

# جودة خدمة الصراف الآلي ورضا الزبائن

## (دراسة حالة خدمة الصراف الآلي بمصرف الجمهورية فرع الميدان – طرابلس، ليبيا)

علي الصويحي النوزيدي  
جامعة طرابلس، الهندسة الميكانيكية والصناعية،  
طرابلس، ليبيا  
a.el-buzidi@uot.edu.ly

رجب عبد الله حكومة  
جامعة طرابلس، الهندسة الميكانيكية  
والصناعية، طرابلس، ليبيا  
rhokoma@uot.edu.ly

عبر عبد الغفار مبروك  
شركة مجموعة الإرادة للإستشارات والتدريب، طرابلس،  
ليبيا  
Abir\_e2k@yahoo.com

والنتيجة تعكس إيجابياً على تحسن مستوى الأداء وإمكانية الرفع من نسبة الربحية.

### 2. لمحة عامة عن مفهوم جودة الخدمة

نتيجة للتطور السريع والاختلاف في توقعات وتطلعات الزبائن أصبح من المهم معرفة مستوى رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة، وحيث أن القطاع المصرفي يعتبر من القطاعات الحيوية في المجتمع نظراً لإعتماد جميع الفئات العاملة في القطاعات العامة والخاصة عليه، لذلك توجب معرفة مستوى جودة الخدمة المصرفية مما يساهم في زيادة رضا زبائن المصرف.

توجد عدة مقاييس لمعرفة مستوى جودة الخدمة المقدمة، منها مقياس جودة الخدمة ServQual والذي تم تصميمه من قبل Parasuraman، Zeithamal and Berry عام 1985 وتم تطويره حتى عام 1998 [3]، [4] وقد اهتم بجوانب الملموسية Tangibility والاعتمادية Reliability والاستجابة Responsiveness والتعاطف Empathy، والسرية (الأمان) Assurance ومنها تم وضع 22 عنصر لقياس جودة الخدمة المقدمة وذلك من خلال قياس الفجوة بين الخدمة المتوقعة من قبل الزبون والمقدمة إليه من قبل المؤسسة فعلياً، وتوجد هنا خمس فجوات الأولى تمثل الاختلاف بين توقعات الزبائن وادراك الإدارة لهذه التوقعات، والثانية هي الفجوة بين ادراك الإدارة لتوقعات الزبائن ومواصفات الخدمة التي تم تصميمها، والثالثة عبارة عن الفجوة بين مواصفات الخدمة المقدمة فعلياً، والرابعة بين تقديم الخدمة والعود التي قطعت خلال الاتصالات بالزبائن، في حين ان الفجوة الخامسة تركز على الفجوة بين الخدمة المقدمة وما وعدت به الإدارة إعلامياً أو من خلال اعلاناتها. أما مقياس أداء الخدمة ServPerf فيركز على الجودة المدركة فقط [5]، اي انه يركز على الاداء الفعلي للخدمة وقد ظهر سنة 1992 على يد الباحثين Joseph Cronin and Steven Taylor. [6]

### 3. نبذة عن مصرف الجمهورية

يعتبر مصرف الجمهورية أحد أهم وأكبر المصارف العاملة بالقطاع المصرفي الليبي، والمصرف بوضعيته الحالية هو نتاج لعملية دمج مصرفي الأمة والجمهورية، تم ذلك بغرض النهوض بقطاع الخدمات المصرفية في الدولة الليبية، حيث تم إجراء بعض التعديلات في هيكل القطاع المصرفي بما يساعد على الرقي بمستوى الخدمات المصرفية المقدمة لأفراد المجتمع من قبل المؤسسة المستحدثة المسماة (مصرف الجمهورية)، بإعتبارها مؤسسة مالية مصرفية قوية أصبحت تحتل المرتبة الأولى على مستوى القطاع المصرفي الليبي من حيث رأس المال والحصة السوقية، وتعتبر من ضمن المؤسسات المصرفية الإقليمية الكبرى في شمال أفريقيا والشرق الأوسط. يتخذ المصرف من مدينة طرابلس مقراً للإدارة العامة، وتنتشر فروع وكالاته على رقعة شاسعة من الأراضي الليبية [7]. بدأ العمل فعلياً لهذا الكيان المصرفي مع بداية الربع الثاني من سنة 2008 م بميزانية تفوق 11 مليار دينار ليبي وبعده فروع يصل إلى 153 فرعاً ووكالة يعمل به ما يقارب 6000 موظف وموظفة الأمر الذي ساهم بشكل مباشر في توفير التمويل اللازم للمشاريع الصغرى والمتوسطة سواء للقطاع العام أو الخاص، وقد وصل إجمالي ميزانية المصرف مع نهاية سنة 2011 م ما قيمته 39 مليار دينار، وحرص المصرف خلال

المخلص— تهدف هذه الورقة الى استعراض نتائج دراسة عن خدمات الصراف الآلي وقياس مستوى رضا زبائن مصرف الجمهورية عن جودة خدمة الصراف الآلي المقدمة بفرع الميدان، واستطلاع آرائهم والاستفادة من مقترحاتهم لتطوير الخدمة.

استخدم في هذه الدراسة المنهج العلمي الوصفي التحليلي، وقد تم الاعتماد على اداتين للبحث، هما الملاحظة المباشرة والاستبيان، استخدمت الدراسة لتصميم الاستبيان مقياس الاداء الفعلي ServPerf، في حين تم استخدام مقياس Likert الخماسي لعملية تقييم مستوى رضا الزبائن عن خدمة الصراف الآلي بالمصرف.

خلصت الدراسة الى وجود ضعف واضح في مستوى رضا الزبائن عن جودة خدمة الصراف الآلي المقدمة اليهم. خصوصاً في معايير الجودة المتمثلة في الملموسية والاعتمادية والاستجابة. وبناءً على هذه النتائج أوصت الدراسة بالرفع من مستوى جودة خدمة الصراف الآلي عن طريق رفع كفاءة مسنولي الخدمة والاهتمام بموقع المصرف على شبكة الانترنت والتركيز على ما يرد في شكاوى من الزبائن، وتوفير بطاقة الصراف الآلي في فترة زمنية قصيرة وتحسين اداء أجهزة الصراف الآلي الحالية عن طريق تحديثها والوصول بها للعدد الأمثل. ايضاً استخدام أسلوب المقارنة المرجعية لتحسين مستوى اداء خدمة الصراف الآلي ليتم تقديم الخدمة المصرفية بجودة عالية وسرعة في اداء العمليات وقلّة في التكلفة، وختاماً توصي الورقة باستخدام أسلوب إعادة هندسة العمليات نتيجة لتوفر البيئة الداعمة له في المجال المصرفي الليبي مما يساهم في التحسين في مستوى الخدمات ورفع مستوى رضا الزبائن بالإضافة لاكتساب زبائن جدد وبالتالي زيادة في الحصة السوقية .

الكلمات المفتاحية: الصراف الآلي، جودة الخدمة المصرفية، مقياس الاداء الفعلي ServPerf، مقياس جودة الخدمة ServQual، مستوى رضا الزبائن.

### 1. المقدمة

يكتسب القطاع المصرفي أهمية كبرى بين كافة قطاعات الدولة الليبية والمجتمع الليبي عامة، ذلك نتيجة لإعتماد العديد من شرائح المجتمع على هذا النوع من الخدمة. ونظراً لما توفره خدمة الصراف الآلي من توفير في الوقت والجهد للزبائن وجب الرفع من مستوى جودة الخدمة المقدمة لما يعانيه الزبائن من عدم الرضا عن تقديم هذه الخدمة [1]، لذلك وجب البحث عن طرق علمية مناسبة يمكن ان تؤدي الى الرفع من مستوى رضا الزبائن عن مستوى خدمة الصراف الآلي للحدّ من العزوف عن استخدام كافة انواع البطاقات المصرفية الالكترونية [2].

واستناداً على ذلك تتميز هذه الدراسة بقياس مستوى رضا الزبائن عن تقديم خدمة الصراف الآلي وفقاً لمقياس الاداء ServPerf مما يساهم في الرقي بمستوى رضا زبائن المصرف عن الخدمة المقدمة، وبالتالي معرفة أماكن التطوير والتحسين ومعالجة الثغرات في خدمة الصراف الآلي مما يؤدي الى زيادة الحصة السوقية للمصرف بزيادة عدد زبائنه

استلمت الورقة بالكامل في 25 أكتوبر 2016 وروجعت في 14 نوفمبر 2016 وقبلت للنشر في 23 نوفمبر 2016 ونشرت ومتاحة على الشبكة العنكبوتية في 27 نوفمبر 2016 .

في حين ان دراسة (صفاء الجزائري) [3] قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية بمصرف الوركاء للاستثمار والتمويل بالبحيرة - العراق والتي هدفت لمعرفة مدى اهتمام المصرف بجودة خدماته واستخدمت الدراسة مقياس جودة الخدمة ServQual، ومن أبرز نتائجها انه يوجد اتجاه ايجابي دون مستوى الطموح في مستوى جودة الخدمات المصرفية لأبعاد الملموسية والاعتمادية والاستجابة وضعف لأبعاد التوكيد والتعاطف.

بينما دراسة (فارس أبو معمر) [14] لقياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة بفلسطين فقد هدفت للتعرف على قياس جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها مصارف قطاع غزة ومعرفة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون ورغبته في الشراء وكان مقياس جودة الخدمة هو ServQual، ومن نتائج الدراسة ضرورة تفهم توقعات الزبائن من اجل تقديم خدمة مصرفية أفضل وتحقيق رضاه نتيجة لوجود علاقة قوية بين رضا الزبائن وجودة الخدمة المصرفية المقدمة مما سيؤدي الى استمرار تعامل الزبائن مع المصارف وزيادة ولائهم اعتماداً على تقييمهم لجودة الخدمة المصرفية المقدمة.

اما على المستوى العالمي فالدراسات عديدة في مجال قياس جودة الخدمات المصرفية ورضا الزبون في عدة بلدان نجد منها بكرواتيا الباحثون (Suzana Markovic, Jelena Dorcic & Goran Katusic) [15] في دراستهم عن قياس جودة الخدمة في القطاع المصرفي الكرواتي بتطبيق نموذج ServQual والتي هدفت لتحديد جودة الخدمة المصرفية كان من اهم نتائجها عدم رضا الزبائن عن جودة الخدمة المصرفية في كرواتيا خاصة في ابعاد الثقة والاستجابة.

في حين ان دراسة (Mei Mei Lau, Ronnie Cheung, Aris Y. C. Lam & Yuen Ting Chu) [16] عن قياس جودة الخدمة بالصناعة المصرفية في هونغ كونج، هدفت لتحديد العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبائن ولوائهم في قطاع الخدمات المصرفية للأفراد في هونغ كونج بمصرف HSBC اعتماداً على المقياس ServQual ومن أبرز النتائج وجود تأثير ايجابي للأبعاد الخمس المتمثلة في الملموسية والمسؤولية والموثوقية والضمان والتعاطف على رضا الزبائن وكان أقل بعد هو التعاطف.

أما في القطاع المصرفي الاثيوبي فنجد ان دراسة الباحث (Mesay Sata Shank) [17] هدفت الى قياس جودة الخدمة ورضا ولاء الزبائن في القطاع المصرفي الاثيوبي بالمصارف الخاصة بمدينة هواسا Hawassa واستخدمت الدراسة المقياس ServPerf ومن نتائجها وجود علاقة ايجابية بين ابعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن وخاصة في التعاطف والاستجابة ثم الملموسية فالضمان فالموثوقية.

بينما دراسة الباحثان (Saiful Islam & Ad. Borak Ali) [18] هدفت لمعرفة العلاقة وإقامة الربط بين جودة الخدمة ورضا الزبائن في مصارف القطاع العام والخاص بينغلاش واستخدما في ذلك ServQual، وقد خلصت الدراسة الى وجود تأثير قوي لأبعاد جودة الخدمة لارتياح الزبائن وسمعة المصرف مما يؤدي الى ولاء أكبر وفتح المجال لطرق جديدة لتصميم الخدمات المصرفية في البلدان النامية كبنغلاش لتقديم خدمة عالية الجودة.

اما الباحثان (Barbara Culiberg & Ica Rojsek) [19] فكانت دراستهما بهدف استكشاف جودة الخدمة في البنك التجاري بسلوفينيا على رضا الزبائن باستخدام ServPerf ومن اهم نتائجها ان جودة الخدمة يمكن استخدامها في تصميم استراتيجيات التسويق لتحسين رضا الزبائن عن الخدمات المصرفية.

#### 5. المنهجية المتبعة في الدراسة

في هذه الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وقد جُمعت البيانات بطريقتين كانت الأولى باستخدام أداة الملاحظة المباشرة، أما الثانية فكانت عبارة عن استبيان صمم خصيصاً لهذه الدراسة. تم توزيع عدد 120 نسخة ورقية، وركز الاستبيان على معايير جودة الخدمة المصرفية المتمثلة في الملموسية والاعتمادية والسرية والاستجابة والتعاطف. صمم الاستبيان ليشمل جزئين، الأول خاص بالمعلومات العامة لزبائن مصرف الجمهورية فرع الميدان، اما الثاني فقد كان عبارة عن فقرات تعتمد على مقياس الأداء الفعلي للخدمة ServPerf والذي تم

الفترة الأخيرة على دخول غمار الصيرفة الإسلامية ويعتبر مصرف الجمهورية الرائد في إدخال وتنفيذ صيغ التمويل الإسلامي في ليبيا. تمكن المصرف من تطوير قدراته البشرية والمادية في كافة المجالات حيث تم ادخال المنظومة المصرفية الحديثة I. Flex. وتم ربط أغلب فروع المصرف الواقعة في شتى أنحاء البلاد بالمركز الرئيس بقاعدة بيانات مركزية، وجاري العمل على استكمال ربط باقي الفروع ليصبح زبون أي فرع من فروع مصرف الجمهورية هو زبون مصرف الجمهورية بالكامل. هذا وتم تطوير بعض الخدمات التقليدية لتصبح إلكترونية، حيث تم تشغيل عدد من أجهزة الصراف الآلي، وتم إطلاق خدمة نقاط البيع، وخدمة الرسائل القصيرة عبر الهاتف النقال. [8].

#### 4. أهم الدراسات السابقة في مجال الدراسة

ظهر مفهوم جودة الخدمات وأصبح الزبون محور اهتمام المؤسسات وقد برزت العديد من الدراسات التي تتحدث في هذا الموضوع وكان من ضمن القطاعات التي تم عمل دراسات عليها في هذا الموضوع القطاع المصرفي حيث تُوجد عدة دراسات منها المحلية والعربية والعالمية التي تتحدث عن جودة الخدمة المصرفية ومستوى رضا الزبون ومن أبرزها دراسة (جمعة البرهمي) [9] المحلية المعنونة بالخدمات الإلكترونية المصرفية في مصرف الجمهورية الجودة والتطبيق التي هدفت لقياس جودة الخدمات الإلكترونية بمصرف الجمهورية وكان مقياس جودة الخدمة هو ServQual، من أبرز نتائج الدراسة انه لا يوجد قاعدة بيانات موحدة على مستوى فروع المصرف وعدم اهتمامه بتطبيق الأبعاد الرئيسية للجودة، وقد أوصت الدراسة ببناء وربط قاعدة بيانات موحدة لجميع فروع المصرف وكذلك التركيز على تطبيق أبعاد ومعايير الجودة الشاملة وتنقيف العاملين لزيادة فهمهم لجودة الخدمة وتحسينها.

اما على المستوى العربي فالدراسات عديدة في مجال قياس جودة الخدمات المصرفية ورضا الزبون في عدة بلدان عربية كالأردن والجزائر وفلسطين وسوريا والعراق، ومن الأمثلة على هذه الدراسات دراسة الباحث (صلاح طالب) [10] فدراسته قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية فقد هدف لمعرفة آراء وتوجهات زبائن المصارف الإسلامية العاملة بالأردن حسب مقياس جودة الخدمة ServQual، ومن اهم نتائج الدراسة وجود انطباق ايجابي عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في الأبعاد الملموسية والاستجابة والتعاطف اما في مجال الاعتمادية والسرية فلم تكن بالدرجة التي يرضى عنها زبائن العينة.

في حين ان دراسة (العراف فائزة وبوقرة رابح) [11] تقييم جودة الخدمة البنكية المقدمة من منظور الزبائن لدراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة المسيلة- بالجزائر، هدفت للتعرف على تقييم زبائن المصرف لجودة الخدمة المصرفية المقدمة وكان مقياس الاداء هو ServPerf، وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة ان تقييم الزبائن لجودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم من المصرف محل الدراسة كان تقييماً عالياً وبذلك فان جودة الخدمة المقدمة كانت في مستوى ورضا زبائن العينة وتوقعاتهم.

بينما الباحث (صادق السبيني) [12] فدراسته قياس جودة الخدمة بالمصارف التجارية السعودية - دراسة مسحية لآراء زبائن مصرف الراجحي بمدينة الرياض، فقد هدفت للتعرف على مستوى الملموسية والاعتمادية والامان والتعاطف والجودة الكلية من وجهة نظر زبائنه، ومن اهم نتائجها ان مستوى الجودة الكلية للخدمة المصرفية بمصرف الراجحي تعتبر جيدة كما ان افراد عينة الدراسة يرون ان مستوى جودة الخدمة في الملموسية والاعتمادية والاستجابة والامان تعتبر جيدة، ومتوسطة في التعاطف.

اما دراسة الباحث (خالد عبود) [13] لقياس رضا الزبائن عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية بدراسة ميدانية في بنك سوريا الدولي الإسلامي فقد هدفت لقياس رضا الزبائن عن جودة الخدمات الإسلامية ببنك سوريا الدولي الإسلامي وكان مقياس جودة الخدمة هو ServQual وخلصت الى عدة نتائج اهمها انه يوجد اختلاف بين توقعات الزبائن لأبعاد جودة الخدمات المصرفية الإسلامية المقدمة وبين إدراكهم لمستوى الاداء الفعلي لتلك الخدمات بالمصرف محل الدراسة.

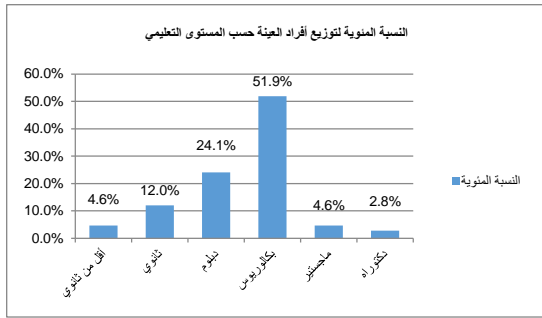
تطوير بعض فقراته وإضافة فقرات تتناسب وأهداف هذه الدراسة بهدف معرفة مستوى كفاءة وفعالية وجودة تقديم الخدمة المصرفية بصفة عامة وخدمة الصراف الآلي بصفة خاصة للزبائن بالمصرف محل هذه الدراسة ومدى رضاهم عن مستوى تقديمها.

## 6. تحليل البيانات والمناقشة

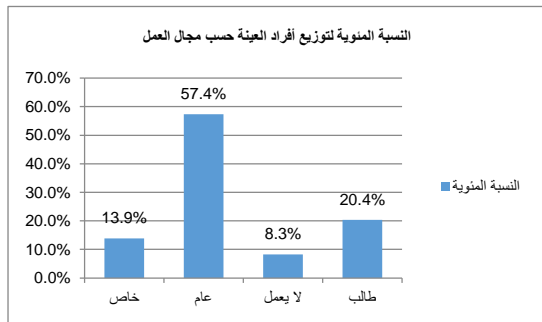
وُزع الاستبيان على زبائن المصرف وكانت الخطوة الأولى لتحليل البيانات هي اختبار الثبات، حيث تم استخدام اختبار الفا كرونباخ ووجدت قيمته 0.89 مما يدل على قيمة ثبات عالية [20]، وكانت أيضاً قيمة الصدق عالية بقيمة 0.94 مما يعني صدق أداة الدراسة لقياس ماوضعت لقياسه.

### أ. بيانات خصائص العينة:

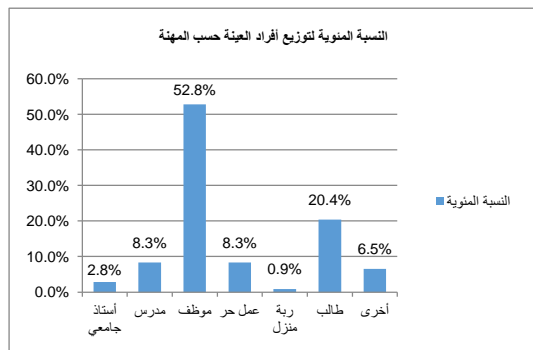
اتضح من تحليل الجزء الأول للاستبيان ان نسبة الذكور المشاركين في هذه الدراسة كان في حدود 68% وهو ما يتوافق تقريباً مع ما هو الحال في اجمالي السكان الذكور بليبيا [21]، في حين كان حوالي 26% من أفراد العينة من الفترة العمرية 25 سنة فأقل وذلك نتيجة لان مصرف الجمهورية هو المصرف الوحيد الذي يصدر بطاقات المنحة للطلبة على مستوى ليبيا، بينما وُجد ان حوالي 52% من المشاركين في هذه الدراسة هم من حملة البكالوريوس. ووجد أيضاً أن من المشاركين في هذه الدراسة حوالي 57% من منتسبي القطاع العام. وجد أيضاً حوالي 79% من افراد العينة يستخدمون بطاقات الصديق المحلية (النمو)، في حين وجد ان أعلى مدة استخدام لبطاقات الصراف الآلي كانت بنسبة 51% للفترة 1-3 سنوات مما يدل على زيادة وعي الزبائن وثقتهم بهذه الخدمة مقارنة ببداية اطلاق الخدمة منذ أكثر من 6 سنوات والتي كانت نسبتهم منخفضة (7%). بينما كانت أكبر نسبة لتعامل الزبائن مع المصرف في حدود 41% لفترة أكثر من 10 سنوات مما يدل على قدرة المصرف على الاحتفاظ بزبائنه نتيجة لوجود زبائن دائمين به ويعطي هذا انطباع بولاء الزبائن لمصرفهم. والأشكال من 1-8 توضح ذلك.



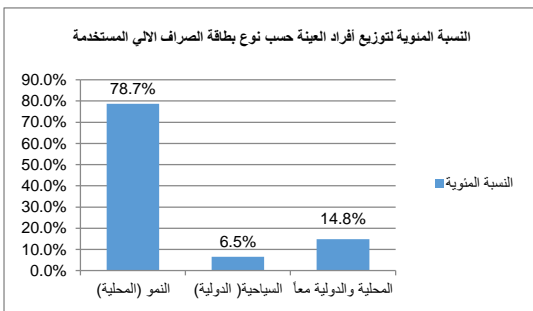
شكل 3. النسبة المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



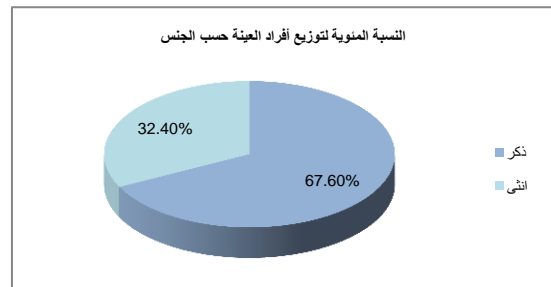
شكل 4. النسبة المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب مجال العمل



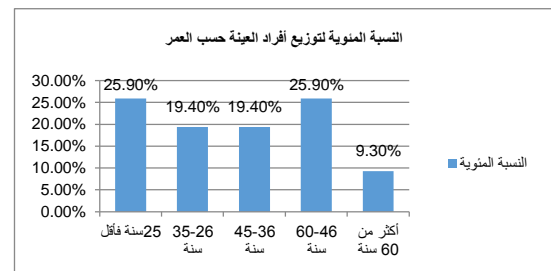
شكل 5. النسبة المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب المهنة



شكل 6. النسبة المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب نوع بطاقة الصراف الآلي المستخدمة



شكل 1. النسبة المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب الجنس



شكل 2. النسبة المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب العمر

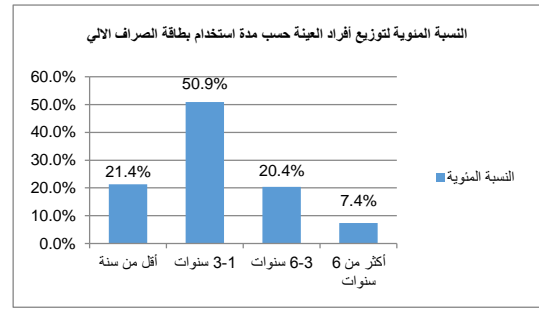
جدول (2) مستوى رضا الزبائن عن تطبيق خدمة الصراف الآلي

م	المحور	المتوسط الحسابي	مستوى الرضا
1	مستوى رضا الزبون عن الخدمة	1.64	مقبول
2	سرعة الإنجاز	2.10	مقبول
3	التكلفة	2.76	عالي
4	الملموسية	1.12	ضعيف
5	الاعتمادية	1.56	ضعيف
6	السرية	2.61	عالي
7	الاستجابة	1.42	ضعيف
8	التعاطف	1.93	مقبول
	مستوى المحاور ككل	1.89	مقبول

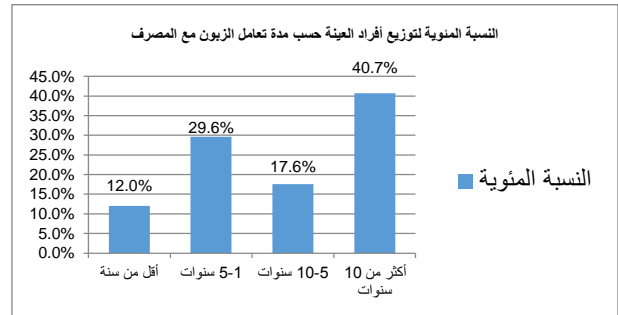
يتضح من الجدول رقم (2) ان افراد العينة لديهم مستوى عال من الرضا عن محور السرية نتيجة لاحتساسهم بالأمن والأمان لاستخدام آلات الصراف الآلي بالمصرف محل الدراسة، في حين ان محاور الجودة والملموسية والاعتمادية والاستجابة كانت ضعيفة مما يستوجب على المصرف الاهتمام بهذه الجوانب للعمل على زيادة مستوى الرضا عن جودة خدمة الصراف الآلي المقدمة لزبائنه.

## 7. الاستنتاجات

- أظهرت الدراسة ضعفاً شديداً في مستوى رضا الزبائن عن خدمة الصراف الآلي بمصرف الجمهورية حيث وجد حوالي 43% من المشاركين في هذه الدراسة في مستوى لا يرقى للمستوى المطلوب. ذلك قد يكون نتيجة لعدم رضاهم في الفقرات الخاصة بمستوى الخدمات الالكترونية بالمصرف، وعن اداء مسؤولي الخدمة، وكذلك عدم رضا عن مسؤولي الخدمات مقارنة بالمصارف الأخرى. كذلك اتضح عدم الرضا عن الاجراءات الادارية المتعلقة بالبطاقة المحلية، كذلك مستوى الرضا عن الإجراءات الادارية اللازمة لاستخراج البطاقة السياحية جاء متدني أيضاً، وكذلك عدم رضاهم تماماً عن الفترة الزمنية اللازمة لاستخراج بطاقات الصراف الآلي بصفة عامة.
- أظهرت الدراسة أيضاً ضعف تام لمستوى رضا الزبائن عن خدمة الصراف الآلي نتيجة لضعف نسبي في مستوى الجودة لأداء المصرف في كل من معايير الملموسية والاعتمادية والاستجابة، أما مستوى تعاطف العاملين بالمصرف مع الزبائن فكان حوالي 39% من المشاركين في الدراسة غير مرتاحين لذلك. أما من ناحية عدم مساهمة مواقع الانترنت في التعريف بالخدمة، وعدم وجود سياسة واضحة لتوعية الزبائن باستخدام خدمة الصراف الآلي، إضافة إلى عدم توفر الخدمة باستمرار، جميعها انت بنسب عدم رضا عالية. استخلصت الورقة أيضاً وجود صعوبة في التعامل مع اجهزة الصراف الآلي لأغلب الزبائن، كما اتضح وجود ضعف في الاجراءات الادارية اللازمة للحصول على الخدمة وعدم قيام الموظفين بشرح اجراءات استخدام خدمة الصراف الآلي. كما أشارت النتائج أيضاً لعدم وجود اهتمام كاف لسماع شكاوى الزبائن والاستجابة السريعة لحاجياتهم، كذلك يرى الزبائن ان العاملين في المصرف لا يبذلون جهد كاف لفهم رغباتهم، في حين لا يرى الزبائن ان حوالي 43% من العاملين بالمصرف فقط هم من يتعاملون بلباقة واحترام مع الزبائن.
- اتضح من الدراسة أيضاً أن مستوى رضا الزبائن على السرية في التعامل والاحساس بالأمان لاستخدامهم خدمة الصراف الآلي كانت في حدود 59% من إجمالي المشاركين في هذه الدراسة، بينما كان مستوى الرضا بنسبة أعلى قليلاً عن حصولهم عن القيمة المالية المطلوبة بدقة، وشعورهم بضمان وجود اموالهم في اجهزة الصراف الآلي وشعورهم بالأمان لاستخدام اجهزة الصراف الآلي.



شكل 7. النسبة المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام بطاقة الصراف الآلي



شكل 8. النسبة المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب مدة تعامل الزبون مع المصرف

## ب. محاور وفقرات الاستبيان:

لتحليل الفقرات تم استخدام التوزيع التكراري والمتوسط الحسابي وفقاً للمعايير حسب مقياس ليكرت الخماسي (0-4)، وقد نتج عن التوزيع التكراري الجدول رقم (1) في حين نتج عن تحليل المتوسط الحسابي الجدول رقم (2).

جدول 1. مستوى رضا الزبائن عن تطبيق خدمة الصراف الآلي بمصرف الجمهورية فرع الميدان حسب التوزيع التكراري لمحاور الدراسة

م	المحور	غير راضي	راضي
1	مستوى رضا الزبون عن الخدمة	42%	23%
2	سرعة الإنجاز	36%	42%
3	التكلفة	21%	65%
4	الملموسية	69%	17%
5	الاعتمادية	51%	27%
6	السرية	26%	59%
7	الاستجابة	57%	20%
8	التعاطف	39%	35%
	المحاور ككل	43%	36%

يتضح من الجدول رقم (1) ان افراد العينة غير راضيين عن خدمة الصراف الآلي المقدمة اليهم خاصة في محاور الملموسية والاعتمادية والاستجابة والتعاطف وفقرتي الفترة الزمنية اللازمة لاستخراج البطاقات ودور الموقع الالكتروني للمصرف في التعريف بالخدمة، بينما محور السرية فيتضح رضاهم مما يدل على زيادة وعيهم بأهمية هذه الخدمة واحساسهم بالأمان لاستخدامها بمصرف الجمهورية، وبصفة عامة فإن التوزيع التكراري يوضح عدم رضا الزبائن عن تقديم الخدمة بنسبة 43% من أفراد عينة هذه الدراسة.

4. أوضحت الدراسة كذلك ان الزبائن كانوا غير راضيين عن مستوى توفر خدمة الصراف الالي في الفرع الذي يتعاملون معه، وايضاً عدم اتاحتها في فروع المصرف الاخرى مما يدل على رغبة الزبائن في تحسين الخدمة في هذا الجانب.
8. أهم التوصيات المقترحة للتحسين
- بناءً على هذه النتائج أوصت الدراسة بالرفع من مستوى جودة خدمة الصراف الالي المقدمة لزبائن المصرف محل الدراسة من خلال الاجراءات التالية مما سوف يساهم في زيادة رضا زبائن القطاع المصرفي، اضافة لفرص ازدياد أعداد الزبائن مما سيؤدي الى زيادة حصية أعلى وبالتالي ربحية أعلى، وعليه فإن الدراسة توصي مصرف الجمهورية فرع الميدان باتخاذ الاجراءات المقترحة التالية:
1. ضرورة الاهتمام بشكل أكبر بمستوى رضا الزبون عن خدمة الصراف الالي وبمعايير الجودة لتحسين مستوى الاداء بالمصرف وخاصة في معايير الملموسية والاعتمادية والاستجابة.
  2. ضرورة العمل على رفع كفاءة الموظفين مسئولى الخدمة والاهتمام بموقع المصرف على شبكة الانترنت بما يساهم في توعية وتثقيف الزبائن عن خدمات المصرف.
  3. ضرورة الاهتمام بشكاوى الزبائن عن خدمة الصراف الالي، ودراسة الاجراءات اللازمة لتقديم الخدمة بشكل افضل من خلال صيانة أجهزة الصراف الالي بشكل مستمر، والعمل على توفير المبالغ المالية النقدية لهذه الاجهزة والعمل على توفير أجهزة صراف آلي حديثة يهدف عدم التسبب في إهدار وقت الزبائن بالبحث عن آلة تعمل بشكل صحيح وبالأداء المطلوب.
  4. ضرورة توفير بطاقة الصراف الالي بإجراءات مبسطة وخلال فترة زمنية قصيرة لزبائن المصرف لتقليل التعامل بالأسلوب التقليدي خاصة مع وجود رغبة من الزبائن باستخدام هذه الخدمة اذا تحسن مستوى الاداء وكانت بالجودة المطلوبة لما توفره من مميزات يبحثون عنها.
  5. ضرورة توفير العدد الأمثل من اجهزة الصراف الالي حتى يسهل على الزبائن الحصول على هذه الخدمة من أي مكان ودون الانتظار.
  6. ضرورة استخدام منهج علمي لتحسين مستوى اداء خدمة الصراف الالي ليتم تقديم الخدمة بجودة عالية وسرعة في اداء العمليات وقلة في التكلفة، ويوصى باستخدام المنهج العلمي لإعادة هندسة العمليات نتيجة لتوفر البيئة الداعمة له.
- ### المراجع
- [1] عبير عبد الغفار مبروك & رجب عبد الله حكومة، (2016)، المحاكاة الهندسية ودورها في تطوير مستوى الاداء بالقطاع المصرفي الليبي، دراسة حالة خدمة الصراف الالي بمصرف الجمهورية فرع الميدان ، مجلة السائل العلمية المحكمة، السنة العاشرة ، العدد 15، ص95-112.
  - [2] Abir Mabrouk , Rajab Hokoma, (2016), Business Process Re-engineering and its Possible Applications for Improving the Libyan Banking Sector, The international Journal of engineering and information technology (JEIT), Vol 2, No. 2, PP 80-84.
  - [3] صفاء الجزائري & علي محمد & أسعد الخفاجس، (2012)، قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية – بحث استطلاعي في مصرف الوركاء للاستثمار والتمويل- البصرة ، جامعة كربلاء، المجلة العراقية للعلوم الادارية، المجلد 8، العدد 32، العراق، ص155-194.
  - [4] Zeithaml V. A, Berry, L. L., and Parasuraman A., (1988), Communication and control processes in the delivery of service Quality, Jornal of Marketing, Vol. 52, Pages 38-44.
  - [5] جبلي هدى، (2010)، قياس جودة الخدمة المصرفية - دراسة حالة بنك البركة الجزائري ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوي حـسطنطينية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير -قسم العلوم التجارية-تخصص تسويق، الجزائر.
- [6] Caronin J. Hoseph, and Taylor Steven A., (1994)m ServPerf versus ServQual : Reconciling Performance – based and Perception-Minus-Expectations measurement of Service Qualitym Jornal of Marketingm Vol. 58, Page 126
- [7] التقارير السنوية لمصرف الجمهورية سنة 2010، 2011، طرابلس، ليبيا.
- [8] موقع مصرف الجمهورية الالكتروني، استرجع بتاريخ (27 ابريل 2015)، متاح في [http:// www.jbank.ly](http://www.jbank.ly).
- [9] جمعة البرهمي، (2008)، الخدمات الالكترونية المصرفية في مصرف الجمهورية الجودة والتطبيق ، الاكاديمية الليبية للدراسات العليا، مدرسة العلوم الانسانية، قسم المعلومات، شعبة تقنية المعلومات والاتصالات، طرابلس، ليبيا.
- [10] صلاح الطالب، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الاردنية، استرجع في (15 أغسطس 2015)، استرجع في [www.kantakji.com/media/1278/kias.doc](http://www.kantakji.com/media/1278/kias.doc)
- [11] لعرف فائزة & بوقرة رايح، (2014)، تقييم جودة الخدمة البنكية من منظور الزبائن - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة المسيلة، الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 12، الجزائر، ص 28-17.
- [12] صادق السبيني، (2014)، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور العملاء (دراسة تطبيقية على بعض المصارف الإسلامية السعودية) ، استرجع في (1 يناير 2016)، متاح في <https://ar.scribd.com/.../2014-1278/kias.doc> قياس-جودة-الخدمات-المصرفية-الإسلامية-من-منظور-العملاء
- [13] خالد عبود، (2012)، قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية (دراسة ميدانية على بنك سورية الدولي الاسلامي)، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 2، سوريا، ص551-572.
- [14] فارس أبو معمر، (2005)، قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة ، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الانسانية)، المجلد 13، العدد 1، ص77-105.
- [15] Markovic S.& Dorcic J.& Katusic G., (28-30 may 2015) ،Service quilty measurement in Caotion banking sector: Application of ServQual model, Management International Conference (MIC2015), Portoroz, Slovenia .
- [16] Lau M., Cheung R., Lam A., Chu Y., (2013), Measuring service quality in the Banking Industry: A Hong Kong based study, Contemporary Mangement Research, Vol 9, No. 3, Pages 263-282.
- [17] Shanka M., (2012), Bank service quality, customer satisfaction and loyalty in Ethiopian banking sector, (1 may 2016). DOI= <https://www.researchgate.net/publication/256196617>.
- [18] Islam S. & Ali Md., (2011), Measuring service quality of banking: An Empirical study, Research Journal of Finance and Accounting, Val 2, No.4, ISSN 2222-1697(paper, ISSN 2222-2847 (online).
- [19] Culiberg B & Rojsek I., (2010), Identifying service Quality dimensions ans antecedents to customer satisfaction in Retail banking, Economic ans business review, Val. 12, No. 3, Pages 151-166.
- [20] وليد الفراء، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS، استرجه بتاريخ (15 أغسطس 2015)، متاح في [www.kutub.info](http://www.kutub.info).
- [21] الكتاب الاحصائي، 2010، الموقع الالكتروني مصلحة الاحصاء والتعداد، استرجع بتاريخ (15 أغسطس 2015)، متاح في <http://bsc.ly>.