Al-imad Journal of Humanities and Applied Sciences (AJHAS)
مجلة العماد للعلوم الإنسانية والتطبيقية
ISSN: 3106-0323
Volume 1 – Issue 2 – 2025
Pages 279-289

Banking Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction: An Applied Study on Al-Jumhouria Bank, Bani Walid Branch

Mohammed Abdulhamid Almahdi Alnakoua *
Faculty of Economics and Political Science, Bani Waleed University, Libya
*Corresponding: mohammedalnaakoua@bwu.edu.ly

جودة الخدمات المصرفية وأثرها في رضا العملاء: دراسة تطبيقية على مصرف الجمهورية فرع بني وليد

محمد عبدالحميد المهدي الناكوع *
كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة بني وليد، ليبيا

Received: 02-11-2025; Accepted: 29-12-2025; Published: 31-12-2025

Abstract:
This study aims to examine the impact of banking service quality dimensions on customer satisfaction at Al-Jumhouria Bank, Bani Walid Branch. Utilizing a descriptive-analytical approach, data were collected through a structured questionnaire administered to a sample of 43 bank customers. The dimensions of service quality examined include tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Data were analyzed using descriptive statistics, Pearson and Spearman correlation coefficients, and simple and multiple regression analyses, alongside robustness checks. The findings reveal high perceived levels of both service quality and customer satisfaction. While the traditional regression model indicated a significant positive overall relationship between service quality and customer satisfaction, sensitivity analyses and robustness checks highlighted the need for cautious interpretation regarding specific dimensional impacts due to measurement consistency variations. The study concludes with methodological and practical recommendations to enhance banking service delivery and refine future research instruments.

Keywords: Banking Service Quality, Customer Satisfaction, Al-Jumhouria Bank, Service Dimensions, Financial Services.

الملخص
تهدف هذه الدراسة إلى بحث أثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية في رضا العملاء بمصرف الجمهورية فرع بني وليد. بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، جُمعت البيانات باستخدام استبانة مُحكمة وُزعت على عينة مكونة من 43 عميلاً للمصرف. شملت أبعاد الجودة المدرسة: الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والاهتمام بالعميل. جرى تحليل البيانات باستخدام الإحصاء الوصفية، ومعاملات ارتباط بيرسون وسبيرمان، وتحليلات الانحدار البسيط والمتعدد، إلى جانب فحوص الحساسية والمتانة. أظهرت النتائج مستويات مدركة مرتفعة لكل من جودة الخدمات ورضا العملاء. وفي حين أشار نموذج الانحدار التقليدي إلى وجود علاقة إيجابية عامة دالة بين جودة الخدمات ورضا العملاء، فإن فحوص الحساسية والمتانة أبرزت ضرورة توخي الحذر في تفسير التأثيرات التفصيلية للأبعاد في ظل تباين

 Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

مستويات الاتساق الداخلي لبعض المقاييس. وتختتم الدراسة بتقديم جملة من التوصيات المنهجية والتطبيقية لتعزيز مستوى تقديم الخدمات المصرفية وتطوير أدوات القياس المستقبلية.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات المصرفية، رضا العملاء، مصرف الجمهورية، أبعاد الخدمة، الخدمات المالية.

المقدمة

تبدأ تجربة العميل المصرفية من قدرته على الوصول إلى الخدمة وفهم متطلباتها، ولا تنتهي بمجرد إنجاز المعاملة. فالوقت الذي يقضيه في الانتظار، ودقة البيانات، وطريقة الإجابة عن أسئلته، وشعوره بأن معلوماته محفوظة، عناصر تتداخل في تشكيل حكمه على المصرف .ولهذا فإن تقييم الخدمة من منظور العميل يوفر معرفة مختلفة عن مؤشرات حجم المعاملات أو عدد الخدمات المنجزة .تعاملت أدبيات جودة الخدمة مع الجودة بوصفها مفهوماً متعدد الأبعاد .وقدم پاراسورامان وزملاؤه (Parasuraman et al., 1988)مقياساً يتيح تفصيل تقييمات المستفيدين بدل الاكتفاء بحكم عام واحد .وطرح كرونين وتايلور (Cronin & Taylor, 1992)مدخلاً يركز على الأداء المدرك، بما يساعد على التمييز بين قياس خصائص الخدمة وبين قياس الرضا عنها .وتفيد هذه المداخل في بناء أداة بحثية، لكنها لا تعفي الباحث من التحقق من ملاءمة الأداة لبيئة التطبيق .وفي المجال المصرفي، قد يقيّم العميل أحد جوانب الخدمة إيجابياً ويظل متحفظاً تجاه جانب آخر .لذلك لا يُفترض أن تتحرك جميع الأبعاد في اتجاه واحد أو أن تكون أهميتها متساوية .وقد تناولت دراسة باهيا ونانتل (Bahia & Nantel, 2000) خصوصية قياس الجودة في البنوك، وأكد تصميمها أهمية مراعاة طبيعة الخدمة المصرفية بدل نقل مؤشرات القطاعات الأخرى بصورة آلية .تتناول الدراسة الحالية مصرف الجمهورية فرع بني وليد باعتباره نطاقاً تطبيقياً محدداً، وتسعى إلى فهم ما تقوله استجابات العملاء عن مستويات الجودة والرضا وعلاقتهما .ولا تنطلق من افتراض أن خدمة الفرع ضعيفة أو أن العلاقة الإيجابية محسومة سلفاً؛ فوظيفة التحليل هي اختبار التوقع النظري في ضوء البيانات، بما في ذلك عرض النتائج غير الدالة والقيود التي تحد من قوة الاستنتاج .وتنتظم الورقة في ثلاثة مباحث: يعرض الأول الإطار العام، ويتناول الثاني الأساس النظري والدراسات ذات الصلة، ويقدم الثالث المنهج والإجراءات والنتائج والإجابة عن التساؤلات والفرضيات، وتختتم الورقة بنتائج وتوصيات مرتبطة بما أظهره التحليل فعلاً .

المبحث الأول: الإطار العام للدراسة

مشكلة الدراسة

قد يحصل المصرف على تقييمات مرتفعة في بعض مؤشرات الخدمة، دون أن يعني ذلك أن هذه المؤشرات تفسر رضا العملاء بدرجة مماثلة .فالتمييز ضروري بين مستوى التقييم، الذي تصفه المتوسطات، وبين العلاقة بين المتغيرات، التي تكشفها معاملات الارتباط والانحدار .كما أن جودة القياس تحدد مقدار الثقة التي يمكن وضعها في هذه العلاقات .تتمثل مشكلة الدراسة في الحاجة إلى تشخيص مستوى جودة الخدمات المصرفية في الفرع محل التطبيق، وفحص مدى ارتباطها برضا العملاء، وتحديد ما إذا كان إسهام أبعادها مستقلاً ومستقراً عند دراستها معاً .وتمتد المشكلة إلى اختبار اتساق أداة القياس، لأن النتيجة الإحصائية لا تُقرأ بمعزل عن خصائص المقياس المستخدم .ويتمثل التساؤل الرئيس في الآتي: ما أثر جودة الخدمات المصرفية في رضا العملاء بمصرف الجمهورية فرع بني وليد؟

1. ما مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء؟
2. ما مستوى رضا العملاء عن خدمات الفرع؟
3. ما علاقة كل من الملموسية والاعتمادية والاستجابة والأمان والاهتمام بالعميل برضا العملاء؟
4. ما إسهام كل بُعد في تفسير الرضا عند ضبط الأبعاد الأخرى؟
5. ما البُعد الأكثر إسهاماً إيجابياً في النموذج المتعدد؟

 Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

6. هل تستقر النتائج عند تغيير طريقة التقدير وفحص الاستجابات المؤثرة؟ يرتبط هذا التحديد بمفهوم الجودة المدركة لدى كرونين وتايلور (Cronin & Taylor, 1992) ، ويستفيد من الفصل النظري بين تقييم الخدمة وتقييم الرضا لدى أوليفير .(Oliver, 1980)

أهداف الدراسة وأهميتها

أهداف الدراسة:

1. قياس مستوى جودة الخدمات المصرفية بأبعادها الخمسة من وجهة نظر العملاء .
2. تقدير مستوى رضا العملاء عن التجربة المصرفية .
3. فحص الاتساق الداخلي للمقاييس قبل تفسير العلاقات بينها .
4. اختبار العلاقة الإجمالية بين الجودة والرضا، وتقدير إسهام الأبعاد عند إدخالها مجتمعة .
5. التحقق من حساسية النتائج لطريقة التحليل والاستجابات ذات التأثير المرتفع .
6. اقتراح إجراءات تحسين تتناسب مع الأدلة المتاحة وحدودها .

أهمية الدراسة:

تتمثل الأهمية العلمية في تطبيق نموذج متعدد الأبعاد داخل سياق محلي محدد، مع إظهار الفرق بين النتيجة الوصفية والنتيجة الاستدلالية .وتوفر الدراسة مثالاً على أن ارتفاع المتوسطات أو دلالة نموذج انحدار لا يغنيان عن مراجعة الثبات وحساسية المعاملات .وتعد هذه المعالجة جزءاً من تفسير النتائج، وليست إجراءً منفصلاً عن موضوع الجودة .أما الأهمية التطبيقية فتتمثل في مساعدة إدارة الفرع على قراءة تجربة العميل بصورة أكثر تفصيلاً .فقد يكون تحسين شرح الإجراءات والاستماع للاحتياجات إجراءً قابلاً للتنفيذ على مستوى الفرع، بينما تتطلب بعض التغييرات التقنية أو التنظيمية تنسيقاً مع مستويات إدارية أخرى .ولا تحدد الدراسة صلاحيات الفرع أو موازنته؛ ولذلك تطرح توصيات إجرائية قابلة للمراجعة بدل خطط إنفاق غير مستندة إلى معلومات .وتفيد المقارنة مع الأدبيات الليبية في وضع النتائج داخل سياقها دون تعميمها على القطاع كله .فقد تناول بن مسعود (2014) اختلاف الأهمية التي يعطيها العملاء لمعايير الجودة، بينما درست أبحاث أخرى الجودة والرضا في طرابلس والخمس .والإضافة المقصودة هنا تشخيص الفرع والتحقق من خصائص قياسه، لا الادعاء بأن العلاقة بين الجودة والرضا لم تُدرس من قبل .

فرضيات الدراسة وحدودها ونموذجها

الفرضية الرئيسة: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات المصرفية في رضا العملاء بمصرف الجمهورية فرع بني وليد.

الفرضية الفرعية

1: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لبُعد الملموسية في رضا العملاء .الفرضية الفرعية

2: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لبُعد الاعتمادية في رضا العملاء .الفرضية الفرعية

3: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لبُعد الاستجابة في رضا العملاء .الفرضية الفرعية

4: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لبُعد الأمان والثقة في رضا العملاء .الفرضية الفرعية

5: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لبُعد التعاطف والاهتمام بالعميل في رضا العملاء.

تُختبر الفرضيات عند مستوى دلالة 0.05 باستخدام اختبارات ثنائية الطرف، ويُشترط أن يكون اتجاه المعامل موجباً لدعم الفرضية الإيجابي.

ويُميَّز بين الدعم في النموذج التقليدي واستمراره في الفحوص المتينة، دون مساواة عدم الدلالة بإثبات انعدام العلاقة .

حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: وتشمل الحدود الموضوعية خمسة أبعاد للجودة ورضا العملاء، ولا تمتد إلى قياس الولاء أو ربحية المصرف أو رضا الموظفين .

 Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- الحدود المكانية: مصرف الجمهورية فرع بني وليد .
- الحدود الزمانية: خلال الفترة الممتدة من يوليو إلى سبتمبر 2026 .

نموذج الدراسة:

يوضح النموذج المفاهيمي للدراسة (شكل 1) مسار الأثر المفترض من المتغير المستقل (جودة الخدمات المصرفية بأبعادها الخمسة: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والثقة، والتعاطف والاهتمام بالعميل) على المتغير التابع (رضا العملاء) .



شكل 1: النموذج المفاهيمي للدراسة

المبحث الثاني: الإطار النظري

مفهوم جودة الخدمات المصرفية وقياسها

تُعرّف جودة الخدمات المصرفية إجرائياً في هذه الدراسة بأنها تقييم العميل للأداء الذي يلمسه أثناء حصوله على الخدمة .ويشمل ذلك بيئة تقديمها ودقتها وسرعة الاستجابة والثقة في الموظفين وطريقة الاهتمام بالاحتياجات .وهذه الجودة المدركة تختلف عن المطابقة الفنية الداخلية؛ فقد تُنجز المعاملة وفق النظام، بينما يشعر العميل بأن شرحها غير واضح أو أن التواصل بشأنها غير كافٍ .يُستخدم نموذج (SERVQUAL) إطاراً شائعاً لتقسيم الجودة إلى أبعاد، بينما يركز مدخل (SERVPERF) على الأداء المدرك .وتستند الأداة الحالية إلى منطق تقييم الأداء، ولا تقيس فجوة عددية بين التوقعات والإدراكات؛ لذلك لا توصف بأنها تطبيق كامل للمقياس الأصلي أو ترجمة مقننة له .ويستدعي اختصار عدد العبارات وتكييفها التحقق التجريبي من اتساقها (Parasuraman et al., 1988; Cronin & Taylor, 1992). تعني الملموسية في التطبيق الحالي مناسبة مكان الانتظار، وسهولة الوصول إلى موضع الخدمة، ووضوح الإرشادات . وهي عناصر تساعد العميل على التعامل مع المكان، لكنها ليست بديلة عن دقة المعاملة .وتعني الاعتمادية إنجاز المعاملة بصورة صحيحة، والالتزام بالمواعيد المحددة، واتساق المعلومات المقدمة عن الخدمة . وتُقاس الاستجابة بسرعة بدء الخدمة بعد وصول الدور، والإجابة عن الأسئلة، والاستعداد للمساعدة . ويرتبط الأمان والثقة بشعور العميل بسلامة التعامل وسرية المعلومات وكفاءة الموظفين في شرح الإجراءات .أما التعاطف فيشير إلى الاستماع وإتاحة الوقت وفهم احتياجات العميل وتبسيط الشرح .ومن الضروري أن تعبّر فقرات كل بُعد عن مجال متقارب، وإلا أصبح متوسطها الحسابي تجميعاً لمظاهر مختلفة أكثر من كونه قياساً متجانساً .وقد يختلف الوزن الذي يعطيه العملاء لهذه الأبعاد تبعاً للخدمة المستخدمة وظروف التعامل .لكن الدراسة لا تختبر هذه الاختلافات تفصيلياً، لأن البيانات لا تتضمن قياساً كافياً لتنوع المعاملات .ومن ثم تُستخدم الأبعاد لتفسير التجربة المدركة ضمن نطاق الأداة، لا لحصر جميع جوانب جودة العمل المصرفي .

رضا العملاء والعلاقة النظرية بجودة الخدمة

يعبر الرضا عن الحكم الذي يصدره العميل على تجربته، بينما تصف مؤشرات الجودة خصائص تلك التجربة .وقد يربط العميل رضاه بما توقعه قبل التعامل أو بما يراه ملائماً لحاجته .وقدم أوليفير (Oliver,

 Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

(1980نموذجاً يربط الرضا بالتوقعات وعدم تأكيدها؛ وهو أساس يساعد على فهم سبب اختلاف تقييم عميلين لتجربة متقاربة، دون افتراض أن توقعاتهما متطابقة .يُقاس الرضا هنا بثلاث عبارات: الرضا العام عن الخدمات، والرضا عن آخر تجربة، ومدى تلبية الخدمة للتوقعات .وتجمع هذه العبارات بين حكم عام وحكم على تجربة محددة ومقارنة بالتوقعات؛ لذلك فإن اتساقها مسألة تُفحص إحصائياً ولا تُفترض من تشابه الألفاظ وحده .كما أن الرضا لا يساوي الولاء: قد يكون العميل راضياً ولا ينوي حصر تعاملاته في مصرف واحد، وقد يستمر في التعامل لأسباب لا تتعلق بالرضا .يمكن تفسير العلاقة الإيجابية المتوقعة بأن الخدمة الدقيقة والواضحة تقلل الجهد الذي يبذله العميل، وأن التواصل الجيد يساعده على فهم ما يمكن إنجازه ومتى .غير أن هذه تفسيرات نظرية محتملة، وليست آليات أثبتتها البيانات الحالية .فقياس المتغيرين في الوقت نفسه لا يحدد اتجاه التأثير، كما لا يستبعد عوامل أخرى مثل نوع المعاملة أو مستوى التوقعات أو ظروف الزيارة .ويتطلب الجمع بين الأبعاد في درجة إجمالية حذراً إضافياً .فالمتوسط الكلي يمنح العبارات أوزاناً متساوية، بينما يسمح الانحدار المتعدد بتقدير علاقة مختلفة لكل بُعد .ولذلك قد تختلف النتائج بين النموذجين دون أن يكون أحدهما خطأ حسابياً .ويُحكم على ملاءمة كل تمثيل من خلال النظرية وخصائص القياس واستقرار التقدير .كذلك قد يتأثر التقييم بجمع الجودة والرضا من الشخص نفسه وفي الأداة نفسها .وقد ناقش بودساكوف وزملاؤه (Podsakoff et al., 2003) تحيزات الطريقة المشتركة وسبل الحد منها .لا تثبت الدراسة الحالية وجود هذا التحيز أو حجمه، لكنها تقر به احتمالاً منهجياً، وتوصي مستقبلاً بالفصل الزمني أو دعم استجابات العملاء بمؤشرات تشغيلية مستقلة .

الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية

قدمت دراسة كرونين وتايلور (Cronin & Taylor, 1992) اختباراً لقياس جودة الخدمة بالأداء المدرك وعلاقتها بالرضا ونوايا الشراء .وتفيد الدراسة الحالية في اختيار أسلوب القياس، دون اعتبار نتائجها حكماً مسبقاً على الاتجاه الذي يجب أن تظهره البيانات المحلية .وطور باهيا ونانتل (Bahia & Nantel, 2000)مقياساً مصرفياً من 31 فقرة وستة أبعاد، بما يوضح أن بناء مؤشرات القطاع يمكن أن يختلف عن المقاييس العامة .وفي ليبيا، تناول بن مسعود (2014) جودة خدمات المصارف التجارية من منظور العملاء، وبيّن أن التقييم الإيجابي قد لا يبلغ توقعاتهم وأن الأهمية النسبية للمعايير تختلف .وتستفيد الدراسة الحالية من هذا الفصل بين مستوى الأداء المدرك وما يتوقعه العميل، مع عدم افتراض تطابق عينة البحث أو بيئته مع فرع بني وليد .وبحث الشنطة (2024) جودة الخدمات ورضا العملاء في المصارف التجارية بمدينة طرابلس باستخدام 290 استبانة صالحة للتحليل، وأفاد ملخص الدراسة بوجود أثر إيجابي دال للجودة في الرضا .ويقدم ذلك نتيجة مقارنة محلية، لكنه لا يبرر توقع معامل مماثل هنا؛ إذ يختلف حجم العينة ونطاق التطبيق وخصائص الأداة .وتناول الشريف والبكوري (2025) أبعاد الجودة وولاء عملاء مصرف الجمهورية في الخمس، مع الرضا متغيراً وسيطاً، باستخدام 200 استبانة صالحة للتحليل .وأبرزت النتائج المنشورة اختلاف أدوار الأبعاد في النموذج .وتظل المقارنة محدودة لأن متغير الولاء والوساطة ليسا جزءاً من النموذج الحالي .

المبحث الثالث: الإطار التطبيقي

منهج الدراسة وإجراءات التحليل

اعتمدت الدراسة تصميماً وصفياً تحليلياً مقطعياً .ووحدة التحليل هي العميل، ومصدر البيانات ملف استجابات يتضمن 45 سجلاً .استُبعد سجلان خاليان من إجابات عبارات القياس، فأصبحت العينة التحليلية 43 مشاركاً .تتكون الأداة من بيانات عامة عن العمر والمؤهل ومدة التعامل، وخمسة عشر بنداً للجودة موزعة بالتساوي على خمسة أبعاد، وثلاثة بنود للرضا، وسؤال اختياري للتحسين .رُمزت الإجابات من 1 لغير موافق بشدة إلى 5 لموافق بشدة .وعوملت الاستجابة «لا أستطيع التقييم» والفراغات بوصفها قيماً مفقودة، دون إدخال أصفار أو تعويضات افتراضية .حُسب متوسط البُعد عند وجود إجابتين على الأقل من ثلاثة .وحُسبت الدرجة الإجمالية للجودة من متوسط البنود المتاحة لدى كل مشارك؛ وقد توفرت 14 أو 15 إجابة جودة لكل حالة مدرجة .أما ألفا كرونباخ فحُسب على الحالات المكتملة داخل المقياس المعني .لذلك تختلف أحجام العينات في جدول الثبات، ولا يُخلط بينها وبين عدد الحالات في الارتباط والانحدار .

 Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

استخدمت المتوسطات والانحرافات المعيارية، وارتباطات العبارة بالمجموع المصحح، وبيرسون وسبيرمان، والانحدار البسيط والمتعدد .وأُجري تصحيح هولم (Holm) لعائلة الارتباطات الفرعية الخمسة، مع عرض قيم احتمالية فردية لمعاملات الانحدار .واستخدمت أخطاء (HC3) وفحص مسافة كوك والتعدد الخطي وبواقي النموذج لتقييم الحساسية .أُنجزت الحسابات برمجياً باستخدام لغة بايثون ومكتبات التحليل العددي والإحصائي، وأُعيد التحقق من متوسطات الملف .لا تتضمن السجلات إثباتاً لتنفيذ تحكيم أو دراسة استطلاعية، ولذلك لا يُدّعى إجراء أي منهُما .وتُعد معاملات الثبات أدلة اتساق داخلي في العينة فقط، ولا تثبت وحدها صدق المحتوى أو أحادية البُعد .كما لا تكفي علامة الموافقة داخل الملف لإثبات وجود موافقة مؤسسية مستقلة لم تُوثق .

وصف العينة وجودة البيانات

تُظهر بيانات الخصائص الديموغرافية للعينة أن الفئة العمرية من 35 إلى 44 سنة هي الغالبة بنسبة 51.2%، ويمثل حاملو المؤهل الجامعي النسبة الأكبر بـ 44.2%، كما أن 58.1% من المشاركين يتعاملون مع الفرع منذ خمس سنوات فأكثر .تصف هذه النسب الحالات الـ 43 المستخدمة في التحليل، ولا تمثل توزيع مجتمع العملاء بالضرورة .داخل الحالات المدرجة توجد أربع إجابات فارغة في البند الأول، وإجابتان «لا أستطيع التقييم» في البندين الثالث والثامن .ولا توجد مقترحات مكتوبة في السؤال المفتوح؛ لذلك لم يُجر تحليل موضوعي لتعليقات غير متاحة .كما اختار 12 مشاركاً «موافق» لجميع البنود .أُبقيت هذه الاستجابات لأن النمط وحده ليس معياراً كافياً للاستبعاد، مع ضرورة التحقق من استقلالها عند مراجعة السجلات الأصلية .

المتغير	الفئة	العدد	النسبة %
العمر	أقل من 25	4	9.3
العمر	25 إلى 34	8	18.6
العمر	35 إلى 44	22	51.2
العمر	45 فأكثر	9	20.9
المؤهل	ثانوي فأقل	5	11.6
المؤهل	دبلوم عالٍ	13	30.2
المؤهل	جامعي	19	44.2
المؤهل	دراسات عليا	6	14.0
مدة التعامل	أقل من سنة	3	7.0
مدة التعامل	سنة إلى أقل من 5	15	34.9
مدة التعامل	5 سنوات فأكثر	25	58.1

جدول :(1) التوزيع الديموغرافي والخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة (العمر، المؤهل العلمي، مدة التعامل).

ثبات المقاييس ودلالته المنهجية

المقياس	عدد الحالات	ألفا كرونباخ
الملموسية	38	0.130
الاعتمادية	43	0.704

 Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

الاستجابة	42	0.725
الأمان والثقة	43	0.501
الاهتمام بالعميل	43	0.533
رضا العملاء	43	0.755
الجودة الإجمالية	37	0.754

جدول (2): معاملات الثبات والاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ) لمقاييس أبعاد جودة الخدمات والرضا والجودة الإجمالية.

تشير نتائج معاملات الاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ) إلى اتساق مقبول مبدئياً للاعتمادية (0.704) والاستجابة (0.725) والرضا (0.755)، مقابل ضعف في الملموسية (0.130) والأمان (0.501) والاهتمام .(0.533) ولا ينبغي تفسير معامل الجودة الإجمالية البالغ 0.754 على أنه يعالج ضعف الأبعاد، لأن المعامل يتأثر بعدد البنود وبالعلاقات بينها، ولا يثبت أن البنود الخمسة عشر تقيس عاملاً واحداً (Tavakol & Dennick, 2011). في الملموسية، بلغ ارتباط البند الثالث بمجموع البندين الآخرين –0.379، وهو اتجاه يستدعي مراجعة فهم السؤال وإجاباته .وبلغ الارتباط المصحح للبند الثاني عشر داخل الأمان 0.023، وللبند الثالث عشر داخل الاهتمام –0.018 .وتوحي هذه القيم بأن بعض البنود لا تتحرك مع بقية بُعدها في هذه العينة .ولا توجد صياغة عكسية معلنة تبرر قلب ترميزها .تؤثر هذه الملاحظة في تفسير الانحدار؛ فالمعامل المقدر لبُعد ضعيف الاتساق لا يكتسب قوة قياسية لمجرد دلالته .لذلك تُعرض العلاقات بوصفها استكشافية، مع الإبقاء على البنية الأصلية وعدم حذف البنود لتحقيق نتائج مرغوبة .أما تطوير المقياس في دراسة لاحقة فيتطلب مراجعة نظرية وتحكيم- وتجربة فعلية قبل جمع البيانات .

مستويات الجودة والرضا والإجابة عن التساؤلات الوصفية

المحور	المتوسط	الانحراف	المستوى
الملموسية	3.876	0.467	مرتفع
الاعتمادية	3.907	0.366	مرتفع
الاستجابة	3.888	0.403	مرتفع
الأمان والثقة	3.891	0.323	مرتفع
الاهتمام بالعميل	3.884	0.377	مرتفع
الجودة الإجمالية	3.890	0.233	مرتفع
رضا العملاء	3.837	0.420	مرتفع

جدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات التقييم الوصفي لأبعاد جودة الخدمات والرضا العام.

 Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

قُسم نطاق المقياس إلى خمس فئات متساوية: من 1 إلى 1.80 منخفض جداً، وفوق 1.80 إلى 2.60 منخفض، وفوق 2.60 إلى 3.40 متوسط، وفوق 3.40 إلى 4.20 مرتفع، وفوق 4.20 إلى 5 مرتفع جداً . وهي حدود وصفية تنظيمية، وليست اختبارات لدلالة الفروق أو معايير أداء رسمية للمصرف .

- إجابة التساؤل الأول: مستوى الجودة المدركة مرتفع، بمتوسط عام بلغ 3.890 وانحراف معياري 0.233 .وتتصدر الاعتمادية الأبعاد وصفياً بمتوسط 3.907، لكن الفروق بين متوسطات الأبعاد صغيرة .لذلك لا تكفي هذه الرتب للقول إن الاعتمادية تتفوق إحصائياً على غيرها، كما لا تعني أنها الأكثر ارتباطاً بالرضا .
- إجابة التساؤل الثاني: مستوى الرضا مرتفع، بمتوسط 3.837 وانحراف 0.420 .وتدل قلة التشتت النسبي على تقارب جانب كبير من التقييمات، وهو أمر يؤثر في قدرة التحليل على التمييز بين المشاركين .كما أن تركز الإجابات في فئة «موافق» يجعل من المفيد مقارنة النتائج باختبار رتبي لا يفترض المسافات نفسها بين الدرجات .

العلاقات الثنائية واختبار الفرضية الرئيسة

المتغير	بيرسون r	p	سبيرمان	p
الملموسية	−0.112	0.475	−0.229	0.140
الاعتمادية	0.501	<0.001	−0.044	0.778
الاستجابة	0.468	0.002	0.247	0.111
الأمان	0.140	0.372	0.164	0.292
الاهتمام	0.746	<0.001	0.579	<0.001
الجودة الكلية	0.559	<0.001	0.224	0.148

جدول (4): معاملات ارتباط بيرسون وسبيرمان بين أبعاد جودة الخدمات المصرفية ورضا العملاء ومستويات الدلالة المعدلة.

- إجابة التساؤل الثالث: توجد علاقات بيرسون إيجابية دالة للاعتمادية والاستجابة والاهتمام، وتبقى بعد تصحيح هولم للأبعاد الخمسة .لكن سبيرمان يدعم الاهتمام فقط، ويظل ارتباطه دالاً بعد التصحيح بقيمة احتمالية تقارب 0.00024 .ويعني اختلاف النتائج أن الأدلة لا تتمتع بالقوة نفسها عبر طرق التحليل .
- في اختبار الفرضية الرئيسة بالانحدار البسيط، بلغ المعامل 1.009، ومعامل التحديد 0.312، واختبار ف (18.593) بقيمة دلالة أقل من 0.001 .وبذلك يظهر النموذج التقليدي علاقة إيجابية، ويصف 31.2% من تباين الرضا داخل هذه العينة .غير أن قيمة الدلالة أصبحت غير دالة باستخدام أخطاء(HC3) ، كما لم يكن ارتباط سبيرمان الإجمالي دالاً .لذا تكون الإجابة عن التساؤل الرئيس أن العلاقة إيجابية في التقدير التقليدي، لكنها غير مستقرة عبر فحوص الحساسية .ولا تُقبل الفرضية بصورة قاطعة، ولا يُستنتج في المقابل انعدام العلاقة سكانياً .(Wasserstein & Lazar, 2016)

 Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

النموذج المتعدد والإجابة عن الفرضيات الفرعية

البُعد	B	Beta	p التقليدية	p المتينة
الملموسية	−0.070	−0.078	0.431	0.608
الاعتمادية	0.150	0.131	0.260	0.783
الاستجابة	0.310	0.297	0.007	0.297
الأمان	−0.272	−0.209	0.052	0.476
الاهتمام	0.738	0.662	<0.001	0.0498

جدول (5): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية في رضا العملاء (المعاملات التقليدية والمتينة HC3).

- إجابة التساؤل الرابع: بعد إدخال الأبعاد معاً، لا يظهر دعم لأثر إيجابي مستقل للملموسية أو الاعتمادية أو الأمان .وتظهر الاستجابة دالة في النموذج التقليدي، لكن دلالتها لا تستمر مع الأخطاء المتينة .أما الاهتمام فيظهر معاملاً إيجابياً أكبر من بقية الأبعاد، مع دلالة متينة حدية عند 0.0498 . وعليه، لا تُدعم الفرضيتان الفرعيتان الأولى والثانية، ولا الرابعة، بينما تتلقى الفرضية الثالثة دعماموقتاً غير مستقر، والخامسة دعممأولياً مقيداً بضعف الاتساق .
- إجابة التساؤل الخامس: الاهتمام بالعميل هو صاحب أكبر معامل تأثير معياري(Beta = 0.662) ، وهو ترتيب مشروط بهذا النموذج والعينة، وليس ترتيباً ثابتاً للأهمية الإدارية .

فحوص الحساسية

- إجابة التساؤل السادس: النتائج ليست مستقرة بصورة كافية للاعتماد على النموذج التقليدي وحده . تراوحت معاملات تضخم التباين (VIF) بين 1.10 و1.54، فلا يظهر تعدد خطي شديد .في المقابل، كشف اختبار شابيرو-ويلك لبواقي النموذج عن انحراف عن الطبيعية بقيمة دلالة 0.004 . وبلغت مسافة كوك للاستبانة رقم 38 نحو 5.60، ما يجعلها شديدة التأثير، وعند حذفها انخفض ارتباط الجودة الإجمالية بالرضا إلى 0.298 .(p = 0.055) أُبقيت الاستبانة في التحليل الأساسي لأن التأثير الإحصائي لا يثبت خطأ الإجابة، والمطلوب التحقق من المصدر لا استبعاد الحالة .

النتائج والتوصيات

النتائج:

1. بلغ عدد الحالات المستخدمة في التحليل 43 بعد استبعاد سجلين خاليين من إجابات القياس .
2. جاءت جودة الخدمات ورضا العملاء في المستوى المرتفع وصفياً، مع تقارب متوسطات أبعاد الجودة .
3. ظهر اتساق داخلي مقبول مبدئياً للاعتمادية والاستجابة والرضا، وضعف في الملموسية والأمان والاهتمام .
4. دُعمت العلاقة الإجمالية في النموذج التقليدي، لكن الدعم لم يستمر مع سبيرمان أو أخطاء .(HC3)

 Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

5. كان الاهتمام بالعميل الأكثر اتساقاً في ارتباطه الإيجابي بالرضا، مع بقاء ضعف مقياسه قيماً جوهرياً .
6. تتأثر بعض النتائج باستجابة ذات نفوذ إحصائي مرتفع، ما يحد من تعميم التقديرات أو تحويلها إلى أحكام سببية .

التوصيات:

1. تحكيم بنود الملموسية والأمان والاهتمام، وإجراء مقابلات فهم قصيرة وتجربة استطلاعية قبل جمع بيانات جديدة .
2. تعزيز الاستماع إلى العميل وشرح الإجراءات بوضوح، مع متابعة النتائج بمؤشرات مثل الشكاوى المتكررة ووقت الإجابة عن الاستفسارات .
3. اعتماد مراجعة دورية لدقة المعاملات ووضوح الإرشادات، دون ترتيب الإنفاق اعتماداً على فروق وصفية صغيرة غير مختبرة .
4. توسيع التغطية الزمنية والعملاء في جمع لاحق، وتوثيق إطار المعاينة وحجم المجتمع وطريقة الاختيار ومعدل الاستجابة .
5. الجمع بين تقييمات العملاء وبيانات تشغيلية مستقلة، وعرض أحجام الأثر وفواصل الثقة وفحوص الحساسية في أي تقرير لاحق .

قائمة المراجع

المراجع العربية:

[1] بن مسعود، محمود محمد. (2014). قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية الليبية من وجهة نظر العملاء. *مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية*، (3)، 205. 250–https://doi.org/10.59743/epj.vi3.132

[2] الشنطة، عبدالرزاق أبوالقاسم. (2024). رضا العملاء على جودة الخدمات المصرفية ـ دراسة تطبيقية على المصارف التجارية بمدينة طرابلس. *مجلة القرطاس*، 4-(25). https://alqurtas.alandalus-libya.org.ly/ojs/index.php/qjhar/article/view/1086

[3] الشريف، محمد عمر، والبكوري، عمران عطية. (2025). أثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية على ولاء العملاء: رضا العملاء كوسيط: دراسة تطبيقية على عملاء مصرف الجمهورية بمدينة الخمس الليبية. *مجلة آفاق اقتصادية*، 11(1)، 158 https://doi.org/10.65137/jaq.v11i1.245 –185.

قائمة المراجع الأجنبية:

[4] Bahia, K., & Nantel, J. (2000). A reliable and valid measurement scale for the perceived service quality of banks. *International Journal of Bank Marketing*, 18(2), 84–91. https://doi.org/10.1108/02652320010322994

[5] Cronin, J. J., Jr., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. https://doi.org/10.1177/002224299205600304

[6] MacKinnon, J. G., & White, H. (1985). Some heteroskedasticity-consistent covariance matrix estimators with improved finite sample properties. *Journal of Econometrics*, 29(3), 305–325. https://doi.org/10.1016/0304-4076(85)90158-7

[7] Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. https://doi.org/10.1177/002224378001700405

[8] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40. https://zenodo.org/records/14579730

 Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

[9] Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903. https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879

[10] Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55. https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd

[11] Wasserstein, R. L., & Lazar, N. A. (2016). The ASA's statement on p-values: Context, process, and purpose. *The American Statistician*, 70(2), 129–133. https://doi.org/10.1080/00031305.2016.1154108

Disclaimer/Publisher's Note: The statements, opinions, and data contained in all publications are solely those of the individual author(s) and contributor(s) and not of **AJHAS** and/or the editor(s). **AJHAS** and/or the editor(s) disclaim responsibility for any injury to people or property resulting from any ideas, methods, instructions, or products referred to in the content.

 Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).