مجلة الريادة للبحوث والأنشطة العلمية
Al-Riyadah Journal For Researches And Scientific Activities
العدد التاسع
March 2024 مارس

أثر المتغيرات البيئية وعلاقتها بتخطيط الخدمات المصرفية

دراسة ميدانية في المصارف التجارية العامة في ليبيا

د. إبراهيم جرجر / جامعة صبراتة
jarjjar@gmail.com

الملخص:

هدفت الدراسة إلى تحليل المتغيرات البيئية المختلفة التي تواجهها المصارف التجارية الليبية وأثر تلك المتغيرات على عملية تخطيط الخدمات في القطاع المصرفي الليبي، نظراً للمتغيرات التي تمر بها الدولة الليبية من عدم استقرار سيأسى ووظيفي ، مما أثَّر ذلك في الظروف البيئية الداخلية والخارجية لِما لها من أثرٍ بالغٍ في السوق المصرفية، ، وهدفت الدراسة أيضاَ إلى تحليل المتغيرات البيئية المختلفة التي تواجهها المصارف التجارية الليبية ،وكذلك إيضاح العناصر والمراحل الأساسية التي يتضمنها التخطيط للخدمات المصرفية، لتطوير مفهوم التخطيط للخدمات المصرفية على أسس علمية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج أهمها أن الاستراتيجية الترويجية في القطاع المصرفي شديدة، وأن كفاءة الإدارة التنفيذية تُسهم في درجة المنافسة، وتوصيات منها: على المصارف التجارية الليبية دراسة البيئة الداخلية وبشكل دوري لتحديد نقاط القوة والضعف ، تخصيص دورات متخصصة للتعامل مع الزبائن للموظفين المتوقع ترقيتهم في الوصف الوظيفي. .

Abstract:

The study aimed to analyze the various environmental variables faced by Libyan commercial banks and the impact of those variables on the service planning process in the Libyan banking sector, given the changes that the Libyan state is going through, including political and functional instability, which has an impact on the internal and external environmental conditions because of their impact. The study also aimed to analyze the various environmental variables faced by Libyan commercial banks, as well as to clarify the basic elements and stages included in planning for banking services, to develop the concept of planning for banking services on scientific foundations. The study reached a set of results, the most important of which is that the promotional strategy in The banking sector is severe, and the efficiency of executive management contributes to the degree of competition, and recommendations include: Libyan commercial banks should study the internal environment periodically to identify areas of strength and weakness, and allocate specialized courses for dealing with customers for employees expected to be promoted in the job description.

المقدمة:

يعتبر التخطيط للخدمات المصرفية المتوقع طلبها من الزبائن ،وتقديمها من المصارف التجارية العامة الليبية ، تقع على عاتق مسؤولي القطاع المصرفي الليبي ابتداءً من الإدارات ذات الاختصاص في المصرف المركزي الليبي ، واجبات ومسؤوليات كبيرة وتزداد الواجبات ومسؤوليتها مع كل فترة زمنية ،مما يتطلب على المصارف التجارية العمل على نشر الوعى المصرفي بين زبائن المصارف ،لزيادة جذب المُدَّخَرات وتجميعها بهدف استثمارها في الأنشطة الاقتصادية المختلفة ، ونظراً لوجود العديد من التغيرات والتطورات الاقتصادية الدولية والمحلية ، مما كان له الأثر الواضح على كافة المؤسسات المالية والغير مالية بالدولة الليبية وأثر ذلك على المصارف التجارية العامة الليبية في القطاع المصرفي، مع وجود توقعات للزبائن أن تقدم لهم خدمات مصرفية جديدة وذات جودة عالية، لإشباع احتياجاتهم ورغباتهم المتغيرة ومع تطور وظائف المصارف لتقديم كافة الخدمات المتاحة التي تقدمها المصارف التجارية وأثر الظروف البيئة المختلفة واحتياجات الزبائن ، وتزايد الحاجة لعملية التخطيط الجيد للخدمات المصرفية والتي يجب ان تتماشى مع التغيرات الحاصلة في قطاع الخدمات والتأثيرات الخارجية والداخلية الذى يعتبرهم المصرف الهدف الأساسي والرئيسي عند التخطيط لأى نشاط مصرفي .وسوف نحاول في هذه الدراسة أن نبين أثر المتغيرات البيئية وعلاقتها بتخطيط الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العامة في ليبيا .

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة الدراسة في تحديد أثر المتغيرات البيئية وعلاقتها بتخطيط الخدمات المصرفية ونظراً لعدم ملائمة نشاط تخطيط الخدمات المصرفية الحالي في المصارف التجارية الليبية، لمتطلبات السوق والزبائن تمشياً مع التطورات الحاصلة في البيئة الداخلية والخارجية، التي لها الأثر الواضح على مستوى أداء المصارف التجارية الأمر الذي أصبح من الضروري دراسة البيئة الداخلية. عليه تعمل هذه الدراسة على الوقوف على نقاط القوة والضعف التي تواجه عملية التخطيط لتقديم أفضل الخدمات المصرفية، والتعرف على الأسباب التي تقف وراء عدم استخدام استراتيجيات مناسبة لعملية التخطيط العلمي في المصارف التجارية الليبية.

استناداً على ما ذُكِر أعلاه وللإيضاح أكثر يمكن بلورة مشكلة الدراسة في السؤال التالي: –

ما مدى تأثير عناصر ومتغيرات البيئية الداخلية والخارجية على تخطيط الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية الليبية؟

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى تحقيق الآتي:

- دراسة وتحليل المتغيرات البيئية المختلفة التي تواجهها المصارف التجارية الليبية.
- إيضاح العناصر والمراحل الأساسية التي يتضمنها تخطيط الخدمات المصرفية، لتطوير مفهوم تخطيط الخدمات المصرفية على أسس علمية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في التركيز علي اثر المتغيرات البيئية وعلاقتها بالخدمات المصرفية المقدمة لزبائن والواجب توافرها في الخطط المصرفية واستنتاج العلاقة بين التغير في البيئة ومستوى الخدمات المقدمة لزبائن

ومن أهمية الدراسة توضيح المنهج المناسب لتخطيط الخدمات المصرفية في المصارف التجارية محل البحث، بما يتلاءم مع المتغيرات البيئية المحيطة بالمصارف المبحوثة ولتوضيح اكثر تسعى الدراسة الي ما يلي :-

1- محاولة التعرف على مدى فاعلية المتغيرات البيئية على الخطط المرسومة للخدمات المصرفية

2- إمكانية التعرف على أوجه القصور وعوامل فشل الخدمات المصرفية.

3- محاولة ان تصل الدراسة الي توصيات ومقترحات تساهم في الرفع وتطوير الخدمات المصفية في المصارف التجارية الليبية.

فروض الدراسة:

استناد إلى طبيعة مشكلة الدراسة وأهدافها تقوم الدراسة باختبار الفرضيات التالية: -

الفرض الرئيسي الأول:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين عناصر البيئة الداخلية وتخطيط الخدمات المصرفية.

ويتفرع من الفرض الرئيسي الفروض الفرعية التالية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين محددات الهيكل التنظيمي للمصارف التجارية وتخطيط الخدمات المصرفية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين محددات دليل الإجراءات في المصارف التجارية وتخطيط الخدمات المصرفية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإمكانيات المالية للمصارف التجارية وتخطيط الخدمات المصرفية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين كفاءة الموارد البشرية للمصارف التجارية وتخطيط الخدمات المصرفية.

- الفرض الرئيسي الثاني:
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين عناصر البيئة الخارجية وتخطيط الخدمات المصرفية.
- ويتفرع من الفرض الرئيسي الفروض الفرعية التالية:
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التغيرات السياسية وتخطيط الخدمات المصرفية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التغيرات الاقتصادية وتخطيط الخدمات المصرفية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التكنولوجيا المستخدمة في المصارف التجارية وتخطيط الخدمات المصرفية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين درجة المنافسة بين المصارف التجارية وتخطيط الخدمات المصرفية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين طلب الزبائن على خدمات المصارف التجارية وتخطيط الخدمات المصرفية.

منهجية الدراسة:

لأجل تحقيق أهدف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلي المعرفة الدقيقة والتفصيلية حول مشكلة الدراسة، ولتحقيق فهم أفضل وأدق للظواهر المتعلقة بها، وباعتباره انسب المناهج في دراسة الظاهرة محل الدراسة، لأنه يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما هي على ارض الواقع ويصفها بشكل دقيق ويعبر عنها كما وكيفا، فالتعبير الكمي والكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح سماتها وخصائصها.

كما يهدف الإحصاء الوصفي التحليلي إلى تقديم مقاييس تلخصيه للبيانات المتوفرة عن عناصر العينة.

مجتمع الدراسة:

كان مجتمع البحث من المصارف التجارية التابعة للقطاع المصرفي الليبي وبالتركيز على مصارف القطاع العام نظراً لاستحواذه على أكبر حصة من القطاع المصرفي الليبي.

عينة الدراسة:

تم تحديد مجتمع البحث في حدود 100 مفردة، ونظراً لعدم التجانس تم احتساب عينة عشوائية بلغت 79 مفردة، بمستوى معنوية 5% ودرجة ثقة 95% حسب المعادلة التالية:

100(1.96 x1.96) x (0.5 x 0.5 .5) /(1.96 x1.96) x (0.5 x 0.5 .5) + 100 x(0.5 x 0.5 .5)

79 مفردة = 1.2104 =/ 96.04

الدراسات السابقة:

1- دراسة (بسام 2010:1بعنوان قياس إنتاجية العمليات كأساس لتحسين الأداء). هدفت الدراسة الى تحسين الكفاءة الإدارية وتحديد العوامل المؤثرة في قياس إنتاجية العمليات التشغيلية، وبيان درجة تأثيرها وعلاقتها بالأداء، وتوصلت الدراسة الى بعض النتائج بان تحسين الأداء الإنتاجي يبدا من قياس إنتاجية العمليات، لإيجاد أدوات أكثر فاعلية وان عدد الموظفين في المنظمة يعتبر من اهم العوامل المساهمة وبشكل قوى في قياس الإنتاجية.

2 - دراسة الرشيدي 2010:2التخطيط الاستراتيجي وأثره في تحقيق التميز. هدفت الدراسة إلى التعرف على التخطيط الاستراتيجي وأثره على التميز التنظيمي، من وجهة نظر مديري الإدارات في المدينة المنورة، وكانت نتائج الدراسة بان تصورات المدراء للتميز التنظيمي كان مرتفعاً ووجود أثر لأبعاد التخطيط الاستراتيجي في التميز التنظيمي المنظمات المبحوثة.

3 -دراسة ميا واخرون 2007.3 الإدارة الاستراتيجية وأثرها في رفع أداء منظمات الاعمال.

هدفت الدراسة الى التعرف على مفهوم الإدارة الاستراتيجية ومتطلبات تطبيقها، وتوصلت الدراسة الى ان التدريب يتيح الفرص لتبادل الخبرات والمعارف والمعلومات بين المتدربين، ووجود علاقة قوية بين التدريب وتطوير أداء العاملين وزيادة كفاءتهم، وللتدريب أقر واهمية في تحسين أداء العاملين.

4- دراسة امين ،2006.4 التخطيط الاستراتيجي كأداة لتحسين معايير أداء البنوك. هدفت الدراسة للتعرف على أوجه الاستفادة من التخطيط الاستراتيجي في إدارة العوائد لدى البنوك، وأهم المحددات الداخلية والمؤثرة على العائد على حقوق الملكية، وخلصت الدراسة الى وجود خلل في كل من العائد على الاستثمار ومضاعف حق الملكية، وكذلك وجود اختلاف في كفاءة ادارة استراتيجية التنوع في محفظة القروض.

5- دراسة نصيرات والخطيب، 2005.21التخطيط الاستراتيجي والأداء المؤسسي. هدفت الدراسة الى التعرف على واقع التخطيط الاستراتيجي في الشركات الأردنية العامة، وتوصلت الدراسة الى ما نسبته 52% من مديري الشركات لا يدركون المفهوم الصحيح للتخطيط الاستراتيجي.

6- دراسة :Hershman,M,J,200622أثر العوامل والمتغيرات الاقتصادية على أداء المنظمات. هدفت الدراسة الى التعرف على العوامل والمتغيرات الاقتصادية، كجزء من عناصر البيئة الخارجية ومدى تأثيرها على أداء المنظمات، وأشارت النتائج الى وجود علاقة ارتباط سالبة بين فترات الركود والانتعاش الاقتصادي وهيكل السوق، والسياسة النقدية وأسعار الفائدة وشروط الاقتراض والسياسة الضريبة.

7- دراسة Birley&Westhead 2002.23 تأثير سياسات ادارة المتغيرات البيئة الداخلية على القدرة التنافسية، هدفت الدراسة الى اختبار تأثير المتغيرات البيئية الداخلية على القدرة التنافسية، وخلصت الدراسة ان الاهتمام باستراتيجيات سياسات إدارة تنمية الموارد البشرية والاهتمام بطرق الإنتاج والخدمات ونظام الانتاج المتطور.

الإطار النظري:

*** المتغيرات البيئية**

إن أحد متطلبات النجاح الأساسي لأي مصرف، تتمثل بشكل رئيسي في عملية المتابعة المستمرة للبيئية التي يوجد بها محاولة دراسة المستقبل ومحددات البيئية تفرز المزيد من الفرص الجديدة امام المصارف، وقد تقدم للمصارف العديد من المخاطر والتهديدات، وللبيئة أهمية كبرى لإحداث تغيرات مفاجئة وغير متوقعة وسريعة، الامر الذي جعل العديد من مستوى المصارف عدم قدرتهم بالتنبؤ بما سيحدث للتغيرات المستقبلية.(حسن 2010،ص86).

أولاً: المتغيرات الداخلية:

إن الإمكانيات وظروف البنك التي تؤثر في قرارته، فيما يتعلق بالأهداف الاستراتيجية وتتميز هذه المتغيرات بأنها تخضع لسيطرة البنوك إلى حد معين وتتأثر بمتغيرات البيئة الخارجية، والمتغيرات التالية تعتبر إحدى العناصر المؤثرة في البيئة الداخلية. (الصداغ2002، ص54).

- الإمكانيات المالية: تتمثل الإمكانيات المالية بحجم المركز المالي للبنك والذي يتضمن بيانات كل الأصول والخصوم، بما فيها الأرصدة المحتفظ بها لدى البنك المركزي والبنوك الخارجية، وبيانات الخصوم المختلفة من رأس المال والاحتياطيات وحقوق الملكية، وحجم الودائع وكل بنود الخصوم (الزعبي 2008، ص32) لكي يتم اتخاذ قرارات علمية لمعرفة مدى إمكانية البنك المالية، ومدى ابتكار خدمات مصرفية جديدة تتماشى مع احتياجات ومتطلبات الزبائن، وإلغاء بعض الخدمات المصرفية في حالة ضعف الإمكانيات. (الرشيدي 2010، ص26).

- الإمكانيات البشرية: تعتبر الإمكانيات البشرية المؤثرة لدى البنك احدى المتغيرات الرئيسية، المؤثرة على نشاط البنك وتحقيق أهدافه ونتيجة للإمكانيات المالية للمصارف قادرين على استقطاب وتوفير العناصر البشرية، المدربة والقادرة على تنفيذ المهام المطلوبة حتى تودي الى تميز المصرف في القطاع المصرفي. (حسن2010، ص87).

– الإمكانيات التنظيمية: تعتبر الإمكانيات التنظيمية أحد المتغيرات التي تؤثر بشكل كبير في القرارات المتعلقة بتخطيط الخدمات متمثلة في عملية المركزية في اتخاذ القرارات نظرا لوضوح خطوط السلطة والمسؤولية لدى العاملين بالمصارف في مجال تقديم الخدمات. (ميرا،واخرون 2010'ص86).

– مركز البنك في المجتمع: يقصد بهذا المتغير ان يكون البنك مقبولاً في المجتمع الذي يمارس فيه نشاطه، من وجهة نظر الأطراف المختلفة التي ترتبط به مثل الزبائن والمؤسسات المختلفة، ويودى وجود اتجاهات إيجابية عن البنك لدى الزبائن يتيح الفرصة للبنك في تقديم المزيد من الخدمات المصرفية الجديدة، والاتجاهات السلبية لدى الزبائن يجعل البنك غير قادر على تخطيط الخدمات المصرفية.(carol1993 ص(107) (cassAron2004' ص 53)

ثانياً: البيئة الخارجية:

تتأثر البنوك بكافة عناصر المتغيرات الدولية، لان البنوك تعمل على نطاق دولي من خلال اتساع رقعة نشاطها، من خلال تنفيذ العمليات المصرفية ويتمحور ذلك في النقاط التالية (المجدوب 1995' ص115).

– المتغيرات الاقتصادية: تتضمن المتغيرات الاقتصادية معدلات التضخم والنمو والوضع الاقتصادي للأسواق الخارجية، التي ينم التعامل معها والمنافسة العالمية والقيود المفروضة على نشاط البنوك على المستوى العالمي، لان ظهور الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة الجات، واتفاقية تحرير الخدمات المصرفية بصفة خاصة تعتبر من اهم عناصر المتغيرات الاقتصادية، الدولية التي لها انعكاسات إيجابية على تجارة الخدمات المالية والدولية، وفى ذات الوقت تفرض قيودا على أداء الجهاز المصرفي وتؤثر بشكل مباشر على استراتيجية التخطيط.سليمان(1994'ص6-7)

– المتغيرات السياسية: من اهم جوانب البيئة الدولية المحيطة بالبنوك ومن أكثرها تأثيرًا، في العمليات المصرفية من خلال درجة الاستقرار السياسي، والعلاقات الدولية بين الدول والاتفاقيات الناتجة عنها، وكذلك الأنظمة والقوانين والتشريعات مثل منع الازدواج الضريبي وأسعار الفائدة، ووسائل الرقابة المالية والتنفيذية والمعايير الدولية.(مصطفي1996'ص49)

– المتغيرات التكنولوجية: تعتبر إحدى القوى الرئيسية التي لها دور هام في تحديد وصياغة سياسة تخطيط الخدمات المصرفية، نظراً لتأثرها بالإنجازات العلمية من خلال الابتكارات والاختراعات التي لها تأثير مباشر على تحسين وتطوير الخدمات المصرفية، وابتكار خدمات مصرفية جديدة تحقق

اهداف المصرف والمجتمع في التقدم والرقى في تقديم خدمات ذات جدوى تحقق رضا الزبائن.(الشنواني2007'ص244)

– تخطيط الخدمات المصرفية: يمثل تخطيط الخدمات المصرفية أحد العناصر الرئيسية المكونة لمزيج الخدمات المصرفية، (الازهري 2009'ص 32)وتعتبر أهمية تخطيط الخدمات المصرفية من الدور الحيوي الذي تلعبه المصارف في توجيه العمليات المختلفة بالمصارف، فهي أداة المصرف التي يعتمد عليها في اشباع رغبات عملائه وتلبية احتياجاتهم ويحقق أهدافه، وأصبح من الضروري على المصارف القيام بعملية التخطيط، نظراً لحدة المنافسة التي تتعرض لها المصارف في الداخل والخارج، وكذلك التغيرات العالمية المتلاحقة التي يعمل المصرف من خلالها والتي تؤثر بشكل مباشر على أدائه.(قاسم2003'ص25).

– نطاق تخطيط الخدمات المصرفية: يعتبر تخطيط الخدمات المصرفية نشاط مستمر يهدف المصرف، من خلاله الى التوصل لأنسب مزيج خدمات مصرفية يمكن تقديمها للزبائن، وبما يتلاءم مع العوامل والظروف المؤثرة على سوق الخدمات المصرفية.(ابراهيم 2007'ص96)

أ – قرارات تتعلق بالهيكل العام للمزيج الخدمي، وهي قرارات تتعلق باتساع المزيج الخدمي وعمقه وترابطه واتساقه.(الخطيب2005'ص41)

ب ـ قرارات تتعلق بالجزئية داخل الهيكل العام للمزيج الخدمي، مثل قرارات تطوير الخدمات الحالية التي يقدمها المصرف او إضافة أنواع جديدة، لتنويع وتشكيل الخدمات المصرفية المتاحة وقد يحدث حذف لبعض الخدمات او اتباع سياسة تبسيط الإجراءات.(الفاتك2009'ص19)

– قرارات تناسق مزيج الخدمات: تعنى مدى الترابط بين خطوط الخدمات التي يقدمها المصرف ، من حيث متطلبات تقديم الخدمة نتيجة للمتغيرات المتلاحقة في السوق والبيئة المصرفية، حيث اصبح من الضروري على المصارف اتخاذ قرارات مناسبة في المجالات المرتبطة بالخدمات المصرفية ،(carol1993'ص108) التي تؤثر في النهاية على المزيج الخدمي للمصارف وكذلك تنويع الخدمات ، من خلال إضافة خدمة جديدة الى الخدمات التي يقدمها المصرف ، بهدف تشكيل أنواع واسعة ومختلفة من الخدمات المصرفية المتاحة أمام زبائن المصرف (عبدالله 2000'ص44) لإشباع اكبر قدر من احتجاجاتهم ورغباتهم مما يودى الى اتساع دائرة زبائن المصارف ، وان قيام

المصارف بتبسيط إجراءات الخدمات المقدمة وعدم تعقيدها ، وتجزئتها الى عناصر لخدمة اكثر شرائح المجتمع ، وحذف او تعديل الخدمات التي لا تحقق رضا ورغبات كثير من المتعاملين مع المصارف التجارية الليبية .(المطيري2008'ص33)

- قرارات مرتبطة بتطوير الخدمات المصرفية. - قرارات تبسيط الإجراءات.
- قرارات التميز. - حصر الإمكانيات المالية والبشرية المتاحة.
- تصميم قواعد ومعايير لسياسة الخدمات المصرفية. - إعداد خطة سنوية للخدمات المصرفية.
- تحديد الأهداف الكمية السنوية. - متابعة وفحص وتعديل الخدمات المصرفية المقدمة.
- اتخاذ قرارات تخطيط الخدمات المصرفية، إضافة، تطوير، إيقاف.

الاطار العملي (الدراسة الميدانية)

تم تحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفروض للتعرف على مدى أثر البيئة، على تخطيط الخدمات المصرفية في المصارف الليبية والتعرف على مدى التطبيق العلمي، وقياس جودة الخدمات المصرفية كما يدركها زبائن المصارف العامة الليبية، لارتباط تخطيط الخدمات المصرفية بجودة الخدمات.

جدول (1) مقارنة إجمالي بنود المركز المالي للقطاع المصرفي الليبي

البيان / السنة	إجمالي الاصول	إجمالي الودائع	إجمالي القروض	%القروض الى الودائع	%القروض الى إجمالي الاصول
2015	90,233,000	71,257,000	20,213,000	%28	%22
2016	103,455,000	83,408,000	18,770,000	%23	%18
2017	116,477,000	95,939,000	17,447,000	%18	%15
2018	117,062,000	93,658,000	16,448,000	%18	%14
2019	154,621,000	122,026,000	16,236,000	%13	%11

المصدر: إدارة البحوث والاحصاء البنك المركزي

يلاحظ من الجدول السابق أن نسبة أرصدة القروض إلى الودائع تراوحت، بين 28% في سنة 2015 وما نسبته 13% في سنة 2019 وهذا يدل على ضعف الاستثمارات الخاصة بالمصارف خصوصاً في السنوات الأخيرة، والتي ترجع لأسباب منها عدم فعالية نشاط إدارات التسويق بالمصارف الليبية، كما يلاحظ أن نسبة أرصدة القروض إلى إجمالي الأصول تراوحت بين 22% سنة 2015 ونسبة 11% سنة 2019 ، والتي تعتبر منخفضة بشكل كبير مما يوكد ويشير إلى وجود إشكاليات تسويقه في القطاع المصرفي الليبي نتيجة لأثر البيئة الداخلية ومحدداتها والتي من أهمها الاستقرار الأمني والسياسي في الدولة الليبية.

جدول (2) مقارنة ارصدة القطاع المصرفي الليبي المحتفظ بها بالخارج مع حجم القروض

البيان / السنة	ارصدة لدى المراسلين	ارصدة القروض الداخلية	% ارصدة المراسلين الى القروض
2015	6,700,000	20,213,000	%33
2016	6,749,000	18,770,000	%36
2017	3,698,000	17,447,000	%21
2018	7,217,000	16,448,000	%44
2019	6,490,000	16,236,000	%40

المصدر: إدارة البحوث والاحصاء البنك المركزي

من خلال الجدول أعلاه يلاحظ تزايد نسبة الأرصدة المحتفظ بها لدى المراسلين، حيث تراوحت ما نسبته 33% خلال سنة 2015 وفى نهاية سنة 2019 كانت النسبة 40% مما يدل على عدم قدرة المصارف التجارية التابعة للقطاع المصرفي الليبي، التوظيف الفعال لأموالها في استثمارات داخلية تحقق اهداف التنمية الاقتصادية التي تسعى لها الدولة.

جدول (3) إجمالي الأصول وراس المالفي القطاع المصرفي الليبي

البيان / السنة	إجمالي الاصول	رأس المال	% راس المال الى الاصول
2015	90,233,000	3,610,000	%4
2016	103,455,000	3,791,000	%3.5
2017	116,477,000	3,806,000	%3
2018	117,062,000	3,904,000	%3
2019	154,621,000	4,254,000	%2.7

المصدر: إدارة البحوث والاحصاء البنك المركزي

من خلال الجدول أعلاه يلاحظ انخفاض نسبة راس المال الى إجمالي الاصول، حيث تراوحت ما نسبته 4% خلال سنة 2015 وفى نهاية سنة 2019 كانت النسبة 2.7% مما يدل على ضعف راس مال المصارف التجارية الليبية، وفى المقابل ترتفع حجم الأصول في القطاع المصرفي من سنة لأخرى.

جدول (4) حجم الائتمان وراس المال في القطاع المصرفي الليبي

البيان / السنة	إجمالي الائتمان	رأس المال	% راس المال الى الاصول
2015	20,213,000	3,610,000	%18
2016	18,770,000	3,791,000	%20
2017	17,447,000	3,806,000	%22
2018	16,448,000	3,904,000	%24
2019	16,236,000	4,254,000	%26

المصدر: إدارة البحوث والاحصاء البنك المركزي

من خلال الجدول أعلاه يلاحظ ارتفاع نسبة رأس المال إلى حجم الائتمان، حيث تراوحت ما نسبته 18% خلال سنة 2015 وفى نهاية سنة 2019 كانت النسبة 26%، مما يدل على تخفيض حجم

الائتمان الممنوح من المصارف التجارية الليبية، نظراً للظروف التي تمر بها الدولة خلال الفترة وكذلك الغاء الفائدة على المبالغ المقرضة منذ إصدار قانون منع الفوائد الربوية في 2013.

جدول (5) حجم الودائع ورأس المال في القطاع المصرفي الليبي

البيان / السنة	حجم الودائع	رأس المال	% راس المال الى الاصول
2015	71,257,000	3,610,000	%5
2016	83,408,000	3,791,000	%4.5
2017	95,939,000	3,806,000	%4
2018	93,658,000	3,904,000	%4
2019	91,527,000	4,254,000	%5

المصدر: إدارة البحوث والاحصاء البنك المركزي

من خلال الجدول أعلاه يلاحظ تذبذب نسبة رأس المال إلى حجم الودائع، حيث تراوحت ما نسبته 5% خلال سنة 2015 وفى نهاية سنة 2019 كانت نفس النسبة خلال سنة 2019 ، مما يدل على أَنَّ رأس أموال المصارف التجارية تعتبر منخفضة لمقابلة حجم الودائع خلال سنوات البحث.

وبشكل عام يلاحظ من الجداول أعلاه بِأن نسبة رأس المال إلى إجمالي الأصول في المصارف التجارية الليبية العامة ، والتابعة للقطاع المصرفي الليبي تتراوح بين 4% سنة 2015 وبنسبة 2.7% في سنة 2019، مما يدل على زيادة حجم أصول القطاع المصرفي الليبي نتيجة لمصادر الأموال المختلفة ،وثبات قِيَم رأس المال للمصارف التجارية الليبية ، الامر الذى يتحتم على المصارف التجارية تقديم خدمات افضل وبجودة عالية حتى ينعكس ذلك على حجم الأرباح ،وكما يشير الجدول المقارن لحجم الائتمان ورأس المال حيث يتراوح بين 18% في سنة 2015 و26% في سنة 2019 الامر الذى يعطى مؤشر بان رأس المال لا يغطى إلا نسبة ضئيلة من القيم الممنوحة من المصارف التجارية في شكل قروض وسلفيات ، مما يعرض القطاع المصرفي الليبي الى ارتفاع درجة المخاطر في حالة عدم السداد وانتقال القروض الى ديون متعثرة، كما بلغت نسبة رأس أموال المصارف التجارية إلى الودائع ما بين 5% في سنة 2015 وبنسبة4% لأكثر السنوات المتلاحقة الامر الذى يشير إلى الضعف في ضمان رأس مال المصارف التجارية الليبية مقابل المبالغ المتحصل عليها القطاع المصرفي ، في شكل مدخرات مع ان معظم الأموال المدخرة تعتبر تكلفتها صفرية، نظراً للإلغاء الفوائد الدائنة والمدينة اخذاً وعطاً في القطاع المصرفي الليبي.

جدول (6) ارصدة الحسابات النظامية والتأمينات النقدية بالمليار في القطاع المصرفي الليبي

البيان / السنة	حجم الودائع	رأس المال	% راس المال الى الاصول
2015	48,299,000	13,267,000	%27
2016	46,800,000	13,610,000	%29
2017	46,536,000	14,582,000	%31
2018	48,160,000	16,783,000	%35
2019	45,356,000	15,996,000	%35

المصدر: إدارة البحوث والاحصاء البنك المركزي

من خلال الجدول أعلاه يلاحظ بان نسبة التغطية المالية للعمليات الخارجية باغت 27% خلال سنة 2015، وما نسبته 35% في سنة 2019 الامر الذي يعطى مؤشر بان المصارف التجارية الليبية تمنح في التسهيلات الغير مباشرة بشكل متوسع، في شكل اعتمادات مستنديه وإصدار خطابات ظمأن خارجية دون الحصول على مقابل لتغطية تلك العمليات، الامر الذى يؤدي إلى وجود ارتفاع في درجة المخاطر في القطاع المصرفي الليبي ، وتحميل حساب الأرباح والخسائر بالقيم الغير مسددة مقابل التسهيلات الممنوحة، وكما تم الإشارة إليه في الجداول أعلاه بِأَن رأس أموال المصارف التجارية الليبية تعتبر اقل مما يجب في حالة تم مقابلتها بالعملات الأجنبية وحجم الائتمان المباشر والغير مباشر، حيث بلغ رأس مال المصارف التجارية الليبية في حدود 4.254,000 مليار دينار، خلال سنة 2019 وفى المقابل قامت المصارف التجارية بدفع مبالغ وتكوين التزامات بلغ 29,360 مليار دينار خلال سنة 2019 ويشير ذلك الى تجاوز رأس مال المصارف التجارية الليبية في حدود 7 اضعاف. **تحليل البيانات واختبار الفرضيات:**

اولاً: وصف عينة البحث وفقاً للنوع:

جدول (7) يبين توصيف العينة وفقاً لمتغير النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	60	%76
انثى	19	%24

الجدول رقم (7) نتائج التحليل الوصفي للمتغيرات الديمغرافية للمستجيبين من أفراد عينة الدراسة. إذ يتبين أن ما نسبته (76%) من عينة الدراسة هم من الذكور، وبلغت نسبة الاناث ما نسبته (24%)

ثانياً: وصف عينة البحث وفق المؤهل العلمي.

جدول (8) يبين توصيف العينة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

المؤهل	العدد	النسبة المئوية
مؤهل متوسط	37	%47
مؤهل جامعي	33	%41
ماجستير	6	%8

دكتوراه	3	%4

يبين الجدول رقم (8) أن ما نسبته (47%) من حملة درجة المؤهلات المتوسطة، وما نسبته (41%) من حملة المؤهلات الجامعية وما نسبته (12%) من حملة المؤهلات العليا والدرجات الدقيقة.

ثالثاً: وصف عينة البحث وفق المنصب الإداري.

جدول (9) يبين توصيف العينة وفقاً لمتغير المنصب الإداري

المنصب الإداري	العدد	النسبة المئوية
مدير إدارة	4	%5
مدير فرع	31	%39
مساعد مدير	17	%22
موظف	27	%34

يبين الجدول رقم (9) أن ما نسبته (5%) من عينة البحث بوظيفة مدير إدارة ، ومثلت 39% من عينة البحث بوظيفة مدير فرع ، وبلغت ما نسبته 22% من عينة البحث بصفة مساعد مدير إدارة وفرع وبلغت نسبة 34% من عينة البحث بصفة موظف مصرفي .

رابعاً: وصف عينة البحث وفق لمدة الخبرة.

جدول (10) يبين توصيف العينة وفقاً لمتغير المنصب الإداري

مدة الخبرة	العدد	النسبة المئوية
اقل من 10 سنوات	14	%18
من 10 الى 20 سنة	40	%51
أكثر من 20 سنة	25	%31

يبين الجدول رقم (10) أن ما نسبته(18%) من عينة البحث لهم خبرة مصرفية لمدة اقل من 10 سنوات، وما نسبته 51% من عينة البحث تتراوح مدة الخبرة بين 10 واقل من 20 سنة، وما نسبته 31% من عينة البحث لهم خبرة أكثر من 20 سنة الامر الذي يوضح بان موظفي المصرف المبحوث لهم خبرة وعمر وظيفي أكثر من 10 سنوات ما نسبته 82% من عدد المبحثين.

تصحيح المقياس:

لاستخراج الوسط المرجح والوزن المئوي استخدم الباحث في هذه الدراسة مقياس ليكرث الخماسي لقياس درجة موافقة العينة على عبارات الاستبانة، وانحصرت الإجابات وفقا لهذا المقياس في: [(موافق بشدة)، (موافق)، (محايد)،(غير موافق)، (غير موافق بشدة)]، وتم تحديد أوزان الاستجابات للفقرات وفق الجدول التالي:

جدول (11) يبين أوزان الاستجابات حسب مقياس ليكرث الخماسي للرتب

الرأي	أوافق بدرجة كبيرة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بدرجة كبيرة
الايجابية	5	4	3	2	1

السلبية	1	2	3	4	5

وفقاً للجدول رقم (11) تم تحديد اتجاهات أفراد العينة وفقا لمقياس ليكرث الخماسي بحيث أصبح طول الفترة المستخدمة هي (5/4) أي حوالي (0.80)، وقد حسب طول الفترة على أساس أن أوزان الاستجابات الخمس (1-2-3-4-5) بالنسبة للعبارات الإيجابية والعكس بالنسبة للعبارات السلبية، قد حصرت فيما بينها أربع مسافات، والجدول التالي يبين ذلك:

جدول (12) يبين تحديد اتجاهات العينة وفقا لمقياس ليكرث الخماسي حسب الوسط المرجح

الاستجابات	الوسط المرجح	الوزن المئوي	مستوى التأثير
غير موافق بشدة	من 1 إلى أقل من 1,80	20% إلى 36%	منخفض جداً
غير موافق	من 1,81 إلى أقل من 2,60	37% إلى 50%	منخفض
محايد	من 2,61 إلى أقل من 3.40	51% إلى 68%	متوسط
موافق	من 3.41 إلى أقل من 4.20	69% إلى 84%	مرتفع
موافق بشدة	من 4.21 إلى 5	85% إلى 100%	مرتفع جداً

من الجدول رقم (12) تبين أن الوسط المرجح لاستجابة غير موافق بشدة انحصر ما (من 1 إلى أقل من 1.80) يقابلها وزن مئوي يتراوح ما بين (20% إلى 36%) تدل على مستوي تأثير منخفض جداً، فيما انحصر الوسط المرجح لاستجابة غير موافق (من 1.81 إلى أقل من 2,60)يقابلها وزن مئوي يتراوح ما بين (37% إلى 50%) تدل على مستوي تأثير منخفض، بينما انحصر الوسط المرجح لاستجابة محايد(من 2.61 إلى أقل من 3,40)يقابلها وزن مئوي يتراوح ما بين (51% إلى 68%) تدل على مستوي تأثير متوسط، وانحصر الوسط المرجح لاستجابة أوافق (من 3.41 إلى أقل من 4.20) يقابلها وزن مئوي يتراوح ما بين (69% إلى 84%) تدل على مستوي تأثير مرتفع وأنحصر الوسط المرجح لاستجابة (موافق بشدة) بين (من 4.21 إلى 5) يقابلها وزن مئوي يتراوح ما بين (20% إلى 36%) تدل على مستوي تأثير مرتفع جداً. وعند جمع عبارات المحاور في مجاميعٍ كلية تم تعديل ترميز البدائل وفقاً لاتجاه الترميز بحيث أعطي بديلي الموافقة بشدة والموافقة درجات إيجابية، وأعطيت البدائل السلبية المتمثلة في (غير موافق بشدة، وغير موافق) درجات سلبية، واعطي بديل محايد درجة صفر وذلك حسب اتجاه العبارة كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول (13) يبين درجات بدائل المقياس عند استخراج المجاميع الكلية للمحاور

الرأي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الإيجابية	2	1	0	1-	2-
السلبية	2-	1-	0	1	2

نتائج الإحصاء الوصفي

التساؤل الأول: ما هي أهم مؤشرات أدوار البيئة الداخلية في تخطيط الخدمات المصرفية؟

جدول (14) يبين استجابات العينة حول دور البيئة الداخلية في تخطيط الخدمات المصرفية

رقم م	العبارات	الوسط المرجح	الوزن المئوي	اتجاه الإجابة
4	علاقات العمل داخل المصارف التجارية واضحة ومحددة	4.33	%87	موافق
3	يتم تحديد الأدوار والمسؤوليات في المصارف التجارية بشكل واضح	4.00	%80	موافق
1	يوجد هيكل تنظيمي للمصارف التجارية العامة الليبية	3.84	%77	موافق
6	الأنظمة والقوانين السائدة تضمن حقوق الموظفين	3.38	%68	محايد
9	الأنظمة والقوانين المعمول بها تساهم في تحقيق الكفاءة في الاداء	3.29	%66	محايد
2	توجد مصفوفة واضحة للمهام المقدمة بالمصارف التجارية العامة الليبية	3.19	%64	محايد
12	يتم استفادة المصارف التجارية من استخدام نظام معلومات	3.13	%63	محايد
22	يهتم موظفي المصرف اهتماما ملحوظاً في حل مشاكل الزبائن أول بأول.	2.82	%56	محايد
21	يستجيب موظفو المصرف بشكل دائم لاحتياجات الزبائن.	2.72	%54	محايد
15	تتوفر العمالة المدربة والكفؤة والقادرة على إدارة المصارف	2.62	%52	محايد
17	توجد ثقة بين الموظفين والمديرين بالمصارف التجارية	2.58	%52	غير موافق
19	يعتني موظفي المصرف بمظهرهم أمام الزبائن.	2.54	%51	غير موافق
5	الهيكل التنظيمي في المصارف يقلل من الروتين والبيروقراطية	2.53	%51	غير موافق
11	يتم استخدام المعلومات في تخطيط الخدمات المصرفية	2.52	%50	غير موافق
7	توجد خطط وبرامج محددة لسير العمل داخل القطاع المصرفي	2.48	%50	غير موافق
8	يوجد التزام لتقديم الخدمات من قبل الموظفين	2.48	%50	غير موافق
23	يحافظ موظفو المصرف على الحضور للعمل في الوقت المحدد.	2.47	%49	غير موافق
20	يتم الاهتمام بتقديم الخدمة أو المنتج للزبائن في الوقت المحدد.	2.46	%49	غير موافق
14	توجد بحوث بالمصارف للتطوير والابتكار	2.42	%48	غير موافق
16	يهتم الموظف بمظهره الخارجي والزى الخاص بالمؤسسات	2.39	%48	غير موافق
18	يتمتع موظفي المصارف بالمهارات والآداب وحسن الخلق	2.24	%45	غير موافق
13	ضعف المراكز المالية بالمصارف على تمويل خدمات جديدة	2.16	%43	غير موافق
10	يوجد فهم للأنظمة واللوائح الإدارية لكافة الموظفين	2.11	%42	غير موافق
	الاتجاه العام	2.81	%56	محايد

من الجدول رقم (14) تبين أن الوسط المرجح للاتجاه العام حول دور البيئة الداخلية في تخطيط الخدمات المصرفية قد بلغ (2.81)، بوزن مئوي بلغ (56%) مما يشير إلى أن أفراد العينة كانوا محايدين حول دور البيئة الداخلية في تخطيط الخدمات المصرفية

وبالنظر إلى درجات موافقة عينة البحث على عبارات البعد نجد أن (3) عبارات وافق عليها أفراد العينة موافقة تامة مما يشير إلى قبولهم بمحتوى تلك العبارات والتي كانت جميعها مؤشرات على الدور الذي تلعبه البيئة الداخلية في تخطيط الخدمات المصرفية وهي عبارات (علاقات العمل داخل المصارف التجارية واضحة ومحددة، وعبارة يتم تحديد الأدوار والمسؤوليات في المصارف التجارية بشكل واضح، وعبارة يوجد هيكل تنظيمي للمصارف التجارية العامة الليبية) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (3.84 إلى 4.33)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (77% إلى 87%).

بينما كان أفراد العينة محايدين تجاه (7) عبارات هي (عبارة أن الأنظمة والقوانين السائدة تضمن حقوق الموظفين، وعبارة الأنظمة والقوانين المعمول بها تساهم في تحقيق الكفاءة في الأداء، وعبارة توجد مصفوفة واضحة للمهام المقدمة بالمصارف التجارية العامة الليبية، وعبارة يتم استفادة المصارف التجارية من استخدام نظام معلومات، وعبارة يهتم موظفي المصرف اهتماما ملحوظاً في حل مشاكل الزبائن أول بأول.، وعبارة يستجيب موظفو المصرف بشكل دائم لاحتياجات الزبائن، وعبارة تتوفر العمالة المدربة والكفؤة والقادرة على إدارة المصارف والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (2.62 إلى 3.38)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (52% إلى 68%).

ولم يوافق أفراد العينة على (13) عبارة هي (توجد ثقة بين الموظفين والمديرين بالمصارف التجارية، ويعتني موظفي المصرف بمظهرهم أمام الزبائن، والهيكل التنظيمي في المصارف يقلل من الروتين والبيروقراطية، ويتم استخدام المعلومات في تخطيط الخدمات المصرفية، وتوجد خطط وبرامج محددة لسير العمل داخل القطاع المصرفي، ويوجد التزام لتقديم الخدمات من قبل الموظفين، ويحافظ موظفو المصرف على الحضور للعمل في الوقت المحدد.، ويتم الاهتمام بتقديم الخدمة أو المنتج للزبائن في الوقت المحدد.، وتوجد بحوث بالمصارف للتطوير والابتكار، ويهتم الموظف بمظهره الخارجي والزى الخاص بالمؤسسات، ويتمتع موظفي المصارف بالمهارات والآداب وحسن الخلق، وضعف المراكز المالية بالمصارف على تمويل خدمات جديدة، ويوجد فهم للأنظمة واللوائح الإدارية لكافة الموظفين)والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (2.11 إلى 2.52)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (42% إلى 52%).

التساؤل الثاني: ما هي أهم مؤشرات أدوار البيئة الداخلية في تخطيط الخدمات المصرفية؟

جدول (15) يبين استجابات العينة حول دور البيئة الخارجية في تخطيط الخدمات المصرفية

م	العبارات	الوسط المرجح	الوزن المئوي	اتجاه الإجابة
37	معدلات الربحية ضرورية عند اعداد الخطط للخدمات المصرفية	4.39	%88	موافق
39	يتم تحديد بدائل مناسبة للاماكن اللازمة لتقديم الخدمات المصرفية	4.13	%83	موافق
27	للبنك المركزي دور كبير لتوجيه المصارف التجارية	4.05	%81	موافق
45	تستخدم المصارف التجارية التكنولوجية الحديثة	4.00	%80	موافق
44	الاستقرار السياسي للدولة يساهم في تخطيط وتطوير الخدمات المصرفية	3.89	%78	موافق
35	مصالح الزبائن وطلباتهم في مقدمة اهتمامات إدارات المصارف التجارية	3.62	%72	موافق
26	تتوفر بيانات من البيئة المحيطة عن الخدمات المقدمة	3.49	%70	موافق
30	مظهر المصارف التجارية الخارجية جذابة للزبائن	3.37	%67	محايد
24	يتم تقديم خدمات جديدة وحديثة ومتطورة بالمصارف التجارية الليبية	3.22	%64	محايد
46	تتوفر درجة عالية من الامن والأمان لتقديم الخدمات المصرفية	3.22	%64	محايد
41	تحديد سياسة تتماشى مع مقدرة المصرف للحصول على أكبر حصة سوقية	2.91	%58	محايد
36	يتم دراسة حجم تعاملات الزبائن مع المصرف عند اعداد الخطط	2.72	%54	محايد
31	توجد دقة وجودة عند أداء الخدمات تساهم في جذب المزيد من الزبائن	2.68	%54	محايد
25	يوجد استقرا امنى داخل الدولة يساعد المصارف على تقديم خدماتها لزبائنها	2.65	%53	محايد
34	يوجد شعور بالأمان لتخطيط الخدمات المصرفية من قبل زبائن المصارف	2.62	%52	محايد
28	اسعار الخدمات المقدمة من المصارف التجارية مناسبة	2.57	%51	غير موافق
32	سرعة تقديم الخدمات المقدمة لزبائن المصارف التجارية	2.37	%47	غير موافق
40	تحديد سياسة مناسبة لتحديد أسعار الخدمات المصرفية	2.37	%47	غير موافق
29	توجد مرونة في التعامل والاهتمام بالزبائن	2.29	%46	غير موافق
43	أسعار السلع مناسبة لأكبر نسبة من موظفي الدولة	2.29	%46	غير موافق
42	المؤشرات الاقتصادية للدولة تناسب تقديم منتجات جديدة	2.19	%44	غير موافق
38	يتم وضع خطط بديلة لتطوير وتنمية الخدمات المصرفية	2.13	%43	غير موافق
33	توجد استجابة واستعداد دائم لطلبات الزبائن	1.97	%39	غير موافق
	الاتجاه العام	2.96	%59	محايد

من الجدول رقم (15) تبين أن الوسط المرجح للاتجاه العام حول دور البيئة الخارجية في تخطيط الخدمات المصرفية قد بلغ (2.96)، بوزن مئوي بلغ (59%) مما يشير إلى أن أفراد العينة كانوا محايدين حول دور البيئة الخارجية في تخطيط الخدمات المصرفية

وبالنظر إلى درجات موافقة عينة البحث على عبارات البعد نجد أن (7) عبارات وافق عليها أفراد العينة موافقة تامة مما يشير إلى قبولهم بمحتوى تلك العبارات والتي كانت جميعها مؤشرات على الدور الذي تلعبه البيئة الخارجية في تخطيط الخدمات المصرفية وهي عبارات (معدلات الربحية

ضرورية عند اعداد الخطط للخدمات المصرفية، يتم تحديد بدائل مناسبة للاماكن اللازمة لتقديم الخدمات المصرفية، للبنك المركزي دور كبير لتوجيه المصارف التجارية، تستخدم المصارف التجارية التكنولوجية الحديثة، الاستقرار السياسي للدولة يساهم في تخطيط وتطوير الخدمات المصرفية، مصالح الزبائن وطلباتهم في مقدمة اهتمامات إدارات المصارف التجارية، تتوفر بيانات من البيئة المحيطة عن الخدمات المقدمة) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (3.39 إلى 3.49)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (70% إلى 88%).

بينما كان أفراد العينة محايدين تجاه (8) عبارات هي (يتم تقديم خدمات جديدة وحديثة ومتطورة بالمصارف التجارية الليبية، وتتوفر درجة عالية من الامن والأمان لتقديم الخدمات المصرفية، وتحديد سياسة تتماشى مع مقدرة المصرف للحصول على أكبر حصة سوقية، ويتم دراسة حجم تعاملات الزبائن مع المصرف عند اعداد الخطط، وتوجد دقة وجودة عند أداء الخدمات تساهم في جذب المزيد من الزبائن، ويوجد استقرا امنى داخل الدولة يساعد المصارف على تقديم خدماتها لزبائنها، ويوجد شعور بالأمان لتخطيط الخدمات المصرفية من قبل زبائن المصارف) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (2.57 إلى 3.37)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (52% إلى 67%).

ولم يوافق أفراد العينة على (8) عبارات هي (اسعار الخدمات المقدمة من المصارف التجارية مناسبة، سرعة تقديم الخدمات المقدمة لزبائن المصارف التجارية، تحديد سياسة مناسبة لتحديد أسعار الخدمات المصرفية، توجد مرونة في التعامل والاهتمام بالزبائن، أسعار السلع مناسبة لأكبر نسبة من موظفي الدولة، المؤشرات الاقتصادية للدولة تناسب تقديم منتجات جديدة، يتم وضع خطط بديلة لتطوير وتنمية الخدمات المصرفية، توجد استجابة واستعداد دائم لطلبات الزبائن) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (1.97 إلى 2.57)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (39% إلى 51%).

اختبارات فروض البحث

يتم اختبار فروض البحث التي تم صياغتها لحل إشكالية البحث، باستخدام الأسلوب الإحصائي المناسب للوصول الى قبول او رفض الفروض.

اختبار الفرض الرئيسي الأول:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعناصر البيئة الداخلية على تخطيط الخدمات المصرفية.

الفروض الفرعية للفرض الرئيسي الأول:

أ- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحددات الهيكل التنظيمي للمصارف التجارية على تخطيط الخدمات المصرفية.

جدول (16) يبين أثر الهيكل التنظيمي في تخطيط الخدمات المصرفية

م	العبارات	الوسط المرجح	الوزن المئوي	اتجاه الإجابة
1	يوجد هيكل تنظيمي متكامل بالمصارف التجارية	3.84	%77	موافق
2	المسؤوليات والادوار واضحة في الدليل الإجرائي	3.67	%73	موافق
4	الهيكل التنظيمي يساهم ويعزز الابداع والتطور	3.41	%68	موافق
5	الهيكل التنظيمي يحد من الروتين والبيروقراطية	2.53	%51	غير موافق
6	الهيكل التنظيمي الموجود يبسط الإجراءات لتقديم خدمات أفضل	2.52	%50	غير موافق
3	العلاقة بين المستويات الإدارية واضحة ومحددة	2.41	%48	غير موافق
	الأثر العام	3.06	%61	محايد

من الجدول رقم (16) تبين أن الوسط المرجح للأثر العام للهيكل التنظيمي في تخطيط الخدمات المصرفية قد بلغ (3.06)، بوزن مئوي بلغ (61%) مما يشير إلى أن أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر لهيكل التنظيمي تخطيط الخدمات المصرفية

وبالنظر إلى درجات موافقة عينة البحث على عبارات البعد نجد أن (3) عبارات وافق عليها أفراد العينة موافقة تامة مما يشير إلى تأكيدهم على أثرها على تخطيط الخدمات المصرفية وهي (وجود هيكل تنظيمي متكامل بالمصارف التجارية، ووضوح المسؤوليات والادوار في الدليل الإجرائي، ومساهمة وتعزيز الهيكل التنظيمي للأبداع والتطور والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (2.41 إلى 2.53)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (48% إلى 51%).

بينما لم يوافق أفراد تجاه (3) عبارات هي (أن الهيكل التنظيمي يحد من الروتين والبيروقراطية، وأنه يبسط الإجراءات لتقديم خدمات أفضل، وأن العلاقة بين المستويات الإدارية واضحة ومحددة) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (2.41 إلى 2.53)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (48% إلى 51%).

ب ـ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحددات دليل الإجراءات في المصارف التجارية على تخطيط الخدمات المصرفية.

جدول (17) يبين أثر الدليل الإجرائي في تخطيط الخدمات المصرفية

م	العبارات	الوسط المرجح	الوزن المئوي	اتجاه الإجابة
4	يساهم دليل الإجراءات الى عدم الاجتهاد في تنفيذ الاجراءات	4.34	%87	موافق بشدة
3	يساهم دليل إجراءات الى تحقيق الكفاءة في الاداء	3.97	%79	موافق
	دليل الإجراءات ضمانة لحقوق الوظيفة للموظفين	3.80	%76	موافق
1	الدليل واضح لكافة موظفي المصارف التجارية	3.18	%64	محايد
2	موظفي المصارف لهم دراية كاملة عن الأنظمة والقوانين واللوائح بالمصارف	3.14	%63	محايد
7	دليل الإجراءات تم اعداده من قبل عناصر لهم خبرة وكفاءة مصرفية	2.57	%51	غير موافق
5	موظفي المصارف التجارية ملتزمين بتطبيق اللوائح والقوانين المعمول بها	2.53	%51	غير موافق
6	دليل الإجراءات واضح لجميع موظفي إدارات المصارف	2.52	%50	غير موافق
	الأثر العام	3.26	%65	محايد

من الجدول رقم (17) تبين أن الوسط المرجح للأثر العام **أثر الدليل الإجرائي في تخطيط الخدمات المصرفية** قد بلغ (3.26)، بوزن مئوي بلغ (65%) مما يشير إلى أن أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر الدليل الإجرائي في تخطيط الخدمات المصرفية.

وبالنظر إلى درجات موافقة عينة البحث على عبارات البعد نجد أن عبارة واحدة تحصلت على موافقة بشدة من أفراد العينة يوافقون بشدة على مساهمة دليل الإجراءات في عدم الاجتهاد وبالتالي مساهمته العالية في تنفيذ الإجراءات والتي بلغ وسطها المرجح (4.34) بوزن مئوي بلغ (87%).

كما وافق أفراد العينة على مساهمة دليل الإجراءات في (تحقيق الكفاءة في الأداء بوسط مرجح بلغ (3.97) ووزن مئوي بلغ (79%)، وضمان حقوق الوظيفة للموظفين بوسط مرجح بلغ (3.80) ووزن مئوي بلغ (76%).

بينما كان أفراد العينة محايدين حول أثر الدليل الإجرائي في (واضح لكافة موظفي المصارف التجارية بوسط مرجح بلغ (3.18) ووزن مئوي بلغ (64%)، وأن موظفي المصارف لهم دراية كاملة عن الأنظمة والقوانين واللوائح بالمصارف بوسط مرجح بلغ (3.14) ووزن مئوي بلغ (63%).

بينما لم يوافق أفراد تجاه (3) عبارات هي (دليل الإجراءات تم اعداده من قبل عناصر لهم خبرة وكفاءة مصرفية، موظفي المصارف التجارية ملتزمين بتطبيق اللوائح والقوانين المعمول بها، دليل الإجراءات واضح لجميع موظفي إدارات المصارف) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (2.53 إلى 2.57)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (50% إلى 51%).

ج ـ لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإمكانيات المالية للمصارف التجارية في تخطيط الخدمات المصرفية.

جدول (18) يبين أثر الإمكانيات المالية في تخطيط الخدمات المصرفية

م	العبارات	الوسط المرجح	الوزن المئوي	اتجاه الإجابة
2	معظم فروع المصارف التجارية تطبق نظام الفروع المستقلة	4.23	%85	موافق بشدة
9	تعدد حساب راس مال الإدارة العامة من طرف الفروع	4.06	%81	موافق
1	الأصول المتداولة بالمصارف التجارية تعتبر أكثر من جيدة	2.72	%54	محايد
6	الأصول العرضية بالخصوص الاعتمادات الخارجية لها مقابل كتأمينات	2.65	%53	محايد
3	معظم أصول المصارف التجارية تعتبر أصول حقيقية	2.61	%52	محايد
7	مناشير مصرف ليبيا المركزي مطبقة بشكل جيد للتركيز الائتماني	2.46	%49	غير موافق
4	القروض المصنفة تعتبر نسبة بسيطة من إجمالي الأصول	2.38	%48	غير موافق
8	المخصصات كافية لمقابلة المبالغ المتعثرة	2.18	%44	غير موافق
5	التمويلات الممنوحة شبه خالية من مخاطر عدم السداد	2.15	%43	غير موافق
	الأثر العام	2.83	%57	محايد

من الجدول رقم (18) تبين أن الوسط المرجح لأثر الإمكانيات المالية في تخطيط الخدمات المصرفية قد بلغ (2.83)، بوزن مئوي بلغ (57%) مما يشير إلى أن أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر

الإمكانيات المالية في تخطيط الخدمات المصرفية.

وبالنظر إلى درجات موافقة عينة البحث على عبارات البعد نجد أن أفراد العينة يوافقون بشدة على أن معظم فروع المصارف التجارية تطبق نظام الفروع المستقلة والتي بلغ وسطها المرجح (4.23) بوزن مئوي بلغ (85%).

كما وافق أفراد العينة على أن حساب راس مال الإدارة العامة يتعدد من طرف الفروع والتي بلغ وسطها المرجح (4.06) ووزنها المئوي (81%).

بينما كان أفراد العينة محايدين حول عبارات (الأصول المتداولة بالمصارف التجارية تعتبر أكثر من جيدة، وأن الأصول العرضية بالخصوص الاعتمادات الخارجية لها مقابل كتأمينات، وأن معظم أصول المصارف التجارية تعتبر أصول حقيقية) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (2.61 إلى 2.72)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (52% إلى 54%).

بينما لم يوافق أفراد تجاه (4) عبارات هي (أن مناشير مصرف ليبيا المركزي مطبقة بشكل جيد للتركيز الائتماني، القروض المصنفة تعتبر نسبة بسيطة من إجمالي الأصول، المخصصات كافية لمقابلة المبالغ المتعثرة، وأن التمويلات الممنوحة شبه خالية من مخاطر عدم السداد) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (2.15 إلى 2.46)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (43% إلى 49%).

اختبار الفرض الرئيسي الثاني: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين عناصر البيئة الخارجية وتخطيط الخدمات المصرفية.

الفروض الفرعية للفرض الرئيسي الثاني:

أ - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التغيرات السياسية وتخطيط الخدمات المصرفية.

جدول (19) يبين أثر التغيرات السياسية في تخطيط الخدمات المصرفية

م	العبارات	الوسط المرجح	الوزن المئوي	اتجاه الإجابة
6	انقسام السلطة السياسية في الدولة تؤثر وبشكل كبير على جميع القطاعات	4.89	%98	موافق بشدة
7	ضعف الاستقرار السياسي يساهم في تفكك مؤسسات الدولة	4.87	%97	موافق بشدة
5	مدى قبول ووجود كفاءة تؤثر على أداء وتخطيط كافة قطاع الخدمات	4.77	%95	موافق بشدة
4	التدخل الخارجي في الدولة له أثر كبير على كافة قطاعات الدولة	4.76	%95	موافق بشدة
3	الاستقرار السياسي يؤثر بشكل كبير على القطاع المصرفي بشكل عام	4.57	%91	موافق بشدة
1	للاستقرار الأمني له أثر كبير على أداء المؤسسات	4.39	%88	موافق بشدة
2	تعدد الحكومات في الدولة لها أثر على تخطيط وأداء المؤسسات	4.35	%87	موافق بشدة
	الأثر العام	4.66	%93	موافق بشدة

من الجدول رقم (19) تبين أن الوسط المرجح لأثر التغيرات السياسية في تخطيط الخدمات المصرفية قد بلغ (4.66)، بوزن مئوي بلغ (93%) مما يشير إلى أن أفراد العينة يوافقون بشدة حول أثر التغيرات السياسية في تخطيط الخدمات المصرفية.

ووافق أفراد العينة على جميع عبارات البعد بشدة حيث تراوحت الأوساط المرجحة لعبارات البعد ما بين (4.35 إلى 4.89)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (87% إلى 98%).

ويشير ذلك إلى الأثر الكبير للتغيرات السياسية في تخطيط الخدمات المصرفية.

ب ـ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التغيرات الاقتصادية وتخطيط الخدمات المصرفية.

جدول (20) يبين أثر التغيرات الاقتصادية في تخطيط الخدمات المصرفية

م	العبارات	الوسط المرجح	الوزن المئوي	اتجاه الإجابة
5	انقسام مجلس إدارة المصرف المركزي لها تأثير على المؤسسات المالية	4.84	%97	موافق بشدة
3	للسياسة المالية دور وتأثير على قطعات الدولة	4.56	%91	موافق بشدة
8	العمولات المصرفية تساهم في زيادة الطلب على منتجات المصارف	4.28	%86	موافق بشدة
6	أسعار العملات الأجنبية تتناسب مع مستويات الأجور بالدولة	2.65	%53	محايد
4	السياسة التجارية الحالية لها تأثير على تخطيط الخدمات	2.38	%48	غير موافق
7	مستوى العمولات المصرفية تتناسب مع مستويات المرتبات	2.20	%44	غير موافق
1	توجد سياسة نقدية فعالة داخل الدولة	1.39	%28	غير موافق بشدة
2	يتم تفعيل السياسة النقدية من قبل المصرف المركزي	1.28	%26	غير موافق بشدة
9	المستوى العام للأسعار في ليبيا يعتبر مناسب	1.24	%25	غير موافق بشدة
	الأثر العام	2.76	%55	محايد

من الجدول رقم (20) تبين أن الوسط المرجح لأثر التغيرات الاقتصادية في تخطيط الخدمات المصرفية قد بلغ (2.76)، بوزن مئوي بلغ (55%) مما يشير إلى أن أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر التغيرات الاقتصادية في تخطيط الخدمات المصرفية.

وبالنظر إلى درجات موافقة عينة البحث على عبارات البعد نجد أن أفراد العينة يوافقون بشدة على (3) عبارات هي (انقسام مجلس إدارة المصرف المركزي لها تأثير على المؤسسات المالية، وأن للسياسة المالية دور وتأثير على قطاعات الدولة، وأن العمولات المصرفية تساهم في زيادة الطلب على منتجات المصارف) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (4.28 إلى 4.84)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (86% إلى 97%).

بينما كان أفراد العينة محايدين على أن أسعار العملات الأجنبية تتناسب مع مستويات الأجور بالدولة والتي بلغ وسطها المرجح (2.65) ووزنها المئوي (53%).

بينما لم يوافق أفراد تجاه (5) عبارات هي (أن السياسة التجارية الحالية لها تأثير على تخطيط الخدمات، أن مستوى العمولات المصرفية تتناسب مع مستويات المرتبات، وتوجد سياسة نقدية فعالة داخل الدولة، ويتم تفعيل السياسة النقدية من قِبَل المصرف المركزي، وأن المستوى العام للأسعار في

ليبيا يعتبر مناسب) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (1.24 إلى 2.38)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (25% إلى 48%).

ج - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التكنولوجيا المستخدمة في المصارف التجارية وتخطيط الخدمات المصرفية.

جدول (21) يبين أثر التكنولوجيا المستخدمة في تخطيط الخدمات المصرفية

م	العبارات	الوسط المرجح	الوزن المئوي	اتجاه الإجابة
7	عند تطوير المنظومات بالإمكان توفير منتجات لزبائن المصارف	4.39	%88	موافق بشدة
8	ربط الفروع مع بعضها تخدم زبائن المصارف	4.37	%87	موافق بشدة
4	المنظومة المصرفية المستخدمة تقدم منتجات جديدة	3.96	%79	محايد
2	يتم تطوير المنظومات المصرفية المستخدمة	2.90	%58	محايد
1	المصارف التجارية مهتمة بشراء أحدث التكنولوجيا في قطاع المصارف	2.72	%54	محايد
3	المصارف التجارية توفر أرقى وأحدث المنظومات المصرفية	2.61	%52	محايد
6	عدم او قلة اعطال المنظومات المستخدمة في المصارف	2.22	%44	غير موافق
5	يوجد رضا من الزبائن على المنظومات المستخدمة	2.15	%43	غير موافق
9	المصارف التجارية الليبية مرتبطة بمنظومة واحدة	1.28	%26	غير موافق بشدة
	الأثر العام	2.95	%59	محايد

من الجدول رقم (21) تبين أن الوسط المرجح لأثر التغيرات الاقتصادية في تخطيط الخدمات المصرفية قد بلغ (2.95)، بوزن مئوي بلغ (59%) مما يشير إلى أن أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر التكنولوجيا المستخدمة في تخطيط الخدمات المصرفية.

وبالنظر إلى درجات موافقة عينة البحث على عبارات البعد نجد أن أفراد العينة يوافقون بشدة على عبارتان هي (عند تطوير المنظومات بالإمكان توفير منتجات لزبائن المصارف والتي بلغ وسطها المرجح (4.39) ووزنها المئوي (88%)، وربط الفروع مع بعضها تخدم زبائن المصارف والتي بلغ وسطها المرجح (4.37) ووزنها المئوي (87%).

بينما كان أفراد العينة محايدين حول (4) عبارات هي (أن المنظومة المصرفية المستخدمة تقدم منتجات جديدة، ويتم تطوير المنظومات المصرفية المستخدمة، وأن المصارف التجارية مهتمة بشراء أحدث التكنولوجيا في قطاع المصارف، وأنها توفر أرقى وأحدث المنظومات المصرفية والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (2.61 إلى 3.96)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (52% إلى 79%).

بينما لم يوافق أفراد تجاه (3) عبارات هي (عدم او قلة اعطال المنظومات المستخدمة في المصارف، ويوجد رضا من الزبائن على المنظومات المستخدمة، وأن المصارف التجارية الليبية مرتبطة بمنظومة

واحدة) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (1.28 إلى 2.22)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (26% إلى 44%).

د ـ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين درجة المنافسة بين المصارف التجارية وتخطيط الخدمات المصرفية.

جدول (22) يبين أثر درجة المنافسة في تخطيط الخدمات المصرفية

م	العبارات	الوسط المرجح	الوزن المئوي	اتجاه الإجابة
10	كفاءة وخبرة أعضاء مجلس الإدارة ترفع درجة المنافسة	4.53	%91	موافق بشدة
2	الاستراتيجية الترويجية في القطاع المصرفي شديدة	4.23	%85	موافق بشدة
9	كفاءة الإدارة التنفيذية تسهم في درجة المنافسة	4.06	%81	موافق
1	يوجد تنافس بين المصارف التجارية	2.72	%54	محايد
6	اهتمام الموظف بمظهره الخارجي مهم للمنافسة بين المصارف	2.65	%53	محايد
3	لا يوجد تباين في الخدمات المقدمة بالمصارف التجارية	2.61	%52	محايد
7	حجم المركز المالي للمصرف مهم للتنافس بين المصارف	2.46	%49	غير موافق
4	أسعار الخدمات المصرفية أساس التنافس بين المصارف	2.38	%48	غير موافق
8	انتشار فروع المصرف يسهم في درجة المنافسة	2.18	%44	غير موافق
5	انجاز الاعمال بالسرعة والدقة لزبائن المصرف عنصر مهم للمنافسة	2.15	%43	غير موافق
11	هل توجد إدارات استراتيجية ذات كفاءة	1.19	%24	غير موافق بشدة
	الأثر العام	2.83	%57	محايد

من الجدول رقم (22) تبين أن الوسط المرجح لأثر درجة المنافسة في تخطيط الخدمات المصرفية قد بلغ (2.83)، بوزن مئوي بلغ (57%) مما يشير إلى أن أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر درجة المنافسة في تخطيط الخدمات المصرفية.

وبالنظر إلى درجات موافقة عينة البحث على عبارات البعد نجد أن أفراد العينة يوافقون بشدة على عبارتان هي (كفاءة وخبرة أعضاء مجلس الإدارة ترفع درجة المنافسة والتي بلغ وسطها المرجح (4.53) ووزنها المئوي (91%)، وعبارة أن الاستراتيجية الترويجية في القطاع المصرفي شديدة والتي بلغ وسطها المرجح (4.23) ووزنها المئوي (85%).

ووافقوا على عبارة واحدة هي (أن كفاءة الإدارة التنفيذية تُسهم في درجة المنافسة) والتي بلغ وسطها المرجح (4.06) ووزنها المئوي (81%).

بينما كان أفراد العينة محايدين حول (3) عبارات هي (يوجد تنافس بين المصارف التجارية، اهتمام الموظف بمظهره الخارجي مهم للمنافسة بين المصارف، لا يوجد تباين في الخدمات المقدمة بالمصارف التجارية) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (2.61 إلى 2.72)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (52% إلى 54%).

بينما لم يوافق أفراد تجاه (5) عبارات هي (حجم المركز المالي للمصرف مهم للتنافس بين المصارف، وأن أسعار الخدمات المصرفية أساس التنافس بين المصارف، وأن انتشار فروع المصرف يسهم في درجة المنافسة، وأن انجاز الاعمال بالسرعة والدقة لزبائن المصرف عنصر مهم للمنافسة، ووجود إدارات استراتيجية ذات كفاءة) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (1.19 إلى 2.46)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (24% إلى 49%).

هـ ـ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين طلب الزبائن على خدمات المصارف التجارية وتخطيط الخدمات المصرفية.

جدول (23) يبين أثر أنماط وتفضيلات الزبائن في تخطيط الخدمات المصرفية

م	العبارات	الوسط المرجح	الوزن المئوي	اتجاه الإجابة
8	اختلاف في الطلب على المنتجات بين زبائن المصارف	4.28	%86	موافق بشدة
2	تقلبات السوق تؤثر على الخدمات والمنتجات المصرفية	4.23	%85	موافق بشدة
4	زبائن المصارف يبحثون عن منتجات جديدة	4.23	%85	موافق بشدة
3	تتغير تفضيلات الزبائن بشكل سريع	4.08	%82	موافق
7	يوجد طلب على بعض الخدمات المتوقع أن تشبع رغبات الزبائن	4.08	%82	موافق
5	زبائن المصارف التجارية يتأثرون بتغير أسعار الخدمات المصرفية	4.04	%81	موافق
6	طلبات الزبائن متباينة عن الخدمات المصرفية	3.99	%80	موافق
1	تؤثر تغيرات أنماط الزبائن في الخدمات المصرفية	3.91	%78	موافق
9	تعتبر تعاملات الموظفين مع الزبائن راقية	2.22	%44	غير موافق
10	موظفي المصارف يحترمون الزبائن بدرجة عالية	2.19	%44	غير موافق
13	مباني المصارف يوجد بها مكان مخصص لذو القصور الجسمي المعاقين	2.16	%43	غير موافق
11	الزبائن لا ينتظرون طويلاً عند طلب الخدمات المصرفية	2.11	%42	غير موافق
12	الوصول الى مكان تقديم الخدمات في المصارف مناسبة لجميع فئات لمجتمع	2.11	%42	غير موافق
	الأثر العام	2.83	%57	محايد

من الجدول رقم (23) تبين أن الوسط المرجح لأثر أنماط وتفضيلات الزبائن في تخطيط الخدمات المصرفية قد بلغ (2.83)، بوزن مئوي بلغ (57%) مما يشير إلى أن أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر أنماط وتفضيلات الزبائن في تخطيط الخدمات المصرفية.

وبالنظر إلى درجات موافقة عينة البحث على عبارات البعد نجد أن أفراد العينة يوافقون بشدة على (3) عبارات هي (أن اختلاف في الطلب على المنتجات بين زبائن المصارف، وتقلبات السوق تؤثر على الخدمات والمُنتَجات المصرفية، وأن زبائن المصارف يبحثون عن منتجات جديدة) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (4.23 إلى 4.28)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (85% إلى 86%).

ووافقوا على (5) عبارات هي (تتغير تفضيلات الزبائن بشكل سريع، ويوجد طلب على بعض الخدمات المتوقع أن تشبع رغبات الزبائن، وأن زبائن المصارف التجارية يتأثرون بتغير أسعار الخدمات المصرفية، وأن طلبات الزبائن متباينة عن الخدمات المصرفية، وتؤثر تغيرات أنماط الزبائن في الخدمات المصرفية) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (3.91 إلى 4.08)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (78% إلى 82%).

بينما لم يوافق أفراد تجاه (5) عبارات هي (تعتبر تعاملات الموظفين مع الزبائن راقية، وأن موظفي المصارف يحترمون الزبائن بدرجة عالية، وأن مباني المصارف يوجد بها مكان مخصص لذو القصور الجسمي المعاقين، وأن الزبائن لا ينتظرون طويلاً عند طلب الخدمات المصرفية، وأن الوصول الى مكان تقديم الخدمات في المصارف مناسبة لجميع فئات لمجتمع) والتي تراوحت أوساطها المرجحة ما بين (2.11 إلى 2.22)، بأوزان مئوية تراوحت ما بين (42% إلى 44%)

جدول رقم (20)

نتيجة التحليل الإحصائي للفروض:

1-أن أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر الهيكل التنظيمي تخطيط الخدمات المصرفية، وأن أكثر عوامل متعلقة بالهيكل التنظيمي تؤثر في تخطيط الخدمات المصرفية هي:

- وجود هيكل تنظيمي متكامل بالمصارف التجارية.
- وضوح المسؤوليات والادوار في الدليل الإجرائي.
- مساهمة وتعزيز الهيكل التنظيمي للأبداع والتطور

2-أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر الدليل الإجرائي في تخطيط الخدمات المصرفية، وأن أكثر عوامل متعلقة بالدليل الإجرائي تؤثر في تخطيط الخدمات المصرفية هي:

- مساهمته في عدم الاجتهاد وبالتالي مساهمته العالية في تنفيذ الإجراءات.
- تحقيق الكفاءة في الأداء.
- وضمان حقوق الوظيفة للموظفين

3-أن أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر الإمكانيات المالية في تخطيط الخدمات المصرفية، وأن أكثر عوامل متعلقة بالإمكانيات المالية تؤثر في تخطيط الخدمات المصرفية هي:

- أن معظم فروع المصارف التجارية تطبق نظام الفروع.
- أن حساب رأس مال الإدارة العامة يتعدد من طرف الفروع.

4-أفراد العينة يوافقون بشدة حول أثر التغيرات السياسية في تخطيط الخدمات المصرفية، ووافق أفراد العينة على جميع عبارات البعد بشدة، ويشير ذلك إلى الأثر الكبير للتغيرات السياسية في تخطيط الخدمات المصرفية.

5- أن أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر التغيرات الاقتصادية في تخطيط الخدمات المصرفية، وأن أكثر عوامل متعلقة بالتغيرات الاقتصادية تؤثر في تخطيط الخدمات المصرفية هي:

- انقسام مجلس إدارة المصرف المركزي.
- السياسة المالية ودورها في قطاعات الدولة.
- العمولات المصرفية التي تساهم في زيادة الطلب على منتجات المصارف.

6-أن أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر التكنولوجيا المستخدمة في تخطيط الخدمات المصرفية، وأن أكثر عوامل متعلقة بالتكنولوجيا المستخدمة تؤثر في تخطيط الخدمات المصرفية هي:

- عند تطوير المنظومات بالإمكان توفير منتجات لزبائن.
- ربط الفروع مع بعضها تخدم زبائن المصارف.

7-أن أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر درجة المنافسة في تخطيط الخدمات المصرفية، وأن أكثر عوامل متعلقة بدرجة المنافسة تؤثر في تخطيط الخدمات المصرفية هي:

- كفاءة وخبرة أعضاء مجلس الإدارة ترفع درجة المنافسة.
- أن الاستراتيجية الترويجية في القطاع المصرفي شديدة.
- أن كفاءة الإدارة التنفيذية تسهم في درجة المنافسة.

8-أن أفراد العينة كانوا محايدين حول أثر أنماط وتفضيلات الزبائن في تخطيط الخدمات المصرفية، وأن أكثر عوامل متعلقة بأنماط وتفضيلات الزبائن تؤثر في تخطيط الخدمات المصرفية هي:

- أن اختلاف في الطلب على المنتجات بين زبائن المصارف.
- تقلبات السوق تؤثر على الخدمات والمنتجات المصرفية.
- أن زبائن المصارف يبحثون عن منتجات جديدة.
- تتغير تفضيلات الزبائن بشكل سريع.

- وجود طلب على بعض الخدمات المتوقع أن تُشبِع رغبات الزبائن.
- أن زبائن المصارف التجارية يتأثرون بتغير أسعار الخدمات المصرفية.
- أن طلبات الزبائن متباينة عن الخدمات المصرفية.
- تؤثر تغيرات أنماط الزبائن في الخدمات المصرفية.

التوصيات:

1- على المصارف التجارية الليبية دراسة البيئة الداخلية وبشكل دوري لتحديد نقاط القوة والضعف.

2- وضع برامج للحد من آثار البيئة الخارجية على القطاع المصرفي للتخطيط الجيد للخدمات المصرفية وحسب متطلبات العمل المصرفي وبشكل دوري ومستمر.

3- العمل على حل الإشكاليات التي تواجه القطاع المصرفي وآثار البيئة الداخلية والخارجية.

4- على المصارف التجارية توظيف التكنولوجيا الحديثة لتحسين مستويات الأداء.

5- على المصرف المركزي دور مهم وخصوصاً هذه الفترة لمتابعة ومراجعة عمل القطاع المصرفي والخدمات المصرفية المقدَّمة للزبائن.

6- إيجاد حلول سريعة من قِبَل متخذي القرارات بتوحيد المؤسسات المالية بالخصوص المصرف المركزي.

7- ضرورة توحيد مؤسسات الدولة السياسية نظراً لوجود انقسام في مؤسسات الدولة.

8- ضرورة تقديم خدمات ذات جودة عالية للحد من المنافسة بين المصارف في القطاع المصرفي.

9- تخصيص دورات متخصصة لمسئولي المصارف لدراسة وتحليل البيئة الداخلية للتخطيط الفعال للخدمات المقدمة لزبائن المصارف.

10-دعم الإدارة العليا في المصارف لإدارات التخطيط وتشجيعهم على البحث والتحليل.

11-اهتمام الإدارة الاستراتيجية والإدارة التنفيذية بالتحليل العلمي للبيئة الداخلية والخارجية وتحديد اثارها على الأداء.

12-تخصيص دورات متخصصة للتعامل مع الزبائن للموظفين المتوقع ترقيتهم في الوصف الوظيفي.

13-زيادة فرص التدريب الخارجية لكافة موظفي المصارف ولكافة المستويات الإدارية بالمصارف التجارية.

14-وضع نظام رقابة أثناء العمل سوف يؤدي إلى تحسين الأداء بالمصارف التجارية الليبية.

15-الاهتمام بالحوافز المعنوية والمادية لكافة المشاركين في العملية التدريبية لتطوير موظفي المصارف.

المراجع العربية والأجنبية

اولا: المراجع العربية:

1-بسام حسن، قياس إنتاجية العمليات، مجلة جامعة تشرين، مجلد 32،عدد2،سوريا 2010، ص 86.

2-سعد عابد الرشيدي، التخطيط الاستراتيجي رسالة ماجستير غير منشورة، عمان، الأردن ،2010،ص 26.

3-على ميا واخرون، قياس أثر التدريب في أداء العاملين، مجلة جامعة تشرين، مجلد 31،، سوريا 2010، ص 86.

4-أسامة المجدوب، الجات والبلدان العربية، القاهرة، مصر،1995، ص 115.

5-حياة شحاتة سليمان، دور البنوك في الإصلاح الاقتصادي، معهد الدراسات المصرفية، القاهرة ،1994،ص 6-7.

6-احمد سيد مصطفى المدير في البيئة المصرية، بدون دار نشر،1996،ص 49.

7-صلاح الشنوانى ، الإدارة التسويقية الحديثة ،بدون دار نشر،2007، ص 244.

8-محى الدين الأزهري، إدارة النشاط التسويقي الجزء الثاني دار الفكر العربي، القاهرة، مصر،2009، ص 32.

9-محمود محمد إبراهيم، إدارة التسويق أسس ومبادي علمية، مكتبة عين شمس، القاهرة، مصر '2007، ص 96.

10-عبدالرزاق قاسم، نظم المعلومات المحاسبية، الطبعة الثانية،دارالثقافة للنشر والتوزيع ،الأردن، 2003،ص 25.

11-فهد الفاتك، الازمة المالية جريدة الرأي، الأردن ، 2009، ص 19.

12-نجلاء عبد الله، القيم التنظيمية للمديرين وعلاقتها بالأداء الوظيفي، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن، 2000.

13-عباس علي، التكنولوجيا وتأثيرها في إنتاجية المنظمة رسالة ماجستير غير منشورة العراق ،2009،ص 28.

14-نواف المطيري، أثر المواءمة بين التركيب التنظيمي والاستراتيجية على الأداء، رسالة دكتوراه غير منشورة، عمان، الأردن ، 2008، ص 33.6

ثانياً: المراجع الأجنبية:

15-Carol Mayall&Sally palmer ,customer services ,marketing and the .comptitve,Environment , UKm,1993 ,p107

16-Slater,S,F,and Narver,j,c,Dompettive environment moderate the market orientation .,1994,p 41

17-Sekaran , uma ,Research mathods for business,USA,2003,p34.

18-Cass Aron and Weerawardena the effects Drivers of supenior ,usa,2004,p5