

قياس جودة الخدمات المصرفية للمصارف التجارية الليبية من منظور الزبائن باستخدام نموذج ServQual

د. رجب عبدالسلام العموري- أستاذ إدارة الأعمال المشارك
الأكاديمية الليبية للدراسات العليا - الساحل الغربي - ليبيا

Email rajabalamory@gmail.com

ORCID – Registe: 0009-0000-5713-6767

تاريخ الإرسال 2026/5/26 تاريخ القبول 2026/8/1

Measuring the quality of banking services in Libyan commercial banks from the customer's perspective using the ServQual model

Dr. Rajab Abdelsalam Al-Amouri

Libyan Academy for Graduate Studies - West Coast - Libya

Abstract:

This study aimed to measure the quality of banking services provided by Libyan commercial banks from the customer's perspective, using the ServQual model. To achieve this, the researcher conducted a survey of a small sample of bank customers during July 2026 using an electronic questionnaire developed using Google Forms. The sample consisted of 68 respondents, one of whom was excluded.

Using the PSPPIRE software, the reliability coefficient for the questionnaire was 91% (Cronbach's alpha). The researcher arrived at several conclusions, including that Libyan commercial banks are unable to provide customers with sufficient cash liquidity when needed, and that, in general, customers of the commercial banks under study are dissatisfied with the quality of banking services.

The researcher presented a set of recommendations and proposals for Libyan commercial banks regarding the liquidity shortage problem. These

included several options: emulating commercial banks in developed countries that have experienced similar economic and political circumstances to those currently facing Libya and leading to the same problem; encouraging business owners to deposit and invest their funds in commercial banks in a manner consistent with Islamic law, such as exempting them from banking service fees until the country stabilizes; urging the Central Bank and the Libyan government to collaborate on enacting a law prohibiting the hoarding of Libyan funds and setting a maximum limit on the amount of cash that can be kept in homes, shops, and companies; monitoring the black market and criminalizing the sale of foreign currency to unauthorized individuals, confiscating any Libyan funds found in the black market while guaranteeing their return after five years; criminalizing the practice of "burning" salaries in the black market, confiscating the funds of violators, and guaranteeing their right to recover their capital after five years; encouraging customers to use electronic services instead of cash by making these transactions free; and lifting fuel subsidies in line with global prices and instructing gas station owners to deposit cash electronically. My daily work in commercial banks is to ensure the circulation and transfer of money, after providing an alternative support such as doubling the allowance for the wife and children.

Keywords : Libyan commercial banks, quality of banking services , ServQual Gap model , customers

المُلخَص:

هدفت الدراسة إلى قياس جودة الخدمات المصرفية للمصارف التجارية الليبية من منظور الزبائن باستخدام نموذج ServQual ، وفي سبيل تحقيق ذلك قام الباحث بأجراء دراسة استطلاعية لعينة بسيطة من زبائن المصارف خلال شهر يوليو 2026 باستخدام استبانة الكترونية وفق نماذج قوئل بلغ حجمها 68 وتم استبعاد واحدة . وباستخدام برنامج PSPPIRE بلغ معامل الثبات الفا كرونباخ للاستبانة 91% وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج كان من ضمنها إن المصارف التجارية الليبية غير قادرة على توفير السيولة النقدية للزبائن عند حاجتهم إليها ، و عدم رضا زبائن المصارف التجارية محل البحث عن جودة الخدمات المصرفية بشكل عام . وقدم الباحث مجموعة من التوصيات والمقترحات للمصارف التجارية الليبية فيما يتعلق بمشكلة نقص السيولة حددها في بعض الخيارات كمحاكاة المصارف التجارية بالدول المتقدمة التي مرت بذات الظروف الاقتصادية والسياسية التي تمر بها ليبيا وأدت إلى ذات المشكلة ، و تشجيع رجال الاعمال على إبداع واستثمار أموالهم في

المصارف التجارية بما لا يتعارض والشريعة الإسلامية كأن يتم اعفائهم من رسوم الخدمات المصرفية إلى حين استقرار الدولة ، وأن يتعاون المصرف المركزي والحكومة الليبية للعمل على سن قانون حظر كنز الأموال الليبية وتحديد الحد الأقصى من النقدية المسموح الاحتفاظ بها في البيوت والمحلات التجارية والشركات ، ومتابعة السوق السوداء وتجريم بيع العملات الأجنبية لغير المرخص لهم ومصادرة أي أموال ليبية موجودة بالسوق السوداء مع إثبات الحقوق واسترجاعها بعد خمس سنوات من تاريخ مصادرتها، كذلك تجريم ما يعرف بظاهرة حرق الرواتب في السوق السوداء ومصادرة أموال المخالفين وأثبتت حقهم في استرجاع رؤوس أموالهم بعد خمس سنوات من تاريخ مصادرتها ، وتوجيه الزبائن إلى استخدام الخدمات الالكترونية في تعاملاتهم بدلاً من التعامل بالنقود الورقية وذلك من خلال مجانية هذه التعاملات ، ورفع الدعم على الوقود وفق الاسعار العالمية وتوجيه أصحاب المحطات بإيداع القيم النقدية بشكل يومي في المصارف التجارية لضمان تداول النقود ودورانها بعد توفير بديل الدعم كأن يتم مضاعفة منحة الزوجة والابناء.

الكلمات الدالة : المصارف التجارية الليبية، جودة الخدمات المصرفية ، نموذج الفجوات ، الزبائن .

المقدمة :

تعد المصارف بشكل عام بمثابة عصب للنشاط الاقتصادي، فمن خلال الأموال المودعة لديها يتم تمويل الاستثمارات في مختلف المجالات الصناعية والزراعية والخدمية والعقارية، وتقوم المصارف في الوقت الحالي بأدوار متنوعة ومتعددة من أهمها تسهيل وتنظيم عمليات التعامل بين مختلف الأنشطة المالية والاقتصادية إلى جانب تنظيم التعامل بين الأفراد وباقي مؤسسات المجتمع.

تعتمد البنوك التجارية اعتماداً كبيراً على مصادر الأموال قصيرة الأجل التي يقدمها المودعون ، كما أن جزءاً كبيراً من هذه الإيداعات يكون من حق المودعين سحبها عند الطلب، أو بعد فترة قد تكون قصيرة من تاريخ إخطار البنك برغبة المودعين في سحب هذه الأموال معنى ذلك أن البنك التجاري قد يتعرض إلى مواجهة طلبات سحب كبيرة في وقت واحد مما يحتم على البنوك التجارية أن تحتفظ بمعدل للسيولة يتناسب مع إجمالي التزامات الديون قصيرة الأجل. ولا يقصد بالاحتفاظ بمعدل سيولة معين أن يحتفظ البنك بأمواله في صورة مبالغ نقدية سائلة حيث أنه إذا فعل ذلك فإنه لن يتمكن من تحقيق أرباح وإنما يقصد بالسيولة في هذا المجال القدرة على تحويل بنود الاستثمار إلى نقدية سائلة بسرعة ودون التعرض للخسائر. (الصيرفي ، 2014 : 19)

وفي ليبيا وبالأمس القريب كان دور المصارف التجارية يقتصر على دعم مؤسسات وأجهزة الدولة من خلال القيام بالعمليات المصرفية التقليدية منها والحديثة , واليوم وفي ظل الظروف الصعبة التي تمر بها ليبيا الحبيبة , أصبحت المصارف التجارية تحتل المكانة الأهم بين مؤسسات الدولة وتلعب الدور الأساسي والمدعم لكل مؤسسات وأجهزة الدولة , وأصبحت تمثل شريان الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية , وعلى عاتقها يقع الحمل الأكبر لإخراج البلاد من الأزمة التي حلت بها بسبب الأوضاع الأمنية غير المستقرة التي شهدتها البلاد منذ 17 فبراير 2011. وما ترتب عليها من هدر اوضياعا للأموال و إغلاقا للموائئ النفطية وانخفاضا لإيرادات الدولة. وبالتالي فإن المصارف التجارية الليبية تمثل العمود الفقري للدولة وإذا ما انهارت لا قدر الله فإن الدولة ستصاب بالشلل وسيودى ذلك بدوره إلى تعثر في النمو الاقتصادي للدولة ومن ثم إلى عدم قدرة الدولة على القيام بمسؤولياتها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية , وسيفتح المجال للدول والامم من التدخل في شؤونها وفرض سياساتها , لذلك كان من الضرورة المساهمة في دراسة المشاكل والصعوبات التي تواجه الزبائن والعملاء في المصارف التجارية الليبية أثناء تعاملاتهم المصرفية ومحاولة توجيه أنظار المسؤولين إليها لمعالجتها والحد من تفاقمها .

مشكلة وتساؤلات البحث:

ظهرت مشكلة الدراسة الحالية بظهور ظاهرة طوابير الانتظار لزبائن المصارف التجارية من الرجال والنساء وفي ظروف صعبة تحت أشعة الشمس الحارقة وعلى أرسفة الطرقات أمام المصارف وأمام آلات السحب الالكترونية في مشهد يندى له الجبين وتتفطر له القلوب , ومع تكرار هذه الظاهرة على مدار السنة , الامر الذي يشير إلى وجود مشكلة كبيرة وجب دراستها وهي عجز المصارف التجارية الليبية على تقديم أبسط الخدمات المصرفية وجوهر عملها وهي توفير السيولة النقدية بشكل مستمر ومنتظم للزبائن ويمكن طرح مشكلة البحث في التساؤلات التالية :

1. هل المصارف التجارية الليبية قادرة فعلا على تسويق الخدمات المصرفية وفق رغبات الزبائن وتوقعاتهم؟
2. هل المصارف التجارية الليبية عاجزة على توفير السيولة النقدية للزبائن وبشكل مستمر و منتظم ؟
3. ماهي جوانب القوة والضعف لدى المصارف التجارية الليبية في تسويقها لخدماتها المصرفية ؟

أهداف وأهمية الدراسة:

1. دراسة واقع المصارف التجارية الليبية من خلال تقييم فعالية تسويق الخدمات المصرفية للمصارف التجارية الليبية من منظور الزبائن باستخدام نموذج SERVQUAL .
2. توجيه أنظار إدارة مصرف ليبيا المركزي والمصارف التجارية الليبية والحكومة حول مدى فعالية الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية الليبية لاتخاذ الاجراءات المناسبة بشأنها..
3. إعادة دق ناقوس الخطر الذي يهدد المصارف التجارية الليبية وتنبيه الاطراف ذات العلاقة بهذا الخطر لمعالجته قبل تفاقم الوضع أكثر من ذلك بشكل قد يهدد أمن الدولة واستقرارها .
4. عرض بعض نماذج وأدوات ضمان الجودة الشاملة في منظمات الاعمال .
5. اقتراح الحلول المناسبة لمشكلة نقص السيولة النقدية وعدم توفرها في كثير من الاحيان.
6. دعم المكتبة الاكاديمية بالإضافة العلمية إلى التراث العلمي وفتح المجال أمام الدراسات المستقبلية.

الجانب النظري ومصطلحات البحث:

لقد بات من المسلم به في الاطارين النظري والعملي بأن الجودة Quality أصبحت هاجسا حقيقيا في القرن الحادي والعشرين ، اذ استلهمت المجتمعات والمنظمات بمختلف ابعادها في الامم المتطورة والسائرة في طريق النهوض الابعاد الفكرية الاساسية لتحقيق متطلبات نموها وتطورها وتحسين ابعاد منتجاتها وعملياتها التشغيلية من خلال الركون الفكري للفكر النوعي الشامل الذي أصبح بحق قاعدة ترتكن إليها كل مستلزمات التحسين المستمر في عملياتها سواء الانتاجية أو الخدمية ، وقد لعبت المفاهيم الفكرية التي افرزتها النظريات المعاصرة ابعادا هادفة لتحقيق التطورات من خلال اعتماد القواعد الفكرية التي تستند اليها مؤشرات الفكر النوعي وما آلت إليه في السير بخطى حثيثة نحو تطوير المنظمات المختلفة وتحقيقها لمتطلبات اهدافها المراد إنجازها بالكفاءة والفاعلية المعهودة.(حمود والشيخ، 2010 : 13)

والجودة (Quality) حسب رأي (Fisher) تعبر عن درجة التألق والتميز وكون الاداء ممتازاً أو كون خصائص أو بعض خصائص المنتج (خدمة أو سلعة) ممتازة عند مقارنتها مع المعايير الموضوعية من منظور المنظمة أو من منظور الزبون" (المحياوي ، 2006 : 24)

جودة الخدمات المصرفية : وهي تعكس مدى قدرة المصارف على تلبية توقعات العملاء من حيث سرعة الأداء، دقة العمليات، ومستوى الخدمة المقدمة. وهي أيضا "مدى التوافق بين توقعات العملاء والخدمات الفعلية المقدمة، مع التركيز على الأمان، الاعتمادية، وسهولة الوصول للخدمات الإلكترونية. وتشير كذلك إلى مدى قدرة المصرف على تقديم خدمات دقيقة وموثوقة وسريعة، تلبي توقعات العملاء وتعزز رضاهم وثقتهم بالخدمات المقدمة) (التليادي، 2026: 677)

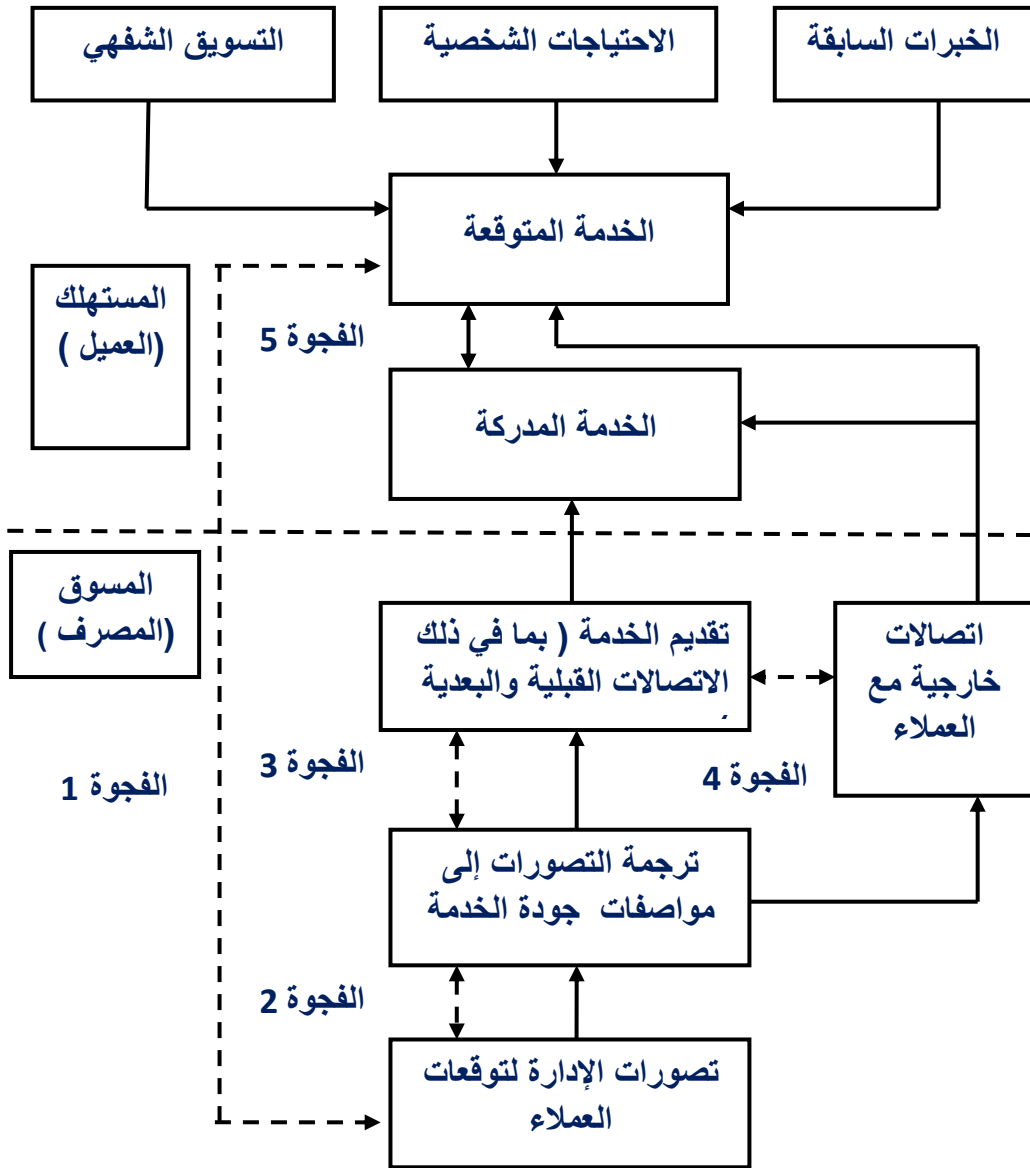
طرق قياس جودة الخدمات المصرفية من منظور الزبائن:

من أشهر الطرق الشائعة لقياس جودة الخدمات من منظور الزبائن مقياس عدد الشكاوي complaints ، ومقياس الرضا satisfactions measure ، ومقياس الفجوات ServQual measure .

وتعتبر نظرية الفجوات أو نموذج الفجوات Gaps Model المستخدمة في قياس جودة الخدمات المصرفية من النظريات الأشهر والأكثر استخداما "وهي إطار نظري شائع الاستخدام لتفسير وتحليل الفرق (أو الفجوة) بين توقعات العملاء ومستوى الخدمة الذي يتم تقديمه فعليا ، وتم تطويرها في الأساس ضمن نموذج ServQual لتقييم جودة الخدمة، وتساعد النظرية في فهم الأسباب وراء انخفاض رضا العملاء أو تحقيقه ، والفجوة هي الفرق بين ما يتوقعه العميل من الخدمة المثالية وما يشعر أنه قد حصل عليه فعليا، كلما زادت الفجوة، انخفض رضا العميل، والعكس صحيح، ويتضمن نموذج الفجوة خمس فجوات، أربعة تتعلق بمقدم الخدمة والخامسة بالعميل" (موسى والكيلاني ، 2025 : 456)

وبالتالي يعتبر مقياس الفجوات أو طريقة نموذج سيرفكوال (ServQual) أو نموذج الفجوات (Gaps Model) من أشهر وأكثر الطرق استخداما في قياس جودة الخدمات المصرفية .

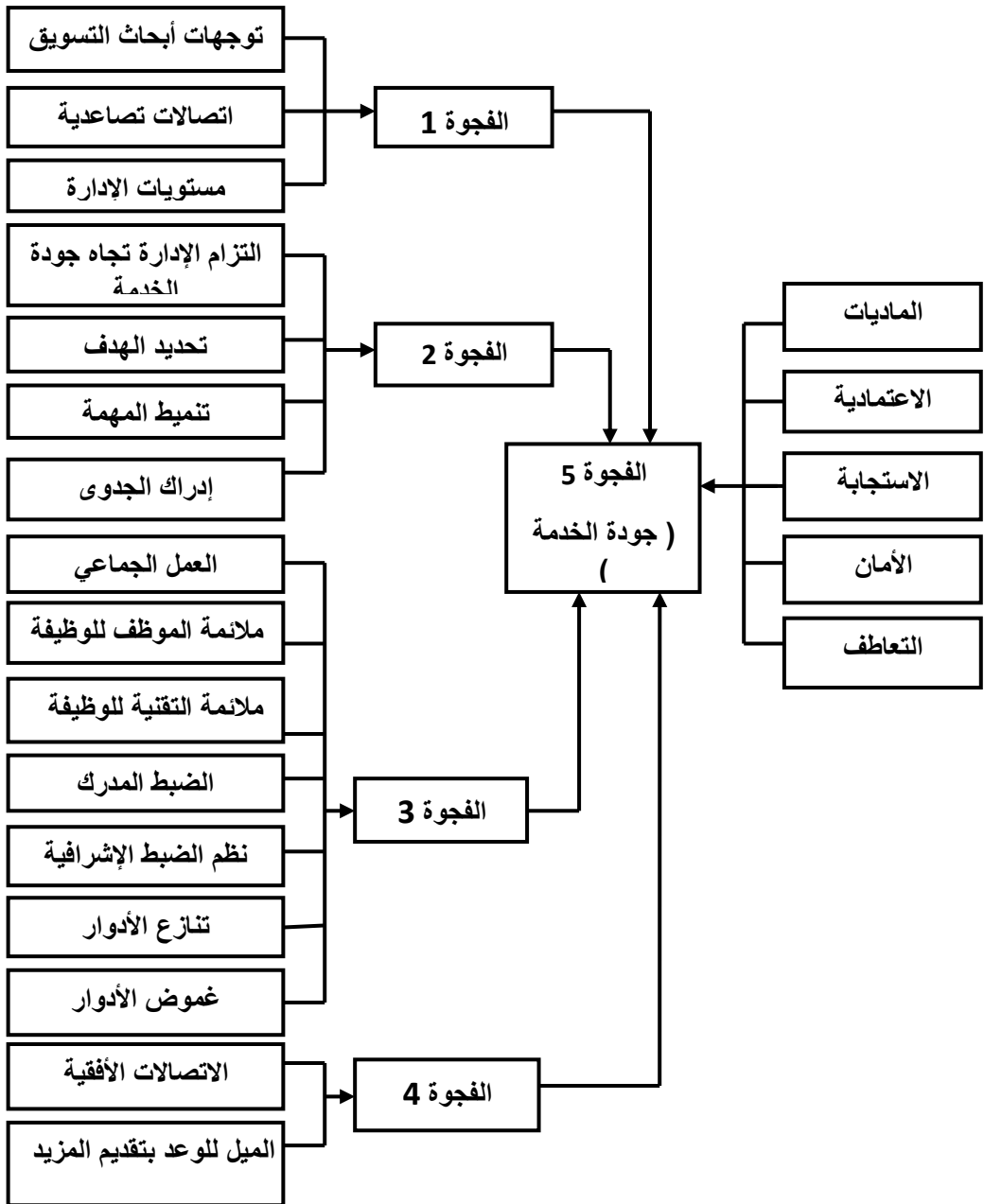
وُضع هذا النموذج من قبل (Berry , et. al,1985) ويُطلق عليه نموذج الفجوات ويُعرف باختصار Servqual واقتراح BZP أن جودة الخدمة هي دالة الاختلافات بين التوقع والأداء على طول أبعاد الجودة , لذا وضعوا نموذج جودة الخدمة الشكل(1) بناء على تحليل الفجوات .



الشكل (1) نموذج جودة الخدمة SERVQUAL

Source : parasuraman .A. et.al (1985) A Conceptual Model of Service Quality and Its implications For Future Research , *Journal of Marketing* , VoL.49, pp.41- 50

و قام نفس الباحثين في دراستهم (ZBP, 1988 : 46) بدمج هذه الأبعاد إلى خمسة أبعاد فقط كما هو موضح بالشكل رقم (2)



الشكل رقم (2) نموذج جودة الخدمة المتوسع SERVQUAL

Source : Zeithaml , Valarie .A. et.al , (1988) Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality, **Journal of Marketing** , Vol. 52,p44.

وتتلخص الابعاد الخمسة فيما يلي:

1. **الجوانب المادية الملموسة Tangibles** تشمل التسهيلات المادية ، الأجهزة والمباني والتقنيات و المظهر العام والتصميم الداخلي للمصرف .
 2. **الاعتمادية Reliability** : وتعني القدرة على تقديم الخدمة التي وعد بها في الوقت المحدد و بشكل دقيق يمكن الاعتماد عليها.
 3. **الاستجابة Responsiveness** : و تعني الرغبة في مساعدة العملاء و تقديم خدمة فورية لهم بكل صدر رحب.
 4. **التعاطف Empathy** : يعني مستوى العناية و الاهتمام الشخصي الذي يقدمه المصرف لعملائه
 5. **الأمان Assurance** : القدرة على جعل العميل يحس بالثقة و الأمان اتجاه المصرف والعاملين به .
- "وقد ارتأى KOTLER بأن الاهمية النسبية للأبعاد التي يحكم بها الزبون على جودة الخدمة كالآتي :الاعتمادية (32%) ، الاستجابة (22%) ، الأمان (19%) ، اللباقة أو التعاطف (16%) المادية (11%)" (المحياوي ،2006: 96)
- ولقد لخص (المحياوي، 2006 : 99-100) كذلك الفجوات الخمس في الآتي :
- الفجوة 1** :وتنتج عن الاختلاف بين ما يرغب الزبائن وما تعتقده الإدارة أنه رغبة الزبائن.
- نتيجة القياس** : في حالة وجود فجوة سلبية فان هذا يشير إلى عجز الإدارة عن معرفة وتفهم احتياجات ورغبات الزبائن من خلال توقعاتهم والعكس صحيح.
- الفجوة 2** : وتنتج عن الاختلاف بين ما تعتقده الإدارة أنها رغبة الزبون وبين ما تقوم المنظمة بأدائه من الناحية الفعلية.
- نتيجة القياس** : في حالة وجود فجوة سلبية فان هذا يعني أنه بالرغم من أدراك الإدارة لتوقعات الزبائن فإنه لم يتم ترجمة هذه التوقعات إلى مواصفات محددة فعلية في الخدمة المقدمة للزبائن بسبب قيود تتعلق بموارد المنظمة أو عدم قدرة الإدارة على تبني فلسفة الجودة في الخدمة والعكس صحيح.
- الفجوة 3** : وتظهر بسبب الاختلاف بين المواصفات المحددة للجودة وبين مستوى الأداء الفعلي.

نتيجة القياس : في حالة وجود فجوة سلبية فان هذا يعني أن هناك اختلافا بين مواصفات الخدمة المقدمة للزبائن وبين ما تدركه الإدارة وذلك بسبب تدني مستوى

الأداء والمهارات الخاصة بمقدمي الخدمة أو عدم وجود الدافعية لهم لتقديم الخدمة وفقا للمواصفات المخططة والعكس صحيح.

الفجوة 4: وتنتج عن الاختلاف بين الخدمة المؤداة وما يتم الترويج عنه بخصوص الخدمة .

نتيجة القياس : في حالة وجود فجوة سلبية فان هذا يشير إلى وجود خلل في المصادقية والثقة في منظمة الخدمة , والعكس صحيح.

الفجوة 5 : هي نتاج واحدة أو أكثر من الفجوات الأربعة السابقة وتمثل الفرق بين الخدمة المدركة والخدمة الفعلية.

نتيجة القياس : في حالة وجود فجوة سلبية فان هذا يؤدي إلى عدم رضا الزبائن والمجتمع عن الخدمة المقدمة , واحتمالات التذمر والشكوى وتكوين الانطباعات السيئة عن منظمات الخدمة.

ويتم قياس جودة الخدمة من خلال استبيان يوجه إلى زبائن المصرف يتكون من مجموعة عبارات خاصة بالإدراكات التي تمثل مستوى الأداء الفعلي في المصرف ومثلها للتوقعات والتي تمثل المستوى المثالي المرغوب لجودة الخدمة , وتغطي هذه العبارات الأبعاد الخمس : الاعتمادية , الاستجابة , الثقة والمصادقية , التعاطف , الملموسية .

وبالمقارنة بين الاثنين (الإدراكات والتوقعات) يمكن معرفة مستوى جودة الخدمة المقدمة إلى زبائن المصرف وفق ما ذكر أعلاه.

السياسة النقدية و مشكلة نقص السيولة بالمصارف التجارية:

يمكن تعريف السياسة النقدية "بأنها ادارة التوسع والانكماش في حجم النقد بهدف الحصول على اغراض معينة " (النعمي واخرون، 2014 : 60)

ان الجهة الوحيدة والمسئولة بالدرجة الأولى عن التحكم في عرض النقود هي المصرف المركزي.. فإذا اتبعت السياسة النقدية التوسعية فهذا يعنى القيام بالخطوات التالية :-

(1) شراء الأوراق المالية من قبل المصرف المركزي تحت ما يسمى بسياسة السوق المفتوحة.

(2) خفض نسبة الاحتياطي القانوني بالنسبة للمصارف التجارية .

(3) خفض سعر الخصم وتسهيل اعطاء القروض من قبل المصرف المركزي للمصارف التجارية .

أما السياسة النقدية الانكماشية فهذه عادة ما تكون السياسة المتبعة من قبل المصرف المركزي للحد من مشكلة التضخم المالي وتنحصر الاجراءات المتبعة في هذا الخصوص فيما يلي :-

1- بيع الاوراق المالية في السوق المفتوحة ومن ثم امتصاص قدر من النقود الدائرة بالاقتصاد .

2- رفع نسبة الاحتياطي القانوني بالنسبة للمصارف التجارية فتخفض أماكنه المصارف التجارية تبعا لذلك في اعطاء القروض .

3- رفع سعر الخصم من قبل المصرف المركزي وبالتالي التقليل من اعطاء القروض للمصارف التجارية.(الويفاتي ، 2024 : 343)

أدوات ضمان الجودة الشاملة التي يمكن للمصارف التجارية الليبية استخدامها لتحقيق الجودة:

- البحث العلمي والتدريب المستمرين.
- تحليل SWOT الرباعي.
- نموذج الساعة الاستراتيجية Strategy clock (رشيد ، 2007 ، ص 311)
- نموذج الحيدود الستة Six Sigma : ان من أهم الابتكارات التي ظهرت من خلال إدارة الجودة الشاملة هو مفهوم الـ Six Sigma الذي أوجدته شركة Motorola في منتصف الثمانينات الهدف من الـ Six Sigma هو تحسين أداء العمليات لدرجة يصل فيها عدد القطع المعيبة إلى 3.4 قطعة أو أقل لكل مليون قطعة منتجة.(حمود والشيخ ، 2010 : 41) وفي مجال الخدمات المصرفية فإن ذلك يعني تحسين أداء العمليات المصرفية لدرجة يصل فيها عدد العمليات المعيبة إلى 3.4 عملية أو أقل لكل مليون عملية ، أي أنه ووفق المنظور البشري في كل 294000 عملية تقريبا من عمليات الخدمة المصرفية التي تقدم إلى زبائن المصرف يحدث الخطأ مرة واحدة فقط , والأخطاء بالنسبة لستة سيجما هي أي انحراف عن متطلبات الزبائن.
- المبادئ التسعة للمنظمة الفطنة (غسان ، 2010 : 370)
- نقل التكنولوجيا Transfer Of Technology
- وقد ذكر (جاد الرب , 2010 : 72) أن Deming قدم مجموعة عوامل هامة ومؤثرة لضمان الجودة:
- أن الإدارة العليا يجب أن تقتنع وتسلم بإنجاز وتحقيق الجودة العالية.
- يجب أن تكيف المنظمة نفسها ومنهجها لتحسين الجودة في الأجل الطويل .

- يجب أن تصر المنظمة على معرفة المشاكل الصغيرة (التافهة) في الأجل القصير .
 - ليس مقبولا النظر إلى بعض المشاكل على أنه متعذر اجتنبها أو يجب التسليم بها
 - التأكيد على ضمان تحقيق الجودة العالية للمواد الخام .
 - التأكيد على أهمية الاعتقاد بأن الجودة العالية مرتفعة التكاليف, أي عدم الربط بين التكاليف والجودة.
 - استخدام الطرق الإحصائية في تحديد مصادر ومنابع الجودة الفقيرة أو المنخفضة
 - مناقشة والتعرف على طرق تحسين الجودة .
 - التأكيد على أن كل فرد في المنظمة يكون معدا مؤهلا ومهتما بالجودة العالية .
 - تحسين الإشراف.
 - تشجيع الجودة عند المنبع . وتعني فعل الشيء الصحيح في أول الأمر.
 - فتح باب المناقشات وتقديم الاقتراحات من أجل التحسين المستمر للجودة .
- ويرى (العموري ، 2015 : 83)** انه ولضمان جودة الخدمات المصرفية لابد من التأكيد على المتطلبات التالية في العمل :
1. إخلاص العمل لله سبحانه وتعالى، وما ينشئه هذا الإخلاص من قوة دافعة تحت على الإنجاز المبدع والعمل المتقن .
 2. مراقبة الله في السر والعلانية، وتعميق دور الرقابة الذاتية في أداء الأعمال والقيام بالمسؤوليات.
 3. معايرة كل سلوك يصدر في العمل المصرفي على ضوء الشريعة الإسلامية ، وفي الوقت ذاته بناء معايير لكل عمل أو أداء تقيس مستوى جودته بحيث لا تُعارض ثوابت الشريعة الإسلامية .
 4. التحسين المستمر وتنمية القدرة على الإبداع.
 5. العمل الجماعي وتعهد والتزام الجميع بالمسؤولية عن الجودة.
 6. دعم وتأييد الإدارة العليا لجودة الخدمة يمثل مفتاح النجاح الرئيسي لبرامج الجودة في المصارف.
 7. التدريب والتعليم المستمرين .
 8. بناء قاعدة بيانات ومعلومات للبيئة المحيطة بالمصارف الداخلية منها والخارجية والاهتمام بالتغذية المرتدة.
 9. اليقظة والفتنة التنظيمية.

معوقات ضمان الجودة في المصارف التجارية الليبية:

يرى (العموري ، 2015 : 85) أن هناك الكثير من الأسباب إذا ما وجدت قد تمثل عائق نحو تحقيق الجودة في المصارف الليبية , ومن هذه الأسباب على سبيل المثال لا الحصر :

- (1) تغلغل الفساد والتسيب الإداري في أجهزة وأروقة الدولة نتيجة الابتعاد عن مبادئ الدين الإسلامي المتعلقة بالجودة في العمل.
- (2) افتقاد الإدارة العليا الفهم الواضح لفلسفة الجودة وأبعادها المختلفة, وقلة الوعي بأهميتها .
- (3) افتقاد الفهم الواضح من قبل الإدارة العليا لتوقعات ورغبات العملاء حول الخدمات المطلوبة ونوعيتها , وذلك نتيجة قلة البحوث والدراسات التسويقية اللازمة بالخصوص أو نتيجة التعقيد الإداري .
- (4) عدم وجود التزام حقيقي من قبل الإدارة العليا اتجاه جودة الخدمة نتيجة لعدم توفر القدرة أو الرغبة لترجمة رغبات وتوقعات العملاء إلى سياسات وإجراءات عمل تعكس جودة الخدمة , ويحدث ذلك إما نتيجة عدم توفر الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة بالخصوص, أو بسبب وقوعها فيما يسمى بقصر النظر التسويقي مثل تحقيق الربح السريع , أو بسبب عدم ارتباط أهدافها بالجودة مثل تحقيق أهداف سياسية بحثه.
- (5) عدم قدرة أو رغبة العاملون في الخط الأمامي على أداء الخدمة وفق المواصفات والمعايير المحددة من قبل الإدارة العليا لافتقاد الدعم الإداري أو التنظيمي من قبل الإدارة , وقلة العدالة التنظيمية بين العاملين فيما يتعلق بالتواب والعقاب , أو كنتيجة لمقاومة التغيير .. الخ .
- (6) العمل الانفرادي في الإدارات والأقسام بالمصارف.
- (7) الوقوع فيما يسمى بقصر النظر التسويقي مثل النظر إلى الربح قصير الأجل , تجاهل المنافسين , تجاهل بحوث السوق ... الخ
- (8) عدم توفر قاعدة للبيانات والمعلومات لدى البنوك فيما يتعلق بالبيئة الداخلية والخارجية.
- (9) مشاكل التكلفة من حيث الجهد والوقت والمال.... الخ فهناك العديد من الأسباب والعوامل يتركها الباحث للبحوث والدراسات المستقبلية.

ويُرجع الباحث نقص وعدم توفر السيولة النقدية في المصارف التجارية الليبية دون التعميم والتأكيد إلى أحد الاسباب التالية :

1. قد تكون كأحد سياسات وأدوات المصرف المركزي في إدارة النقد كمنع التضخم في السوق خاصة بعد الاحداث التي مرت بها ليبيا من حالة الشغب والمظاهرات والاضرابات والحروب كما حدث بالدول المشابهة التي مرت بذات الظروف وحدث بها تضخم كبير في الاسعار مما أدخل الكثيرين تحت خط الفقر.
 2. قد يكون بسبب تزعزع الثقة بالمصارف التجارية نتيجة تغلغل الفساد والتسيب الاداري بين أجهزة وأروقة الدولة وبالتالي اكتناز حجم كبير من الاموال وعدم تداولها في السوق أدى إلى نقص السيولة .
 3. قد تكون كأحد سياسات المصرف المركزي لتوجيه الافراد نحو التوجه العالمي وهو التداول الالكتروني والخدمات الالكترونية لتسهيل عملية تتبع الاموال ومراقبتها كنوع من سياسة بعض الدول الغربية في مكافحة الارهاب كما هم يعتقدون.
 4. قد يكون السبب وراء عدم توفر السيولة هو جشع وطمع المصارف التجارية الليبية في مضاعفة الارباح نتيجة استخدام الافراد للخدمات الالكترونية مقارنة بالتداول النقدي ، فقد يكون ليس من مصلحة المصارف التجارية توفر السيولة بشكل مستمر كونها لا تحقق لها أرباح مثل التعاملات الالكترونية.
 5. فشل الادارة في المصارف التجارية الليبية نتيجة الاحداث السابقة وما نتج عنها من الفساد والتسيب الاداري بالدولة وبالتالي خلق بيئة خصبة للفشل في إدارة المصارف التجارية كونها تعمل في ظروف بيئية شديدة التعقيد يصعب التعامل معها .
- ويترك الباحث للدراسات المستقبلية أمر التأكد من هذه الاسباب ودراستها علميا وفق مناهج البحث العلمي .

الجانب الميداني

منهج البحث Research Method

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج العلمي المتكامل القائم على وجود ترابط وتلازم بين الإطار العلمي للبحث وبين الواقع العملي، وبالتالي خلط الباحث بين البحوث الاساسية النظرية والبحوث الميدانية في دراسة استطلاعية واحدة.

مصادر بيانات البحث:

أعتمد الباحث في دراسته على نوعين من البيانات وهما : البيانات الثانوية تم جمعها من الكتب والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوعات البحث ، والبيانات الأولية تم جمعها من خلال قائمة استبانة إلكترونية أعدت لهذا الغرض ، وهي قائمة من الاسئلة أو العبارات المكتوبة التي تقيس اتجاهات و آراء أفراد الدراسة حول موضوع البحث ، بالإضافة إلى قياس المعلومات العامة للمشاركين في تعبئة الاستبانة وقد أستخدم الباحث مقياس ليكرت الخماسي موافق تماما ، موافق ، محايد ، غير موافق ، غير موافق تماما . وذلك لقياس اتجاهات أفراد الدراسة حول موضوعات البحث ، بالإضافة لبعض الاسئلة ذات الاجابات المفتوحة وذلك لمعرفة أية آراء إضافية يرغب المشاركون إضافتها حول موضوعات البحث ، وبذلك يكون الباحث قد استخدم اسلوب المنهج المختلط بحيث جمع بين بيانات كمية واخرى نوعية.

مجتمع وعينة البحث : Population and Sampling

تمثل الاطار العام لمجتمع الدراسة في جميع زبائن المصارف التجارية الليبية العامة والخاصة ، ونظرا لعدم تمكن الباحث من حصر جميع أفراد مجتمع الدراسة نظرا لعدم توفر قائمة بهم ، أكتفى الباحث بدراسة استطلاعية لعينة بسيطة بلغ حجمها 68 مفردة تم الحصول عليها بمشاركة رابط الاستبانة الالكترونية التي تم اعدادها وفق نماذج Google ، وقد تم استبعاد واحدة غير صالحة لعدم ذكر أسم المصرف .

أداة البحث أو طريقة جمع البيانات : Data Collection Method

أعتمد الباحث في جمع البيانات على استبانة إلكترونية أعدت لهذا الغرض وفق مقياس ليكرت الخماسي ، تضمنت على مجموعة من العبارات لقياس اتجاهات أفراد الدراسة حول أبعاد جودة الخدمات المصرفية وفق نموذج SERVQUAL وهي خمسة أبعاد : الجوانب المادية ، الاعتمادية ، الاستجابة ، التأكيد ، التعاطف .

حدود البحث : Limitations Research

الحدود المكانية : المصارف التجارية الليبية .

الحدود البشرية : زبائن المصارف التجارية الليبية العامة والخاصة.

الحدود الزمنية : تمت الدراسة خلال شهر يوليو (1-21 / 7) لسنة 2026 ميلادية

الحدود الموضوعية : المصارف التجارية ، الجودة ، الخدمات المصرفية ، السيولة

النقدية ، نموذج SERVQUAL .

الاساليب الاحصائية باستخدام برنامج PSPPIRE النسخة العربية:

- استخدام معامل الفا كرو نباخ ومعامل الصدق لقياس ثبات وصدق أداة البحث .

- مقاييس النزعة المركزية كالمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ..الخ وذلك لوصف أفراد العينة وقياس اتجاهاتهم حول أبعاد جودة الخدمات المصرفية
صدق وثبات أداة البحث:

صدق أداة البحث يعني قدرتها على قياس ما وضعت لقياسه ، أما ثباتها فيشير لإمكانية الحصول على نفس النتائج لو أعيد استخدامها أو تطبيقها على نفس أفراد الدراسة . وللتأكد من ثبات أداة البحث والمقاييس المستخدمة وأنها سوف تعطي النتائج نفسها إذا ما أعيد تطبيقها على نفس العينة وفي نفس الظروف قام الباحث باستخدام طريقة ألفا كرو نباخ لقياس ذلك ويوضح الجدول رقم 1. قيم معامل الفا كرو نباخ .

الجدول (1) صدق وثبات أداة البحث

ت	الابعاد	عدد العبارات	معامل الثبات الفا كرو نباخ	الصدق
1	الجوانب المادية	5	78%	0.883
2	الاعتمادية والكفاءة	6	79%	0.888
3	سرعة الاستجابة	4	76%	0.872
4	الثقة والأمان	4	78%	0.883
5	التعاطف والاهتمام	4	71%	0.843
	الاداة بالكامل	23	91%	0.954

المصدر : من اعداد الباحث من خلال برنامج PSPPIRE النسخة العربية

ويشير التحليل الاحصائي للجدول رقم 1. أن معامل ثبات أداة القياس كان على النحو التالي :

- ✗ معامل الثبات لقياس اتجاهات أفراد الدراسة حول الجوانب المادية وفق مقياس ألفا كرنباخ يساوي 0.78 وهذا يدل على ثبات عالي لعبارات القياس .
- ✗ معامل الثبات لقياس اتجاهات أفراد الدراسة حول الاعتمادية والكفاءة وفق مقياس ألفا كرنباخ يساوي 0.79 وهذا يدل على ثبات عالي لعبارات القياس .
- ✗ معامل الثبات لقياس اتجاهات أفراد الدراسة حول سرعة الاستجابة وفق مقياس ألفا كرنباخ يساوي 0.76 وهذا يدل على ثبات عالي لعبارات القياس .
- ✗ معامل الثبات لقياس اتجاهات أفراد الدراسة حول الثقة والأمان وفق مقياس ألفا كرنباخ يساوي 0.78 وهذا يدل على ثبات عالي لعبارات القياس .
- ✗ معامل الثبات لقياس اتجاهات أفراد الدراسة حول التعاطف والاهتمام وفق مقياس ألفا كرنباخ يساوي 0.71 وهذا يدل على ثبات جيد لعبارات القياس .
- ✗ معامل الثبات لقياس اتجاهات أفراد الدراسة حول الاداة بالكامل وفق مقياس ألفا كرنباخ يساوي 0.91 وهذا يدل على ثبات عالي لاداة البحث .

وصف أفراد الدراسة:

باستخدام الباحث لبرنامج pspp في ادخال البيانات الاولية واجراء التحليل الوصفي والإحصائي توصل الباحث إلى أهم النتائج التالية:

تشير نتائج التحليل الوصفي للجدول رقم (2) الخاص بوصف زبائن المصارف التجارية الليبية أن غالبيتهم من الذكور بنسبة 73.1 % من عدد أفراد الدراسة ، وأن 77.6 % من أفراد الدراسة تزيد أعمارهم عن 40 سنة ، وإن أكثر من نصف أفراد الدراسة مرتباتهم أقل من 5000 دينار، كما تشير نتائج التحليل الوصفي ان زبائن مصرف الجمهورية أكثر نسبة واستجابة من زبائن المصارف الاخرى .

الجدول رقم (2) وصف أفراد الدراسة (زبائن المصارف التجارية الليبية)

المتغير	الرمز	الفئة	التكرار	النسبة
الصفة	1	ذكر	49	73.1%
	2	أنثى	18	26.9%
المجموع				
العمر	1	20 - أقل من 30	4	6%
	2	30 - أقل من 40	11	16.4%
	3	40 - أقل من 50	21	31.3%
	4	50 - فما فوق	31	46.3%
	المجموع			
الدخل	1	أقل من 1000 دينار	3	4.5%
	2	من 1000 إلى أقل من 5000	38	55.7%
	3	من 5000 إلى أقل من 10000	26	38.8%
	4	من 10000 فما فوق	00	00%
	المجموع			
المصرف	1	مصرف الوحدة	8	11.9%
	2	مصرف الجمهورية	27	40.3%
	3	مصرف الصحاري	11	16.4%
	4	مصرف شمال أفريقيا	3	4.5%
	5	المصرف التجاري الوطني	9	13.4%
	6	المصرف المتحد	3	4.5%
	7	مصرف الامان	2	3%
	8	مصرف اليقين	1	1.5%
	9	مصرف الواحة	3	4.5%
	المجموع			
المدينة	1	الزاوية	27	40.1%
	2	طرابلس	3	4.5%
	3	صبراتة	8	11.9%
	4	مصراته	3	4.5%

5	الجميل	5	7.5%
6	سرت	1	1.5%
7	بني وليد	1	1.5%
8	زليت	1	1.5%
9	الخمس	1	1.5%
10	زواره	1	1.5%
11	زلطن	1	1.5%
12	وازن	1	1.5%
13	براك	1	1.5%
14	العجيلات	13	19.5%
المجموع		67	100%
المصدر : من اعداد الباحث من خلال برنامج PSPPIRE النسخة العربية			

قياس اتجاهات زبائن المصارف التجارية الليبية حول أبعاد جودة الخدمات المصرفية

لقياس اتجاهات زبائن المصارف التجارية الليبية حول أبعاد جودة الخدمات المصرفية استخدم الباحث مقياس ليكرت الخماسي : موافق تماما ، موافق ، محايد ، غير موافق ، غير موافق تماما.

وحيث أن الباحث قد صاغ العبارات في صورتها الايجابية ، فقد أعطى خمس نقاط لموافق تماما ، وأربعة نقاط لموافق ، وثلاث نقاط لمحايد ، ونقطتين لغير موافق ، ونقطة واحدة لغير موافق تماما.

وكما هو معروف سيكون المتوسط الحسابي بين أحد الفئات التالية :

(1- 1.80) وتعني عدم الموافقة الشديدة من قبل زبائن المصارف التجارية الليبية على أسئلة الاستبانة.

(1.81 – 2.60) وتعني عدم الموافقة من قبل زبائن المصارف التجارية الليبية على أسئلة الاستبانة.

(2.61 – 3.40) وتعني عدم تأكد زبائن المصارف التجارية الليبية محل الدراسة من أسئلة الاستبانة.

(3.41 – 4.20) وتعني الموافقة من زبائن المصارف التجارية الليبية محل البحث على أسئلة الاستبانة.

(4.21 – 5) وتعني الموافقة الشديدة من زبائن المصارف التجارية الليبية على أسئلة الاستبانة.

أما الانحراف المعياري فهو من أهم مقاييس التشتت والذي يعني مدى تباعد البيانات (الاستجابات) عن بعضها البعض وعن المتوسط الحسابي، وبالنسبة لتفسير قيم

الانحراف المعياري ، فكلما اقتربت قيمته من الصفر كلما قل التششت وزاد تجانس زبائن المصارف حول استجاباتهم واتفاقهم على قيمة المتوسط الحسابي , و كقاعدة عامة المتوسط الحسابي ± 1 انحراف معياري يعني أن تقريبا 75% من أفراد الدراسة ضمن هذا النطاق .
وباستخدام البرنامج الإحصائي PSPPIRE النسخة العربية توصل الباحث إلى أهم النتائج التالية:

الجدول (3) اتجاهات زبائن المصارف التجارية الليبية حول بُعد الجوانب المادية

ت	الجوانب المادية	الدرجة المتوسطة	الدرجة المتوسطة	الدرجة المتوسطة
1	يوفر المصرف للزبائن أماكن خاصة لوقوف السيارات بكل سهولة ويسر.	2.34	1.16	عدم الموافقة
2	المدخل الرئيسي والمظهر الخارجي للمصرف ملائم وجذاب.	3.12	1.19	عدم التأكد
3	يوفر المصرف صالات الانتظار والخدمات الملحقة بها لضمان راحة الزبائن.	2.60	1.19	عدم الموافقة
4	يتمتع موظفي المصرف بالمظهر الجيد والأناقة	3.52	0.99	موافقة
5	يوفر المصرف مداخل خاصة لذوي الاعاقة تسهل عليهم عملية الحصول على الخدمات المصرفية	2.58	1.13	عدم الموافقة
الاتجاه العام لزبائن المصرف حول بُعد الجوانب المادية				
المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج PSPPIRE النسخة العربية				
		2.83	0.83	عدم التأكد

تشير نتائج الجدول رقم 3 وفق اتجاهات وأراء الزبائن إلى أن المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث لا توفر للزبائن أماكن خاصة لوقوف السيارات بكل سهولة ويسر ، كما أنها لا توفر لهم صالات الانتظار والخدمات الملحقة بها لضمان راحتهم ، وإن بعض المصارف لا توفر مداخل خاصة لذوي الاعاقة تسهل عليهم عملية الحصول على الخدمات المصرفية ، وجاء الاتجاه العام حول بُعد الجوانب المادية بمتوسط 2.83 وانحراف معياري 0.83 في فئة عدم التأكد وفي اتجاه عدم الموافقة كون المتوسط العام أقل من 3.

الجدول (4) اتجاهات زبائن المصارف التجارية الليبية حول بُعد الاعتمادية والكفاءة

ت	الاعتمادية والكفاءة	المتوسط	الانحراف المعياري	عدم التأكيد
1	عندما يعد المصرف بعمل شيء فإنه يلتزم بالوفاء بما وعد.	2.70	0.98	عدم التأكيد
2	عندما أواجه مشكلة في التعامل مع خدمات المصرف تسارع إدارة المصرف بمساعدتي في حلها.	2.94	1.07	عدم التأكيد
3	يقدم المصرف الخدمة الجيدة للزبائن من أول مرة.	2.69	1.00	عدم التأكيد
4	يقدم المصرف الخدمات المصرفية للزبائن في الوقت المحدد لها.	2.58	1.00	عدم الموافقة
5	ألاحظ دائماً أن خدمات المصرف تقدم بدون أخطاء تذكر.	2.90	1.00	عدم التأكيد
6	يمكن الاعتماد على المصرف في توفير السيولة النقدية عند الحاجة إليها.	1.55	0.80	عدم الموافقة التامة
الاتجاه العام لأفراد الدراسة حول بُعد الاعتمادية والكفاءة				
المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج PSPPIRE النسخة العربية				

تُشير نتائج الجدول رقم 4 وفق اتجاهات وأراء الزبائن إلى أن المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث غير قادرة على توفير السيولة النقدية للزبائن عند حاجتهم إليها ولا يمكن الاعتماد عليها في ذلك ، كما إنها لا تستطيع تقديم الخدمات المصرفية للزبائن في الوقت المحدد لها، ولقد كان الاتجاه العام حول بُعد الاعتمادية والكفاءة بمتوسط 2.56 وانحراف معياري 0.68 في فئة عدم الموافقة .

الجدول (5) اتجاهات زبائن المصارف التجارية الليبية حول بُعد سرعة الاستجابة

ت	سرعة الاستجابة	المتوسط	الانحراف المعياري	عدم التأكيد
1	عادة احصل من المصرف على موعد محدد لإنهاء الخدمات المصرفية المطلوبة .	2.43	0.92	عدم الموافقة
2	يقدم العاملون في المصرف خدمة إضافية أكثر مما يطلبه الزبائن .	2.03	0.83	عدم الموافقة
3	دائماً ما يبدي العاملون بالبنك استعداداً لمساعدة الزبائن .	2.64	1.04	عدم التأكيد
4	لا يكون العاملون منشغلون عن الاستجابة للزبائن.	2.79	0.93	عدم التأكيد
الاتجاه العام لأفراد الدراسة حول بُعد سرعة الاستجابة				
المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج PSPPIRE النسخة العربية				

تُشير نتائج الجدول رقم 5 وفق اتجاهات وأراء الزبائن إلى أن المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث لا تستجيب بالسرعة المطلوبة في تقديم الخدمات المصرفية وإنها تتأخر في إنها الخدمات المصرفية ، ولا تقدم خدمات مصرفية

إضافية أكثر مما يطلبه الزبائن ، أما الاتجاه العام حول بُعد سرعة الاستجابة بمتوسط 2.47 وانحراف معياري 0.71 فقد كان ضمن فئة عدم الموافقة.

الجدول (6) اتجاهات زبائن المصارف التجارية الليبية حول بُعد الثقة والامان

ت	الثقة والامان	ليست متوافقة	ليست متوافقة	ليست متوافقة
1	سلوك العاملين في المصرف يعزز ثقتي بالمصرف .	2.61	1.07	عدم التأكد
2	أشعر بالأمان في تعاملاتي الالكترونية مع المصرف.	3.41	1.05	موافقة
3	أشعر بالسعادة التامة عند تعاملتي مع المصرف.	2.49	1.06	عدم الموافقة
4	يملك العاملون بالمصرف المعرفة الكاملة بالعمليات المصرفية .	3.22	1.01	عدم التأكد
الاتجاه العام لأفراد الدراسة حول بُعد الثقة والامان				
المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج PSPPIRE النسخة العربية				
	2.93	0.81	عدم التأكد	

تشير نتائج الجدول رقم 6 وفق اتجاهات وأراء الزبائن إلى أن زبائن المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث غير راضيين على الخدمات المصرفية رغم شعورهم بالأمان في تعاملاتهم الالكترونية مع المصارف ، وقد جاء الاتجاه العام لهذا البعد بمتوسط 2.93 وانحراف معياري 0.81 في فئة عدم تأكد الزبائن حول بُعد الثقة والامان لكن رأيهم أكثر ميلا إلى عدم الموافقة كون المتوسط أقل من 3.

الجدول (7) اتجاهات زبائن المصارف التجارية الليبية حول بُعد التعاطف والاهتمام

ت	التعاطف والاهتمام	ليست متوافقة	ليست متوافقة	ليست متوافقة
1	يعطي المصرف اهتماما شخسيا للزبائن .	2.40	0.87	عدم الموافقة
2	أوقات العمل في المصرف ملائمة جدا للزبائن .	3.37	1.1	عدم التأكد
3	الاهتمام بالزبائن وتحقيق رضائهم من أولويات المصرف	2.64	1.07	عدم التأكد
4	يتعاطف المصرف مع ذوي الاحتياجات الخاصة ويسهل عليهم عملية الحصول على الخدمات المصرفية.	3.04	1.05	عدم التأكد
الاتجاه العام لأفراد الدراسة حول بُعد التعاطف والاهتمام				
المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج PSPPIRE النسخة العربية				
	2.87	0.76	عدم التأكد	

تشير نتائج الجدول رقم 7 وفق اتجاهات وأراء الزبائن إلى أن أوقات العمل في المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث ملائمة ومناسبة جدا للزبائن ، ورغم ذلك لا تعطي المصارف التجارية اهتماما شخسيا كافيا لزبائنهم ، كما تشير النتائج الى أن المصارف التجارية محل البحث تتعاطف مع ذوي الاحتياجات الخاصة

وتسهل عليهم عملية الحصول على الخدمات المصرفية المتاحة، وقد جاء الاتجاه العام لهذا البعد بمتوسط 2.87 وانحراف معياري 0.76 هو الآخر ضمن فئة عدم التأكد في اتجاه عدم الموافقة .

الاتجاه العام لزبائن المصارف التجارية الليبية محل البحث حول جودة الخدمات المصرفية وفق نموذج سيرف كوال .

ووفقا للرأي الذي قدمه KOTLER بأن الأهمية النسبية للأبعاد التي يحكم بها الزبون على جودة الخدمة كالآتي :الاعتمادية (32%) ، الاستجابة (22%) ، الأمان (19%) ، اللباقة أو التعاطف (16%) المادية (11%) ، تحصل بعد الاعتمادية وبعد الاستجابة على عدم موافقة زبائن المصارف التجارية الليبية وهي تشكل 54% من النسبة الكلية ، بينما حصلت بقية الأبعاد على عدم تأكد الزبائن منها وهي تشكل 46% من النسبة الكلية وهذا يدل بأن الاتجاه العام لزبائن المصارف يتجه الى عدم رضا زبائن المصارف التجارية الليبية على جودة الخدمات المصرفية ، وحيث إن الانحراف المعياري في الاتجاه العام لكل بُعد من أبعاد جودة الخدمة كان دائما أقل من واحد صحيح يعني ذلك إن أكثر من 75% من زبائن المصارف التجارية الليبية المشاركين في الدراسة ضمن هذا الرأي أو هذا الاتجاه.

النتائج :

1. أوضحت النتائج إن المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث لا توفر للزبائن أماكن خاصة لوقوف السيارات بكل سهولة ويسر ، كما أنها لا توفر لهم صالات الانتظار والخدمات الملحقة بها لضمان راحتهم ، وإن بعض المصارف لا توفر مداخل خاصة لذوي الإعاقة تسهل عليهم عملية الحصول على الخدمات المصرفية .
2. أظهرت النتائج إن المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث غير قادرة على توفير السيولة النقدية للزبائن عند حاجتهم إليها ولا يمكن الاعتماد عليها في ذلك ، كما إنها لا تستطيع تقديم الخدمات المصرفية للزبائن في الوقت المحدد لها .
3. أشارت النتائج إلى إن المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث لا تستجيب بالسرعة المطلوبة في تقديم الخدمات المصرفية وإنها تتأخر في إنهاء الخدمات المصرفية ، ولا تقدم خدمات مصرفية إضافية أكثر مما يطلبه الزبائن .
4. أظهرت النتائج كذلك إن زبائن المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث غير راضيين على الخدمات المصرفية رغم شعورهم بالأمان في تعاملاتهم الالكترونية مع المصارف.

5. أنهت نتائج الدراسة كذلك إلى إن أوقات العمل في المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث كانت ملائمة ومناسبة جدا للزبائن ، ورغم ذلك لا تعطي المصارف التجارية اهتماما شخسيا كافيا لزبائنهم.
 6. تشير النتائج كذلك إلى أن المصارف التجارية الليبية محل البحث تتعاطف مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتسهل عليهم عملية الحصول على الخدمات المصرفية المتاحة.
 7. تشير النتائج بشكل عام إلى عدم رضا زبائن المصارف التجارية محل البحث عن جودة الخدمات المصرفية.
- التوصيات وآلية تنفيذها:**

1. يوصي الباحث إدارة المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث بضرورة العمل على توفير أماكن خاصة لمواقف السيارات ، وتوفير صالات الانتظار والخدمات الملحقة بها لضمان راحة الزبائن أثناء انتظارهم لتلقي الخدمة المصرفية ، والعمل على توفير مداخل خاصة لذوي الاعاقة لتسهيل عملية الحصول على الخدمات المصرفية .
 2. يوصى الباحث إدارة المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث بضرورة العمل على إدارة السيولة الادارة الجيدة وتوفير السيولة النقدية للزبائن وبشكل منتظم لتلبية حاجتهم اليها ، وحيث إن هذه التوصية تتعلق بجوهر مشكلة البحث يقترح الباحث آلية التنفيذ التالية.
- آلية التنفيذ المقترحة :**

لقد قدمت العديد من الدراسات التي تناولت مشكلة السيولة كدراسة كل من : الصقلي 2023 ، أدريس ويونس 2025 ، الهامالي والكزة 2024 ، سليمان وآخرون 2025 ، التليادي 2026 ، صديقي وزناقي 2023 ، موسى والكيلاني 2025 ، حلول كثيرة جدا في إدارة السيولة النقدية ومعالجة نقص السيولة ، ويقترح الباحث من خلال اطلاعه على بعض الدراسات والمراجع ووفقا لرأيه بعض الاستراتيجيات التي لو وجدت اهتمام وعناية كافية ورغبة حقيقية في معالجة المشكلة من قبل إدارة المصارف والمصرف المركزي والحكومة لساهمت بشكل كبير في حل مشكلة السيولة حسب ما يعتقده الباحث وهي كالتالي :

أ- محاكاة المصارف التجارية العالمية بالدول المتقدمة التي مرت بذات الظروف الاقتصادية والسياسية التي تمر بها ليبيا وأدت إلى ذات المشكلة من خلال النقل الافقي للمعرفة.

ب- تشجيع رجال الاعمال على إيداع واستثمار أموالهم في المصارف التجارية بما لا يتعارض والشريعة الاسلامية.. كأن يتم اعفائهم من رسوم الخدمات المصرفية إلى حين استقرار الدولة.

ت- التعاون مع المصرف المركزي والحكومة الليبية للعمل على سن قانون حظر كنز الاموال الليبية وتحديد الحد الاقصى من النقدية المسموح الاحتفاظ بها في البيوت والمحلات التجارية والشركات كأن تكون بحد أقصى مرتب سنة بالنسبة للأفراد وبقيمة نصاب زكاة الاموال بالنسبة لرجال الاعمال ، (ومن أراد أن يكتنز فيكتنز الذهب والفضة ويتقي الله في ذلك ، أما العملة الورقة ما صنعت إلا للتداول) ، ويتم مصادرة أموال المخالفين وإيداعها بالمصارف مع أثبات حقهم في استرجاعها بعد سنة من تاريخ مصادرتها ، وهكذا إذا تكرر الامر مع مضاعفة مدة استرجاعها .. إلى حين استقرار الدولة وانتهاء المرحلة الانتقالية التي طال بقائها، لان الموضوع يمثل أمن دولة لا يجب أن يترك هكذا دون معالجة .

ث- متابعة السوق السوداء وتجريم بيع العملات الاجنبية لغير المرخص لهم ومصادرة أي أموال ليبية موجودة بالسوق السوداء مع أثبات الحقوق واسترجاعها بعد خمس سنوات من تاريخ مصادرتها.

ج- تجريم ما يعرف بظاهرة حرق الرواتب في السوق السوداء ومصادرة أموال المخالفين وأثبات حقهم في استرجاع رؤوس أموالهم بعد خمس سنوات من تاريخ مصادرتها .

ح- توجيه الزبائن إلى استخدام الخدمات الالكترونية في تعاملاتهم بدلا من التعامل بالنقود الورقية وذلك من خلال مجانية هذه التعاملات .

خ- رفع الدعم على الوقود وفق الاسعار العالمية وتوجيه أصحاب المحطات بإيداع القيم النقدية بشكل يومي في المصارف التجارية لضمان تداول النقود ودورانها، بعد توفير بديل الدعم كأن يتم مضاعفة منحة الزوجة والابناء.

3. يوصي الباحث المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث بالعمل على تدريب العاملين بالصفوف الاولى على كيفية التعامل مع الزبائن لضمان استجابتهم للزبائن و بالسرعة المطلوبة في تقديم الخدمات المصرفية ودون أي تأخير في إنها هذه الخدمات المصرفية ، وحث العاملين على تقديم خدمات مصرفية إضافية أكثر مما يطلبه الزبائن لضمان رضائهم وولائهم للمصارف .

4. يوصي الباحث المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث باستغلال شعور الزبائن بالأمان في تعاملاتهم الالكترونية مع المصارف إلى دعم هذه الخدمات وتسهيل عملية الحصول عليها ومجانية ذلك
5. يوصي الباحث المصارف التجارية الليبية محل البحث باستغلال رضا الزبائن عن أوقات العمل في المصارف التجارية الليبية وإنها ملائمة ومناسبة جدا لهم بحث العاملين على الاهتمام الشخصي بالزبائن والتعامل مع كل الزبائن وكأنهم زملاء بالمصرف .
6. يوصي الباحث المصارف التجارية محل الدراسة والبحث بتكريم العاملين الذين يبدون تعاطفا مستمرا مع ذوي الاحتياجات الخاصة ويسهلون عليهم عملية الحصول على الخدمات المصرفية المتاحة، وذلك لضمان استمرار هذا التعاطف وحث الآخرين عليه.
7. يوصي الباحث المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والبحث بضورة الالتزام بمعايير الجودة الشاملة في تعاملاتها المصرفية من خلال نشر ثقافة الجودة والايمان بها واستخدام ادوات الجودة المعروفة عالميا مثل الحيوذ الستة (Six Sigma) ، والنقل الافقي للتكنولوجيا من الدول المتقدمة ، ونموذج الفجوات ، السبع الروائع في الجودة، نموذج الساعة الاستراتيجية .. الخ

بيان تضارب المصالح:

يُقر المؤلف بعدم وجود أي تضارب مالي أو علاقات شخصية معروفة قد تؤثر على العمل المذكور في هذه الورقة.

قائمة المراجع:

- (1) إدريس ، عادل محمد السنوسي ، يونس ، عبد الباسط عبد الكريم موسى (2025) دور جودة الخدمات المصرفية في الحد من مشكلة نقص السيولة في الاقتصاد الليبي ، مجلة العلوم الشاملة ، المجلد 10 ، العدد 38 ، ص ص 2150 – 2168 .
- (2) التليادي ، ليلي ميلاد محمد ، (2026) تكنولوجيا المعلومات كمدخل لتعزيز جودة الخدمات المصرفية :دراسة تطبيقية على المصارف الليبية ، المجلة الليبية للدراسات الأكاديمية المعاصرة ، المجلد 4 العدد1 ص ص 674-689.
- (3) الصقلي ، رجب عبدالسلام ، (2023) ، أثر تحسين أداء المصارف التجارية في نقص السيولة في ليبيا ، مجلة المحاسبة التدقيق والمالية ، المجلد 5، العدد 3 ، ص ص 41 – 53 .
- (4) الصيرفي، محمد عبد الفتاح (2007) (إدارة المصارف، الطبعة الاولى ، دار الوفاء للطباعة والنشر ، الاسكندرية ، جمهورية مصر .

- (5) العموري ، رجب عبدالسلام (2015) ، دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية ودعم القدرة التنافسية للبنوك التجارية الليبية، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة المنصورة.
- (6) النعيمي ، عدنان تايه ، وآخرون (2014) ، الادارة المالية النظرية والتطبيق ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، الاردن .
- (7) المحياوي ، قاسم نايف علوان ، (2006) إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم وعمليات وتطبيقات ، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى ، عمان ، الاردن.
- (8) الهمالي ، علي ابراهيم ، الكزة ، عبدالسلام أحمد ، (2024) تطور أدوات الدفع الالكتروني في ظل أزمة السيولة النقدية في ليبيا ، مجلة جامعة درنة للعلوم الانسانية والاجتماعية ، المجلد 2 العدد 4 ، ص ص 143-122 .
- (9) الويفاتي ، بشير محمد ، (2024) مقدمة في علم الاقتصاد ، دار الكتب الوطنية ، طرابلس، ليبيا
- (10) جاد الرب ، سيد محمد، (2010)، الاتجاهات الحديثة في إدارة الأعمال (حقوق الطبع والنشر محفوظة للمؤلف، جمهورية مصر العربية.
- (11) حمود ، خضير كاظم ، الشيخ ، روان منير (2010) ادارة الجودة في المنظمات المتميزة ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن .
- (12) رشيد ، صالح عبد الرضا ؛ جلاب ، أحسان دهش ، (2007) ، الإدارة الاستراتيجية مدخل تكاملي ، دار المناهج للنشر والتوزيع عمان .
- (13) سليمان ، فرج ميلاد ، وآخرون (2025) دور بطاقات الدفع الإلكترونية في الحد من تفاقم أزمة السيولة بالمصارف التجارية الليبية: دراسة ميدانية على مصرف التجاري بوقرين ، المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي ، المجلد 3 ، العدد 3 ، ص ص 113- 101 .
- (14) صديقي، مريم ، زناقي، سيد احمد (2023) ، إدارة السيولة المصرفية ودورها في تخفيض من خطر السيولة ، مجلة JMOs (Journal of Management, Organizations and Strategy)، المجلد 5 العدد 1 ص ص 93- 104 .
- (15) غسان، أحمد؛ القاسم، مثقال (2010) الفطنة المنظمة في المصارف التجارية العاملة في الأردن ، دراسات العلوم الإدارية، المجلد 37 ، العدد 2.
- (16) نجم ، عيود نجم ، (2010) ، إدارة الجودة الشاملة في عصر الانترنت ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن .
- (17) موسى ، عز الدين عبدالسلام ، الكيلاني ، الكيلاني عبدالسلام (2025) تحليل فجوات جودة الخدمات المصرفية باستخدام نموذج SERVQUAL دراسة تطبيقية على المصرف التجاري الوطني فرع درج ، مجلة القرطاس العدد السادس العشرون ، المجلد 2 ، العدد 26 ، ص ص 466-450.
- (18) Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry, and A. Parasuraman, (1988) Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality, Journal of Marketing , Vol. 52.
- (19) parasuraman .A. et.al, (1985) A Conceptual Model of Service Quality and Its implications For Future Research , Journal of Marketing , VoL.49, pp.41- 50.