

مدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية و ضوابط تحديدها وأثر ذلك على جودة الخدمات المصرفية - دراسة ميدانية .

د.محمود جمعة عمر المحجوب / كلية الاقتصاد والتجارة / جامعة المرقب
د.أ محمد عمر عبد الله أبوسيف / كلية الاقتصاد والتجارة / جامعة المرقب
أ.أ مال رجب محمد أبو عيطة / كلية الاقتصاد والعلوم السياسية / جامعة الزنتونة

المستخلص

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على مدى التزام المصارف التجارية الليبية محل الدراسة (الجمهورية ، الصحاري ، التجاري ، الوطني، الوحدة) بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية و ضوابط تحديدها وأثر ذلك على جودة الخدمات المصرفية ، هذا وقد اعتمدت الدراسة على ما ورد في منشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م من تعليمات و ضوابط ، وأيضاً على مقياس (سيرفكوال *Servqual*) المعد لقياس جودة الخدمات المصرفية في إعداد وتصميم استبانة وزعت على مجتمع الدراسة المكون من عملاء و زبائن المصارف محل الدراسة المذكورة آنفاً ، حيث تم توزيع 400 استبانة واسترجع منها 298 استبانة صالحة للإستخدام في الدراسة ، وتم استخدام برنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (*SPSS*) في عملية التحليل الاحصائي للبيانات ، وقد توصلت الدراسة إلى أن المصارف محل الدراسة لا تلتزم بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م ، وأيضاً هناك تدني في أبعاد جودة الخدمات المصرفية وذلك من وجهة نظر عملاء تلك المصارف محل الدراسة . ومن أهم ما أوصت به الدراسة الحالية يؤمل من المصارف التجارية ضرورة الالتزام بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية و ضوابط تحديدها ، وضرورة الاهتمام بتحسين أبعاد جودة الخدمات المصرفية المتمثلة في (الملموسية ، الاعتمادية ، الاستجابة ، الموثوقية ، التعاطف) .

الكلمات الرئيسية : المصارف التجارية، منشور مصرف ليبيا المركزي ، جودة الخدمات المصرفية.

Abstract

This study aims to identify the extent of commitment of the Libyan commercial banks (Jomhouria , sahara ,national commercial and wahda) to the central bank of Libya circular number (3) 2005 , regarding liberalizing the prices of banking services and the criteria for determining them and impact on the quality of banking services. To achieve this objective, questionnaire was designed and distributed to the study population, which consists of client and customers of that were previously mentioned . Four hundred validquestionnaires out of the distributed 298 copies were returned , analyzed using (SPSS).

The study concludes that the banks under the study donot adhere to the central bank of Libya circular number (3) 2005, and there is also decrease in the dimensions of the quality of banking services , from the viewpoint of the clients of those banks under study. The study recommends that commercial banks should be adhere to the central bank of Libya circular no (3) 2005. Regarding liberalizing the prices of banking services and their controls , and attention be paid to improving the quality of banking services , represented (tangibility , reliability , responsiveness, sympathy) .

Key words : commercial banks , circular of central bank , quality banking services.

1- الإطار العام للدراسة :

1-1 مقدمة Introduction :

في ظل التطور العالمي وانتشار تكنولوجيا المعلومات، والتقنيات الحديثة أصبحت المنظمات تواجه زيادة في حدة المنافسة المحلية والعالمية وما يترتب عليها من تغيير سلوك المستهلك الذي أصبح أكثر وعياً في استهلاكه واختيار السلعة أو الخدمة الأفضل ذات الجودة العالية بسعر مناسب⁽¹⁾. ولقد ازداد في الأونة الأخيرة الاهتمام بتقييم أداء المصارف لاسيما قياس جودة الخدمات المصرفية **Quality Of Banking Services** والكشف عن القصور والخلل أثناء تقديمها، وذلك لمعالجة نقاط الضعف التي تتزامن مع موعد تقديم تلك الخدمات ، للإستفادة منها في عملية تطوير تلك الخدمات والرقى بها لتحقيق الأهداف التي تسعى إليها المصارف التجارية والبقاء في دائرة المنافسة ولتحقيق الميزة التنافسية والوصول إلى معدلات الربحية المنشودة .

وعلى اعتبار ان المصارف التجارية كأداة فاعلة ومهمة في عملية التنمية الاقتصادية **The Economic development** ودورها المميز في قبول الودائع ومن ثم توفير السيولة النقدية اللازمة لتمويل المشروعات الاستثمارية النافعة، جاءت أهمية قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية والتي تعتبر الأساس لتحقيق التميز في مواجهة المصارف المنافسة الأخرى ، حيث ان قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية وتكريس الجهود من أجل الارتقاء بها يعد احدى الاستراتيجيات التنافسية التي تستخدمها المصارف لتحافظ على الاستمرارية وتضمن الاستقرار المصرفي للقيام بدورها المهم في خدمة العملاء والمجتمع . " ومن ناحية أخرى إذا كان العملاء غير راضين عن الخدمات المقدمة فإن ذلك قد يؤدي بهم إلى الإنتفاع من خدمات مصرف آخر، ولذلك يجب الحرص على أهمية تلبية رغبات الزبائن واحتياجاتهم في وضع استراتيجيات لتنظيم السوق تركز على خدمة العملاء إذ يعتبر رضا الزبائن بأنه العامل الأكثر أهمية في البيئات التنافسية اليوم " .⁽²⁾

مما لا شك فيه أن القطاع المصرفي في ليبيا يمر بفترة تحديات كبيرة نتيجة تدهور الأوضاع السياسية والأمنية والاقتصادية الأمر الذي أوجد بالتأكيد مشاكل وصعوبات تعاني منها المصارف التجارية الليبية **Libyan Commercial Banks** حيث تأثرت وبصورة مباشرة بذلك مما نجم عنه إفتقارها إلى أبسط قواعد العمل المصرفي والمتمثل في فقدان الثقة بينها وبين عملائها الحاليين والمرتقبين وبالتالي انخفاض ولائهم ورضاهم عن خدماتها المصرفية المقدمة لهم ، وهذا ما يحاول البحث الحالي دراسته وهو استطلاع رأي عملاء المصارف التجارية محل الدراسة حول مدى إلتزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي **The Central bank of libya** رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها وأثره على جودة الخدمات المصرفية.

¹⁾ Loudon, Kenneth (2012), " **Mangement Information Systems- Managing the Digital Firm**", 12th edition, Pearson Prentice Hall, United States of America.

⁽²⁾ Nasserzadeh , S., Jafarzadeh , H., Manasouri , T. and Sohrabi , B. (2014) , " **Customer Satisfaction Fuzzy Cognitive Map in Banking Industry** " , communications of the IBIMA , 2 : 151 – 162 .

1-2 مشكلة البحث **The Research Problem**:

صدر قانون المصارف والنقد والإئتمان رقم (1) لسنة 1993 م ، والمعدل بالقانون رقم (1) لسنة 2005 م ، والذي عُُدل فيما بعد بالقانون رقم (46) لسنة 2012 م ، حيث يزال العمل بالقانون الأخير إلى يومنا هذا، وذلك لتنظيم وضبط العمل المصرفي، بهدف تحقيق الاستقرار للنشاط الاقتصادي و المساهمة في عملية التنمية الاقتصادية .

وتأسيساً على أحكام قانون المصارف رقم (1) لسنة 1993 م ، فإن مصرف ليبيا المركزي أصدر المنشور رقم 95/1 الصادر بتاريخ 1995.01.12 م ، بشأن جدول مصاريف بعض الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية لزيائنها، مما يعني ان مصرف ليبيا المركزي قد حدد أسعار الخدمات المصرفية وألزم بها المصارف الليبية حسب المنشور السابق ، وفيما بعد تم تعديل القانون السالف الذكر بالقانون رقم (1) لسنة 2005 م ، وبالإرتكاز على قانون المصارف المعدل سنة 2005 م أصدر مصرف ليبيا المركزي المنشور رقم (3) لسنة 2005 م الصادر بتاريخ 2005.02.12 م ، حيث نص على : " بأنه يمكن للمصارف تحديد الأسعار المناسبة لما تقدمه من خدمات مصرفية مختلفة لزيائنها وذلك في إطار تحرير أسعار تلك الخدمات المصرفية ، ترسيخاً لمبدأ الشفافية والمنافسة بين المصارف، وصولاً إلى تقديم أفضل الخدمات المصرفية، وبأقل تكلفة ممكنة " ، وبناءً على ما سبق فقد ألزم مصرف ليبيا المركزي المصارف بالضوابط المنصوص عليها بالمنشور المذكور آنفاً، وقام بتحرير أسعار الخدمات المصرفية مما يعني أن للمصارف الحرية في وضع أسعار خدماتها المصرفية كما يناسبها وذلك لأهمية الدور المميز لتلك المصارف باعتبارها المحرك الرئيس للأنشطة المختلفة التي تعتمد عليها عملية التنمية الاقتصادية.

ومن خلال تنفيذ هيئة الرقابة الإدارية للأعمال المناطة بها وفقاً لقانون إنشائها رقم (20) لسنة 2013م ولائحته التنفيذية ، وذلك لتحقيق رقابة إدارية فاعلة على الأجهزة الإدارية التابعة للدولة، قد تبين لها من خلال عملها في متابعة أسعار الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية الليبية لزيائنها ، قيام تلك المصارف بمخالفات لمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها، حيث قامت تلك المصارف بزيادة أسعار خدماتها المصرفية إلى قيم مرتفعة حتى أرهقت كاهل المواطن ، دون ان يقابل ذلك زيادة في مستوى جودة تلك الخدمات.

كما تواجه المصارف التجارية الليبية العديد من الأزمات المتلاحقة الناجمة عن سوء الأحوال السياسية والأمنية السائدة حالياً، ولهذا برزت خلال السنوات الأخيرة المنصرمة أزمة نقص السيولة **Cash**، ومن مظاهرها ما نشاهده اليوم من وقوف الزبائن طوابير طويلة أمام المصارف تمتد ساعات وغالباً بالأيام لسحب مبالغ نقدية قليلة جداً لا تكاد تسد احتياجاتهم ، وإزاء هذا الوضع نجد فروع بعض المصارف أغلقت أبوابها امام زبائنها بحجج نقص في السيولة، أو انقطاع التيار الكهربائي ، أو تعطل شبكة الانترنت ، حيث لا يقتصر عمل المصارف على عمليتي السحب والإيداع فقط . ومع استمرار هذه الأزمة زادت المعاناة للمواطن حيث أثرت وبشكل سلبي على الروح المعنوية له وأرهقته طول مدة الأزمة، وزادت من حدة أوضاعه المعيشية المتدنية، مما أضطر بالكثير استخدام وسائل بديلة لسداد إلتزاماتهم مثل (الصكوك المصدقة **Certified instruments**، الصكوك العادية **Ordinary instruments** ، بطاقات السحب والشراء الإلكتروني (ATM))، الأمر الذي أدى بالمصارف التجارية استغلال هذا الوضع

ورفع أسعار خدماتها المصرفية إلى قيم كبيرة، وبالمقابل أستغل التجار حاجة المواطنين لتلك الوسائل البديلة وقاموا برفع أسعار السلع والخدمات الأساسية التي تمس حياتهم اليومية، مما زاد من إرهاق كاهل المواطن في مواجهة هذا الغلاء والتضخم .
وفي ظل ندرة الدراسات المحلية لمعالجة هذه الظاهرة ، فإن هذا البحث بصدد دراسة مدى إلتزام المصارف التجارية الليبية (الجمهورية ، الصحاري، التجاري الوطني، الوحدة) بالضوابط المنصوص عليها بالمنشور رقم (3) لسنة 2005 م ، وأثرها على أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة وذلك من وجهة نظر العملاء **Customers** .
وعلى ذلك يمكننا تحديد مشكلة البحث من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:
- هل يوجد أثر بين التزام المصارف التجارية الليبية محل البحث بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م وبين أبعاد جودة الخدمات المصرفية ؟

- ما مدى التزام المصارف التجارية الليبية محل البحث بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م ؟

- هل يوجد تدني في أبعاد جودة الخدمات المصرفية داخل المصارف التجارية الليبية محل البحث ؟

3-1 أهداف البحث The Research Objectives :

- 1- التعرف على مدى التزام المصارف التجارية الليبية محل البحث بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها، وذلك من وجهة نظر العملاء.
- 2- قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف محل البحث ، وذلك من وجهة نظر العملاء.
- 3- بيان أثر التزام المصارف التجارية الليبية محل البحث بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م ، على أبعاد جودة الخدمات المصرفية .

4-1 فرضيات البحث The Research Hypotheses :

من أجل تحقيق أهداف البحث تم تصميم الفرضيات التالية:

H0: الفرضية الرئيسة :

" يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م

بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها على أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة ."

وللتحقق من الفرضية الرئيسة تم وضع فرضيتين فرعيتين على النحو التالي :

-الفرضية الفرعية الأولى:

H1: لا تلتزم المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية

وضوابط تحديدها.

-الفرضية الفرعية الثانية:

H2: يوجد تدني في أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف التجارية الليبية محل البحث .

1-5 أهمية البحث :Importance of the research

- 1- يركز هذا البحث على معرفة مدى إلتزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م ، وأثر ذلك على أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف محل البحث .
- 2- يحاول هذا البحث لفت أنظار المصارف محل البحث إلى المشاكل الحقيقية والواقعية التي تعاني منها ، والمتمثلة في تدني جودة الخدمات المصرفية وتقديم بعض الحلول المناسبة لهذه المشاكل .
- 3- تقدم وتوفير معلومات قد يستفيد منها الباحثين في دراساتهم المستقبلية حول عمل ونشاط المصارف التجارية الليبية في ظل المخاطر التي تتعرض لها.

1-6-1 متغيرات و نموذج البحث The Research Variables and research Model

1 - 6 - 1 متغيرات البحث The Research Variables : تم تحديد متغيرات البحث كالتالي:

- المتغير المستقل **Independent Variable** : مدى إلتزام المصارف التجارية الليبية محل الدراسة بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها.

- المتغير التابع **Dependent Variable**: أبعاد جودة الخدمات المصرفية.

1 - 6 - 2 نموذج البحث **The research Model** : انطلاقا من المتغيرات السابقة تم تحديد النموذج التالي للبحث

والذي يوضح العلاقة بين هذه المتغيرات وفرضيات البحث.

الشكل رقم (1) : نموذج البحث.

المتغير التابع Dependent Variable	المتغير المستقل Independent Variable
أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف التجارية الليبية محل البحث : (بعد الملموسية Tangibles)،(بعد الاعتمادية Reliability)،(بعد الموثوقية Assurance)،(بعد الاستجابة Responsiveness)، (بعد التعاطف Empathy).	- مدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها .

المصدر: من إعداد الباحثين.

7-1 الدراسات السابقة **The Previous studies** :

أولاً : الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير المستقل (مدى التزام المصارف التجارية الليبية محل الدراسة) منشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م .
-دراسة(الهنيبي وحيصور، 2013) بعنوان: " مدى التزام المصارف الإسلامية الأردنية بمبادئ الحوكمة المؤسسية " .

تهدف هذه الدراسة إلى بيان مدى التزام المصارف الإسلامية الأردنية بمبادئ الحوكمة المؤسسية، حيث تمثل مجتمع الدراسة في المصارف الإسلامية الأردنية الثلاثة وهي (البنك الإسلامي الأردني، والبنك العربي الإسلامي ، وبنك الأردن دبي الإسلامي)، ولتحقيق هذا الهدف تم تصميم الاستبانة اللازمة وتوزيعها على عينة الدراسة البالغة 51 مستجيباً ، وبعد إجراء التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج **SPSS** ، تم التوصل إلى أنه تلتزم المصارف الإسلامية الأردنية بمبادئ الحوكمة المؤسسية المتعلقة بالمحافظة على حقوق المساهمين ومعاملتهم بعدل ، كما تلتزم بإصدار نظم تعمل على تحديد صلاحيات مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية فيها ومسؤولياتها ، ويلتزم أعضاء مجلس الإدارة والمدبرون التنفيذيون في المصارف الإسلامية الأردنية بقواعد السلوك المهني في ممارسة مهامهم ، وتوفير الشفافية والإفصاح بالمعلومات المنشورة ، و الوفاء بالمسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع.

وقد أوصت الدراسة بضرورة قيام الجهات الرقابية والإشرافية بتشجيع كافة المصارف على أن تتبع منهج المصارف الإسلامية الخاص بالالتزام بمبادئ الحوكمة المتعلقة بالمسؤولية الإجتماعية.

- دراسة (المطاوعة ، 2015) ، بعنوان : " مدى التزام المصارف التجارية بتعليمات مصرف البحرين المركزي للحد من غسل الأموال " .

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى التزام المصارف التجارية البحرينية بتعليمات مصرف البحرين المركزي للحد من غسل الأموال، وتكون مجتمع الدراسة من المصارف التجارية العاملة في مملكة البحرين والبالغ عددها (29) مصرف تجاري، أما عينة الدراسة فبلغت (14) مصرف تم اختيارها بشكل عشوائي ، تألفت من الإدارة العليا المتمثلة في (مدير عام ، مدير إدارة ، مدير فرع ، رئيس قسم و مشرف)، وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الحد من غسل الأموال (والتقييد بقوانين و تشريعات مصرف البحرين المركزي، الرقابة الداخلية الملائمة، التجهيزات الإدارية الملائمة، تأهيل العاملين ، التحقق من العميل) ، وقد أوصت الدراسة بتشكيل إدارة رقابة وتفتيش على المصارف من قبل المصرف المركزي تقوم بزيارات دورية للتأكد من تطبيق جميع التعليمات الخاصة بمكافحة هذه الظاهرة ورصد أية مخالفات، والزام المصارف بوضع نظام رقابي خاص بالعملاء السياسيين يمكنهم من الحصول على معلومات عن مصدر ثروتهم و اموالهم.

- دراسة (تواتي ، 2016) بعنوان : " مدى التزام المصارف الليبية بالمعيار المصرفي رقم (1) المنظم لعمليات المراجعة للآمر بالشراء الداخلية ومدى توافقه مع معيار المحاسبة المالية رقم (2) - دراسة تطبيقية على المصارف الليبية".

هدفت الدراسة لمعرفة المعالجة المحاسبية لعمليات المراجعة للآمر بالشراء الداخلية المطبقة في المصارف الليبية ومدى مطابقتها للمعالجة المحاسبية لعمليات المراجعة للآمر بالشراء الداخلية حسب المعيار المصرفي رقم (1) المنظم لعملية المراجعة للآمر بالشراء الداخلية الصادر عن مصرف ليبيا المركزي ، ومدى مطابقة هذا المعيار مع معيار المحاسبة المالية رقم (2) الصادر عن هيئة المحاسبة والمراجعة و الضوابط للمؤسسات المالية الإسلامية، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج كان أهمها : وجود توافق بين المعيار المصرفي رقم (1) ومعيار المحاسبة المالية رقم (2) ، كذلك وجود اختلاف في المعالجة المحاسبية لعمليات المراجعة للآمر بالشراء الداخلية التي تتم بالمصارف الليبية و المعالجة المحاسبية لتلك العمليات حسب المعيار المصرفي رقم (1) ، كذلك تبين ضعف دور المصرف المركزي فيما يتعلق بمتابعة تطبيق المعيار المصرفي رقم (1) ، مما أدى إلى انعدام التوحيد المحاسبي فيما يخص المعالجة المحاسبية لعمليات المراجعة للآمر بالشراء الداخلية بين المصارف الليبية ، وخلصت الدراسة إلى عدة توصيات حيث ألفت بالمسؤولية على عاتق المصرف المركزي بضرورة الرقابة على المصارف الليبية لضمان تطبيق المعيار المصرفي رقم (1) ، كذلك على المصارف الليبية الاهتمام بتدريب العاملين بها على الجانب الفقهي و المعالجات المحاسبية المرتبطة بعمليات التمويل الإسلامي و خاصة فيما يتعلق بعمليات المراجعة للآمر بالشراء الداخلية.

ثانياً : الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير التابع (جودة الخدمات المصرفية) .

- دراسة (شعشاعة، 2004) بعنوان: " قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فلسطين من وجهة نظر العملاء".

هدفت الدراسة إلى التعرف على تقييم عملاء بنك فلسطين المحدود لجودة الخدمات المقدمة من قبل البنك، وذلك باستخدام نموذج القياس **SERVQUAL** الخاص بنظرية الفجوة، والتي تنص على ان مستوى جودة الخدمة من وجهة نظر العملاء يقاس بالفرق بين جودة الخدمة الفعلية (الأداء الفعلي) وبين جودة الخدمة المتوقعة، وذلك وفقاً للمعادلة التالية:

Service

Quality = Customers Perceptions – Customers Expectations

$$SQ = P - E$$

بحيث إذا كان الأداء الفعلي يساوي أو أكبر من المتوقع تكون الجودة مرضية أو مثالية وإذا كان الأداء أقل من مستوى التوقعات تكون الجودة غير مرضية ودون مستوى التوقعات، وقد بلغت العينة 1249 عميل من عملاء البنك، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تقييم العملاء لجودة الخدمات الفعلية إيجابياً وجيداً إلا أنه لا يصل إلى مستوى توقعاتهم ، مما يعني أن هناك فرص لتحسين وتطوير جودة الخدمات المقدمة، كما أشارت النتائج إلى ان العملاء يعطون أهمية نسبية أكبر لبعد الاعتمادية عند تقييمهم لجودة الخدمات المقدمة ،

وجاء في المرتبة الثانية بعد الاستجابة، ثم بعد الثقة ثم التعاطف وأخيراً العناصر الملموسة. وأوصت الدراسة بضرورة تحسين جودة الخدمات المقدمة من البنك لتصل إلى أو تزيد عن توقعات العملاء وذلك للمحافظة على عملاء جدد من خلال تبني جودة الخدمة كاستراتيجية للمنافسة و التميز.

- دراسة (محارمة، 2005) " قياس جودة الخدمات المصرفية للبنوك الوطنية التجارية القطرية - دراسة ميدانية".

ان الهدف الرئيس لهذه الدراسة هو قياس مستوى الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية القطرية، من وجهة نظر عملاء تلك البنوك باستخدام مقياس **SERVPERF**. وقد تم تطوير استبانة خاصة لغايات الدراسة وتوزيعها على عينة عشوائية بسيطة حجمها (250) عميلاً، وبعد المتابعة تم استرجاع (172) استبانة تم معالجتها باستخدام البرنامج الإحصائي **SPSS**. وكشفت نتائج التحليل عن ارتفاع مستوى جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية القطرية من وجهة نظر عملائها، كما تبين وجود علاقة قوية دالة إحصائياً بين الجودة الكلية للخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية الوطنية القطرية من جهة، ومجالات جودة الخدمات المصرفية التالية: الجوانب الملموسة، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة، التعاطف. وأوصت الدراسة بأهمية استمرار البنوك الوطنية التجارية القطرية في إجراءات تطوير الخدمات المصرفية وتحويلها لخدمات إلكترونية، وذلك من أجل زيادة جودة تلك الخدمات، وكسب رضا و مساندة العملاء.

- دراسة (أوسو و بطرس، 2008) بعنوان: " تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن- دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن مصارف مدينة دهوك".

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف في مدينة دهوك العراقية (مصرف الرشيد ومصرف الرافدين) وذلك من وجهة نظر الزبائن، وقد تكونت عينة الدراسة من 300 مفردة من الزبائن المتعاملين مع المصارف محل الدراسة وتم اختيارهم بطريقة عشوائية، وقد جرى تطوير استبانة لجمع بيانات الجانب الميداني وتم استخدام أساليب احصائية مثل المتوسطات الحسابية واختبار **T**، وتم تحليل النتائج واختبار الفرضيات، وقد تمثلت أهم نتائج الدراسة بالتقييم الإيجابي لمستوى جودة الخدمات المصرفية الفعلية والمتوقعة، فضلاً عن وجود تباين في الأهمية النسبية التي يوليها الزبائن عند تقييمهم لمستوى جودة الخدمات المصرفية، وخلصت الدراسة إلى ضرورة قيام الإدارة بالمصارف محل الدراسة بإعداد برامج علمية لتطوير خبرات ومهارات الموظفين من اجل تقديم أفضل الخدمات إلى الزبائن، فضلاً عن اعتماد التقنيات التسويقية الحديثة وخاصة إدارة علاقات الزبائن لمعرفة المعلومات التفصيلية عن الزبائن ولاسيما حاجاتهم ورغباتهم ومن ثم تقديم الخدمات المناسبة لهم.

- الدراسات الأجنبية :

- دراسة (Izah , and Mazlina, 2007) ، بعنوان : (Service Quality Gap Between Customers satisfactions Of Commercial Bank Of Malaysia)

(الفجوة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في المصارف التجارية في ماليزيا) .

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف الماليزية بالإضافة إلى تقييم مستوى رضا العملاء عنها ، حيث أختيرت عينة من المصارف التجارية الماليزية وتم تقييم جودة الخدمة فيها بمقياس جودة الخدمات ، وقد أسفرت نتائج الدراسة أن جودة الخدمات المقدمة فعلياً كانت أقل من توقعات العملاء ، أما فيما يخص الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة فقد أحتل بعد الاستجابة قائمة اهتمام العملاء بينما احتل بعد التعاطف الترتيب الأخير، كما بينت النتائج أن رضا العملاء عن جودة الخدمات المقدمة إليهم كان ضعيفاً.

- دراسة (Alsudairi , 2013) ، بعنوان : (The Effects Of Self – Service Web portals On Online Banking Service Quality : Atheoretical Model)

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف أثر الخدمة الذاتية المباشرة التي توفرها المصارف على تحقيق رضا العملاء من خلال بوابة على شبكة الانترنت ، وهو يعتبر واحد من نماذج الأعمال الهامة التي تنفذها المصارف ومن المتوقع أن تسهل هذه البوابات تحسين جودة خدمات العملاء ، واستندت هذه الدراسة إلى نظم المعلومات وكتب تسويق الخدمات لتطوير نموذج مقترح يجمع بين سمات بوابات الويب ورضا العملاء عن الخدمات المصرفية ، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي ، وظهرت النتائج ان إدراج الخدمة الذاتية المباشرة لاقت استحساناً وتقبلاً ورضاً من قبل العملاء ، وأوصت بانه يمكن لهذه المقترحات أن تشكل الأساس للبحوث التجريبية المستقبلية .

- ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة :

جاءت هذه الدراسة لمعالجة الفجوة التي تركتها الدراسات السابقة حيث تناولت الدراسات السابقة موضوع مدى التزام المصارف الإسلامية الأردنية بمبادئ الحاكمية المؤسسية ، ومدى التزام المصارف التجارية بتعليمات مصرف البحرين المركزي للحد من غسل الأموال ، ومدى التزام المصارف اللببية بالمعيار المصرفي رقم (1) المنظم لعمليات المراجعة للأمر بالشراء الداخلية ومدى توافقه مع معيار المحاسبة المالية رقم (2) ، وقياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فلسطين من وجهة نظر العملاء باستخدام مقياس سيرفكوال، وقياس جودة الخدمات المصرفية للبنوك الوطنية التجارية القطرية باستخدام مقياس سيرفبيرف،

وتقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن مصارف مدينة دهوك العراقية ، إلا أنه - وبحدود علم الباحثين - وبحسب ما أتت من دراسات للإطلاع عليها لم تتطرق الدراسات السابقة إلى المتغيرات التي تناولتها الدراسة الحالية والمتعلقة بمدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها وأثر ذلك على جودة الخدمات المصرفية حسب وجهات نظر وأراء المشاركين في عينة البحث .

2- الإطار النظري للبحث Literature Review :

1-2 تمهيد .

أصدر مصرف ليبيا المركزي المنشور رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها، والذي يعتبر إطار للممارسات التي ينبغي إتباعها عند القيام بالعمل المصرفي وخاصة فيما يتعلق بالخدمات المصرفية ، بإعتبار أن القاعدة الأساسية لتحقيق أهداف المصارف من أرباح وميزة تنافسية تعتمد بصفة أساسية على الإهتمام بتحسين جودة الخدمات المصرفية ، وهذا لا يتأتى إلا بإتباع والالتزام بقوانين ولوائح مصرف ليبيا المركزي الذي تخضع لسلطته المصارف التجارية الليبية محل الدراسة ، لأن الإلتزام بما يشكل خطوة مهمة لضمان الإستقرار المصرفي والمالي للمصارف الليبية في البيئة الحالية والمستقبلية . " و ترجع أهمية جودة الخدمة كونها شرط أساسي لضمان ولاء الزبائن المحتملين وجذبهم في جميع القطاعات، وجودة الخدمات المصرفية من أهم العوامل الجاذبة في المصارف " (3).

2-2 جودة الخدمات المصرفية Quality Of banking Services :

- تعريف الجودة The Quality :

تعرف الجودة من قبل (Holy) بأنها : " المطابقة ، جميع الخصائص التي لها القدرة على إشباع الحاجات ، والخلو من العيوب " (4) . ويعرفها (Evans & Dean) بأنها : " مقابلة أو تجاوز توقعات الزبون " (5).

- تعريف الخدمة The service :

يمكن تعريف الخدمة بصفة عامة بالأتي : " أي فعل أو أداء يمكن أن يقدمه طرف ما إلى آخر يكون جوهره غير ملموس، ولا يسفر عن ملكية أي شيء، ونتاجه قد يكون وقد لا يكون مرتبطاً بمنتج مادي " (6).

(3) Camilleri , S., Cortis, J. and Fenech , M. (2014). " Service Quality and Internet Banking Perceptions of Maltese Retail Bank Customers ". Bank of Valletta Review, 48 (1) : 17 – 48 .

(4) Holy , David , (2000) , " Automotive Quality System " , Handbooks , 1 st ed , Prentice – Honlee , Marketing For The travel and Tourism industing . P 119.

(5) Evans , James & Dean , James (2003) , " Total Quality Management Organization and Strategy " , 3 rd ed , Thomason , South – Western , P : 10 .

(6) Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2006) , " Marketing Management " , 12th edition, New jersey: Pearson, P. 402.

- جودة الخدمة Quality Of Service :

جودة الخدمة عنصر مهم جداً في أي نشاط تجاري ويتم تقييم جودة الخدمة من خلال توقعات الزبائن التي تتمثل بالمعتقدات التي تنشأ حول الخدمة وتكون بمثابة المعايير التي من خلالها يتم الحكم على أداء الخدمة ، وتحدد من خلال قياس الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة وتصوراتهم المسبقة عنها.⁽⁷⁾

- مفهوم الخدمة المصرفية The concept of banking service :

فقد عرفت الخدمة المصرفية بأنها " عبارة عن مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع في مجال عمليات مصرفية معينة للزبون، سواء كان ذلك بمقابل مادي أو دونه، فقد يقوم المصرف أحياناً بتقديم خدماته مجاناً للزبون" ⁽⁸⁾.

- خصائص الخدمة المصرفية Characteristics Of The banking Service :

يمكن إيجاز بعض هذه الخصائص فيما يلي ⁽⁹⁾ :

- 1- **الاعتماد على الودائع:** يرتبط قسم الودائع ارتباطاً وثيقاً بقسم التسهيلات المصرفية الذي يعتمد نجاحه أساساً على نجاح قسم الودائع وعلى محصلة هذه الودائع وطرق استثمارها ومن مقاييس نجاحه قدرته على إدارة الودائع التي بحوزته.
- 2- **التلازمية⁽¹⁰⁾:** وتعني درجة الارتباط بين الخدمة المصرفية ذاتها والشخص الذي يتولى تقديمها، فالخدمة هنا لا يمكن فصلها على الشخص الذي يقدمها، فإذا كان نوع الخدمة ذو طابع إنساني فالمسؤول عن أدائها يعتبر جزء منها.
- 3- **اللاملموسية :** أي ان الخدمة المصرفية غير ملموسة مما يصعب لمس الخصائص المادية والمنفعية لها، ويصعب على المصرف تقديم عرض ملموس للخدمة المصرفية.

(7). Munusamy, J., Chellia, S., and Mum , H. (2010) . " **Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia**". International Journal of Innovation , Management and Technology, 1(4): 398- 404.

(8) جودة، زياد رمضان محفوظ، " الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك " ، (عمان: الأردن ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الطبعة الثالثة ، 2003) ، ص 307.

(9) يوسف ، ردينة عثمان ، الصميدعي ، محمد جاسم ، " التسويق المصرفي: مدخل استراتيجي ، كمي، تحليلي " ، (عمان : الأردن، دار المناهج للطباعة والنشر والتوزيع ، 2005) ، ص 60 .

(10) عريقات، أحمد ، وأخرون، " تسويق الخدمات المصرفية " ، (عمان : الأردن ، دار إثراء للنشر والتوزيع ، 2012) ، ص 58.

- 4- عدم قابلية الخدمة للتخزين : حيث أن انتاجها يتزامن مع وقوع الطلب الفعلي عليها مما يترتب عليه ضرورة توفر حد مناسب من الطاقة الانتاجية سواء من حيث الأفراد العاملين أو من الأجهزة والمعدات، من اجل مواجهة الطلب في لحظات الذروة.
- 5- الانتشار الجغرافي : وذلك بهدف الوصول إلى العملاء في مناطقهم وتحقيق أكبر حصة سوقية ممكنة.
- 6- الفئائية : بما ان الخدمة تمثل فعل متصرف فإنها تتلاشى وتنتهي سواء بالاستفادة منها او عدم الاستفادة منها وذلك لعدم إمكانية تخزينها والاستفادة منها لحين وقوع الطلب عليها. (11)
- 7- السرية : تعد السرية من السمات المميزة للخدمة المصرفية ، فقواعد العمل المصرفي تقضي المحافظة على اسرار الزبائن المالية وعدم إفشائها ويتعرض موظفي البنوك للمساءلة في حالة عدم إتباع ذلك. (12)
- 2 - 3 أبعاد جودة الخدمات المصرفية :
- قام بعض الكتاب⁽¹³⁾ بتلخيص الأبعاد العشرة لجودة الخدمة والمتمثلة في (الاعتمادية، سرعة الاستجابة من قبل العاملين، القدرة أو الكفاءة، سهولة الحصول على الخدمة، اللباقة، المصداقية، الأمان، الاتصال، الفهم، الجوانب المادية الملموسة) في خمسة فقط أطلق عليها نموذج جودة الخدمة (Servqual) ، وتشمل :
- 1- الملموسية **Tangibles** : وتعني الدليل المادي لخدمة الزبون .
- 2- الاعتمادية **Reliability** : وتعني الالتزام بتقديم الخدمة حسب الموعد الذي قطع للزبون .
- 3- الاستجابة⁽¹⁴⁾ **Responsiveness** : مدى استعداد ورغبة مقدم الخدمة على تقديم المساعدة للزبون أو حل مشاكله المتعددة .
- 4- الموثوقية **Assurance** : وتعني القدرة على خلق وكسب ثقة الزبون .

(11) الصميدعي، محمد جاسم ، يوسف، ردينة عثمان، " تسويق الخدمات "، (عمان: الأردن، دار المسيرة للنشر 2010)، ص 40.

(12) طارق طه، " إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت"، (الاسكندرية: مصر، دار الجامعة الجديدة، 2007)، ص 661.

(13) البكري، سونيا محمد، " إدارة الجودة الكلية"، (الاسكندرية: مصر، دار الجامعة، 2004) ص 15 - 16 .

(14) العلق، بشير عباس، " ثقافة الخدمة"، (عمان: الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009)، ص 156.

5- التعاطف⁽¹⁵⁾ **Empathy** : ويعني أن يكون لدى العاملين المقدرة على مخاطبة الزبائن بأسلوب ودي يجعلهم يشعرون بالراحة والطمأنينة أثناء الحوار و أثناء تقديم الخدمة للزبائن.

3- الإطار العملي للبحث : The Practical Study

3-1 منهجية البحث The research Methodology:

يهدف البحث الحالي للتعرف على وجهة نظر عملاء المصارف التجارية الليبية محل البحث (الجمهورية ، الصحاري ، التجاري الوطني ، الوحدة) حول مدى التزام تلك المصارف بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها وأثر ذلك على أبعاد جودة الخدمات المصرفية ، وقد تم استخدام وسط حسابي فرضي(3) ونسبة 60% للدرجة التي يقبل بها الباحثون كون أن المصارف تلتزم أو لا تلتزم بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م ، واستخدم المنهج الوصفي التحليلي في البحث الحالي لأنه المنهج الملائم لدراسة هذا النوع من البحوث التي تتناول الأحداث و الظواهر الموجودة و المتاحة لغرض دراستها وقياسها دون تدخل من الباحث (Saunders et al , 2009) ، وفيما يتعلق بالجانب النظري تم استخدام العديد من المصادر الثانوية مثل الكتب والرسائل العلمية والأبحاث ومنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م لتغطية جوانبه، وما يتعلق بالمصادر الأولية فقد تم إعداد وتصميم استبانة **Questionnaire** لغرض البحث وجمع البيانات المهمة للموضوع ، حيث تعتبر استبانة الاستبيان من أفضل وأكثر الوسائل استخداماً لجمع البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة العملية المتعلقة بالعلوم الانسانية (Sekaran , 2003) ، وقد كان منشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م هو الأساس في إعدادها وبناءها في الجزء الأول منها ، وفيما يخص الجزء الثاني من الاستبانة فقد كان مقياس (Servequal) الذي طوره الباحثون (Parasuraman , Zeithaml , Berry ., 1985) لقياس جودة الخدمات هو المصدر الذي تم الاعتماد عليه في صياغة الاسئلة التي تقيس جودة الخدمات المصرفية ، وقد روعي في إعداد الاستبانة وضوح الفقرات وسهولة الإجابة عليها .

3-2 مجتمع وعينة البحث The Research Population :

يوضح الجدول رقم (1) مجتمع البحث حيث تكون من المصارف التجارية الليبية وهي (الجمهورية، الصحاري، التجاري الوطني، الوحدة)، أما العينة فقد تكونت من الفروع الواقعة داخل نطاق مدينة طرابلس وحيث أنه لا يمكن تغطية كل الفروع وذلك لإعتبارات الوقت والجهد والتكلفة فقد تم اختيار عينات عشوائية منها ، ويشمل فئة العملاء الأفراد العاديين فقط دون الفئات الأخرى، حيث تم توزيع 400 استبانة على عينة عشوائية من عملاء تلك المصارف والمسترجع منها (298) استبانة ، وقد بلغت النسبة للإستبانات المسترجعة 74 % ، والجدول التالي يوضح ذلك:

(15)العجارمة، تيسير العقيشات ، " التسويق المصرفي " ، (عمان : الأردن ، دار الحامد ، 2013)، ص ص 332- 333.

جدول رقم (1) عدد فروع المصارف التجارية الليبية وعدد الاستثمارات الموزعة والمسترجعة من كل مصرف.

ت	اسم المصرف	الفروع	عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات المسترجعة	نسبة المسترجع %
1	الجمهورية	140 فرع	100	77	77%
2	الصحاري	50 فرع	100	74	74%
3	التجاري الوطني	64 فرع	100	74	74%
4	الوحدة	77 فرع	100	73	73%
	المجموع		400	298	74.5%

3-3 قياس متغيرات البحث .

- المتغير المستقل : ويقاس مدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م ، ويقاس هذا المتغير من خلال فقرات الاستبانة من 1 - 5.

- المتغير التابع : يمثل جودة الخدمات المصرفية وذلك من خلال قياس أبعادها وفقا لمقياس سيرفكوال (Servqual Scale) الخاص بقياس جودة الخدمة، والمتمثلة في الأبعاد التالية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الموثوقية، والتعاطف) ، ويقاس هذا المتغير من خلال فقرات الاستبانة من 6 - 28.

4-3 الطرق والأساليب الإحصائية المتبعة أثناء البحث :

من أجل تحقيق أهداف البحث وإختبار فرضياته واستخراج النتائج تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية

Statistical Package for Social Science (SPSS) ، حيث تم اختيار الإختبارات مثل :

1-النسب المئوية (Percentage)، المتوسطات الحسابية (Means)، والانحرافات المعيارية (Standard Deviations) .

2- اختبار كرونباخ ألفا (α) **Cronbach's alpha Test** للصدق والثبات: اختبار كرونباخ ألفا (α) هو اختبار يبين مصداقية إجابات أفراد العينة على فقرات استمارات الاستبانات المقاسة بمقياس واحد ، حيث كلما كانت قيم معامل كرونباخ ألفا كبيرة أكبر من (0.60) فيدل على مصداقية إجابات أفراد العينة. (Pallant , 2007).

3- اختبار ولكوكسون حول المتوسط **Wilcoxon - Test** : يستخدم اختبار ولكوكسون لاختبار فرضيات حول مقارنة متوسطي مجتمعين في حالة العينات المرتبطة ونقاط البيانات متوافقة، ولكن البيانات لا تتجه نحو التحليل المعلمي (البارامترية) أي أن

البيانات ترتيبية أو أن الفروق غير موزعة توزيعاً طبيعياً. (القحطاني، 2015، ص 177) .

4- اختبار Z حول المتوسط : يستخدم اختبار Z حول المتوسط لاختبار الفرضيات الإحصائية المتعلقة بمتوسط المجتمع إذا كانت بيانات العينة كمية وحجم العينة كبير . لذلك يتم استخدام هذا الاختبار لاختبار الفرضيات الفرعية للدراسة. (البلداوي : 1997 ، 332).

5- معامل الارتباط (بيرسون) (r) : من أكثر معاملات الارتباط استخداماً خاصة في العلوم الانسانية و الاجتماعية ، ومستوى القياس المطلوب عند تطبيق معامل بيرسون للارتباط هو أن يكون كلا المتغيرين مقياس فترة أو نسبي أو بمعنى اخر أن تكون بيانات كلا المتغيرين (الظاهرتين) بيانات كمية . ويعرف معامل الارتباط بأنه عبارة عن مقياس رقمي ($+ 1$) و ($- 1$) أي أن $+ 1 \leq r \leq - 1$ ، وتدل إشارة المعامل الموجبة على العلاقة الطردية ، بينما تدل إشارة المعامل السالبة على العلاقة العكسية . (داود ، فاضل ، 2004) .

3-5 اختبارات الصدق " الصلاحية " The validity Test :

للتأكد من صدق وصلاحية الاستبانة تم استخدام الاختبارات التالية :

أ - صدق المحتوى أو (صدق المضمون) **Content validity** : روعي جانب صدق المحتوى في الاستبانة ، من خلال التأكد أن الأسئلة التي تحتويها تغطي جميع متغيرات المشكلة والفرضيات الرئيسة والفرعية المنتقاة من الإطار النظري ومنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م ، ومقياس جودة الخدمات المصرفية (Servequal).

ب - الصدق الظاهري **Face validity** : للتأكد من أن أسئلة الاستبانة تحقق هدف البحث تم عرضها على استاذ لغة عربية للتصحيح الإملائي واللغوي ، وأيضاً عرضها على أكاديميين متخصصين في المحاسبة والإحصاء من الجامعات الليبية بقصد مراجعتها من حيث تغطية أسئلة الإستبانة لكل فرضيات ومتغيرات البحث ، وبعد أن تم جمع آراءهم وملاحظاتهم على فقرات الإستبانة تم إجراء التعديلات اللازمة في الفقرات حتى تم التوصل للصورة التي أعدت للتطبيق وهي تضم ثلاثة مجموعات رئيسية من الأسئلة كالآتي :-

المجموعة الأولى:- وتضم (3) أسئلة للمتغيرات الديموغرافية وهي العمر، المؤهل العلمي، وعدد سنوات التعامل مع المصرف

المجموعة الثانية:- وتشمل 5 فقرات حول مدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها.

المجموعة الثالثة:- وتشمل 23 فقرة حول مستويات أبعاد جودة الخدمات المصرفية.

ج- اختبار الثبات والصدق **Reliability and Validate** : للتأكد من ثبات أداة البحث تم استخدام معامل كرونباخ ألفا (α) للاتساق الداخلي **Internal Consistency** ، ولغرض التحقق من صدق الاستبانة تم إيجاد الجذر التربيعي لمعامل كرونباخ ألفا ، فكانت النتائج كما بالجدول رقم (2) :

جدول رقم (2) نتائج اختبار كرونباخ ألفا (α) (Cronbach Alpha test) للتحقق من ثبات متغيرات البحث.

ت	المتغيرات	عدد الفقرات	معامل الثبات Cronbach Alpha	معامل الصدق
1	مدى التزام المصارف التجارية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005	5	0.602	0.776
2	مستوى البعد الفرعي للموسمية .	5	0.692	0.832
3	مستوى البعد الفرعي الاعتمادية .	5	0.824	0.908
4	مستوى البعد الفرعي الاستجابة .	4	0.676	0.822
5	مستوى البعد الفرعي الموثوقية .	4	0.688	0.829
6	مستوى البعد الفرعي التعاطف .	5	0.615	0.784
7	مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف التجارية الليبية	23	0.647	0.804

من خلال الجدول رقم (2) نلاحظ أن قيم معامل كرونباخ ألفا (α) (معامل الثبات) لكل مجموعة من فقرات الاستبانة تتراوح بين (0.615 إلى 0.824) وهي قيم كبيرة أكبر من 0.60 وبالتالي تعتبر نسبة مقبولة في هذا النوع من البحوث (Saunders et al. 2009)، وهذا يشير إلى توفر درجة عالية من الثبات والاتساق الداخلي في الإجابات. وكذلك فإن معاملات الصدق تتراوح بين (0.784 إلى 0.908) وهي قيم كبيرة وهذا يدل على توفر درجة عالية من الصدق، مما يدل على أن العينة التي وقع الاختيار عليها هي من المجتمع المراد قياسه بالفعل، ومنها نستطيع الاعتماد عليها بأنها ستكون مناسبة لتحقيق أغراض البحث.

3-6 مقياس البحث : The research Scale

وتم استخدام المقياس الترتيبي ليكرت ذي النقاط الخمس (Likert Five Point Scale) لأنه يمتاز بموثوقية عالية ومصداقية جيدة ، كما أنه يمتاز بسهولة الاختيار للمستجيبين بين (أنفق تماماً - لا أنفق تماماً) (Creswell , 2007 : 197)، كأداة للمقياس والتعبير عن أسئلة الاستبانة بدرجات (غير موافق بشدة ، غير موافق ، محايد ، موافق ، موافق بشدة) وقد أعطيت لها الأوزان الأتية على التوالي (1 ، 2 ، 3 ، 4 ، 5) أنظر الجدول رقم (3) . بعد تجميع الاستبانات من المشاركين في عينة البحث تم استخدام الطريقة الرقمية في ترميز الإجابات حيث تم ترميز الإجابات كما بالجدول التالي .

جدول رقم (3) مقياس ليكرت الخماسي الأبعاد (Likert Five Point Scale)

ليكرت الخماسي الأبعاد (Likert Five Point Scale)					المقياس
5	4	3	2	1	القيمة الترتيبية
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	درجات الموافقة

من خلال الجدول السابق رقم (3) يكون متوسط درجة الموافقة (3) فإذا كان متوسط درجة إجابات أفراد العينة يزيد معنوياً عن (3) فيدل على ارتفاع درجة الموافقة ، أما إذا كان متوسط درجة إجابات أفراد العينة يقل معنوياً عن (3) فيدل على انخفاض درجة الموافقة ، وإذا كان متوسط درجة إجابات أفراد العينة لا تختلف معنوياً عن (3) فيدل على أن درجة الموافقة متوسطة ، وبالتالي سوف يتم اختبار ما إذا كان متوسط درجة الموافقة تختلف معنوياً عن (3) أم لا . وبعد الانتهاء من ترميز الإجابات و إدخال البيانات الأولية باستخدام حزمة البرمجيات الجاهزة (SPSS) تم استخدام هذه الحزمة في تحليل البيانات الأولية كما يلي :-

- اختبار الفرضيات وعرض النتائج:

تم إجراء التحليل الإحصائي لاستخراج النتائج واختبار فرضيات البحث على خطوتين: الخطوة الأولى تناولت الإحصاء الوصفي للمتغيرات الديموغرافية لعينة البحث من حيث استخراج النسب المئوية والتكرارات ، أما الخطوة الثانية فتناولت اختبار فرضيات البحث عن طريق الإحصاء الوصفي من حيث استخراج المتوسطات الحسابية ، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية ، وأيضاً الإحصاء التحليلي (الاستدلالي) من حيث استخدام اختبار ولكوكسون ، واختبار Z.

- عرض نتائج الإحصاء الوصفي:

أولاً: توزيع أفراد عينة البحث تبعاً للمتغيرات الديموغرافية :

أ- توزيع أفراد عينة البحث وفقاً للعمر:

جدول رقم (4) التوزيع التكراري والنسبي المئوي لأفراد عينة البحث وفقاً للعمر.

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
العمر	أقل من 30 سنة	12	4.0%
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	85	28.5%
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	129	43.3%
	من 50 سنة فما فوق	72	24.2%
المجموع		298	100%

تشير قيم التكرارات والنسب المئوية لمتغير العمر أن أكثر من 43% من أفراد عينة البحث تراوحت أعمارهم من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة، وجاءت هذه الفئة في المرتبة الأولى، بينما جاءت الفئة العمرية من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة في المرتبة الثانية بنسبة 28.5%، وجاءت في المرتبة الثالثة الفئة العمرية من 50 سنة فما فوق بنسبة 24.2%، أما الفئة العمرية الأقل من 30 سنة فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة بسيطة وهي 4.0%. وبصورة عامة نلاحظ هناك ارتفاع أعمار أفراد عينة البحث وهذا قد يفيد في تحقيق أهدافه لان المشاركين في البحث ممن لديهم دراية كافية للإجابة بحكم كبر السن.

ب- توزيع أفراد عينة البحث وفقاً للمؤهل العلمي:

جدول رقم (5) التوزيع التكراري والنسبي المئوي لأفراد عينة البحث وفقاً للمؤهل العلمي.

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
المؤهل العلمي	دبلوم عالي	57	19.12%
	بكالوريوس	195	65.43%
	ماجستير	32	10.73%
	دكتوراه	14	4.7%
المجموع		298	100%

تشير قيم التكرارات والنسب المئوية بالنسبة للمؤهل العلمي أن نسبة 65.43% من أفراد عينة البحث متحصلين على درجة البكالوريوس وهم يمثلون أعلى نسبة وهم في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية يأتي أفراد العينة المتحصلين على دبلوم عالي بنسبة 19.12%، بينما حملة درجة الماجستير من افراد العينة فيمثلون نسبة 10.73% في المرتبة الثالثة، أما حملة الدكتوراه فنسبتهم

4.7% وتأتي في المرتبة الرابعة والأخيرة للمؤهلات في العينة. ونلاحظ أن نسبة حملة المؤهلات الجامعية فما فوق كانت 80.86% من عينة البحث وهذا مناسب لتمتعهم بالمعلومات والخبرات والكفاءة اللازمة للإجابة على الأسئلة و لتحقيق اهداف البحث.

ج- توزيع أفراد عينة البحث وفقاً لعدد سنوات التعامل مع المصرف:

جدول رقم (6) التوزيع التكراري والنسبي المتوي أفراد عينة البحث وفقاً لعدد سنوات التعامل مع المصرف.

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
عدد سنوات التعامل مع المصرف	أقل من 5 سنوات	7	2.34%
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	14	4.69%
	من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	72	24.16%
	من 15 سنة فما فوق	205	68.8%
المجموع		298	100%

من خلال الجدول رقم (6) نلاحظ أن معظم أفراد عينة البحث عدد سنوات تعاملهم مع المصرف من 15 سنة فما فوق ويمثلون نسبة 68.8% وتأتي في المرتبة الأولى ، ويأتي في المرتبة الثانية الفئة التي عدد سنوات تعاملها مع المصرف من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة بنسبة 24.16% من أفراد عينة البحث. بينما الفئة التي عدد سنوات تعاملها مع المصرف من 5 إلى أقل من 10 سنوات والتي نسبتها 4.69% تأتي في المرتبة الثالثة من افراد عينة البحث، والفئة التي عدد سنوات تعاملها مع المصرف أقل من 5 سنوات كانت نسبتها 2.34% تأتي في المرتبة الأخيرة . ونلاحظ من ذلك أن معظم أفراد عينة البحث وبما يعادل 92.96% عدد سنوات تعاملهم مع المصرف يزيد عن 10 سنوات فأكثر. وبصورة عامة نلاحظ هناك ارتفاع في عدد سنوات التعامل مع المصرف مما يزيد من الثقة في النتائج التي سوف نحصل عليها من المشاركين في العينة نتيجة طول فترة تعاملهم مع المصارف .

ثانياً: التحليل الوصفي للمتغيرات ونتائج الإحصاء التحليلي (الاستدلالي):

الخطوة الثانية تناولت اختبار فرضيات البحث عن طريق استخراج المتوسطات الحسابية ، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية ، وأيضاً استخدام اختبار ولكوكسون ، واختبار Z .

أ- اختبار الفرضيات الفرعية للبحث :

اختبار الفرضية الفرعية الأولى H1:

" لا تلتزم المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها " .

لاختبار درجة موافقة العينة على فقرات الفرضية الأولى مدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م تم استخدام اختبار ولكوكسون حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما في الجدول رقم (7) ، حيث كانت الفرضية الصفرية والبديلة لها لكل فقرة كالأتي:

- الفرضية الصفرية: متوسط درجة موافقة عينة البحث على مدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م لا يختلف معنويا عن متوسط المقياس (3) .

- الفرضية البديلة: متوسط درجة موافقة أفراد عينة البحث على مدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م يختلف معنويا عن متوسط المقياس (3) .

جدول رقم (7) نتائج اختبار ولكوكسون حول متوسطات إجابات أفراد العينة على فقرات مدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م .

ت	الفقرة	المتوسط Mean	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	الدلالة المحسوبة. Sig
1	تلتزم المصارف بالإعلان عن أسعار العملات والخدمات المصرفية في مكان بارز، وبشكل واضح في جميع فروعها ووكالاتها.	1.00	.000	-17.263	.000
2	يتم الإعلان باستخدام لوحة إعلان إلكترونية عن أسعار بيع وشراء العملات الأجنبية للأغراض	1.00	.000	-17.263	.000

				الشخصية، وفقاً للهوامش المحددة من قبل مصرف ليبيا المركزي.	
3	1.00	.000	-17.263	.000	يتم إعلام الزبائن بالتغيرات التي تطرأ على تسعيرة الخدمات المصرفية سواء بالزيادة أو التخفيض.
4	1.00	.000	-17.263	.000	تتوفر المرونة الكافية لمن يرغبون في قفل حساباتهم، والانتقال إلى مصارف أخرى بحثاً عن خدمات أفضل و يتم العمل على استقطاب زبائن جدد.
5	1.00	.058	-17.234	.000	يتم تعريف الزبائن بالخدمات التي تقدمها المصارف، و يتم الرد على استفساراتهم، و يتوفر مسئولين بفروع المصارف لخدمات العملاء والعلاقات العامة.

من خلال الجدول السابق يتضح بأن المصارف لم تلتزم بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م حيث بلغ المتوسط لكل فقرة من الفقرات 1.00 وهو أقل من متوسط المقياس (3) والدلالات المحسوبة (Sig. = 0.000) لكل فقرة من الفقرات أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) ($P\text{-value} < 0.05$) وذلك من وجهة نظر الزبائن، كما يرى المشاركون في البحث بأن المصارف لم تلتزم بالإعلان عن أسعار العمولات والخدمات المصرفية في مكان بارز، وبشكل واضح في جميع فروعها ووكالاتها حيث بلغ المتوسط 1.00 فقط و بانحراف معياري (.000). كما يرى المشاركون بأن المصارف التجارية محل الدراسة لا تلتزم بالإعلان باستخدام لوحة إعلان إلكترونية عن أسعار بيع وشراء العملات الأجنبية للأغراض الشخصية، وفقاً للهوامش المحددة من قبل مصرف ليبيا المركزي حيث بلغ متوسط الإجابات 1.00 والانحراف المعياري له (.000). كما يرى المشاركون بالبحث بأنه لا يتم إعلام الزبائن بالتغيرات التي تطرأ على تسعيرة الخدمات المصرفية سواء بالزيادة أو التخفيض حيث تبين بان المتوسط الحسابي بلغ 1.00 و الانحراف المعياري (.000). كما يرى المشاركون بالبحث بأنه لا تتوفر المرونة الكافية لمن يرغبون في قفل حساباتهم، والانتقال إلى مصارف أخرى بحثاً عن خدمات أفضل ولا يتم العمل على استقطاب زبائن جدد حيث بلغ متوسط الإجابات 1.00 و بانحراف معياري (.000). كما يرى المشاركون بالبحث بأنه لا يتم تعريف الزبائن بالخدمات التي تقدمها المصارف، و لا يتم الرد على استفساراتهم، ولا يتوفر مسئولين بفروع المصارف لخدمات العملاء والعلاقات العامة حيث بلغ المتوسط 1.00 فقط و بانحراف معياري قدره (.058). وبذلك يتبين بشكل عام عدم التزام المصارف التجارية الليبية محل البحث (الجمهورية، الصحاري،

التجاري الوطني ، الوحدة) بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها من وجهة نظر الزبائن المشاركين في البحث. لذلك نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على " متوسط درجة موافقة عينة البحث على مدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م لا يختلف معنويا عن متوسط المقياس (3) " ، ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على " متوسط درجة موافقة عينة البحث على مدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م يختلف معنويا عن متوسط المقياس (3) " .

ولاختبار الفرضية الفرعية مدى التزام المصارف التجارية الليبية محل البحث بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها تم إيجاد متوسطات إجابات أفراد العينة على فقرات هذه الفرضية ، وتم استخدام اختبار (Z) حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما بالجدول رقم (8):

الجدول رقم (8) نتائج اختبار (Z) حول المتوسط العام لإجابات أفراد العينة على الفقرات المتعلقة بمدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م .

الدلالة المحسوبة Sig.	درجات الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط العام Mean	البيان
.000	297	-2979.00	.01159	1.0007	مدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م

من خلال الجدول رقم (8) نلاحظ أن قيمة إحصائي الاختبار (-2979.00) بدلالة محسوبة (Sig. = 0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) ، وحيث أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة البحث (1.0007) وهو يقل عن متوسط المقياس (3) ، وهذا يؤكد صحة الفرضية الفرعية الأولى وقبولها وهي :

H1 : " لا تلتزم المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها " ، وهذا يتوافق مع دراسة (تواتي ، 2016) حيث تبين وجود اختلاف في المعالجة المحاسبية لعمليات المراجعة للأمر بالشراء الداخلية التي تتم بالمصارف الليبية و المعالجة المحاسبية لتلك العمليات حسب المعيار المصرفي رقم (1).

- اختبار الفرضية الفرعية الثانية H2:

" يوجد تدني في أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف التجارية الليبية محل البحث "

1- بعد الملموسية Tangibility :

لاختبار درجة موافقة العينة على كل الفقرات المتعلقة بعدد الملموسية تم استخدام اختبار ولكوكسون حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما في الجدول رقم (9) ، حيث كانت الفرضية الصفرية والبديلة لها لكل فقرة كالتالي:

- الفرضية الصفرية: متوسط درجة موافقة أفراد العينة على بعد الملموسية لا يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3).

- الفرضية البديلة: متوسط درجة موافقة أفراد العينة على بعد الملموسية يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3).

جدول رقم (9) نتائج اختبار ولكوكسون حول متوسطات إجابات أفراد العينة على الفقرات المتعلقة بعدد الملموسية

الترتيب	الدلالة المحسوبة Sig.	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	المتوسط Mean	الفقرة	ت
1	.000	-16.209	.368	%23.2	1.16	لدى المصرف معدات حديثة ومتطورة.	1
3	.000	-17.234	.058	%20	1.00	مرافق المصرف جميلة وجذابة.	2
2	.000	-16.346	.394	%22.8	1.14	يتميز العاملون في المصرف بحسن المظهر وأناقاة الملابس.	3
4	.000	-17.263	.000	%20	1.00	تتماز مطبوعات المصرف بالوضوح وجمال تصميم	4
4	.000	-17.263	.000	%20	1.00	المظهر العام للمصرف مناسب لطبيعة الخدمات التي يقدمها للعملاء.	5
	.000	-283.892	.11790	%21.2	1.06	المجموع	

تبين قيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات بعد الملموسية أن الفقرة الأولى والتي تشير إلى أنه " لدى المصرف معدات حديثة ومتطورة " قد احتلت الترتيب الأول بوسط حسابي بلغ (1.16) وانحراف معياري قدره (0.368). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (23.2%) تقريباً. بينما كانت الفقرات الثانية والرابعة والخامسة والتي تنص على التوالي " مرافق المصرف جميلة وجذابة " ، " تمتاز مطبوعات المصرف بالوضوح وجمال التصميم " ، " المظهر العام للمصرف مناسب لطبيعة الخدمات التي يقدمها للعملاء " أدنى الفقرات إذ تحققت بوسط حسابي قدره (1.00) ، (1.00) ، (1.00) على التوالي ، وانحراف معياري (0.058) ، (0.000) ، (0.000) على التوالي ، ونسب مئوية (20%) ، (20%) ، (20%) على التوالي ، وأن الوسط الحسابي لبعده الملموسية بلغ (1.06) ، والانحراف المعياري له (1.11790). ويمثل ما نسبته (21.2%) تقريباً. ويعني ذلك أن تنفيذ بعد الملموسية كأحد أبعاد قياس جودة الخدمات المصرفية من قبل المصارف يمثل 21.2% من وجهة نظر العينة ، و أن الدلالات المحسوبة (Sig. = 0.000) أقل من مستوي المعنوية ($\alpha = 0.05$) ومتوسطات إجابات أفراد عينة البحث تقل عن متوسط المقياس (3) لجميع فقرات بعد الملموسية ، لذلك نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على " متوسط درجة موافقة عينة البحث على فقرات بعد الملموسية لا يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " . لهذه الفقرات ، ونقبل الفرضية البديلة لها والتي تنص على " متوسط درجة موافقة عينة البحث على فقرات بعد الملموسية يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " ، وحيث أن متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على هذه الفقرات تقل عن متوسط المقياس (3) ، وهذا يشير إلى انخفاض درجات الموافقة على هذه الفقرات وبالتالي نستنتج وجود انخفاض في بعد الملموسية حسب وجهة نظر العينة.

ولاختبار الفرضية الفرعية المتعلقة ببعد الملموسية تم إيجاد متوسطات إجابات أفراد العينة على هذه الفرضية، واستخدام اختبار (Z) حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما بالجدول رقم (10) ، حيث كانت الفرضية الصفرية والبديلة لها على النحو التالي :

-الفرضية الصفرية:المتوسط العام لدرجة موافقة العينة على فقرات بعد الملموسية لا يختلف معنويًا عن المتوسط (3).

-الفرضية البديلة: المتوسط العام لدرجة موافقة العينة على فقرات بعد الملموسية يختلف معنويًا عن المتوسط (3).

الجدول رقم (10) نتائج اختبار (Z) حول المتوسط لإجابات أفراد

البيان	المتوسط العام Mean	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجات الحرية	الدلالة المحسوبة Sig.
بعد الملموسية	1.0611	.11790	-283.892	297	.000

عينة البحث

على الفقرات المتعلقة بعد الملموسية

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن قيمة إحصائي الاختبار (-283.892) بدلالة محسوبة (Sig.= 0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لذلك نرفض الفرضية الصفرية والتي تنص على " المتوسط العام لدرجة موافقة عينة البحث على الفقرات المتعلقة بعد الملموسية لا يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) ". ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على " المتوسط العام لدرجة موافقة عينة البحث على الفقرات المتعلقة بعد الملموسية يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " ، وحيث أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة البحث (1.0611) وهو يقل عن متوسط المقياس (3) ، وهذا يشير إلى وجود انخفاض في بعد الملموسية مما يعني " ليس لدى معظم المصارف التجارية معدات حديثة ومتطورة " ، " لا يتميز العاملون في معظم المصارف التجارية بحسن المظهر وأناقة الملبس " ، " مرافق معظم المصارف التجارية ليست جميلة وجذابة " ، " لا تمتاز مطبوعات معظم المصارف التجارية بالوضوح وجمال التصميم " ، " المظهر العام لمعظم المصارف التجارية غير مناسب لطبيعة الخدمات التي يقدمونها للعملاء " .

2- بعد الاعتمادية Reliability :

لاختبار معنوية درجة موافقة عينة البحث على فقرات بعد الاعتمادية تم استخدام اختبار ولكوكسون حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما في الجدول رقم (11) ، حيث كانت الفرضية الصفرية والبديلة لها كالتالي :

- الفرضية الصفرية: متوسط درجة موافقة العينة على فقرات بعد الاعتمادية لا يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3)

- الفرضية البديلة: متوسط درجة موافقة العينة على فقرات بعد الاعتمادية يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) .

جدول رقم (11) نتائج اختبار ولكوكسون حول متوسطات إجابات أفراد العينة على فقرات مستوى بعد الاعتمادية.

تبين قيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرات بعد الاعتمادية أن الفقرة الثالثة والتي تشير إلى " يقدم المصرف خدماته بشكل

الترتيب	الدلالة المحسوبة Sig.	إحصائي الاختبار	انحراف معيارى	النسب المئوية	المتوسط Mean	الفقرة	ت
2	.000	-17.094	.172	%20.4	1.02	يحافظ المصرف على وعوده المقدمة للعملاء.	1
3	.000	-17.205	.129	%20.2	1.01	عند مواجهة مشكلة يقدم المصرف اهتمام صادق بمحاولة تقديم الحلول	2
1	.000	-16.936	.220	%20.8	1.04	يقدم المصرف خدماته بشكل صحيح من أول مرة.	3
3	.000	-17.234	.116	%20.2	1.01	ينجز المصرف خدماته خلال الفترة المتفق عليها.	4
2	.000	-17.094	.172	%20.4	1.02	يسعى المصرف لعدم ارتكاب الأخطاء.	5
				%20.4	1.0215	المجموع	

صحيح من أول مرة " قد احتلت الترتيب الأول بوسط حسابي بلغ (1.04) وانحراف معياري قدره (0.220). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (20.8%) تقريباً. بينما كانت الفقرات الثانية والرابعة والتي تنص على التوالي " عند مواجهة مشكلة يقدم المصرف اهتمام صادق بمحاولة تقديم الحلول " ، " ينجز المصرف خدماته خلال الفترة المتفق عليها " أدنى الفقرات إذ تحققت بوسط حسابي قدره (1.01) ، (1.01) على التوالي، وانحراف معياري (0.129) ، (0.116) على التوالي وينسب مئوية (20.2%) ، (20.2%) على التوالي، والوسط الحسابي لبعدها اعتمادية بلغ (1.0215) ، والانحراف المعياري له (1.2743). ويمثل ما نسبته (20.43%) تقريباً. ويعني ذلك أن تنفيذ بعد الاعتمادية من قبل المصارف التجارية محل البحث يمثل 20.43% من وجهة

نظر أفراد عينة البحث ، و نلاحظ أن الدلالات المحسوبة ($\text{Sig.} = 0.000$) أقل من مستوي المعنوية ($\alpha = 0.05$) ومتوسطات إجابات أفراد العينة تقل عن متوسط المقياس (3) لجميع فقرات بعد الاعتمادية ، لذلك نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على " متوسط درجة موافقة أفراد عينة البحث على فقرات بعد الاعتمادية لا يختلف معنويا عن متوسط المقياس (3) " ، ونقبل الفرضية البديلة لها والتي تنص على " متوسط درجة موافقة أفراد عينة البحث على فقرات بعد الاعتمادية يختلف معنويا عن متوسط المقياس (3) " ، وحيث أن متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على هذه الفقرات تقل عن متوسط المقياس (3) ، وهذا يشير إلى انخفاض درجات الموافقة على هذه الفقرات وبالتالي نستنتج وجود انخفاض في بعد الاعتمادية.

ولاختبار الفرضية الفرعية لبعدها الاعتمادية تم إيجاد متوسطات إجابات أفراد العينة على جميع الفقرات المتعلقة بهذه الفرضية ، واستخدام اختبار (Z) حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما بالجدول رقم (12) ، حيث كانت الفرضية الصفرية والبديلة لها على النحو التالي :

-الفرضية الصفرية:المتوسط العام لدرجة موافقة العينة على فقرات بعد الاعتمادية لا يختلف معنويا عن متوسط المقياس (3).

-الفرضية البديلة:المتوسط العام لدرجة موافقة العينة على فقرات بعد الاعتمادية يختلف معنويا عن متوسط المقياس (3).

الجدول رقم (12) نتائج اختبار (Z) حول المتوسط العام لإجابات أفراد العينة على فقرات بعد الاعتمادية.

الدلالة المحسوبة Sig.	درجات الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط العام Mean	البيان
.000	297	-268.034	.12743	1.0215	بعد الاعتمادية

نلاحظ أن قيمة إحصائي الاختبار (-268.034) بدلالة محسوبة ($\text{Sig.} = 0.000$) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لذلك نرفض الفرضية الصفرية والتي تنص على " المتوسط العام لدرجة موافقة عينة البحث على الفقرات المتعلقة ببعدها الاعتمادية لا يختلف معنويا عن متوسط المقياس (3) " ، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على " المتوسط العام لدرجة موافقة عينة البحث على الفقرات المتعلقة ببعدها الاعتمادية يختلف معنويا عن متوسط المقياس (3) " ، وحيث أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة البحث (1.0215) وهو يقل عن متوسط المقياس (3) ، وهذا يشير إلى وجود انخفاض في بعد الاعتمادية حيث أن " لا تقدم معظم

المصارف التجارية خدماتها بشكل صحيح من أول مرة " ، " لا تحافظ معظم المصارف التجارية محل البحث على وعودها المقدمة للعملاء " ، " لا تسعى معظم المصارف التجارية لعدم ارتكاب الأخطاء " ، " عند مواجهة مشكلة لا تقدم المصارف التجارية محل البحث اهتمام صادق بمحاولة تقديم الحلول " ، " لا تنجز معظم المصارف التجارية خدماتها خلال الفترة المتفق عليها " .

3- بعد الاستجابة Responsiveness :

لاختبار معنوية درجة موافقة أفراد العينة على فقرات بعد الاستجابة تم استخدام اختبار ولكوكسون حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما في الجدول رقم (13) ، حيث كانت الفرضية الصفرية والبدلية لها لكل فقرة كالتالي :

- الفرضية الصفرية: متوسط درجة موافقة أفراد العينة على فقرات بعد الاستجابة لا يختلف معنويًا عن المتوسط (3).
- الفرضية البديلة: متوسط درجة موافقة أفراد العينة على فقرات بعد الاستجابة يختلف معنويًا عن المتوسط (3).

جدول رقم (13) نتائج اختبار ولكوكسون حول متوسطات إجابات أفراد العينة على الفقرات المتعلقة ببعد الاستجابة

ت	الفقرة	المتوسط Mean	النسب المئوية	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	الدلالة المحسوبة Sig.	الترتيب
1	يلتزم موظفو المصرف الإطار الزمني الصحيح لإتمام الخدمة.	1.10	%22	.306	-16.515	.000	1
2	يقدم موظفو المصرف خدمات موثقة.	1.03	%20.6	.162	-17.043	.000	3
3	يتوفر في المصرف الاستعداد الدائم لمساعدة العملاء.	1.06	%21.2	.245	-16.773	.000	2
4	تقدم الخدمة المصرفية بشكل فوري.	1.02	%20.4	.141	-17.096	.000	4
	المجموع	1.0537	%21.07	.11985		.000	

تبين قيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات بعد الاستجابة أن الفقرة الأولى والتي تشير إلى أنه " يلتزم موظفو

المصرف الإطار الزمني الصحيح لإتمام الخدمة " قد احتلت الترتيب الأول بوسط حسابي بلغ (1.10) وانحراف معياري قدره (0.306). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (22%) تقريباً. بينما كانت الفقرة الثالثة والتي تشير إلى " يتوفر في المصرف الاستعداد الدائم لمساعدة العملاء " قد احتلت الترتيب الثاني بوسط حسابي بلغ (1.06) وانحراف معياري قدره (0.245). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (21.2%) تقريباً. بينما كانت الفقرة الثانية والتي تشير إلى " يقدم موظفو المصرف خدمات موثقة " قد احتلت الترتيب الثالث بوسط حسابي بلغ (1.03) وانحراف معياري قدره (0.162). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (20.6%) تقريباً. والفقرة الرابعة والتي تنص على " تقدم الخدمة المصرفية بشكل فوري " أدنى الفقرات إذ تحققت بوسط حسابي قدره (1.02) وانحراف معياري (0.141). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (20.4%) تقريباً. ويعني ذلك أن تنفيذ بعد الاستجابة من قبل المصارف محل البحث يمثل 21.7% من وجهة نظر أفراد عينة البحث ، و نلاحظ أن الدلالات المحسوبة ($\text{Sig.} = 0.000$) أقل من مستوي المعنوية ($\alpha = 0.05$) ومتوسطات إجابات أفراد العينة تقل عن متوسط المقياس (3) لجميع فقرات بعد الاستجابة ، لذلك نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على " متوسط درجة موافقة أفراد عينة البحث على فقرات بعد الاستجابة لا يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " هذه الفقرات ، ونقبل الفرضية البديلة لها والتي تنص على " متوسط درجة موافقة أفراد عينة البحث على فقرات بعد الاستجابة يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " ، وحيث أن متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على هذه الفقرات تقل عن متوسط المقياس (3) ، وهذا يشير إلى انخفاض درجات الموافقة على هذه الفقرات وبالتالي نستنتج وجود انخفاض في بعد الاستجابة حسب وجهة نظر أفراد عينة البحث .

ولاختبار الفرضية الفرعية المتعلقة ببعد الاستجابة تم إيجاد متوسطات إجابات أفراد العينة على الفقرات المتعلقة بهذه الفرضية ، تم استخدام اختبار (Z) حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما بالجدول رقم (14) ، حيث كانت الفرضية الصفرية والبديلة لها على النحو التالي :

- الفرضية الصفرية: متوسط درجة موافقة أفراد العينة على فقرات بعد الاستجابة لا يختلف معنويًا عن المتوسط (3).
- الفرضية البديلة: متوسط درجة موافقة أفراد العينة على فقرات بعد الاستجابة يختلف معنويًا عن المتوسط (3).

البيان	المتوسط العام Mean	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجات الحرية	الدلالة المحسوبة. Sig.
بعد الاستجابة	1.0537	.11985	-280.344	297	.000

الجدول رقم (14) نتائج اختبار (Z) حول متوسط إجابات أفراد العينة على فقرات بعد الاستجابة.

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن قيمة إحصائي الاختبار (-280.344) بدلالة محسوبة (Sig. = 0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لذلك نرفض الفرضية الصفرية والتي تنص على " المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة ببعيد الاستجابة لا يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " ، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على " المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة ببعيد الاستجابة يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " ، وحيث أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة البحث (1.0537) وهو يقل عن متوسط المقياس (3) ، وهذا يشير إلى وجود انخفاض في بعد الاستجابة حيث أن " لا يلتزم موظفو المصارف التجارية محل البحث بالإطار الزمني الصحيح لإتمام الخدمة " ، " لا يتوفر في المصارف التجارية محل البحث الاستعداد الدائم لمساعدة العملاء " ، " لا يقدم موظفو معظم المصارف التجارية محل البحث خدمات موثقة " ، " لا تقدم الخدمة المصرفية في معظم المصارف التجارية محل البحث بشكل فوري " .

4- بعد الموثوقية Assurance :

لاختبار معنوية درجة موافقة أفراد العينة على فقرات بعد الموثوقية تم استخدام اختبار ولكوكسون حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما في الجدول رقم (15) ، حيث كانت الفرضية الصفرية والبديلة لها لكل فقرة كالتالي:

- الفرضية الصفرية: متوسط درجة موافقة أفراد العينة على فقرات بعد الموثوقية لا يختلف معنويًا عن المتوسط (3).

- الفرضية البديلة: متوسط درجة موافقة أفراد العينة على فقرات بعد الموثوقية يختلف معنويًا عن المتوسط (3).

جدول رقم (15) نتائج اختبار ولكوكسون حول متوسطات إجابات أفراد العينة على الفقرات المتعلقة ببعيد الموثوقية.

الترتيب	الدلالة المحسوبة Sig.	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	النسب المئوية	المتوسط Mean	الفقرة	ت
4	.000	-17.096	.141	%20.4	1.02	تصرفات موظفي المصرف تولد إحساس الثقة لدى العميل.	1

3	.000	-16.991	.180	%20.6	1.03	يشعر العميل بالأمان أثناء القيام بالمعاملات لدى المصرف.	2
1	.000	-16.661	.273	%21.6	1.08	يتعامل موظفو المصرف بأدب مع العملاء.	3
2	.000	-16.819	.232	%21.2	1.06	يتوفر لدى موظفي المصرف المعرفة اللازمة للاستجابة لاستفسارات العملاء.	4
	.000		.10268	%20.9	1.0478	المجموع	

تبين قيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات بعد الموثوقية أن الفقرة الثالثة والتي تشير إلى أنه " يتعامل موظفو المصرف بأدب مع العملاء " قد احتلت الترتيب الأول بوسط حسابي بلغ (1.08) وانحراف معياري قدره (0.273). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (21.6%) تقريباً. بينما كانت الفقرة الرابعة والتي تشير إلى " يتوفر لدى موظفي المصرف المعرفة اللازمة للاستجابة لاستفسارات العملاء " قد احتلت الترتيب الثاني بوسط حسابي بلغ (1.06) وانحراف معياري قدره (0.232). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (21.2%) تقريباً. بينما كانت الفقرة الثانية والتي تشير إلى " يشعر العميل بالأمان أثناء القيام بالمعاملات لدى المصرف " قد احتلت الترتيب الثالث بوسط حسابي بلغ (1.03) وانحراف معياري قدره (0.180). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (20.6%) تقريباً. والفقرة الأولى والتي تنص على " تصرفات موظفي المصرف تولد إحساس الثقة لدى العميل " أدنى الفقرات إذ تحققت بوسط حسابي قدره (1.02) وانحراف معياري (0.141). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (20.4%) تقريباً. ويعني ذلك أن تنفيذ بعد الموثوقية يمثل 20.9% من وجهة نظر أفراد العينة، و نلاحظ أن الدلالات المحسوبة (Sig. = 0.000) أقل من مستوي المعنوية ($\alpha = 0.05$) ومتوسطات إجابات أفراد العينة تقل عن متوسط المقياس (3) لجميع فقرات بعد الموثوقية، لذلك نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على " متوسط درجة موافقة أفراد عينة البحث على فقرات بعد الموثوقية لا يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " لهذه الفقرات، ونقبل الفرضية البديلة لها والتي تنص على " متوسط درجة موافقة أفراد عينة البحث على فقرات بعد الموثوقية يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) "، وحيث أن متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على هذه الفقرات تقل عن متوسط المقياس (3)، وهذا يشير إلى انخفاض درجات الموافقة على هذه الفقرات وبالتالي نستنتج وجود انخفاض في بعد الموثوقية حسب وجهة نظر أفراد عينة البحث.

ولاختبار الفرضية الفرعية لبعدها الموثوقية تم إيجاد متوسطات إجابات أفراد العينة على جميع فقرات هذه الفرضية ، واستخدام اختبار (Z) حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما بالجدول رقم (16) ، حيث كانت الفرضية الصفرية والبديلة لها على النحو التالي :

- الفرضية الصفرية:المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد العينة على فقرات بعد الموثوقية لا يختلف معنويًا عن المتوسط (3).
- الفرضية البديلة: المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد العينة على فقرات بعد الموثوقية يختلف معنويًا عن المتوسط (3).
- الجدول رقم (16) نتائج اختبار (Z) حول متوسط إجابات أفراد العينة على جميع الفقرات المتعلقة ببعدها الموثوقية .

البيان	المتوسط العام	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجات الحرية	الدلالة المحسوبة Sig.
بعد الموثوقية	1.0478	.10268	-328.216	297	.000

من خلال الجدول رقم (16) نلاحظ أن قيمة إحصائي الاختبار (-328.216) بدلالة محسوبة ($\text{Sig.} = 0.000$) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لذلك نرفض الفرضية الصفرية والتي تنص على " المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة ببعدها الموثوقية لا يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " ، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على " المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة ببعدها الموثوقية يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " ، وحيث أن المتوسط العام لإجابات مفردات عينة الدراسة (1.0478) وهو يقل عن متوسط المقياس (3) ، وهذا يشير إلى وجود انخفاض في بعد الموثوقية حيث أن " لا يتعامل موظفو المصرف بأدب مع العملاء " ، " لا يتوفر لدى موظفي معظم المصارف التجارية محل البحث المعرفة اللازمة للإجابة عن استفسارات العملاء " ، " لا يشعر العميل بالأمان أثناء القيام بالمعاملات لدى معظم المصارف التجارية محل البحث " ، " تصرفات موظفي معظم المصارف التجارية محل البحث لا تولد إحساس الثقة لدى العميل " ، وذلك من وجهة نظر أفراد عينة البحث.

5- بعد التعاطف Empathy :

لاختبار معنوية درجة موافقة أفراد العينة على فقرات بعد التعاطف تم استخدام اختبار ولكوكسون حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما في الجدول رقم (17) ، حيث كانت الفرضية الصفرية والبديلة لها لكل فقرة على النحو التالي:

-الفرضية الصفرية: متوسط درجة موافقة أفراد العينة على فقرات بعد التعاطف لا يختلف معنويًا عن المتوسط (3).

- الفرضية البديلة: متوسط درجة موافقة أفراد العينة على فقرات بعد التعاطف يختلف معنويًا عن المتوسط (3).

جدول رقم (17) نتائج اختبار ولكوكسون حول متوسطات إجابات أفراد العينة على الفقرات المتعلقة ببعدها التعاطف .

الترتيب	الدلالة المحسوبة Sig.	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	النسب المئوية	المتوسط Mean	الفقرة	ت
4	.000	-17.043	.162	%20.6	1.03	يوفر المصرف خدمات شخصية للعملاء.	1
1	.000	-16.618	.283	%21.8	1.09	ساعات عمل المصرف مناسبة لجميع العملاء.	2
5	.000	-17.206	.082	%20.2	1.01	يوفر المصرف موظفين للاهتمام باحتياجات العملاء الخاصة.	3
2	.000	-16.773	.245	%21.2	1.06	يهتم المصرف بحاجات العميل.	4
3	.000	-16.916	.205	%20.8	1.04	يتوفر لدى العاملين في المصرف الفهم اللازم لحاجات العميل الخاصة.	5
	.000		.09319	%20.91	1.0456	المجموع	

تبين قيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات بعد التعاطف كأحد أبعاد قياس جودة الخدمات المصرفية أن الفقرة الثانية والتي تشير إلى أنه " ساعات عمل المصرف مناسبة لجميع العملاء " قد احتلت الترتيب الأول بوسط حسابي بلغ (1.09) وانحراف معياري قدره (283). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (21.8%) تقريباً. بينما كانت الفقرة الرابعة والتي تشير إلى " يهتم المصرف بحاجات العميل " قد احتلت الترتيب الثاني بوسط حسابي بلغ (1.06) وانحراف معياري قدره (245). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (21.2%) تقريباً. بينما كانت الفقرة الخامسة والتي تشير إلى " يتوفر لدى العاملين في المصرف الفهم اللازم لحاجات العميل الخاصة " قد احتلت الترتيب الثالث بوسط حسابي بلغ (1.04) وانحراف معياري قدره (205). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (20.8%) تقريباً. وكانت الفقرة الأولى والتي تشير إلى " يوفر المصرف خدمات شخصية للعملاء " قد احتلت الترتيب الرابع بوسط حسابي بلغ (1.03) وانحراف معياري قدره (162). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (20.6%) تقريباً. والفقرة الثالثة والتي تنص على " يوفر المصرف موظفين للاهتمام باحتياجات العملاء الخاصة " أدنى الفقرات إذ تحققت بوسط حسابي قدره (1.01) وانحراف معياري (082). وهذا الوسط يمثل نسبة مئوية قدرها (20.2%) تقريباً. ويعني ذلك أن تنفيذ بعد التعاطف كأحد أبعاد ومستويات قياس جودة الخدمات المصرفية " تشير إلى الأدب و الاحترام و المودة عند الاتصال الشخصي بالزبون " يمثل 20.91% من وجهة نظر أفراد عينة البحث ، و نلاحظ أن الدلالات المحسوبة ($\text{Sig.} = 0.000$) أقل من مستوي المعنوية ($\alpha = 0.05$) ومتوسطات إجابات أفراد عينة البحث تقل عن متوسط المقياس (3) لجميع الفقرات المتعلقة ببعد التعاطف ، لذلك نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على " متوسط درجة موافقة أفراد عينة البحث على فقرات بعد التعاطف لا يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " لهذه الفقرات ، ونقبل الفرضية البديلة لها والتي تنص على " متوسط درجة موافقة أفراد عينة البحث على فقرات بعد التعاطف يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " ، وحيث أن متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على هذه الفقرات تقل عن متوسط المقياس (3) ، وهذا يشير إلى انخفاض درجات الموافقة على هذه الفقرات وبالتالي نستنتج وجود انخفاض في بعد التعاطف حسب وجهة نظر أفراد عينة البحث .

ولاختبار الفرضية الفرعية لبعد التعاطف تم إيجاد متوسطات إجابات أفراد العينة على فقرات هذه الفرضية، وتم استخدام اختبار (Z) حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما بالجدول رقم (17) ، حيث كانت الفرضية الصفرية والبديلة لها على النحو التالي:

-الفرضية الصفرية:المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة ببعد التعاطف لا يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3).

-الفرضية البديلة:المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة ببعد التعاطف يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3)

الجدول رقم (17) نتائج اختبار (Z) حول المتوسط لإجابات أفراد العينة على جميع الفقرات المتعلقة ببعدها التعاطف

من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ أن قيمة إحصائي الاختبار (-362.025) بدلالة محسوبة (Sig. = 0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لذلك نرفض الفرضية الصفرية والتي تنص على " المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة ببعدها التعاطف لا يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " ، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على " المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة ببعدها التعاطف يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " ، وحيث أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة البحث (1.0456) وهو يقل عن متوسط المقياس (3) ، وهذا يشير إلى وجود انخفاض في بعد

البيان	المتوسط العام Mean	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجات الحرية	الدلالة المحسوبة Sig.
بعد التعاطف	1.0456	.09319	-362.025	297	.000

التعاطف حيث أن " ساعات عمل المصرف غير مناسبة لجميع العملاء " ، " لا يهتم المصرف بحاجات العميل " ، " لا يتوفر لدى العاملين في المصرف الفهم اللازم لحاجات العميل الخاصة " ، " لا توفر المصارف خدمات شخصية للعملاء " ، " يوفر المصرف موظفين للاهتمام باحتياجات العملاء الخاصة " ، وذلك من وجهة نظر أفراد عينة البحث.

- اختبار تدني أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف التجارية الليبية محل البحث :

لاختبار الفرضية الفرعية المتعلقة بأبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف التجارية محل البحث ، تم إيجاد متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على جميع الفقرات المتعلقة بهذه الفرضية والمتمثلة في (بعد الملموسية ، بعد الاعتمادية ، بعد الاستجابة ، بعد الوثوقية ، وبعدها التعاطف) ، و تم استخدام اختبار (Z) حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما بالجدول رقم (18) ، حيث كانت الفرضية الصفرية والبديلة لها على النحو التالي :

- الفرضية الصفرية: المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة بأبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف التجارية الليبية محل البحث لا يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3).

- الفرضية البديلة : المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة بمستويات و أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف التجارية الليبية محل الدراسة يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) .

الجدول رقم (18) نتائج اختبار (Z) حول المتوسط العام لإجابات أفراد العينة على فقرات أبعاد جودة الخدمات المصرفية .

البيان	المتوسط العام Mean	النسبة المئوية %	الانحراف المعياري	احصائي الاختبار	درجات الحرية	الدلالة المحسوبة Sig.
أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف التجارية الليبية محل البحث	1.0455	20.91%	.06379	- 528.906	297	.000

من خلال تتبع النتائج الواردة في الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة إحصائي الاختبار (-528.906) بدلالة محسوبة (0.000) = (Sig.) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لذلك نرفض الفرضية الصفرية والتي تنص على " المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة بأبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف التجارية الليبية محل البحث لا يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " ، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على " المتوسط العام لدرجة موافقة أفراد عينة البحث على الفقرات المتعلقة بأبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف التجارية الليبية محل الدراسة يختلف معنويًا عن متوسط المقياس (3) " ، وحيث أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة البحث (1.0455) وهو يقل عن متوسط المقياس (3) ، والانحراف المعياري له ، 0.06379 ، ونسبة 20.91% ، وهذا يشير إلى ان عينة البحث ترى أن تنفيذ أبعاد جودة الخدمات المصرفية كان بنسبة 20.91% تقريباً ، وأن هناك انخفاض في أبعاد جودة الخدمات المصرفية (بعد الملموسية ، بعد الاعتمادية ، بعد الاستجابة ، بعد الموثوقية ، وبعد التعاطف) ، بنسبة تصل إلى 79.09% من قبل المصارف التجارية محل البحث ، وهذا يؤكد صحة الفرضية الفرعية الثانية وقبولها وهي :

H2: " يوجد تدني في أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف التجارية الليبية محل البحث " . وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Izah , Mazlina ، 2007) حيث أظهرت نتائجها أن جودة الخدمات المقدمة فعلياً كانت أقل من توقعات العملاء .

- اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة:

" يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها على أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف محل البحث "

لاختبار الفرضية الرئيسية المتعلقة بأثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة

2005م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها على أبعاد جودة الخدمات المصرفية تم استخدام معامل الارتباط (بيرسون) **Pearson Correlation Coefficient** على متوسطات إجابات أفراد عينة البحث على جميع الفقرات المتعلقة بمدى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها ، ومتوسطات إجابات أفراد عينة البحث على جميع الفقرات المتعلقة بأبعاد جودة الخدمات المصرفية فكانت النتائج كما في الجدول رقم (19) حيث كانت :

- الفرضية الصفرية :- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية .

- الفرضية البديلة :- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية .

جدول رقم (19) نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون أثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية.

ت	الفقرة	قيمة معامل الارتباط r	الدلالة المحسوبة Sig.	نسبة الأثر %
1	أثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد الملموسية.	0.239	0.000	5.71%
2	أثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد الاعتمادية.	0.181	0.005	3.28%
3	أثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م	0.216	0.000	4.67%

			على بعد الاستجابة.	
4	أثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد الموثوقية.	0.114	0.048	%1.30
5	أثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد التعاطف.	0.128	0.032	%1.64
6	أثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية.	0.157	0.007	%2.46

من الجدول نستنتج أنه لغرض معرفة أثر التزام المصارف التجارية محل البحث بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية ، تم اختبار ذلك من خلال الأتي :

1- قيمة معامل الارتباط لأثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد الموسمية (0.239) بدلالة معنوية ($\text{Sig.} = 0.000$) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) (**P-value** < **0.05**) لذلك نرفض الفرضية الصفرية والتي تنص على " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية " ، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية " ، وهذا يدل على وجود أثر طردي (موجب) (ارتباط موجب) **Positive Correlation** ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد الموسمية حيث أن %5.71 من التغيير في بعد الموسمية يعود إلى التغيير في مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م .

2- قيمة معامل الارتباط لأثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد الاعتمادية (0.181) بدلالة معنوية ($\text{Sig.} = 0.005$) وهي أقل من مستوى المعنوية المعتمدة بالبحث وهي ($\alpha = 0.05$) لذلك نرفض الفرضية الصفرية والتي تنص على " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية " ، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية " ، وهذا يدل على وجود أثر طردي (موجب) ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد الاعتمادية حيث أن 3.28% من التغير في مستوى بعد الاعتمادية يعود إلى التغير في مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م .

3- قيمة معامل الارتباط لأثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد الاستجابة (0.216) بدلالة معنوية ($\text{Sig.} = 0.000$) وهي أقل من مستوى المعنوية المعتمدة بالبحث ($\alpha = 0.05$) لذلك نرفض الفرضية الصفرية والتي تنص على " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية " ، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية " ، وهذا يدل على وجود أثر طردي (موجب) ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد الاستجابة حيث أن 4.67% من التغير في بعد الاستجابة يعود إلى التغير في مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م .

4- قيمة معامل الارتباط لأثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد الموثوقية (0.114) بدلالة معنوية ($\text{Sig.} = 0.048$) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لذلك نرفض الفرضية الصفرية والتي تنص على " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية " ، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية " ، وهذا يدل على وجود أثر طردي (موجب) ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد الموثوقية ، حيث أن 1.30% من التغير في بعد الموثوقية يعود إلى التغير في مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م .

5- قيمة معامل الارتباط لأثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد التعاطف (0.128) بدلالة معنوية ($\text{Sig} = 0.032$) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لذلك نرفض الفرضية الصفرية والتي تنص على " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية " ، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية " ، وهذا يدل على وجود أثر طردي (موجب) ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على بعد التعاطف حيث أن 1.64 % من التغير في بعد التعاطف يعود إلى التغير في مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م.

6- قيمة معامل الارتباط لأثر مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية (0.157) بدلالة معنوية ($\text{Sig} = 0.007$) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لذلك نرفض الفرضية الصفرية والتي تنص على " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية " ، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية " ، وهذا يدل على وجود أثر طردي (موجب) ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م على أبعاد جودة الخدمات المصرفية حيث أن 2.46 % من التغير في أبعاد جودة الخدمات المصرفية يعود إلى التغير في مستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م ، مما يعني انه كلما زاد الالتزام من قبل المصارف التجارية محل البحث بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م كلما زادت جودة الخدمات المصرفية المقدمة من تلك المصارف محل البحث والعكس صحيح أيضاً ، كلما انخفض الالتزام بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م من قبل المصارف التجارية الليبية محل البحث كلما انخفضت جودة الخدمات المصرفية المقدمة منها.

وبناءً على ماتقدم عرضه من نتائج اختبارات الفرضيات الفرعية و التي تم قبولها بالكامل ، فإننا نقبل الفرضية الرئيسية وهي :

" يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها على أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف محل البحث "

النتائج والتوصيات

- نتائج البحث Results of research :

أثبتت نتائج الدراسة الميدانية أن المصارف التجارية الليبية محل الدراسة وهي (الجمهورية ، الصحاري ، التجاري الوطني ، الوحدة) لا تلتزم بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها مما أدى إلى انخفاض في جودة الخدمات المقدمة من قبلها حيث تبين ما يلي :

أولاً : لا تلتزم المصارف التجارية الليبية محل الدراسة بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها .

ثانياً : يوجد انخفاض في مستويات أبعاد جودة الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية الليبية محل البحث .

ثالثاً : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى التزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها على مستوى جودة الخدمات المصرفية .

- التوصيات Recommendations :

1- يؤمل من المصارف التجارية محل الدراسة (الجمهورية ، الصحاري ، التجاري الوطني، الوحدة) ضرورة الالتزام بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها.

2- على المصارف التجارية الليبية محل البحث ضرورة الاهتمام بتحسين جودة الخدمات المصرفية وذلك عن طريق الاهتمام بأبعاد جودة الخدمات المصرفية (بعد الملموسية ، بعد الاعتمادية، بعد الاستجابة، بعد الموثوقية ، بعد التعاطف) .

3- إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث حول مدى إلتزام المصارف التجارية الليبية بمنشور مصرف ليبيا المركزي رقم 2 لسنة 2016 م بشأن تطبيق قرار مجلس إدارة مصرف ليبيا المركزي رقم (36) لسنة 2009 م بشأن القواعد المنظمة لفتح الحسابات المصرفية بالمصارف التجارية ، حيث تبين ان بعض المصارف التجارية قامت بفتح حسابات جديدة خلال عام 2016 م واستعمالها في الحصول على اعتمادات مستندية ومستندات برسم التحصيل خلال شهر من فتحها بالمخالفة لمنشور مصرف ليبيا المركزي المذكور أعلاه . هذا حسب ما ورد بتقرير ديوان المحاسبة الليبي لسنة 2016 م ص 113.

4- إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث حول مدى إلتزام المصارف التجارية الليبية بالقانون رقم (1) لسنة 2013 م بشأن منع التعاملات الربوية ، حيث تبين استمرار بعض المصارف في احتساب فوائد على القروض بالمخالفة للقانون المذكور أعلاه . هذا حسب ما ورد بتقرير ديوان المحاسبة الليبي لسنة 2016 م ص 153.

المراجع

- المراجع العربية :

- أوسو ، خيربي علي ، بطرس ، لؤي لطيف ، " تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن - دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن مصارف مدينة دهوك" ، مجلة تنمية الرافدين، (الموصل: العراق ، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، المجلد 30، العدد 89، 2008 م)، ص ص 9-28.
- البكري ، سونيا محمد ، " إدارة الجودة الكلية " ، (الاسكندرية: مصر، الدار الجامعية ، 2004).
- البياتي ، محمود مهدي ، " تحليل البيانات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS " ، (عمان : الأردن ، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر والطبع ، 2005) .
- البلداوي ، عبد الحميد عبد المجيد ، " الإحصاء للعلوم الإدارية والتطبيقية " ، (عمان : الأردن ، دار الشروق ، الطبعة الأولى ، 1997).
- الصميدعي، محمد حاسم ، يوسف، ردينة عثمان ، " تسويق الخدمات " ، (عمان: الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2010) .
- العجارمة ، تيسير العفيشات ، " التسويق المصرفي " ، (عمان : الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية ، 2013) .
- العلاق ، بشير عباس محمود ، " ثقافة الخدمة " ، (عمان : الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، 2009)
- الفحطاني ، سعد بن سعيد ، " الإحصاء التطبيقي - المفاهيم الأساسية وأدوات التحليل الإحصائي باستخدام SPSS " ، (الرياض: المملكة العربية السعودية، مركز بحوث معهد الإدارة العامة، 1436هـ-2015م).
- المطاوعة ، عبد الله احمد ، " مدى التزام المصارف التجارية بتعليمات مصرف البحرين المركزي للحد من غسل الأموال " ، رسالة ماجستير غير منشورة، (عمان : الأردن، كلية إدارة الأعمال ، جامعة الشرق الأوسط، 2015).
- الهنيبي ، إيمان أحمد ، حيمور ، ساري يوسف ، " مدى التزام المصارف الإسلامية الأردنية بمبادئ الحوكمة المؤسسية " ، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية و الإدارية ، (غزة : فلسطين، الجامعة الإسلامية بغزة ، المجلد الحادي و العشرون ، العدد الثاني ، يونيو 2013) ، ص ص 213-236

- تواتي ، أسامة مفتاح ، " مدى التزام المصارف الليبية بالمعيار المصرفي رقم (1) المنظم لعمليات المراجعة للآمر بالشراء الداخلية ومدى توافقه مع معيار المحاسبة المالية رقم (2) - دراسة تطبيقية على المصارف الليبية" ، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية ، (زليتن : ليبيا ، كلية الاقتصاد والتجارة ، الجامعة الأسمرية ، العدد السابع ، يونيو 2016) . ص ص 218-263 .
- جودة ، زياد رمضان محفوظ ، " الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك " ، (عمان : الأردن ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الطبعة الثالثة ، 2003) .
- داود ، جمال إبراهيم ، فاضل ، سمير سليم ، " تحليل الارتباط ونماذج الانحدار البسيط " ، (بنغازي : ليبيا ، دار الكتب الوطنية ، الطبعة الأولى ، 2004) .
- شعشاعة ، حاتم غازي ، " قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فلسطين من وجهة نظر العملاء" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (غزة : فلسطين ، كلية التجارة ، الجامعة الإسلامية ، 2004) .
- طارق طه ، " إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت " ، (الاسكندرية : مصر ، دار الجامعة الجديدة ، 2007) .
- عريقات ، أحمد يوسف ، الزامل ، احمد محمود ، جرادات ، ناصر محمد سعود ، فوطة ، سحر محمد ، " تسويق الخدمات المصرفية " ، (عمان : الأردن ، دار إثراء للنشر والتوزيع ، 2012) .
- محارمة ، ثامر محمد ، " قياس جودة الخدمات المصرفية للبنوك الوطنية التجارية القطرية- دراسة ميدانية" ، مجلة الإدارة العامة ، (الرياض : المملكة العربية السعودية ، معهد الإدارة العامة ، المجلد 45 ، العدد 3 ، أغسطس 2005) .
- يوسف ، ردينة عثمان ، الصميدعي ، محمد جاسم ، " التسويق المصرفي: مدخل استراتيجي ، كمي ، تحليلي " ، (عمان : الأردن ، دار المناهج للطباعة والنشر والتوزيع ، 2005) .
- القوانين واللوائح والقرارات والمنشورات :
- 1- مؤتمر الشعب العام ، قانون رقم (1) لسنة 1993 م ، بشأن المصارف والنقد والائتمان .
- 2- مؤتمر الشعب العام ، قانون رقم (1) لسنة 2005 م ، بشأن المصارف والنقد والائتمان المعدل .
- 3- المجلس الوطني الإنتقالي ، قانون رقم (46) لسنة 2012 م ، بشأن المصارف والنقد والائتمان المعدل .

4- المؤتمر الوطني العام ، قانون رقم (20) لسنة 2013 ، بشأن إنشاء هيئة الرقابة الإدارية.

5- منشور مصرف ليبيا المركزي رقم (3) لسنة 2005 م ، بشأن تحرير أسعار الخدمات المصرفية وضوابط تحديدها .

- المراجع الأجنبية :

1- Alsudairi , M.AT . (2013) , " **The effects of self-service web portals on online banking service quality : Atheoretical model** " , International Journal of business and management , 8 (18) : pp 121 – 134.

2- Baba Prasad and Patrik Harker .(2000) . " **Pricing online Banking Services Amid Network Externalities**" , Journal of Credit and Banking , Vol. 15.

3- Camilleri , S., Cortis, J. and Fenech , M.(2014). " **Service Quality and Internet Banking Perceptions of Maltese Retail Bank Customers** ". Bank of Valletta Review, 48 (1) : 17 – 48 .

4- Creswell , J.W., (2007) " **Qualitative inquiry & Research Design : Choosing Among Five Approaches**" . Thousand Oaks; Sage Publications , inc.

5-Evans , James & Dean , James (2003) , " **Total Quality Management Organization and Strategy** " , 3rd ed , Thomason , South – Western , P : 10 .

6-Holy , David , (2000) , " **Automotive Quality System**" , Handbooks , 1st ed , Prentice – Honlee , Marketing For The travel and Tourism industing . P 119.

7 – Izah, Mohd Tahir , and Mazlina , Abu Bakar Nor (2007) , " **Service Quality Gap Between Customers Satisfactions of Commercial Bank Of Malaysia** " , International Review Of Business Research Papers , Vol. 3 , NO 4 , Pp .327 – 336 .

7- Loudon, Kenneth (2012), " **Mangement Information Systems- Managing the Digital Firm**" , 12th edition, Pearson Prentice Hall, United States of America.

8- Munusamy, J., Chellia, S., and Mum , H. (2010) . " **Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia**". International Journal of Innovation , Management and Technology, 1(4): 398- 404.

- 9- Nasserzadeh , S., Jafarzadeh , H., Manasouri , T. and Sohrabi , B. (2014) , " **Customer Satisfaction Fuzzy Cognitive Map in Banking Industry** " , communications of the IBIMA , 2 : 151 – 162 .
- 10- Pallant , J .(2007) , " **SPSS Survival Manual** " , Open University Press , Buckingham.
- 11- Parasuraman , A., Zeithaml , V .A ., Berry , L . L . (1985) : " **A conceptual Model of Service quality and its implications for Future research** " . J . Market . 49 , pp . 41 – 50
- 12-Philip Kotler & Kevin Lane Keller(2006) , " **Marketing Management**", 12th edition, New jersey: Pearson, P. 402.
- 13-Sekaran , U. (2003) , " **Research Methods for business** " , Fourth Edition , John Wiley & Sons , Inc.