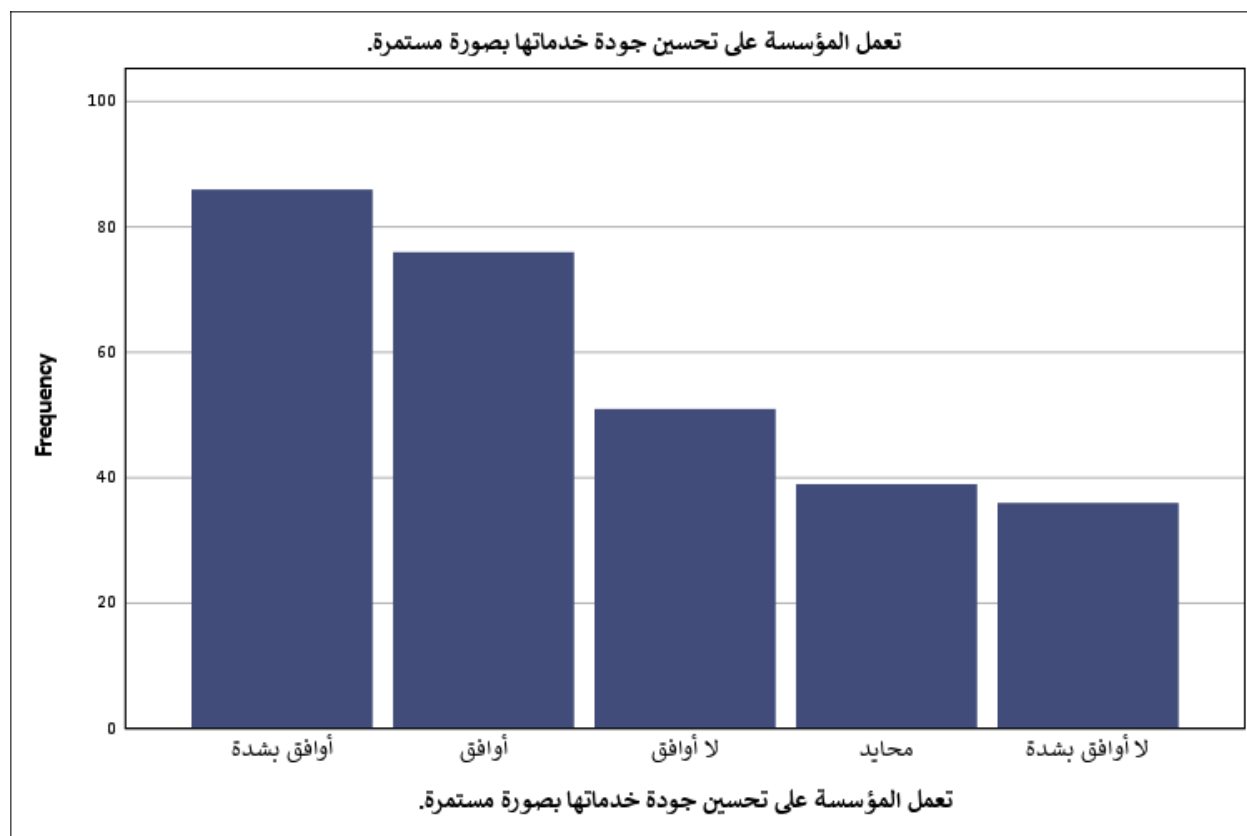
شكل توضيحي 5 : التمثيل البياني لتمييز الخدمات المقدمة بالدقة والكفاءة في تلبية احتياجات العملاء.

• تعمل المؤسسة على تحسين جودة خدماتها بصورة مستمرة.

تظهر نتائج تحليل استجابات العينة حول استمرارية المؤسسة في تحسين الجودة نزوعاً داعماً لتنسيق التطوير؛ حيث أيد خيار "أوافق بشدة" 86 فرداً بنسبة 29.9 بالمائة، وتبعه خيار "أوافق" بواقع 76 فرداً بنسبة 26.4 بالمائة. عبر في المقابل 51 فرداً عن خيار "لا أوافق" بنسبة 17.7 بالمائة، بينما سجل موقف "محايد" 39 فرداً بنسبة 13.5 بالمائة، وانتهت المجموعة بخيار "لا أوافق بشدة" بواقع 36 فرداً بنسبة 12.5 بالمائة. الملاحظ هنا أن نسبة الموافقة الإجمالية تصل إلى 56.3 بالمائة، مما يعطي إشارة إلى قناعة غالبية العينة بوجود جهود تطويرية متواصلة داخل بيئة العمل. الانحراف الحاصل ونسبة الراضين المقدرة بـ 30.2 بالمائة قد تعود إلى عدم لمس جميع الشكايات لهذا التحسين على مستوى كافة الخدمات. ربما ينجم هذا الانطباع المتفاوت عن غياب آليات اتصال واضحة تشرح خطط التطوير الدورية للجمهور والموظفين.

جدول 7 : التحليل الإحصائي لعمل المؤسسة على تحسين جودة خدماتها بصورة مستمرة.

تعمل المؤسسة على تحسين جودة خدماتها بصورة مستمرة.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
29.9	29.9	29.9	86	أوافق بشدة	Valid
56.3	26.4	26.4	76	أوافق	
74.0	17.7	17.7	51	لا أوافق	
87.5	13.5	13.5	39	محايد	
100.0	12.5	12.5	36	لا أوافق بشدة	
	100.0	100.0	288	Total	



شكل توضيحي 6 : التمثيل البياني لعمل المؤسسة على تحسين جودة خدماتها بصورة مستمرة.

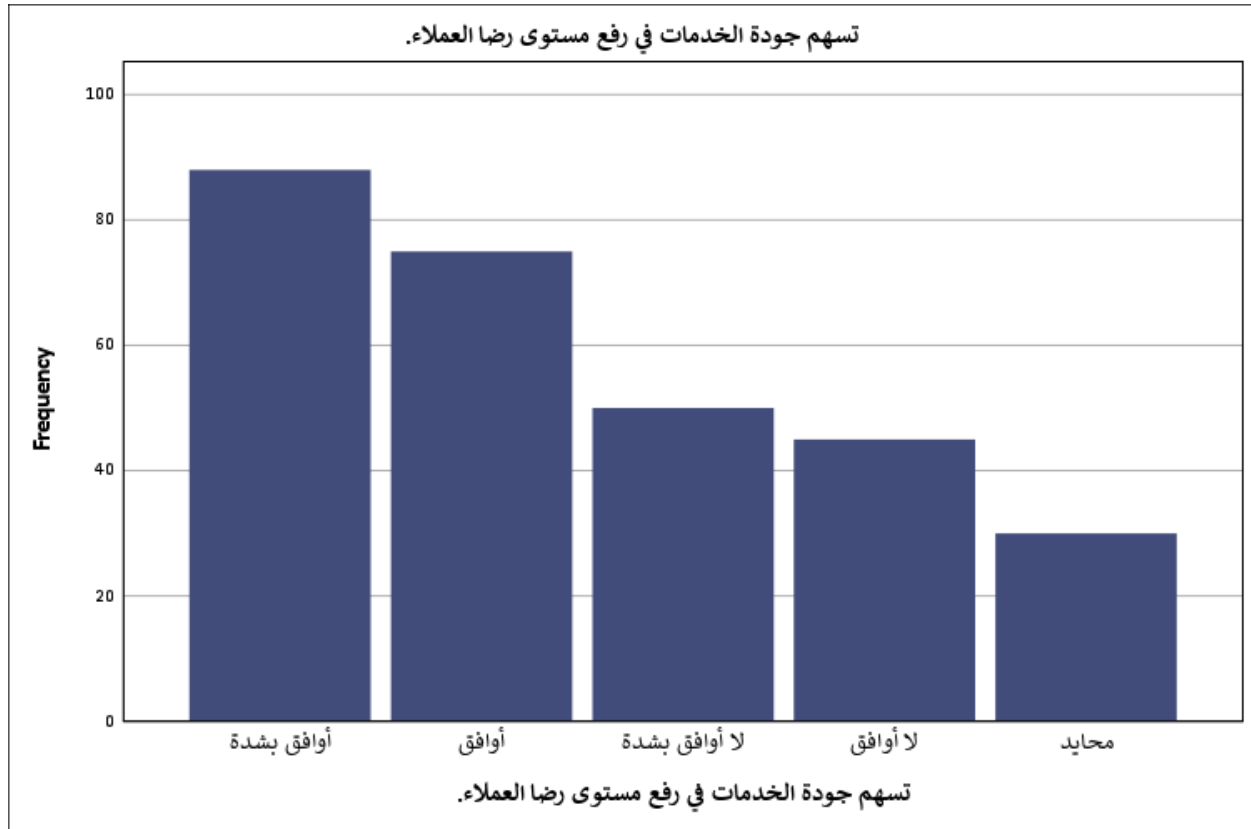
• تسهم جودة الخدمات في رفع مستوى رضا العملاء.

تكشف مؤشرات قياس مساهمة جودة الخدمة في رضا المتعاملين عن اتفاق واسع حول هذه الرابطة الجوهرية؛ حيث يتوزع الموقف الإيجابي بين خيار "أوافق بشدة" بواقع 88 فرداً ونسبة 30.6 بالمائة، وخيار "أوافق" بتكرار 75 فرداً ونسبة 26.0 بالمائة. سجل في الاتجاه الآخر خيار "لا أوافق بشدة" 50 فرداً بنسبة 17.4 بالمائة، وتلاه خيار "لا أوافق" بـ 45 فرداً ونسبة 15.6 بالمائة، في حين خيم الحياد على 30 فرداً بنسبة 10.4 بالمائة. تشير النسبة المرتفعة للموافقين (56.6 بالمائة) إلى الوعي بمدى حتمية الجودة في بناء الوعي الذهني والإيجابي للمستهلك. الفئة المناهضة لهذا الطرح والتي بلغت نسبتها التراكمية 33 بالمائة ربما تنظر لرضا العميل كنتائج لمتغيرات أخرى كالسعر أو السمعة العامة. قد ينبع هذا الموقف المتضارب من القناعات الشخصية حول ترتيب الأولويات أثناء تلقي الخدمة.

جدول 8 : التحليل الإحصائي لمساهمة جودة الخدمات في رفع مستوى رضا العملاء.

تسهم جودة الخدمات في رفع مستوى رضا العملاء.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
30.6	30.6	30.6	88	أوافق بشدة	Valid

56.6	26.0	26.0	75	أوافق	
74.0	17.4	17.4	50	لا أوافق بشدة	
89.6	15.6	15.6	45	لا أوافق	
100.0	10.4	10.4	30	محايد	
	100.0	100.0	288	Total	



شكل توضيحي 7 : التمثيل البياني لمساهمة جودة الخدمات في رفع مستوى رضا العملاء.

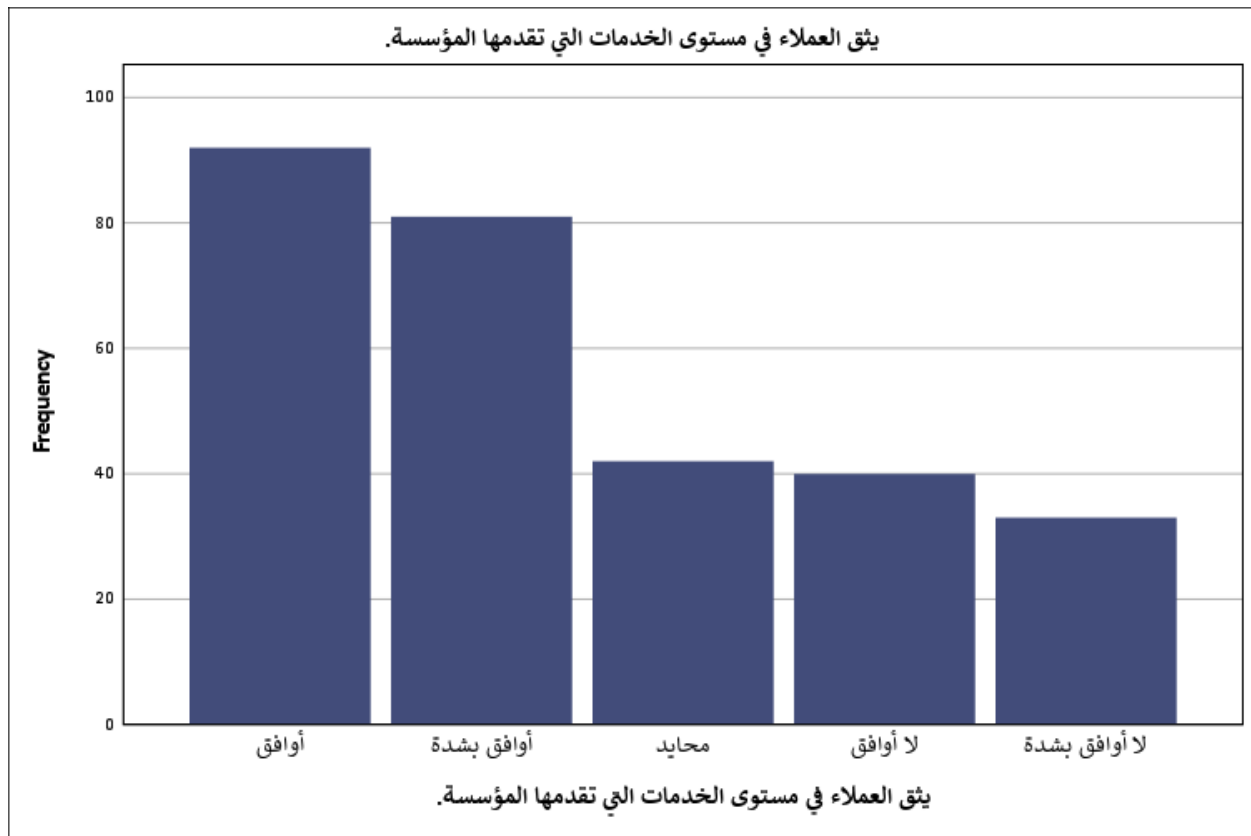
• يثق العملاء في مستوى الخدمات التي تقدمها المؤسسة.

تبرز التكرارات الخاصة بمدى ثقة العملاء بخدمات المؤسسة من خلال الإطمئنان والقبول لدى السواد الأعظم من المشاركين؛ إذ نال خيار "أوافق" النسبة الأعلى بواقع 92 فرداً و31.9 بالمائة، وجاء خلفه خيار "أوافق بشدة" بتكرار 81 فرداً ونسبة 28.1 بالمائة. استقر موقف "محايد" عند 42 فرداً بنسبة 14.6 بالمائة، بينما انحاز 40 فرداً لخيار "لا أوافق" بنسبة 13.9 بالمائة، واختتم التحليل بـ 33 فرداً لخيار "لا أوافق بشدة" بنسبة 11.5 بالمائة. يوضح المجموع التراكمي للموافقين والذي تجاوز 60 بالمائة وجود رصيد مستقر من الثقة في السوق أو البيئة الخدمية. هذه الثقة الإيجابية قد تكون نتيجة الالتزام بالمعايير والشفافية التراكمية على مدى فترات طويلة. تتأثر نسبة عدم الثقة المتبقية بالخبرات الاستهلاكية السيئة المحدودة التي قد

تحدث أحياناً في بعض منافذ التقديم.

جدول 9 : التحليل الإحصائي لثقة العملاء في مستوى الخدمات التي تقدمها المؤسسة.

يثق العملاء في مستوى الخدمات التي تقدمها المؤسسة.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
31.9	31.9	31.9	92	أوافق	Valid
60.1	28.1	28.1	81	أوافق بشدة	
74.7	14.6	14.6	42	محايد	
88.5	13.9	13.9	40	لا أوافق	
100.0	11.5	11.5	33	لا أوافق بشدة	
	100.0	100.0	288	Total	



شكل توضيحي 8 : التمثيل البياني لثقة العملاء في مستوى الخدمات التي تقدمها المؤسسة.

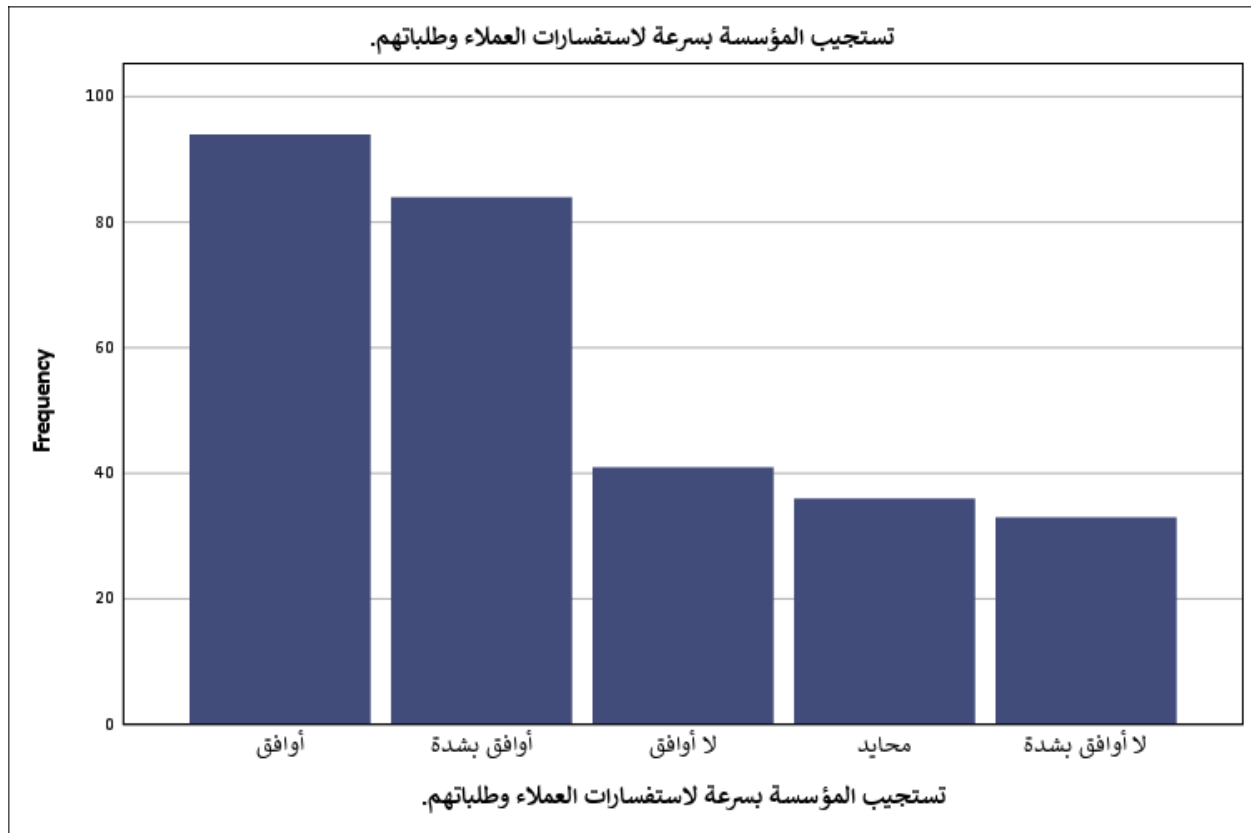
- تستجيب المؤسسة بسرعة لاستفسارات العملاء وطلباتهم.

تظهر نتائج تحليل الاستجابة السريعة لاستفسارات وطلبات العملاء رصيداً إيجابياً ملموساً في الأداء المؤسسي؛ حيث جاء خيار "أوافق" في الترتيب الأول بواقع 94 فرداً وبنسبة 32.6 بالمائة، وتلاه خيار "أوافق بشدة" بتكرار 84 فرداً ونسبة 29.2 بالمائة. في الطرف الآخر، سجل خيار "لا أوافق" 41 فرداً بنسبة 14.2 بالمائة، ووقف 36 فرداً عند خيار "محايد" بنسبة 12.5 بالمائة،

وحصد خيار "لا أوافق بشدة" 33 فرداً بنسبة 11.5 بالمائة. إن بلورة موقف تأييدي يمتد عبر 61.8 بالمائة من إجمالي العينة يسلط الضوء على فاعلية محركات الاتصال الداخلي والخدمي. مع ذلك، فإن تأخر الاستجابة لدى ما يقارب 25.7 بالمائة يعكس وجود اختناقات في المتابعة في بعض الفترات المزدحمة. يرجح أن دعم منظومة الاستجابة بتقنيات الدعم الآلي الفوري يساعد في رفع هذه النسب مستقبلاً.

جدول 10 : التحليل الإحصائي لاستجابة المؤسسة بسرعة لاستفسارات العملاء وطلباتهم.

تستجيب المؤسسة بسرعة لاستفسارات العملاء وطلباتهم.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
32.6	32.6	32.6	94	أوافق	Valid
61.8	29.2	29.2	84	أوافق بشدة	
76.0	14.2	14.2	41	لا أوافق	
88.5	12.5	12.5	36	محايد	
100.0	11.5	11.5	33	لا أوافق بشدة	
	100.0	100.0	288	Total	



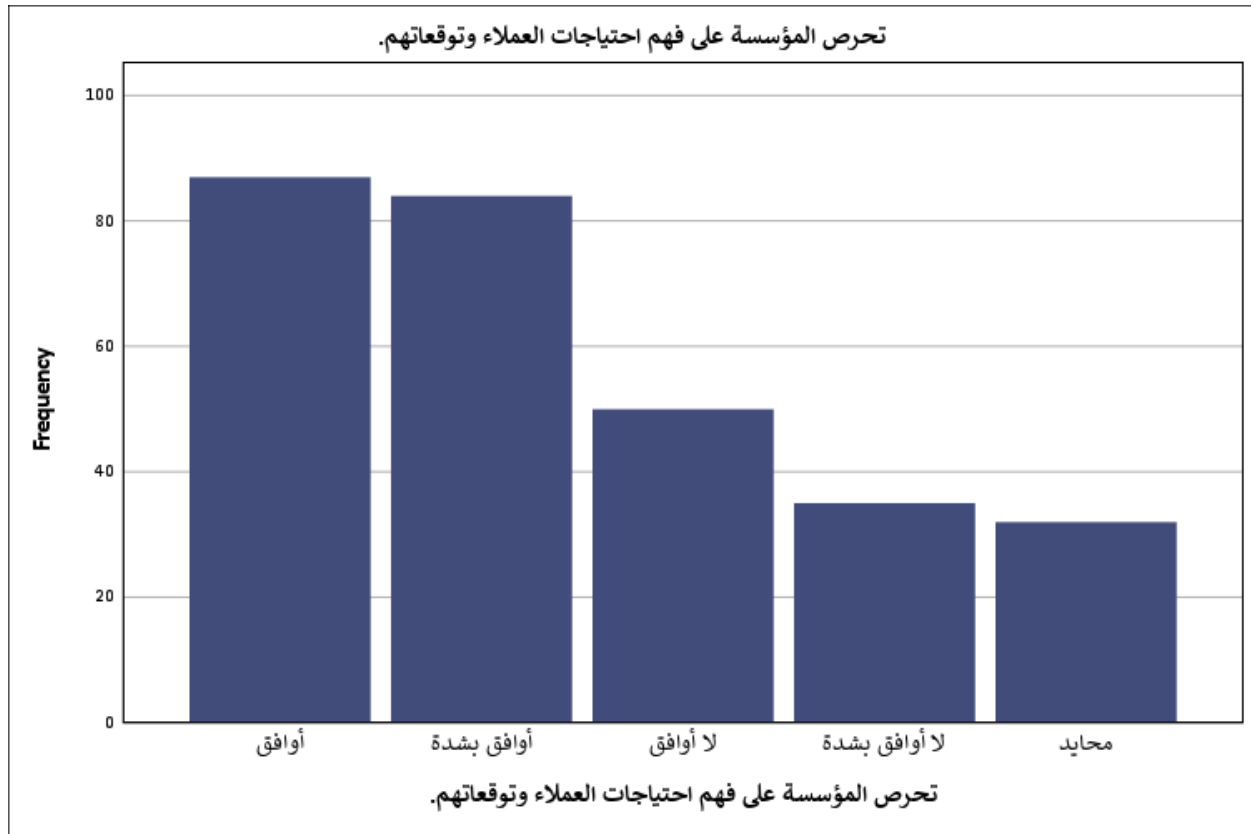
شكل توضيحي 9 : التمثيل البياني لاستجابة المؤسسة بسرعة لاستفسارات العملاء وطلباتهم.

- تحرص المؤسسة على فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم.

تكشف نتائج التكرارات المرتبطة بفهم احتياجات وتوقعات العملاء عن قناعة غالبية بوجود توجه استباقي لدى إدارة المؤسسة؛ حيث سجل خيار "أوافق" 87 فرداً بنسبة 30.2 بالمائة، مقترباً بشدة من خيار "أوافق بشدة" الذي بلغ 84 فرداً ونسبة 29.2 بالمائة. عبر 50 فرداً عن عدم موافقتهم بـ "لا أوافق" بنسبة 17.4 بالمائة، وجاء خيار "لا أوافق بشدة" بـ 35 فرداً ونسبة 12.2 بالمائة، بينما كان موقف 32 فرداً محايداً بنسبة 11.1 بالمائة. هذه البيانات ترسم ملمحاً مشجعاً يمثل أكثر من 59.4 بالمائة من العينة الذين يرون المؤسسة واعية لمتطلباتهم. وجود فئة غير موافقة تصل إلى حوالي 29.6 بالمائة يشير إلى أهمية إجراء دراسات سوقية أكثر عمقاً وتحديث أساليب جمع البيانات. يبدو أن بعض القطاعات الخدمية تتطلب تكييفاً أفضل لرغبات العملاء المتغيرة باستمرار.

جدول 11 : التحليل الإحصائي لحرص المؤسسة على فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم.

تحرص المؤسسة على فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
30.2	30.2	30.2	87	أوافق	Valid
59.4	29.2	29.2	84	أوافق بشدة	
76.7	17.4	17.4	50	لا أوافق	
88.9	12.2	12.2	35	لا أوافق بشدة	
100.0	11.1	11.1	32	محايد	
	100.0	100.0	288	Total	



شكل توضيحي 10 : التمثيل البياني لحرص المؤسسة على فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم.

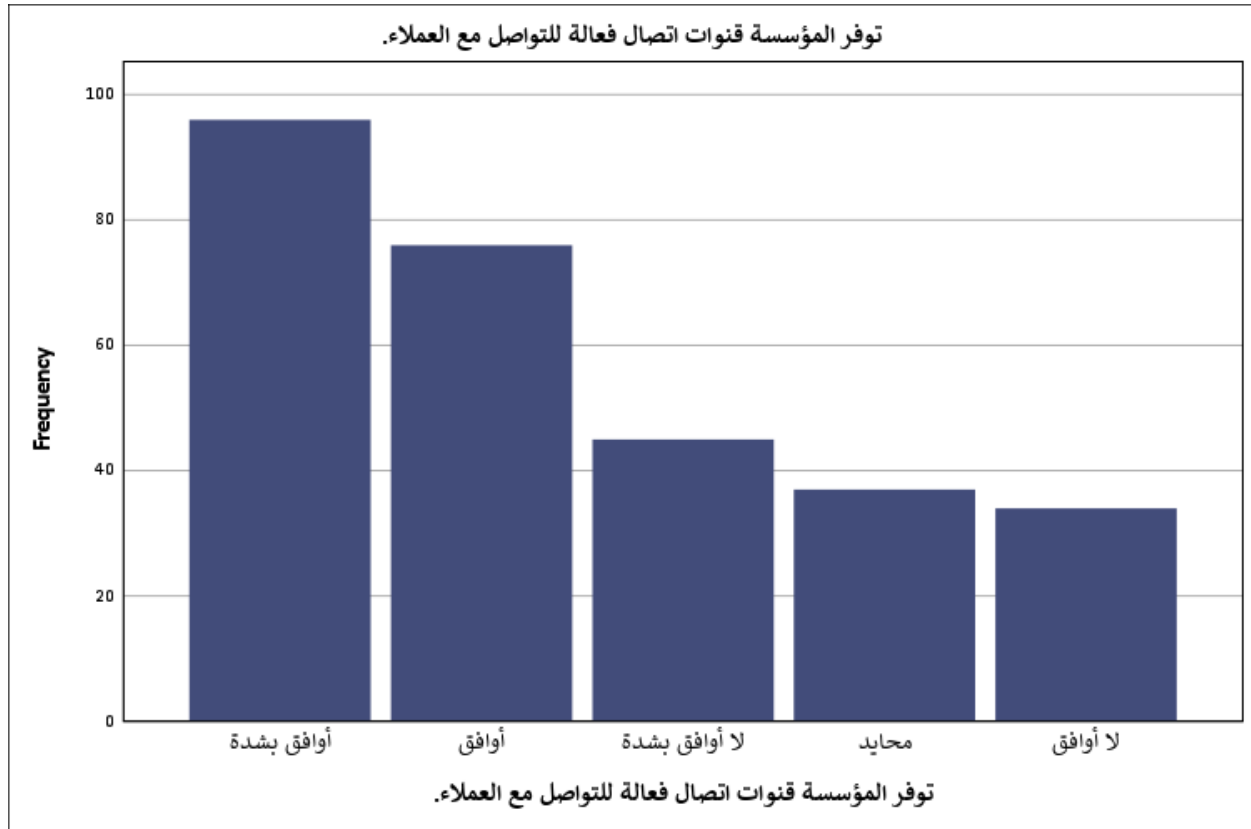
• توفر المؤسسة قنوات اتصال فعالة للتواصل مع العملاء.

توضح المعطيات الإحصائية الخاصة بتوفير قنوات اتصال فعالة تفوقاً واضحاً لإجابات الموافقة والإشادة؛ حيث تصدر خيار "أوافق بشدة" المرتبة الأولى بواقع 96 فرداً ونسبة 33.3 بالمائة، وتلاه خيار "أوافق" بتكرار 76 فرداً ونسبة 26.4 بالمائة. من الناحية المقابلة، جاء خيار "لا أوافق بشدة" بـ 45 فرداً ونسبة 15.6 بالمائة، وسجل موقف "محايد" 37 فرداً بنسبة 12.8 بالمائة، وانتهت المجموعة بـ 34 فرداً لخيار "لا أوافق" بنسبة 11.8 بالمائة. تشير الموافقة التراكمية التي لامست 59.7 بالمائة إلى تنوع وتوافر الأدوات التواصلية سواء كانت رقمية أم تقليدية. الاقتناع بهذه القنوات يقلل من الفجوة بين المتعاملين والإدارة العليا ويضمن تدفق المعلومات بسرعة. يحتمل أن الرفض الملحوظ لدى 27.4 بالمائة يعود لأعطال فنية متكررة أو لبطء في تحديث منصات الاتصال الرقمية.

جدول 12 : التحليل الإحصائي لتوفير المؤسسة قنوات اتصال فعالة للتواصل مع العملاء.

توفر المؤسسة قنوات اتصال فعالة للتواصل مع العملاء.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
33.3	33.3	33.3	96	أوافق بشدة	Valid

59.7	26.4	26.4	76	أوافق	
75.3	15.6	15.6	45	لا أوافق بشدة	
88.2	12.8	12.8	37	محايد	
100.0	11.8	11.8	34	لا أوافق	
	100.0	100.0	288	Total	



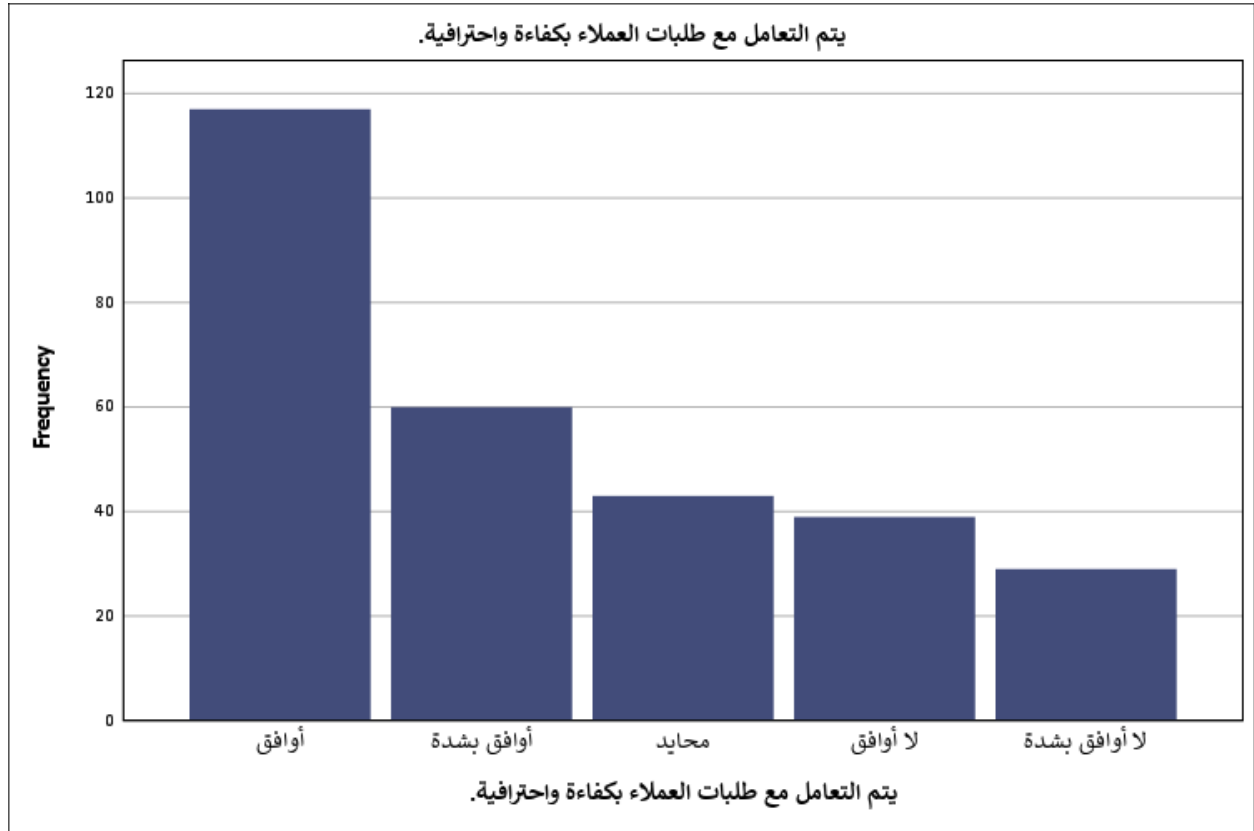
شكل توضيحي 11 : التمثيل البياني لتوفير المؤسسة قنوات اتصال فعالة للتواصل مع العملاء.

- يتم التعامل مع طلبات العملاء بكفاءة واحترافية.

تسفر قراءة البيانات الخاصة باحترافية التعامل مع الطلبات عن تأييد واسع بين المشاركين؛ إذ حقق خيار "أوافق" الحجم الأكبر من الاستجابات بواقع 117 فرداً ونسبة 40.6 بالمائة، وجاء خيار "أوافق بشدة" ثانياً بتكرار 60 فرداً ونسبة 20.8 بالمائة. وقف 43 فرداً في خانة "محايد" بنسبة 14.9 بالمائة، بينما توازن الموقف المناهض بين 39 فرداً لخيار "لا أوافق" بنسبة 13.5 بالمائة، و29 فرداً لخيار "لا أوافق بشدة" بنسبة 10.1 بالمائة. وصول نسبة التكتل الإيجابي إلى 61.4 بالمائة يظهر نضج الآليات التنفيذية ومستوى تدريب الكوادر الميدانية. هذا الانطباع الإيجابي يعزز من الصورة الذهنية ويمهد لاستدامة العلاقات مع المتعاملين. ربما يعزى السلوك المحايد والسلبى لدى بقية العينة إلى التفاوت المتوقع في أداء الموظفين من قسم لآخر.

جدول 13 : التحليل الإحصائي ل التعامل مع طلبات العملاء بكفاءة واحترافية.

يتم التعامل مع طلبات العملاء بكفاءة واحترافية.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
40.6	40.6	40.6	117	أوافق	Valid
61.5	20.8	20.8	60	أوافق بشدة	
76.4	14.9	14.9	43	محايد	
89.9	13.5	13.5	39	لا أوافق	
100.0	10.1	10.1	29	لا أوافق بشدة	
	100.0	100.0	288	Total	



شكل توضيحي 12 : التمثيل البياني ل التعامل مع طلبات العملاء بكفاءة واحترافية.

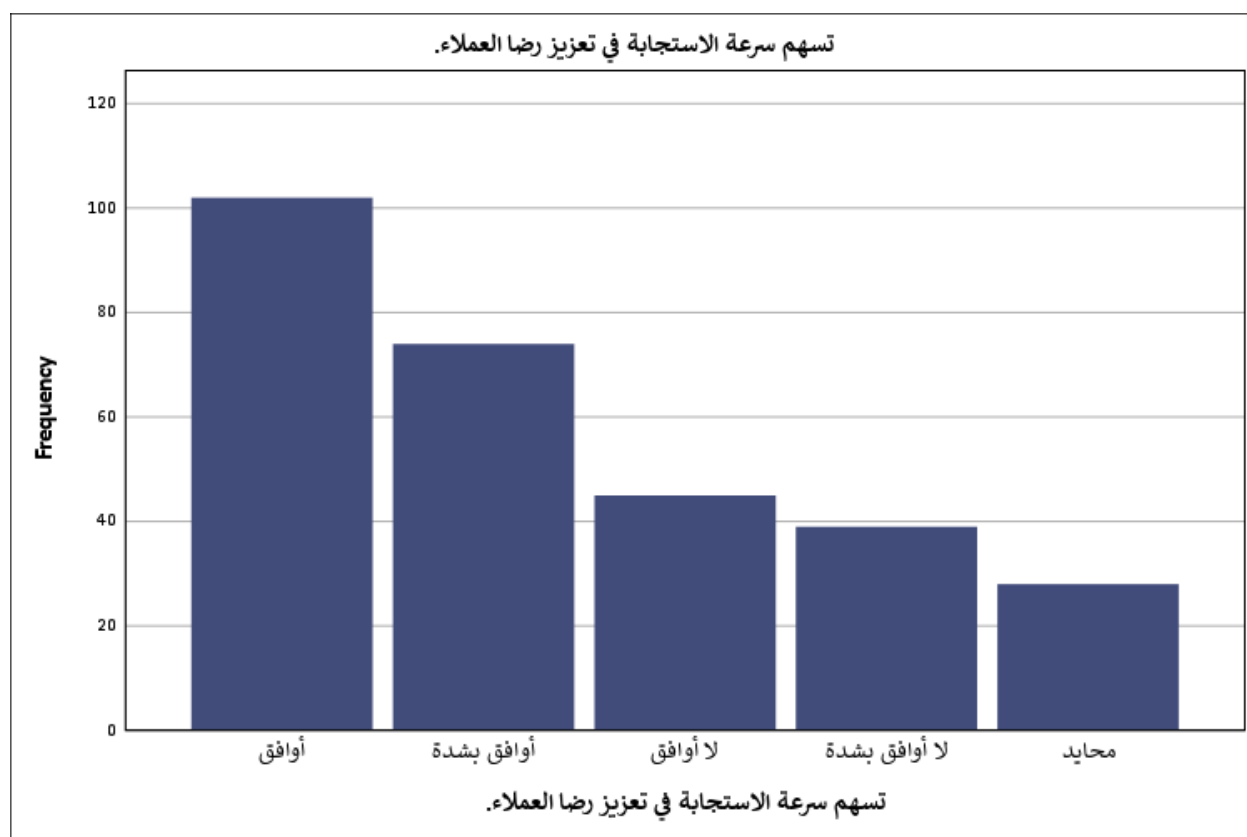
• تسهم سرعة الاستجابة في تعزيز رضا العملاء.

تظهر نتائج الاستبيان الموضحة لمدى إسهام سرعة الاستجابة في رفع رضا الجمهور اتفاقاً ملموساً؛ إذ جاء خيار "أوافق" على رأس الاستجابات بتكرار 102 فرداً ونسبة 35.4 بالمائة، تلاه مباشرة خيار "أوافق بشدة" بـ 74 فرداً ونسبة 25.7 بالمائة. سجل خيار "لا أوافق" 45 فرداً بنسبة 15.6 بالمائة، وخيار "لا أوافق بشدة" 39 فرداً بنسبة 13.5 بالمائة، في حين خيم موقف "محايد" على 28 فرداً بنسبة 9.7 بالمائة. إن النسبة المتجمعة الداعمة للعبارة والتي تقارب 61.1 بالمائة تؤكد إدراك المبحوثين للوقت

كعنصر حاسم في معادلة رضا المتعاملين. السرعة في تقديم الخدمات تؤدي إلى خفض مستويات التوتر وتزيد من ولاء العميل. يحتمل أن إجابات الفئة المعارضة تركز على أسبقية جودة الخدمة ودقتها حتى وإن كانت على حساب الوقت الاستغراقي.

جدول 14 : التحليل الإحصائي لمساهمة سرعة الاستجابة في تعزيز رضا العملاء.

تسهم سرعة الاستجابة في تعزيز رضا العملاء.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
35.4	35.4	35.4	102	أوافق	Valid
61.1	25.7	25.7	74	أوافق بشدة	
76.7	15.6	15.6	45	لا أوافق	
90.3	13.5	13.5	39	لا أوافق بشدة	
100.0	9.7	9.7	28	محايد	
	100.0	100.0	288	Total	



شكل توضيحي 13 : التمثيل البياني لمساهمة سرعة الاستجابة في تعزيز رضا العملاء.

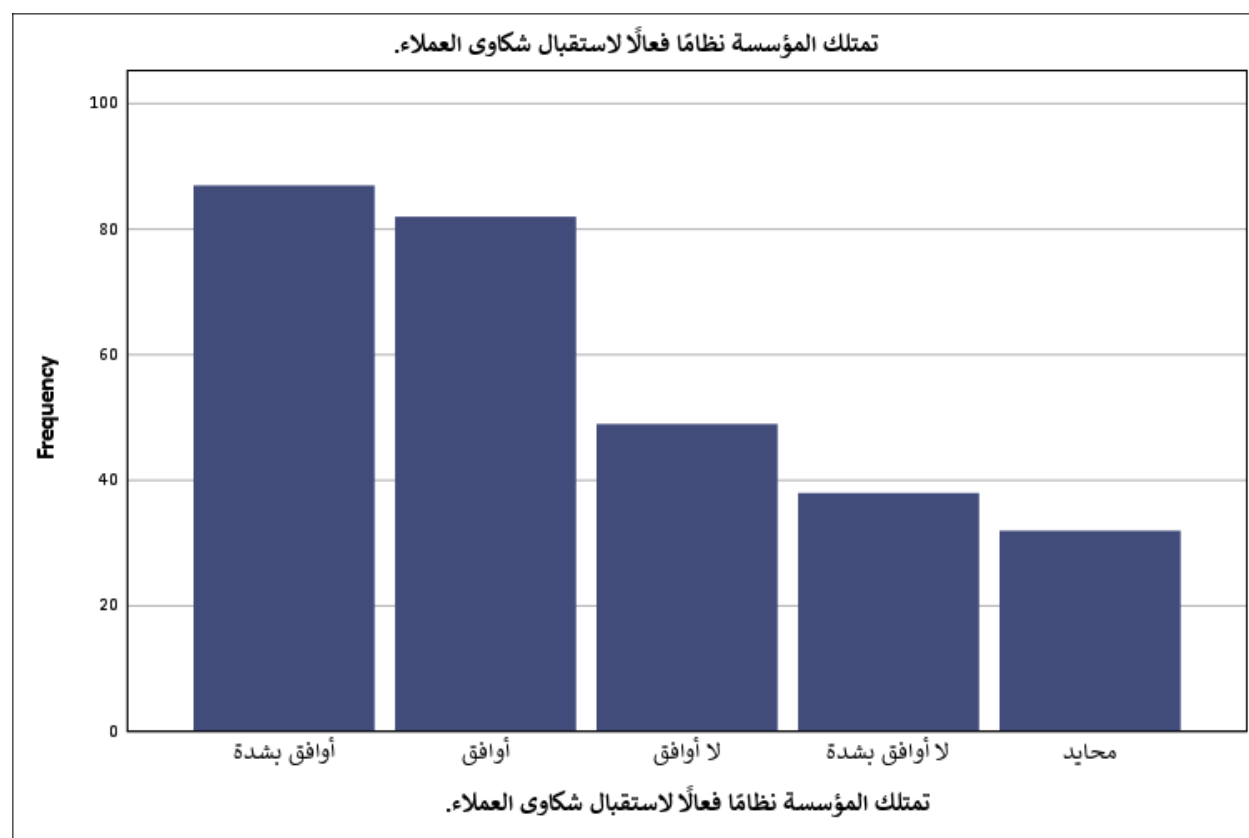
- تمتلك المؤسسة نظاماً فعالاً لاستقبال شكاوى العملاء.

تبين استجابات العينة في شأن فاعلية نظام استقبال الشكاوى وجود اتجاه إيجابي قوي؛ حيث اعتلى خيار "أوافق بشدة" الصدارة بواقع 87 فرداً وبنسبة 30.2 بالمائة، وتبعه خيار "أوافق" بـ 82 فرداً ونسبة 28.5 بالمائة. أبدى في المقابل 49 فرداً عدم

موافقتهم لخيار "لا أوافق" بنسبة 17.0 بالمائة، و38 فرداً لخيار "لا أوافق بشدة" بنسبة 13.2 بالمائة، بينما سجل خيار "محايد" 32 فرداً بنسبة 11.1 بالمائة. تعكس الموافقة الإجمالية الممتدة فوق 58.7 بالمائة توفر بنية تحتية وإجرائية لاستيعاب اعتراضات الجمهور. وجود النظام الفعال يضمن امتصاص الغضب وتحويل التجارب السلبية إلى فرص تحسين. قد تفسر نسبة الرفض المتبقية لعدم معرفة بعض العملاء بالطرق الصحيحة ووسائل تقديم الشكاوى أو لضعف في آليات التغذية الراجعة.

جدول 15 : التحليل الإحصائي لامتلاك المؤسسة نظاماً فعالاً لاستقبال شكاوى العملاء.

تمتلك المؤسسة نظاماً فعالاً لاستقبال شكاوى العملاء.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
30.2	30.2	30.2	87	أوافق بشدة	Valid
58.7	28.5	28.5	82	أوافق	
75.7	17.0	17.0	49	لا أوافق	
88.9	13.2	13.2	38	لا أوافق بشدة	
100.0	11.1	11.1	32	محايد	
	100.0	100.0	288	Total	



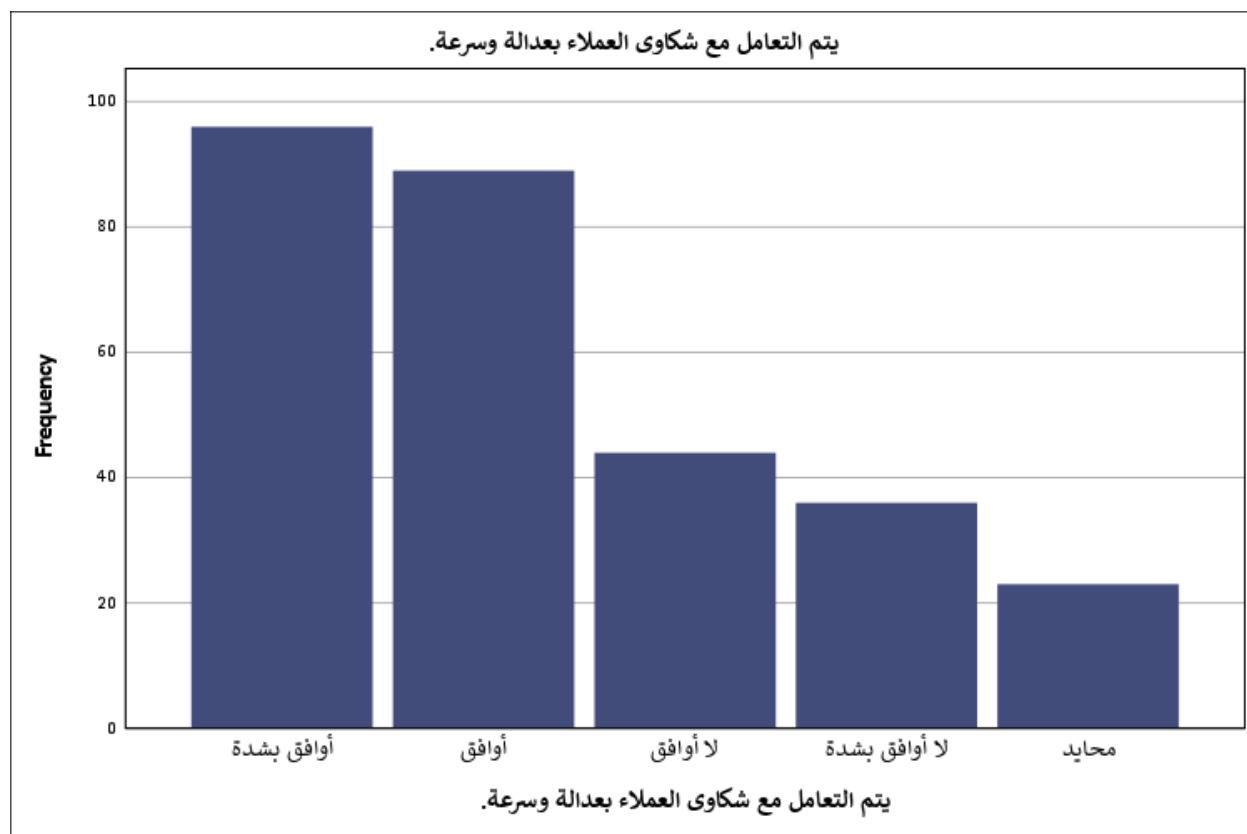
شكل توضيحي 14 : التمثيل البياني لامتلاك المؤسسة نظاماً فعالاً لاستقبال شكاوى العملاء.

- يتم التعامل مع شكاوى العملاء بعدالة وسرعة.

تكشف نتائج التوزيع التكراري لبند العدالة والسرعة في التعامل مع الشكاوى عن انطباع ممتاز يغلب عليه التأييد؛ إذ سجل خيار "أوافق بشدة" 96 فرداً بنسبة 33.3 بالمائة، تلاه خيار "أوافق" بتكرار 89 فرداً ونسبة 30.9 بالمائة. عبر 44 فرداً عن خيار "لا أوافق" بنسبة 15.3 بالمائة، بينما حاز خيار "لا أوافق بشدة" على 36 فرداً بنسبة 12.5 بالمائة، واقتصر المحايدون على 23 فرداً بنسبة 8.0 بالمائة. تشير نسبة القبول الكبيرة التي تخطت 64.2 بالمائة إلى الثقة بمهنية لجنة المعالجة والسرعة في إنصاف المستفيدين. تطبيق العدالة والسرعة يقلل من احتمالية تسرب العملاء نحو المنافسين. يبدو أن التحديات النادرة في الوصول لحلول منصفة تعود للتعقيد القانوني أو التنفيذ لبعض الشكاوى الخاصة.

جدول 16 : التحليل الإحصائي ل التعامل مع شكاوى العملاء بعدالة وسرعة.

يتم التعامل مع شكاوى العملاء بعدالة وسرعة.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
33.3	33.3	33.3	96	أوافق بشدة	Valid
64.2	30.9	30.9	89	أوافق	
79.5	15.3	15.3	44	لا أوافق	
92.0	12.5	12.5	36	لا أوافق بشدة	
100.0	8.0	8.0	23	محايد	
	100.0	100.0	288	Total	



شكل توضيحي 15 : التمثيل البياني ل التعامل مع شكاوى العملاء بعدالة وسرعة.

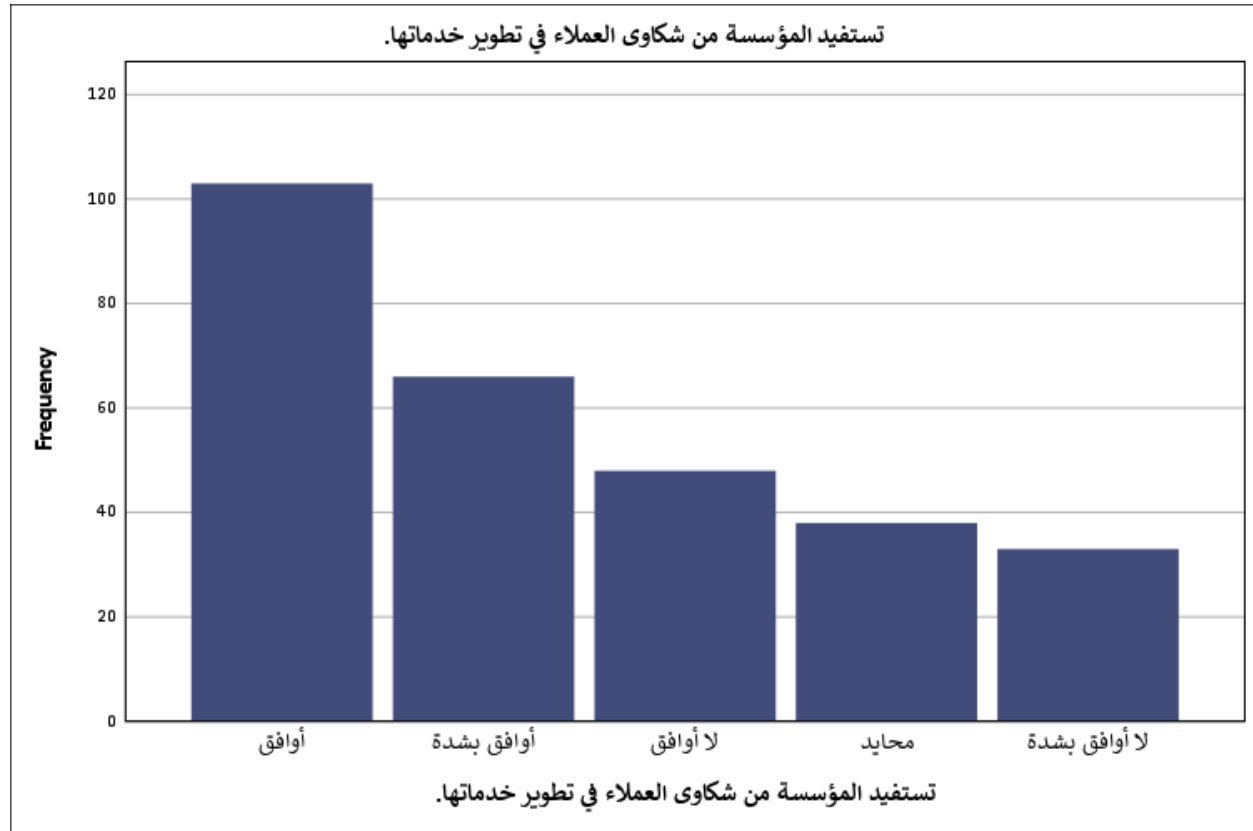
• تستفيد المؤسسة من شكاوى العملاء في تطوير خدماتها.

تظهر البيانات المعالجة الخاصة بمدى الاستفادة من الشكاوى في التطوير الإداري ميلاً واضحاً للإيجابية؛ حيث حل خيار "أوافق" أولاً بواقع 103 أفراد ونسبة 35.8 بالمائة، وجاء خيار "أوافق بشدة" ثانياً بـ 66 فرداً ونسبة 22.9 بالمائة. على الناحية الأخرى، أبدى 48 فرداً موقفاً رافضاً بخيار "لا أوافق" بنسبة 16.7 بالمائة، وسجل خيار "محايد" 38 فرداً بنسبة 13.2 بالمائة، وكان خيار "لا أوافق بشدة" أخيراً بـ 33 فرداً ونسبة 11.5 بالمائة. تؤكد النسبة التراكمية للموافقين (58.7 بالمائة) إدراك المؤسسة لقيمة التغذية الراجعة كمدخل رئيسي لإصلاح الاختلالات. الاستفادة من الشكاوى يحول التحديات إلى فرص ابتناء حقيقية. يرجح أن عدم اقتناع 28.2 بالمائة من العينة يعود لتكرار بعض الأخطاء دون لمس حلول جذرية تمنع حدوثها مستقبلاً.

جدول 17 : التحليل الإحصائي للاستفادة المؤسسة من شكاوى العملاء في تطوير خدماتها.

تستفيد المؤسسة من شكاوى العملاء في تطوير خدماتها.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
35.8	35.8	35.8	103	أوافق	Valid
58.7	22.9	22.9	66	أوافق بشدة	
75.3	16.7	16.7	48	لا أوافق	

88.5	13.2	13.2	38	محايد
100.0	11.5	11.5	33	لا أوافق بشدة
	100.0	100.0	288	Total



شكل توضيحي 16 : التمثيل البياني للاستفادة المؤسسة من شكاوى العملاء في تطوير خدماتها.

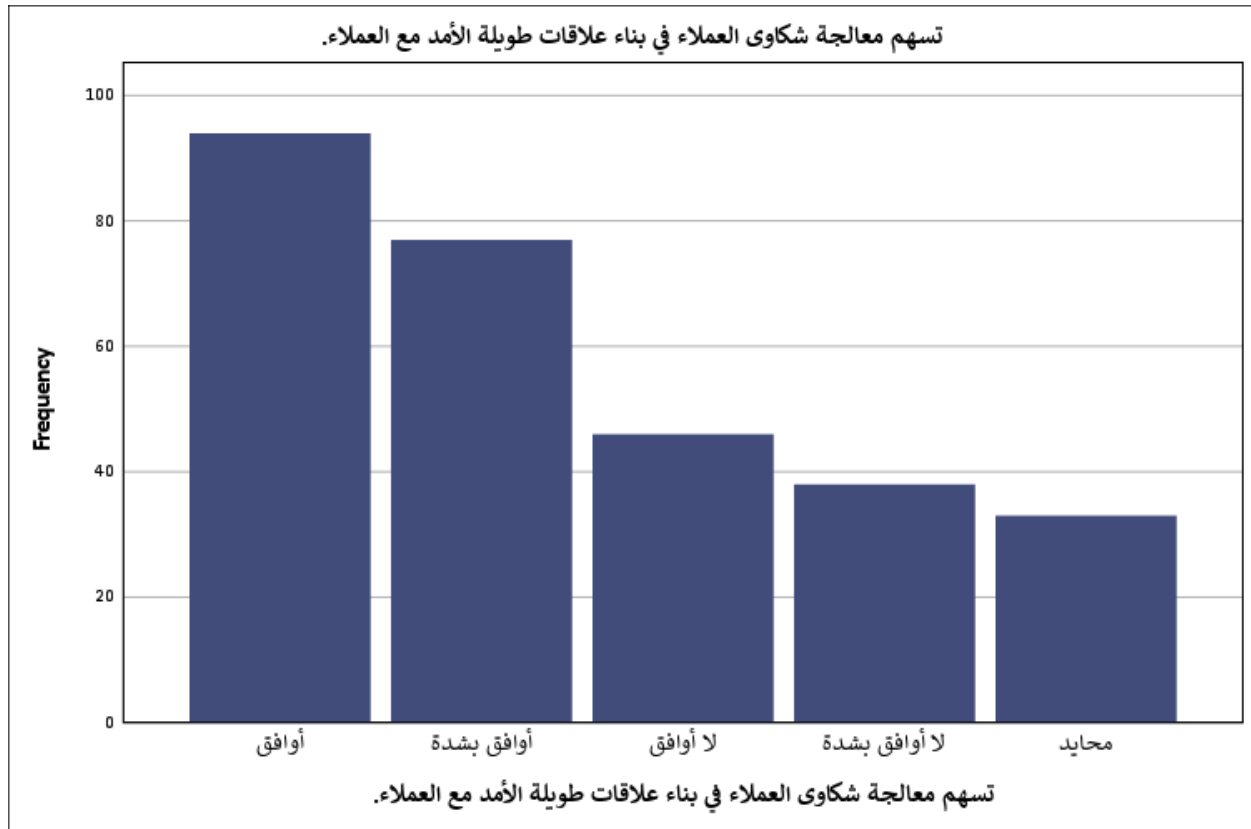
• تسهم معالجة شكاوى العملاء في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.

تسفر مؤشرات قياس دور معالجة الشكاوى في بناء العلاقات طويلة الأمد عن نتائج متسقة مع التوجه العريض؛ حيث حاز خيار "أوافق" على النسبة الأكبر بـ 94 فرداً وبنسبة 32.6 بالمائة، وتلاه خيار "أوافق بشدة" بواقع 77 فرداً ونسبة 26.7 بالمائة. عبر في المقابل 46 فرداً عن عدم موافقتهم بنسبة 16.0 بالمائة، وسجل خيار "لا أوافق بشدة" 38 فرداً بنسبة 13.2 بالمائة، بينما اختار 33 فرداً موقف "محايد" بنسبة 11.5 بالمائة. يؤكد هذا التأييد الممتد بـ 59.3 بالمائة الاستيعاب لأهمية إدارة الاستبقاء والولاء عبر المعالجة المحترفة للأخطاء. بناء العلاقة المستدامة يتطلب الصدق في التجاوب والاحتواء. يحتمل أن القنوات السلبية لدى بقية العينة تشكل بسبب تجارب معالجة سطحية لم تسهم في استعادة الثقة كاملة.

جدول 18 : التحليل الإحصائي لمساهمة معالجة شكاوى العملاء في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.

تسهم معالجة شكاوى العملاء في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
32.6	32.6	32.6	94	أوافق	Valid
59.4	26.7	26.7	77	أوافق بشدة	
75.3	16.0	16.0	46	لا أوافق	
88.5	13.2	13.2	38	لا أوافق بشدة	
100.0	11.5	11.5	33	محايد	
	100.0	100.0	288	Total	



شكل توضيحي 17 : التمثيل البياني لمساهمة معالجة شكاوى العملاء في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.

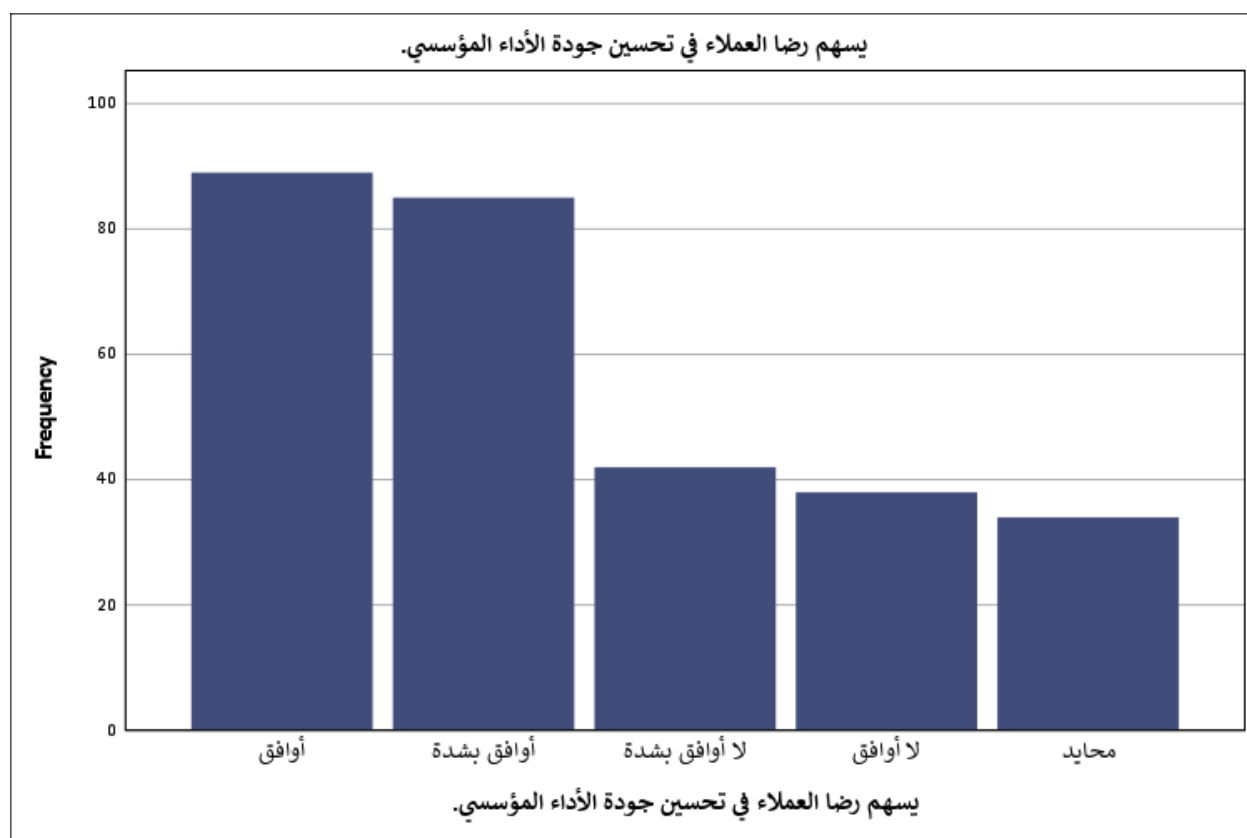
• يسهم رضا العملاء في تحسين جودة الأداء المؤسسي.

توضح أرقام التكرارات المحددة لأثر رضا المتعاملين على جودة الأداء المؤسسي اتجاهات إيجابية مرتفعة؛ إذ حقق خيار "أوافق" النسبة الأعلى بـ 89 فرداً و 30.9 بالمائة، وتبعه بفرق ضئيل خيار "أوافق بشدة" بـ 85 فرداً ونسبة 29.5 بالمائة. اختار 42 فرداً خيار "لا أوافق بشدة" بنسبة 14.6 بالمائة، وجاء خيار "لا أوافق" بـ 38 فرداً ونسبة 13.2 بالمائة، ونال موقف "محايد" 34 فرداً بنسبة 11.8 بالمائة. تشير النسبة الكلية للموافقين والبالغة 60.4 بالمائة إلى الوعي بالارتباط الشرطي بين تحسين بيئة العمل الداخلية ومخرجات الرضا الخارجي. إن رضا العميل يعمل كمحفز ومرآة لتقويم الأداء الداخلي. ربما يعزى موقف عدم الاتفاق

لدى 27.8 بالمائة من العينة لإيمانهم بأن الأداء يتأثر بمتغيرات أخرى أكثر قوة كالحكومة والموارد المالية.

جدول 19 : التحليل الإحصائي لمساهمة رضا العملاء في تحسين جودة الأداء المؤسسي.

يسهم رضا العملاء في تحسين جودة الأداء المؤسسي.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
30.9	30.9	30.9	89	أوافق	Valid
60.4	29.5	29.5	85	أوافق بشدة	
75.0	14.6	14.6	42	لا أوافق بشدة	
88.2	13.2	13.2	38	لا أوافق	
100.0	11.8	11.8	34	محايد	
	100.0	100.0	288	Total	



شكل توضيحي 18 : التمثيل البياني لمساهمة رضا العملاء في تحسين جودة الأداء المؤسسي.

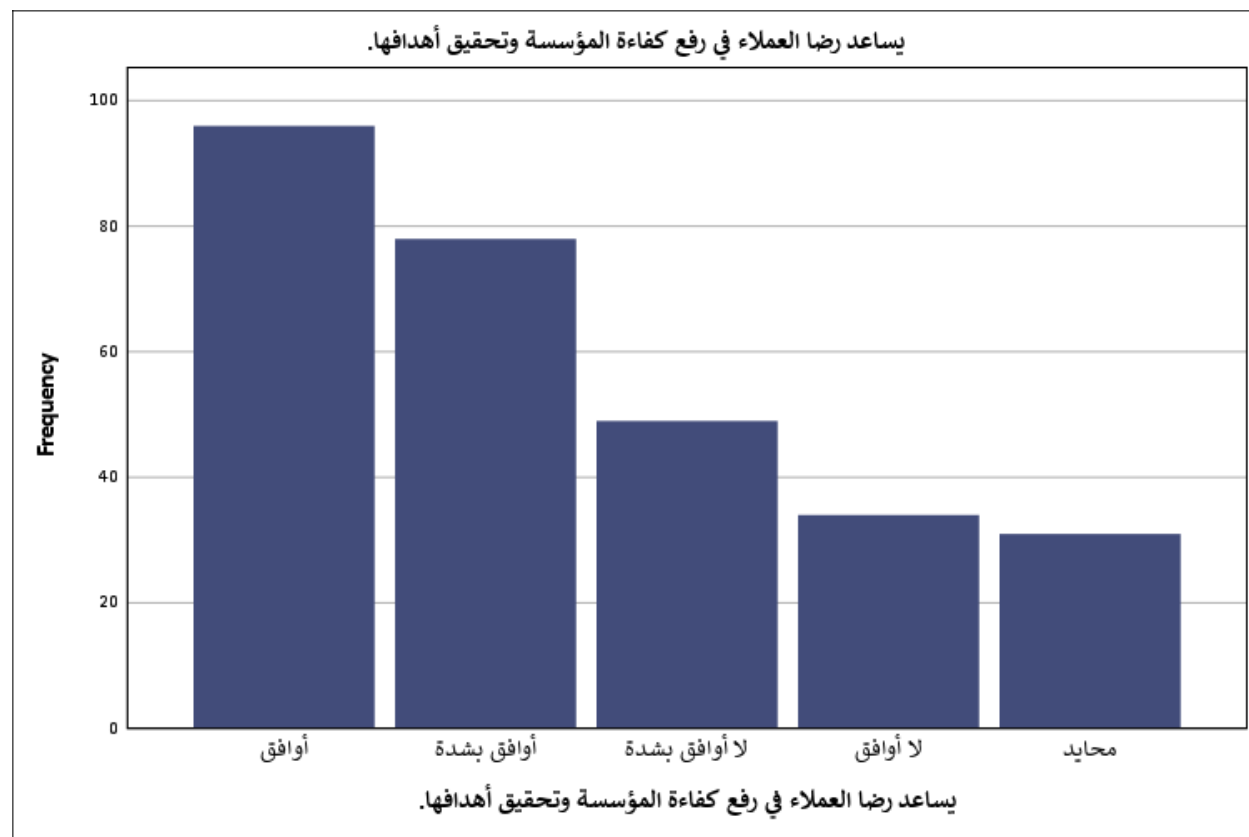
- يساعد رضا العملاء في رفع كفاءة المؤسسة وتحقيق أهدافها.

تكشف قراءة المعطيات الخاصة بمساعدة رضا العملاء في الكفاءة وتحقيق الأهداف عن نزوع واضح نحو الدعم؛ إذ حل خيار "أوافق" في الترتيب الأول بواقع 96 فرداً ونسبة 33.3 بالمائة، وجاء خيار "أوافق بشدة" بـ 78 فرداً ونسبة 27.1 بالمائة. ظهر خيار "لا أوافق بشدة" بـ 49 فرداً ونسبة 17.0 بالمائة، بينما سجل خيار "لا أوافق" 34 فرداً بنسبة 11.8 بالمائة، وكان موقف 31 فرداً

محايداً بنسبة 10.8 بالمائة. تؤكد النسبة التراكمية للموافقين التي وصلت إلى 60.4 بالمائة الإدراك التام لرأس المال المستهلك في دفع عجلة المؤسسة نحو غاياتها. تحقيق الكفاءة يسهل عندما يكون العميل شريكاً وموجهاً في عملية التقييم. يبدو أن تذبذب الإجابات لدى النسبة المعارضة ينبع من رؤية تعزل أهداف الكفاءة التشغيلية عن المؤشرات الخارجية.

جدول 20 : التحليل الإحصائي لمساعدة رضا العملاء في رفع كفاءة المؤسسة وتحقيق أهدافها.

يساعد رضا العملاء في رفع كفاءة المؤسسة وتحقيق أهدافها.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
33.3	33.3	33.3	96	أوافق	Valid
60.4	27.1	27.1	78	أوافق بشدة	
77.4	17.0	17.0	49	لا أوافق بشدة	
89.2	11.8	11.8	34	لا أوافق	
100.0	10.8	10.8	31	محايد	
	100.0	100.0	288	Total	



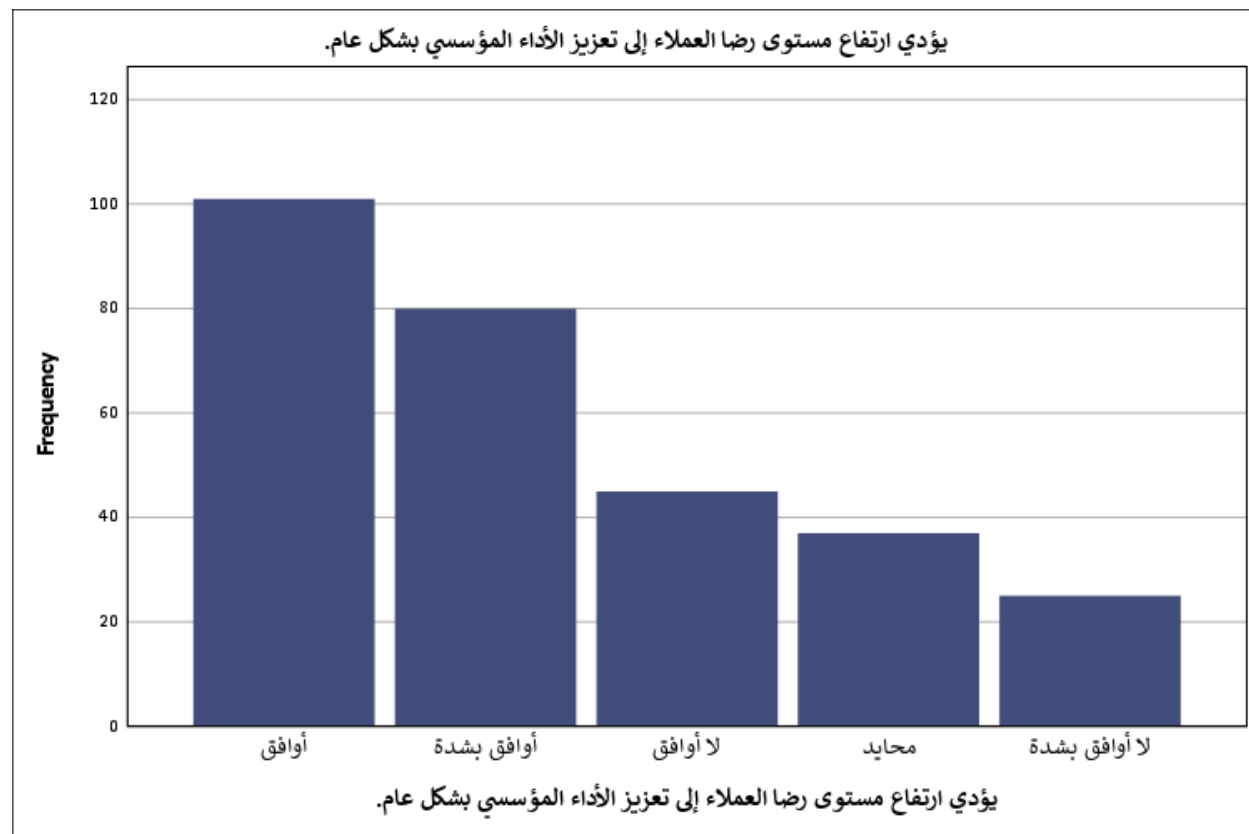
شكل توضيحي 19 : التمثيل البياني لمساعدة رضا العملاء في رفع كفاءة المؤسسة وتحقيق أهدافها.

- يؤدي ارتفاع مستوى رضا العملاء إلى تعزيز الأداء المؤسسي بشكل عام.
- تظهر نتائج تحليل عبارة تعزيز الأداء المؤسسي العام جراء ارتفاع مستوى الرضا توافقاً ملحوظاً؛ حيث برز خيار "أوافق" كأعلى

الاستجابات تكراراً بـ 101 فرد ونسبة 35.1 بالمائة، وتلاه خيار "أوافق بشدة" بـ 80 فرداً ونسبة 27.8 بالمائة. في المقابل، سجل خيار "لا أوافق" 45 فرداً بنسبة 15.6 بالمائة، والمحايدون 37 فرداً بنسبة 12.8 بالمائة، وكان خيار "لا أوافق بشدة" في الترتيب الأخير بـ 25 فرداً ونسبة 8.7 بالمائة. إن بلورة موقف إيجابي يتجاوز 62.9 بالمائة يسلط الضوء على الإدراك القوي للرضا الشامل كمحرك استراتيجي رفيع الأهمية. إن الربط التكاملي بين رضا العملاء والأداء الشامل يعزز الميزة التنافسية. قد يعود التحفظ لدى بقية المشاركين إلى القناعة بأن رضا العميل نتاج وليس مسبباً للأداء المؤسسي المتميز.

جدول 21 : التحليل الإحصائي لأداء ارتفاع مستوى رضا العملاء إلى تعزيز الأداء المؤسسي بشكل عام.

يؤدي ارتفاع مستوى رضا العملاء إلى تعزيز الأداء المؤسسي بشكل عام.					
Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency		
35.1	35.1	35.1	101	أوافق	Valid
62.8	27.8	27.8	80	أوافق بشدة	
78.5	15.6	15.6	45	لا أوافق	
91.3	12.8	12.8	37	محايد	
100.0	8.7	8.7	25	لا أوافق بشدة	
	100.0	100.0	288	Total	



شكل توضيحي 20 : التمثيل البياني لأداء ارتفاع مستوى رضا العملاء إلى تعزيز الأداء المؤسسي بشكل عام.

• اختبار المصداقية والموثوقية

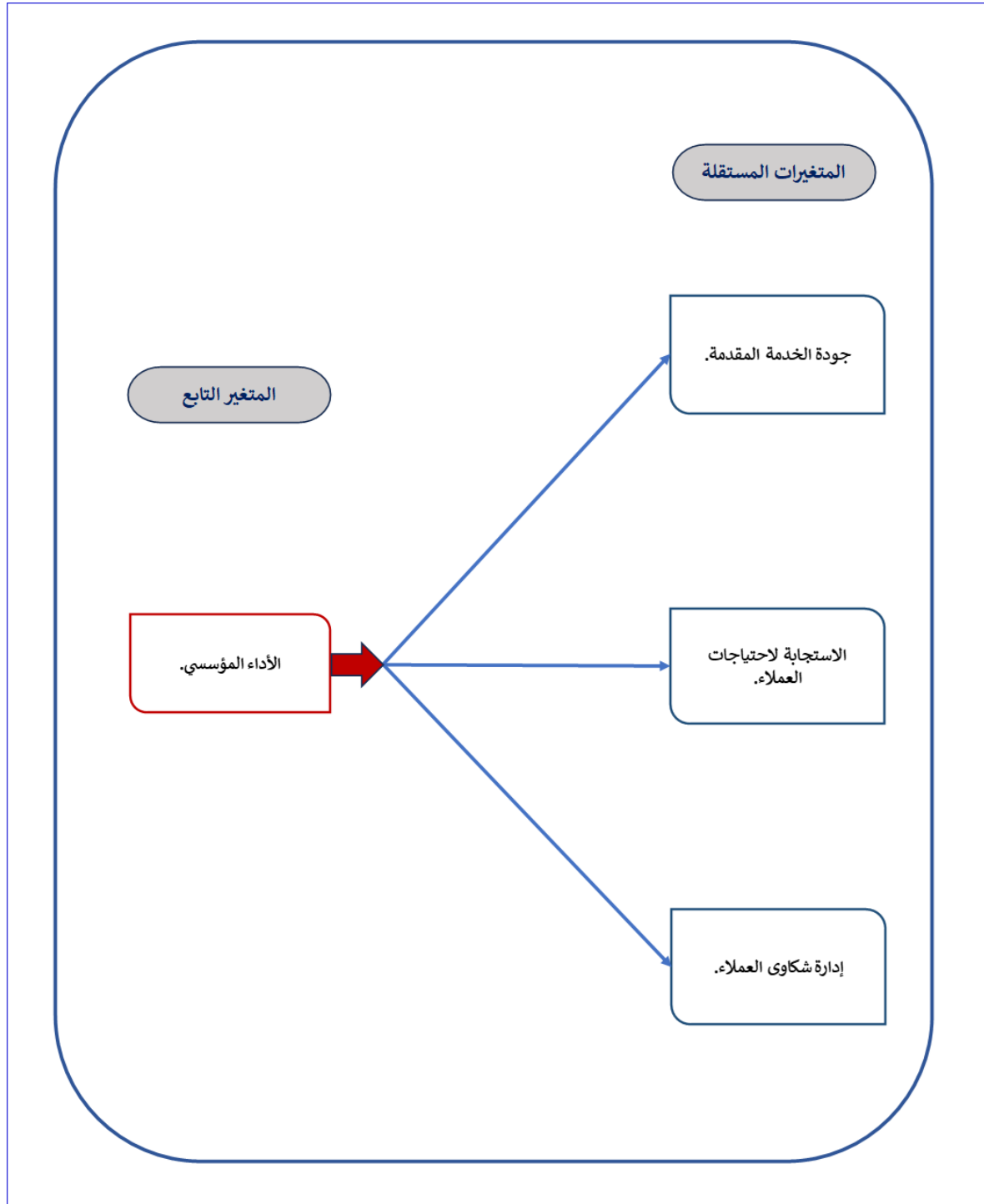
تعكس المؤشرات الإحصائية لاختبار الثبات والموثوقية عبر معامل "ألفا كرونباخ" جودة استثنائية لأداة الدراسة وصلاحياتها العالية؛ إذ بلغت قيمة ألفا كرونباخ 0.916 متضمنة 20 فقرة قياس مع صحة معالجة كاملة بنسبة 100 بالمائة دون استبعاد أي حالة من أصل 288 حالة. هذه القيمة المرتفعة جداً والتي تتجاوز بوضوح العتبة المقبولة إحصائياً (0.70) تؤكد الاتساق الداخلي والمتانة البنائية للمقياس المستخدم. إن تحقيق هذا المستوى الشامل من الاعتمادية يمنح الباحث ثقة طائلة في النتائج المشتقة والتحليلات اللاحقة. دقة هذه المؤشرات تقلل من أخطاء القياس العشوائي وتضمن استقرار النتائج لو تم إعادة تطبيق الأداة في ظروف مماثلة. يرجح أن صياغة الأسئلة بدقة ووضوحها لدى المشاركين كان له الأثر المباشر في هذا الاتساق الإحصائي.

جدول 22 : ملخص التحليلات الإحصائية

Case Processing Summary			
%	N		
100.0	288	Valid	Cases
.0	0	Excluded ^a	
100.0	288	Total	
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

جدول 23 : اختبار الثبات والموثوقية

Reliability Statistics	
N of Items	Cronbach's Alpha
20	.916



شكل توضيحي 21: متغيرات الدراسة التابعة والمستقلة

• تحليل الجداول المتقاطعة لمتغيرات الدراسة:

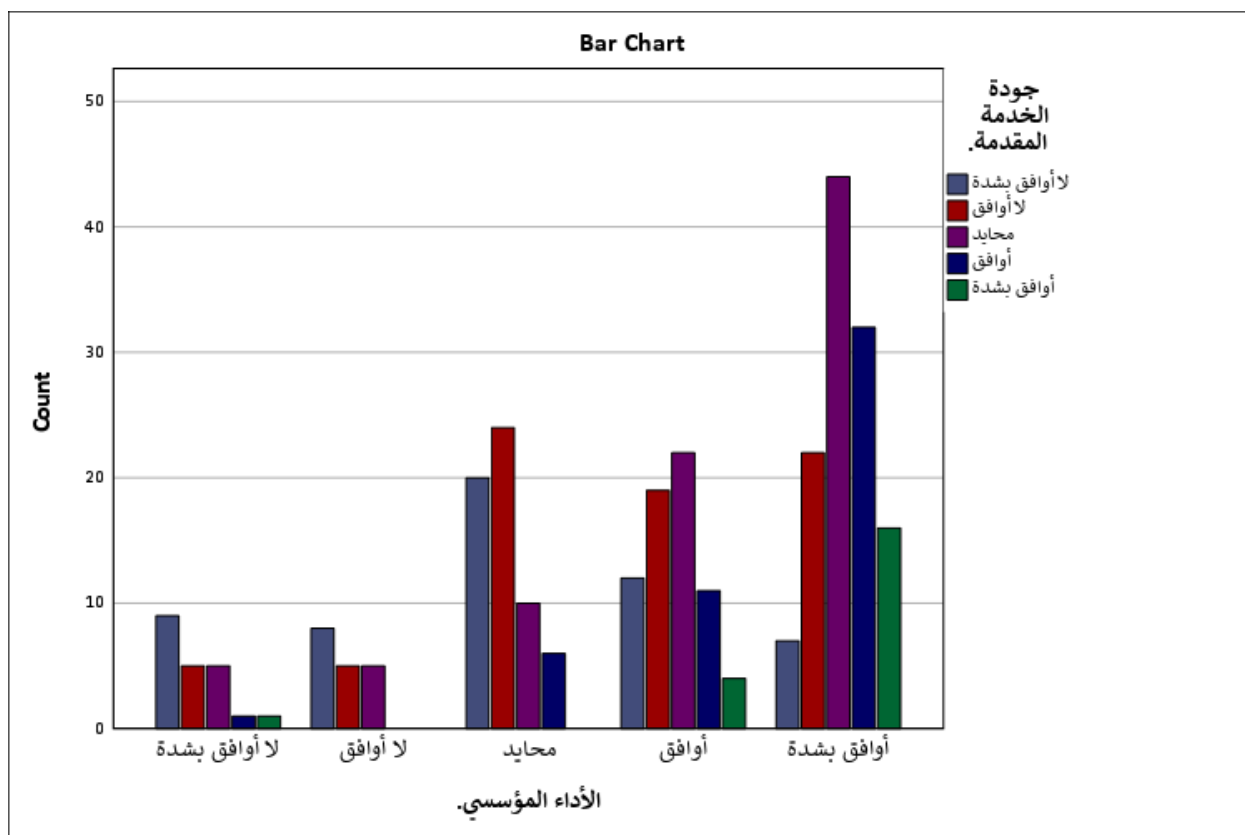
1. اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين الأداء المؤسسي وجودة الخدمة المقدمة.

تكشف نتائج اختبار كاي اسكوير عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية جوهرية بين متغيري الأداء المؤسسي وجودة الخدمة

المقدمة؛ حيث بلغت قيمة كاي اسكوير لبيرسون 67.153 عند درجات حرية 16 وبمستوى دلالة معنوية 0.000، مدعومة بقيمة نسبة الترجيح 75.795 والاقتران الخطي بـ 50.342. يتبين من التوزيع المتقاطع أن أعلى تكرارات الموافقة الشديدة على جودة الخدمة تتجمع بكثافة ضمن فئات الأداء المؤسسي العالي بواقع 44 و32 تكراراً. هذه القيمة الاحتمالية المنخفضة جداً (أقل من 0.05) تقود إلى رفض فرضية العدم وإثبات العلاقة الاعتمادية بين جودة الخدمة ورفع الأداء المؤسسي. إن جودة الخدمات تشكل الدعامات المحورية للتطور الإداري والتنظيمي. يبدو أن هذا التداخل الإحصائي القوي يثبت عملياً أن الاستثمار في رفع معايير الخدمة ينعكس أثره مباشرة على الأداء الكلي للمؤسسة.

جدول 24 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين الأداء المؤسسي وجودة الخدمة المقدمة.

Chi-Square Tests			
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value	
.000	16	67.153 ^a	Pearson Chi-Square
.000	16	75.795	Likelihood Ratio
.000	1	50.342	Linear-by-Linear Association
		288	N of Valid Cases
a. 9 cells (36.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.31.			



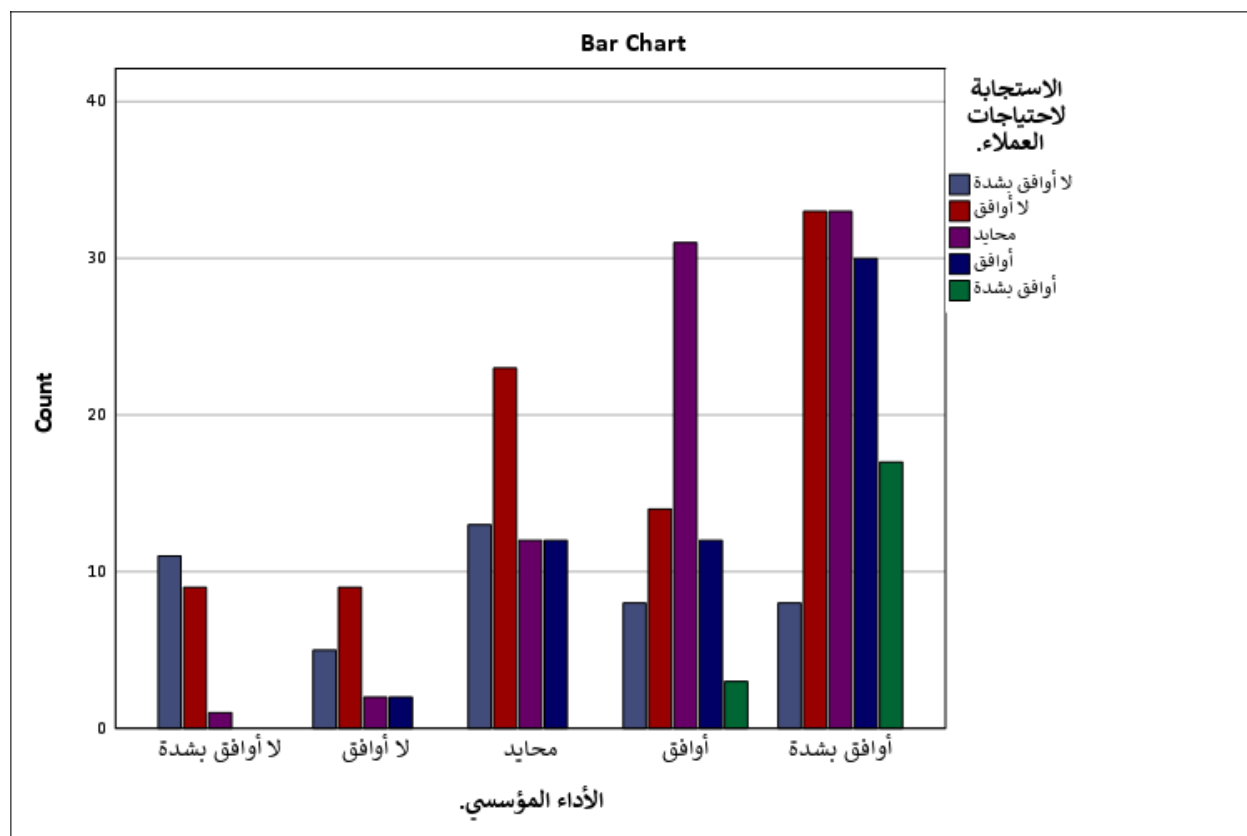
شكل توضيحي 22 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين الأداء المؤسسي وجودة الخدمة المقدمة.

2. اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين الأداء المؤسسي والاستجابة لاحتياجات العملاء.

تظهر نتائج الجداول المتقاطعة واختبار كاي اسكوير وجود ارتباط معنوي قوي يربط بين الأداء المؤسسي والاستجابة الفعالة لاحتياجات العملاء؛ إذ سجلت قيمة كاي اسكوير لبيرسون 73.285 عند درجات حرية 16 ومستوى دلالة 0.000، مصحوبة بنسبة ترجيح بلغت 77.737 واقتران خطي بمقدار 48.802. يتضح من الشكل البياني للتوزيع المتقاطع تركيز التكرارات في خيار "أوافق" و "أوافق بشدة" للاستجابة بالتزامن مع الدرجات المرتفعة لمستويات الأداء المؤسسي بواقع 33 و 31 تكراراً. تؤكد هذه المؤشرات دحض الفرضية الصفرية وتأكيد وجود الاعتمادية المتبادلة بين المتغيرين بشكل قطعي. المرونة والاستجابة المتواصلة تصنع الفرق في كفاءة المؤسسات الحديثة. يحتمل أن تحسّن شبكات استطلاع الرأي والسرعة التنفيذية كان العامل الحاسم في رفع هذه العلاقة الارتباطية.

جدول 25 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين الأداء المؤسسي والاستجابة لاحتياجات العملاء.

Chi-Square Tests			
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value	
.000	16	73.285 ^a	Pearson Chi-Square
.000	16	77.737	Likelihood Ratio
.000	1	48.802	Linear-by-Linear Association
		288	N of Valid Cases
a. 9 cells (36.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.25.			



شكل توضيحي 23 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين الأداء المؤسسي والاستجابة لاحتياجات العملاء.

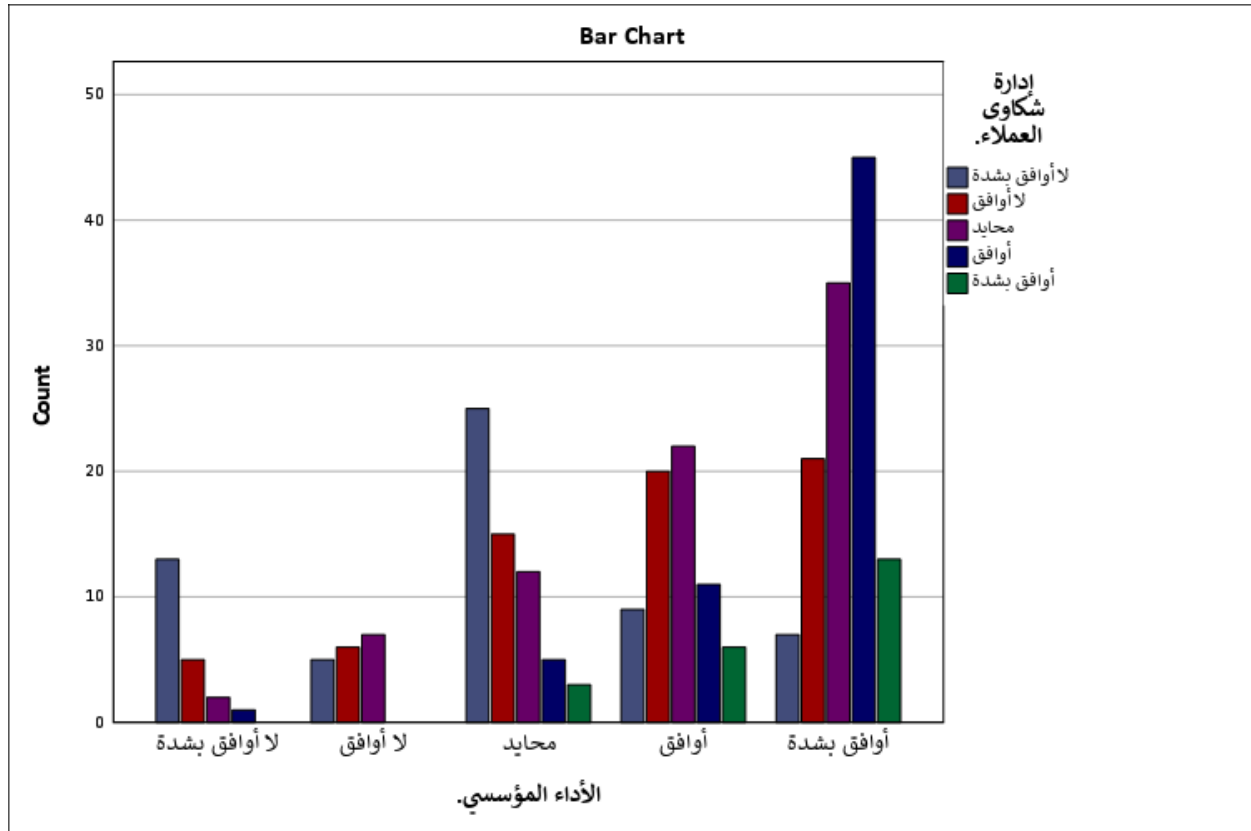
3. اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين الأداء المؤسسي وإدارة شكاوى العملاء.

تسفر نتائج اختبار كاي اسكوير للجدولة المتقاطعة عن علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية مرتفعة جداً بين الأداء المؤسسي وإدارة شكاوى العملاء؛ حيث وصلت قيمة بيرسون كاي اسكوير إلى 86.104 عند 16 درجة حرية وبمستوى دلالة 0.000، إلى جانب نسبة ترجيح قدرها 90.009 واقتران خطي متقدم بـ 61.871. تكشف البيانات عن تجمع ملحوظ للمستجيبين في خيارات الموافقة العالية لإدارة الشكاوى جنباً إلى جنب مع التقييمات الإيجابية للأداء المؤسسي، متجاوزة 45 و 35 تكراراً في الخلايا المتقدمة. هذه الدلالة الإحصائية القاطعة تؤكد أن حوكمة نظام الشكاوى ومعالجتها تعزز من كفاءة ونوعية الأداء العام. الاحتواء العادل للشكاوى يرمم الثقة التنظيمية ويعيد هيكله الأداء بشكل متزن. يرجح أن نجاح المؤسسات في أتمتة الشكاوى هو ما أضفى هذه القوة على قوة العلاقة الحسابية.

جدول 26 : اختبار كاي اسكوير للعلاقة بين الأداء المؤسسي وإدارة شكاوى العملاء.

Chi-Square Tests			
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value	
.000	16	86.104 ^a	Pearson Chi-Square

.000	16	90.009	Likelihood Ratio
.000	1	61.871	Linear-by-Linear Association
		288	N of Valid Cases
a. 10 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.38.			



شكل توضيحي 24 : المقاييس المتماثلة لتحليل الجداول المتقاطعة للعلاقة بين الأداء المؤسسي وإدارة شكاوى العملاء.

• اختبار الانحدار المتعدد لمتغيرات الدراسة

توضح نتائج نموذج الانحدار المتعدد قدرة تفسيرية عالية للمتغيرات المستقلة (جودة الخدمة، الاستجابة للاحتياجات، إدارة الشكاوى) في التنبؤ بالتغيرات الحاصلة في المتغير التابع (الأداء المؤسسي)؛ حيث سجل معامل الارتباط المتعدد (R) قيمة 0.621، بينما بلغ معامل التحديد (R Square) 0.386 المعدل إلى 0.380 مع خطأ معياري للتقدير قدره 0.972. يعني هذا إحصائياً أن المتغيرات المستقلة المحددة تفسر نحو 38.6 بالمائة من التباين الحاصل في الأداء المؤسسي، بينما ترجع النسب المتبقية لمتغيرات أخرى غير مدرجة بالنموذج. تظهر نتائج تحليل التباين (ANOVA) معنوية النموذج ككل بـ (F) بلغت 59.512 وبدلالة 0.000. تؤكد المعاملات المعيارية والغير معيارية المساهمة الإيجابية لكافة المتغيرات؛ حيث حقق متغير "إدارة شكاوى

العملاء" الأثر الأكبر بقيمة بيتا 0.334 وبقيمة (T) قدرها 6.855 ودلالة 0.000، تلاه متغير "جودة الخدمة المقدمة" ببيتا 0.280 وقيمة 5.772 (T)، وأخيراً "الاستجابة لاحتياجات العملاء" ببيتا 0.275 وقيمة 5.673 (T). تشتت البواقي المنتظم ومصفوفة الانتشار يؤكدان خطية العلاقة وعدم وجود مشاكل الملاءمة؛ مما يدعم قوة النموذج التنبؤي وعمليته الميدانية.

جدول 27 : ملخص النموذج

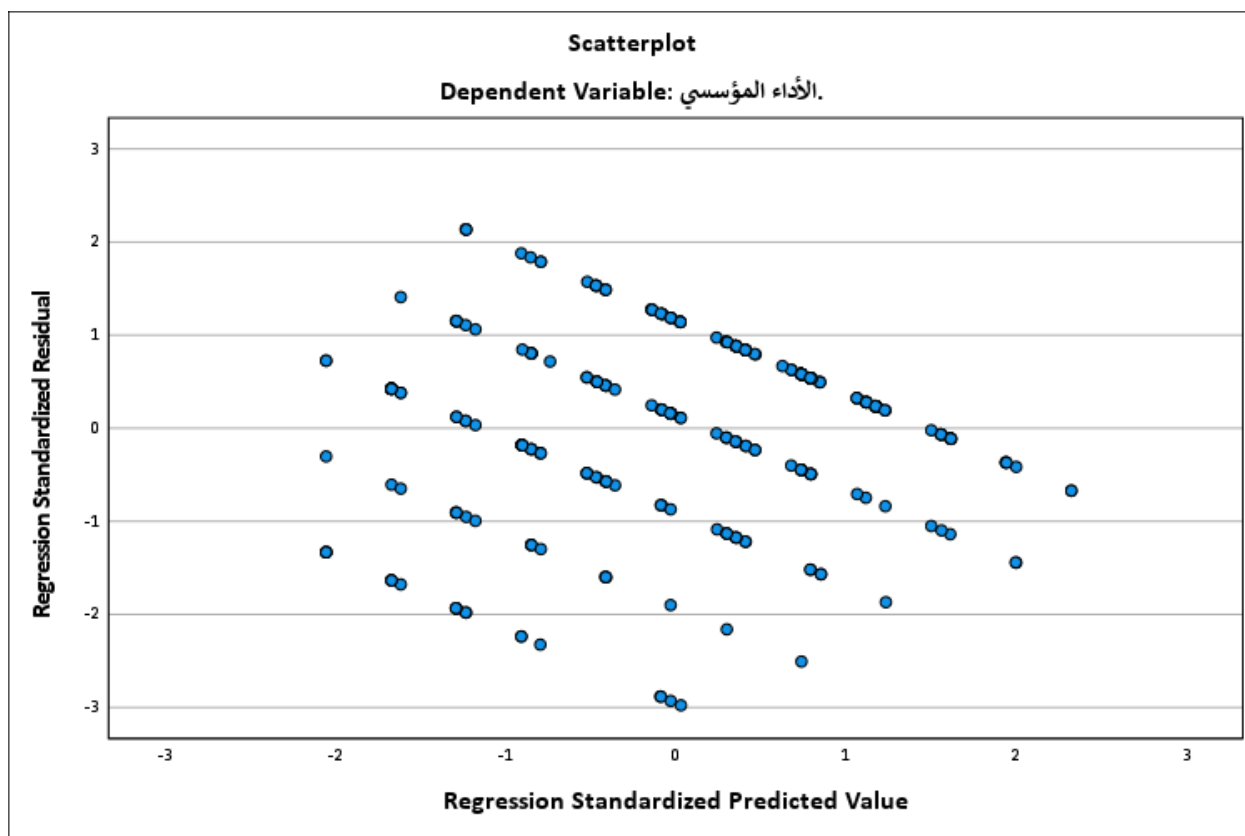
Model Summary ^b				
Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
.972	.380	.386	.621 ^a	1
a. Predictors: (Constant), جودة الخدمة المقدمة, إدارة شكاوى العملاء, الاستجابة لاحتياجات العملاء.				
b. Dependent Variable: الأداء المؤسسي.				

جدول 28 : تحليل التباين

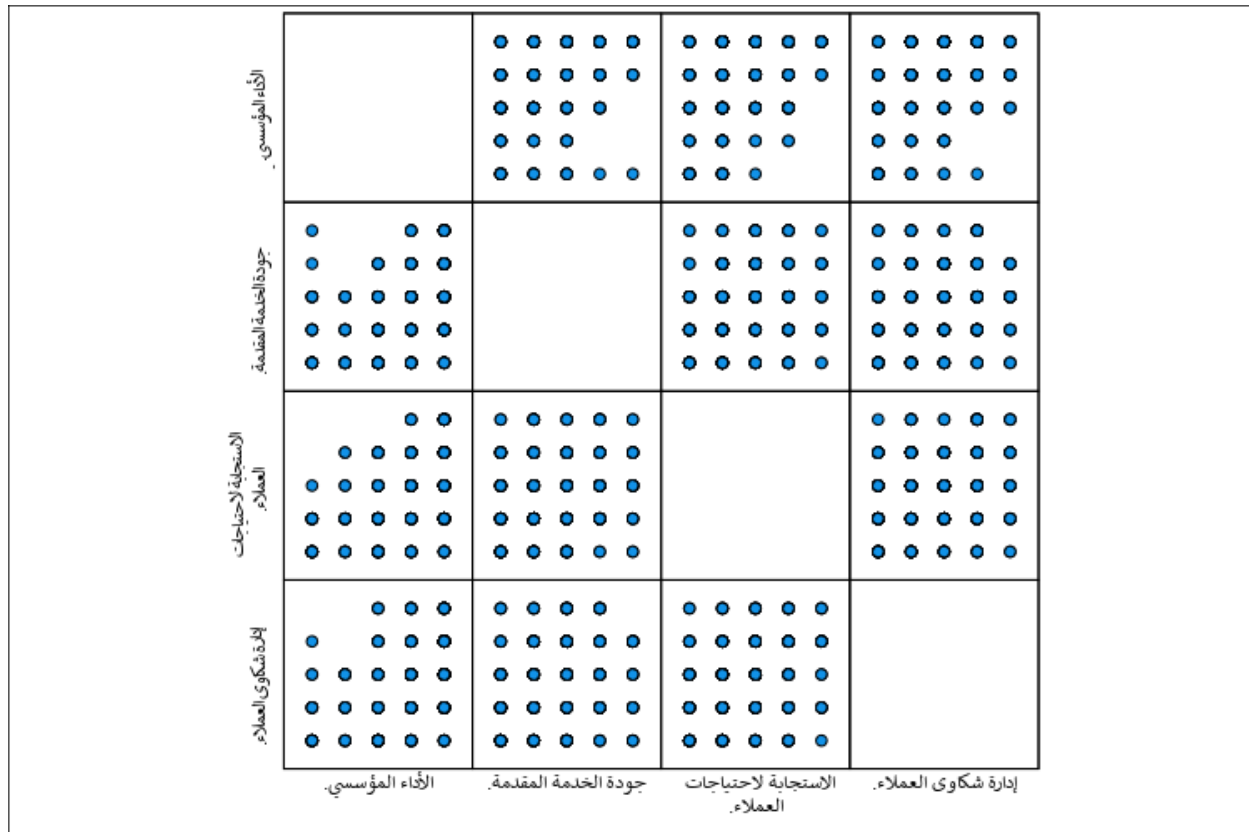
ANOVA ^a					
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model
.000 ^b	59.512	56.225	3	168.674	Regression
		.945	284	268.312	Residual
			287	436.986	Total
a. Dependent Variable: الأداء المؤسسي.					
b. Predictors: (Constant), جودة الخدمة المقدمة, إدارة شكاوى العملاء, الاستجابة لاحتياجات العملاء.					

جدول 29 : معاملات تحليل الانحدار المتعدد

Coefficients ^a					
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
.000	6.975		.196	1.370	(Constant)
.000	5.772	.280	.051	.292	جودة الخدمة المقدمة.
.000	5.673	.275	.052	.295	الاستجابة لاحتياجات العملاء.
.000	6.855	.334	.049	.336	إدارة شكاوى العملاء.
a. Dependent Variable: الأداء المؤسسي.					



شكل توضيحي 25 : شكل الانتشار للبواقي



شكل توضيحي 26 : مصفوفة شكل الانتشار

• اختبار التباين الأحادي لمتغيرات الدراسة

تؤكد نتائج اختبار التباين الأحادي (ANOVA) للنموذج الإجمالي وجود فروق دالة إحصائية وتأثير جوهري لمتغيرات الدراسة في تفسير الأداء المؤسسي؛ إذ سجل مجموع المربعات للانحدار 176.487 بدرجات حرية 12 ومفهوم متوسط مربعات 14.707، مقابل مجموع مربعات المتبقي قدره 260.500. بلغت قيمة الاختيار الفائي (F) 15.526 عند مستوى دلالة 0.000؛ مما يقطع برفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة القائلة بوجود أثر حقيقي وواضح لجميع الأبعاد مجتمعة. هذا الاعتماد الإحصائي يظهر التكامل البنوي بين مكونات رضا المتعاملين وأبعاد التطوير الميداني. الأداء المؤسسي يمثل منظومة حيوية تتغذى على دمج الجودة بالاستجابة والمعالجة. يحتمل أن هذا الشمول في الأثر يوجه القادة إلى عدم فصل المبادرات الخدمية عن المراجعة الدورية للأداء الكلي.

يقدم ملخص نموذج معامل بايز (Bayes Factor) إثباتاً إحصائياً متقدماً يستبعد نموذج العدم تماماً لصالح نموذج الدراسة المحكم؛ إذ سجل معامل بايز رقمية فائقة ضخمة تبلغ 104507116216816340000.000 مع معامل ارتباط قدره 0.636

ومعامل تحديد 0.404 والمعدل ب 0.378 وخطاً معياري قدره 0.97. تعطي هذه القيمة الهائلة دليلاً مبرهنًا وقاطعاً يتجاوز الاختبارات التقليدية لدعم الفرضية التي تقر بأهمية أبعاد الجودة والشكاوى والاستجابة في تفسير الأداء المؤسسي. المنظور البايزي يمنح القارئ والباحث يقيناً إحصائياً يخلو من عشوائية الصدفة في معاينة البيانات. هذا الدليل القوي يسلط الضوء على عمق البيانات المجمعة ودقة مطابقتها للتنبؤات النظرية. يرجح أن استخدام هذه المعاملات يعزز من الرصيد الأكاديمي للدراسة ويضعها في مصاف البحوث رصينة النتائج.

جدول 30 : اختبار التباين الأحادي

ANOVA ^{a,b}					
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Source
.000	15.526	14.707	12	176.487	Regression
		.947	275	260.500	Residual
			287	436.986	Total
a. Dependent Variable: الأداء المؤسسي.					
b. Model: (Intercept), الاستجابة لاحتياجات العملاء, جودة الخدمة المقدمة, إدارة شكاوى العملاء.					

جدول 31 : ملخص نموذج معامل بايز

Bayes Factor Model Summary ^{a,b}				
Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Bayes Factor ^c
.97	.378	.404	.636	104507116216816340000.000
a. Method: JZS				
b. Model: (Intercept), الاستجابة لاحتياجات العملاء, جودة الخدمة المقدمة, إدارة شكاوى العملاء.				
c. Bayes factor: Testing model versus null model (Intercept).				

- فرضيات الدراسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرضا العملاء بأبعاده المختلفة في تعزيز الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية.

تثبت النتائج الإحصائية لاختبار العينة الواحدة صحة الفرضية الرئيسية للدراسة والفائدة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لرضا العملاء بأبعاده المختلفة في تعزيز الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي للإجابات 4.60 بانحراف معياري قدره 0.890 وخطاً معياري 0.052. حققت قيمة اختبار (T) درجة مرتفعة ب 87.671 عند درجات حرية 287 ومستوى دلالة 0.000 بفارق متوسط قدره 4.597 وفترة ثقة 95 بالمائة تراوحت بين 4.49 و4.70. ينعكس هذا الأثر القوي أيضاً في حجم التأثير الفائق المتمثل في معامل "كوهين د" بقيمة 5.166 وتعديل "هيدجز" بقيمة 5.153؛ مما يقطع بأن للرضا أثراً جوهرياً

وتطبيقاً بالغ الأهمية في البيئة المؤسسية السعودية. القبول الشامل للفرضية يعكس إدراك القيادات للمنافسة الجارية في بيئة الأعمال السعودية وفق رؤية متكاملة. يبدو أن التطوير المستمر للخدمات أصبح مكمناً للقوة في استدامة المؤسسات وتفوقها التشغيلي.

جدول 32 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرضا العملاء بأبعاده المختلفة في تعزيز الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.052	.890	4.60	288	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرضا العملاء بأبعاده المختلفة في تعزيز الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية.

جدول 33 : اختبار تي للعينات الواحدة للفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرضا العملاء بأبعاده المختلفة في تعزيز الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية.

One-Sample Test					
Test Value = 0					
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t
Upper	Lower				
4.70	4.49	4.597	.000	287	87.671
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرضا العملاء بأبعاده المختلفة في تعزيز الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية.					

جدول 34 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرضا العملاء بأبعاده المختلفة في تعزيز الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
5.603	4.728	5.166	.890	Cohen's d	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرضا العملاء بأبعاده المختلفة في تعزيز الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية.
5.589	4.715	5.153	.892	Hedges' correction	
a. The denominator used in estimating the effect sizes. Cohen's d uses the sample standard deviation. Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.					

- فرضيات الدراسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المقدمة في تعزيز الأداء المؤسسي.

تؤكد التحليلات الإحصائية صحة الفرضية القائلة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المقدمة في تعزيز الأداء المؤسسي؛ إذ أظهرت النتائج متوسطاً حسابياً قدره 3.64 وانحرافاً معيارياً بـ 1.244 وخطأً معياري بلغت قيمته 0.073. سجل اختبار (T) للعينة الواحدة قيمة مرتفعة بلغت 49.625 عند 287 درجة حرية ومستوى معنوية 0.000 بفارق متوسط 3.639 وفترة ثقة امتدت من 3.49 إلى 3.78. تدعم أحجام التأثير هذا الاتجاه من خلال معامل "كوهين د" الذي سجل 2.924 وتعديل "هيدجز" بـ 2.917؛ مما يعكس حسماً إحصائياً بأهمية متغير الجودة. تقديم خدمات ذات معايير عالية الموثوقية ينعكس مباشرة في صورة تميز تشغيلي ومؤسسي. يحتمل أن هذا الأثر الضخم ينبع من اعتبار جودة الخدمة حجر الزاوية الذي تبنى عليه كافة خطط التقييم الداخلي والخارجي.

جدول 35 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المقدمة في تعزيز الأداء المؤسسي.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.073	1.244	3.64	288	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المقدمة في تعزيز الأداء المؤسسي.

جدول 36 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المقدمة في تعزيز الأداء المؤسسي.

One-Sample Test					
Test Value = 0					
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t
Upper	Lower				
3.78	3.49	3.639	.000	287	49.625
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المقدمة في تعزيز الأداء المؤسسي.					

جدول 37 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المقدمة في تعزيز الأداء المؤسسي.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
3.189	2.658	2.924	1.244	Cohen's d	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المقدمة في تعزيز الأداء المؤسسي.
3.181	2.651	2.917	1.248	Hedges' correction	

a. The denominator used in estimating the effect sizes.

Cohen's d uses the sample standard deviation.

Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.

• **فرضيات الدراسة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاستجابة لاحتياجات العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

تظهر المعالجة الإحصائية قبولاً تاماً للفرضية القاضية بوجود أثر ذو دلالة إحصائية للاستجابة لاحتياجات العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي للاستجابات 3.61 بانحراف معياري قدره 1.213 وخطأ معياري 0.071. وصلت قيمة (T) المحسوبة إلى 50.574 عند درجات حرية 287 وبدلالة معنوية 0.000 مع فارق متوسط قدره 3.615 وحصر لفترة الثقة بين 3.47 و3.76. يتأكد الحجم الضخم لهذا الأثر عبر حجم التأثير المعياري "كوهين د" البالغ 2.980 وتعديل "هيدجز" المقدر بـ 2.972. إن التفاعل السريع والمرن مع متطلبات العميل يمنح المؤسسة قدرة فائقة على تطوير أدائها وتفاذي الفجوات التنفيذية. تلبية الاحتياجات تضمن الحفاظ على المستفيدين وتعميق ولاء المؤسسي. يرجح أن الاعتماد على تقنيات الاستماع اللحظي ورصد مرئيات المتعاملين أسهم في إبراز هذا الأثر الإيجابي.

جدول 38 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاستجابة لاحتياجات العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.071	1.213	3.61	288	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاستجابة لاحتياجات العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

جدول 39 : اختبار تي لعينة الواحدة للفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاستجابة لاحتياجات العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

One-Sample Test					
Test Value = 0					
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t
Upper	Lower				
3.76	3.47	3.615	.000	287	50.574
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاستجابة لاحتياجات العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.					

جدول 40 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاستجابة لاحتياجات العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

One-Sample Effect Sizes			
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a
Upper	Lower		

3.249	2.710	2.980	1.213	Cohen's d	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاستجابة
3.241	2.703	2.972	1.216	Hedges' correction	لاحتياجات العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.
a. The denominator used in estimating the effect sizes. Cohen's d uses the sample standard deviation. Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.					

• فرضيات الدراسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

تسفر نتائج التحليل عن إثبات الفرضية المعنية بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي؛ إذ سجل المتغير متوسطاً حسابياً بلغت قيمته 3.64 وانحرافاً معيارياً قدره 1.256 وخطأ معياري بـ 0.074. حققت قيمة اختبار (T) للعينة الواحدة 49.122 عند درجات حرية 287 ومستوى دلالة 0.000 بفارق متوسط 3.635 وفترة ثقة 95 بالمائة وقعت بين 3.49 و3.78. كما سجل حجم التأثير قياسات مرتفعة عبر معامل "كوهين د" بقيمة 2.895 وتعديل "هيدجز" بـ 2.887؛ مما يبرهن على المحورية التطبيقية لمعالجة الشكاوى. تحويل الشكاوى من مصدر إزعاج إلى فرصة تحسين يعد مدخلاً رئيسياً لحوكمة الأداء المؤسسي وتطويره. يبدو أن امتلاك نظام عادل وسريع للشكاوى يوفر تغذية راجعة لا تقدر بثمن لصناع القرار داخل المؤسسات.

جدول 41 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.074	1.256	3.64	288	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

جدول 42 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

One-Sample Test					
Test Value = 0					
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t
Upper	Lower				
3.78	3.49	3.635	.000	287	49.122
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.					

جدول 43 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

One-Sample Effect Sizes

95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
3.157	2.631	2.895	1.256	Cohen's d	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة
3.149	2.624	2.887	1.259	Hedges' correction	شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.
a. The denominator used in estimating the effect sizes.					
Cohen's d uses the sample standard deviation.					
Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.					

- فرضيات الدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

تؤكد المعطيات الإحصائية صحة الفرضية التفاعلية القائلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة والاستجابة لاحتياجات العملاء وإدارة الشكاوى في تعزيز الأداء المؤسسي؛ حيث سجل التقييم الإجمالي متوسطاً حسابياً قدره 3.61 وانحرافاً معيارياً بـ 1.242 وخطأ معياري بلغت قيمته 0.073. ارتفعت قيمة اختبار (T) لتسجل 49.357 عند درجات حرية 287 ودلالة إحصائية 0.000 بفارق متوسط قدره 3.611 وفترة ثقة امتدت بين 3.47 و3.76. تعززت قوة هذه العلاقة من خلال حجم التأثير المترجم بقيمة "كوهين د" المبالغة 2.908 وتعديل "هيدجز" المستقر عند 2.901. التكامل البنوي بين المتغيرات الثلاثة يصنع منظومة متماسكة لرضا العملاء تعمل كرافعة حقيقية للأداء العام. هذا التلاحم يمنع التضارب الإداري ويضمن توجيه الموارد بفاعلية. يرجح أن هذه العلاقات التبادلية توضح ضرورة العمل الحثيث على كافة المحاور دون إغفال أي شق.

جدول 44 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.073	1.242	3.61	288	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

جدول 45 : اختبار تي للعينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

One-Sample Test	
Test Value = 0	

95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t	
Upper	Lower					
3.76	3.47	3.611	.000	287	49.357	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

جدول 46 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
3.172	2.643	2.908	1.242	Cohen's d	توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء في تعزيز الأداء المؤسسي.
3.164	2.637	2.901	1.245	Hedges' correction	
a. The denominator used in estimating the effect sizes. Cohen's d uses the sample standard deviation. Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.					

- فرضيات الدراسة: تختلف قوة تأثير أبعاد رضا العملاء (جودة الخدمة المقدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء) في تفسير مستوى الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية.

تثبت نتائج تحليل اختبار العينة الواحدة قبول الفرضية الأخيرة والدالة على تفاوت واختلاف قوة تأثير أبعاد رضا العملاء في تفسير الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية؛ إذ حقق المتغير متوسطاً حسابياً قدره 3.49 وانحرافاً معيارياً بـ 1.333 وخطأ معياري بـ 0.079. أظهر اختبار (T) قيمة بلغ مقدارها 44.470 عند درجات حرية 287 ومستوى دلالة 0.000 بفارق متوسط قدره 3.493 وحدود فترة ثقة وقعت بين 3.34 و 3.65. برز حجم التأثير بشكل حاسم عبر معامل "كوهين د" بقيمة 2.620 وتعديل "هيدجز" بقيمة 2.614. هذا التفاوت في قوة الأثر (والذي سبق وأن أظهره تحليل الانحدار بتصدر إدارة الشكاوى لنسب التأثير) يؤكد أن للمستفيدين أسراراً وتفضيلات متفاوتة في تقييم المؤسسات. ترتيب الأبعاد حسب الأهمية يساعد القيادة التنفيذية في توجيه الميزانيات والاستثمارات التشغيلية للأبعاد الأشد أثراً. يبدو أن العميل السعودي يولي أهمية قصوى

لاسترداد حقوقه وحل مشاكله أولاً قبل تقييم جودة الخدمة ذاتها.

جدول 47 : التحليل الإحصائي لاختبار الفرضية: تختلف قوة تأثير أبعاد رضا العملاء (جودة الخدمة المقدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء) في تفسير مستوى الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية.

One-Sample Statistics				
Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
.079	1.333	3.49	288	تختلف قوة تأثير أبعاد رضا العملاء (جودة الخدمة المقدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء) في تفسير مستوى الأداء المؤسسي ب

جدول 48 : اختبار تي للعينه الواحدة للفرضية: تختلف قوة تأثير أبعاد رضا العملاء (جودة الخدمة المقدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء) في تفسير مستوى الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية.

One-Sample Test					
Test Value = 0					
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t
Upper	Lower				
3.65	3.34	3.493	.000	287	44.470
تختلف قوة تأثير أبعاد رضا العملاء (جودة الخدمة المقدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء) في تفسير مستوى الأداء المؤسسي ب					

جدول 49 : حجم التأثير في العينة الواحدة للفرضية: تختلف قوة تأثير أبعاد رضا العملاء (جودة الخدمة المقدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء) في تفسير مستوى الأداء المؤسسي بالمؤسسات السعودية.

One-Sample Effect Sizes					
95% Confidence Interval		Point Estimate	Standardizer ^a		
Upper	Lower				
2.863	2.376	2.620	1.333	Cohen's d	تختلف قوة تأثير أبعاد رضا العملاء (جودة الخدمة المقدمة، والاستجابة لاحتياجات العملاء، وإدارة شكاوى العملاء) في تفسير مستوى الأداء المؤسسي ب
2.856	2.370	2.614	1.337	Hedges' correction	

a. The denominator used in estimating the effect sizes.

Cohen's d uses the sample standard deviation.

Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.