

## أدوات الصيرفة الإلكترونية وأثرها على جودة الخدمات المصرفية في ليبيا:

### دراسة حالة للمصارف التجارية العاملة بمدينة سبها

\*أبو عزوم اللافي أبو جديريّة<sup>1</sup> و يونس أمية أبوخطوة<sup>2</sup>

<sup>1</sup> قسم الاقتصاد - كلية الاقتصاد والمحاسبة - جامعة سبها، ليبيا

<sup>2</sup> قسم المهن الإدارية والمالية - المعهد العالي للعلوم والتقنية - وادي الشاطئ، ليبيا

\*للمراسلة: [Abo.aboujdirya@sebhau.edu.ly](mailto:Abo.aboujdirya@sebhau.edu.ly)

الملخص تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص الوضع الراهن للعمل المصرفي الإلكتروني في ليبيا وأثره على جودة الخدمات المصرفية، وذلك بدراسة حالة لعدد خمس مصارف تجارية عامة عاملة في مدينة سبها. اعتمدت الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي وكذلك تقنية الاستبيان بوزع على مجتمع الدراسة. من أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة بأن هناك علاقة بين العمل المصرفي الإلكتروني بأبعاده الأربعة: قاعدة معلومات، البحث والتطوير، الأمان، إستراتيجية التسويق من جهة وجودة الخدمات المصرفية من جهة أخرى. كما أوضحت الدراسة أن المصارف التجارية العاملة في مدينة سبها لا تزال تعمل في ظل أنظمة عمل تقليدية والمتمثلة في التسديد بالكاش، أو بالصكوك المصدقة أو الحوالات المصرفية هي أدوات النفع الوحيدة المتاحة أمام الزبائن لتسوية جل معاملاتهم المالية داخل مدينة سبها. فضلاً عن الحضور الشخصي للمصرف للحصول على أبسط الخدمات المصرفية، مما تسبب في خلق الأرباح أمام المصارف و الانتظار لساعات طويلة في سبيل الحصول على أبسط الخدمات المصرفية، والكثير من المشاكل و الأرباك في العمل اليومي. توصي الدراسة المصارف التجارية العاملة في مدينة سبها بإعادة النظر في الأنماط التقليدية المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية بالتوجه الجاد نحو الأنماط المصرفية الحديثة القائمة على الصيرفة الإلكترونية، لمواجهة التحديات الجديدة التي تشهدها ليبيا من الإنفلات الأمني، وشح في السيولة النقدية، والإنقطاع المتكرر للكهرباء، نظراً لما للصيرفة الإلكترونية من مزايا في توفير الخدمات المصرفية بشكل متواصل على مدار الوقت، وبطرق أكثر أماناً بدلاً من حمل النقود.

الكلمات المفتاحية: العمل المصرفي الإلكتروني، الخدمات المصرفية، جودة الخدمات المصرفية، مدينة سبها.

## E-banking and its impact on quality of banking services in Libya: a case of public commercial banks service in Sebha city

\*Aboazom A. Aboujdirya<sup>a</sup>, Uones I. Abukhtwah<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Department of Economy, College of Economy /Sebha University, Libya

<sup>b</sup>Department of Administration and Finance, Higher Institute of Science and Technology, Wadi Al-Shati, Libya

\*Corresponding author: [Abo.aboujdirya@sebhau.edu.ly](mailto:Abo.aboujdirya@sebhau.edu.ly)

**Abstract** This study aims at diagnosing the current status of e-banking in Libya and its impact on the quality of banking services by studying the case of five commercial public banks operating in the city of Sabha. The study used a descriptive analytical method as well as questionnaires were distributed to the study society. One of the most important findings of the study is that there is a relationship between e-banking and its four dimensions: information base, research and development, security, marketing strategy and the quality of banking services. The study also shows that the commercial banks in Sabha are still providing banking services under the traditional banking system, as the cash payment, certified instruments, and wire transfers are the only payment tools available within the city of Sabha. In addition to the personal presence to the bank is a crucial to obtain the simplest banking services, which caused many problems and confusion in the daily work, long cue and waiting for long hours to get the simplest banking services. The study recommends that the commercial banks operating in Sabha should review the traditional patterns used to provide banking services and seriously oriented towards modern banking models based on e-banking, especially in the current challenges in Libya including security breakout, lack of liquidity, and frequent interruption of electricity, as e-banking has advantages in providing banking services in 24 hours a day, 7 days a week, and providing safety allowance instead of carrying money.

**Keywords:** E-Banking, Banking service, Quality Banking, Sebha.

### المقدمة

العمل المصرفي الإلكتروني الذي يعتمد على المعالجة الإلكترونية للبيانات مما يوفر مزايا عديدة أهمها تقليل الكلفة

لقد استفاد المجال المصرفي من التقدم التقني الهائل منذ إطلاق شبكة الإنترنت في منتصف التسعينيات وظهور ما يعرف بأسم

- (3) هل ساعد العمل المصرفي الإلكتروني على تعزيز جودة الخدمات المصرفية بالمصارف محل الدراسة؟
- (4) ما هي المشاكل والصعوبات التي تواجه العمل المصرفي الإلكتروني في المصارف التجارية العاملة في مدينة سبها؟
- (5) هل جودة الخدمات المصرفية بالمستوى الذي يطمح إليه عملاء المصارف محل الدراسة؟

#### فرضيات الدراسة

أعتمدت هذه الدراسة على الفرضية الرئيسية والتي تهدف إلى معرفة واقع العمل المصرفي الإلكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في مدينة سبها ، وهذه الفرضية هي:

أن تطبيق العمل المصرفي الإلكتروني في المصارف التجارية يرفع من جودة وكفاءة الخدمات المصرفية المقدمة لعملائها لأختبار هذه الفرضية فقد تم صياغة مجموعة من الفرضيات الفرعية والتي تشمل على مجموعة من المتغيرات لقياس أثر العمل المصرفي الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، وهذه الفرضيات هي:

- (1) توجد علاقة بين العمل المصرفي الإلكتروني وأداء الخدمة المصرفية بشكل أفضل وبأقل التكاليف والأخطاء.
- (2) توجد علاقة بين العمل المصرفي الإلكتروني والمهارات والمعارف التي يمتلكها العاملين في الجهاز المصرفي.
- (3) توجد علاقة بين العمل المصرفي الإلكتروني ودرجة الأمان والمصادقية.
- (4) توجد علاقة بين العمل المصرفي الإلكتروني وتوفر السيولة النقدية بالمصرف.

#### أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى:

- (1) الوقوف على واقع الخدمات المصرفية في ليبيا عامة وفي المصارف التجارية العاملة في مدينة سبها خاصة ومدى مواكبتها للتطور الهائل في مجال العمل المصرفي الإلكتروني.
- (2) التعرف على مدى إدراك المصارف التجارية العاملة في سبها وعملائها الى مفهوم وأهمية العمل المصرفي الإلكتروني وعلاقته بجودة الخدمات المصرفية.
- (3) التعرف على التحديات التي تواجه العمل المصرفي الإلكتروني في المصارف التجارية محل الدراسة وأثره على تعزيز العلاقة بين المصارف وعملائها.

#### منهجية الدراسة

للإجابة على أسئلة الدراسة، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتوضيح الجوانب النظرية للموضوع وذلك من خلال الإستعانة

والجهد والوقت. فمثلاً يقوم الصراف الآلي بعمل يغني عن اللجوء إلى افتتاح فروع للمصرف، كما أن أستعمال المصرف المنزلي يوفر الوقت على المصرف والعمل وينجز العملية المصرفية المطلوبة بكفاءة، فضلاً على أنه يمكن أن يوفر الوقت والتكلفة، بالإضافة إلى أن استخدام وسائل الدفع الإلكترونية بشكل وسيلة سهلة للمستهلك للشراء دون الحاجة لحمل النقود، وتعتبر أكثر أمناً ومصداقية من التعامل بالشيكات.

وبالرغم من المزايا المتعددة للعمل المصرفي الإلكتروني إلا أن هذا العمل محفوف بالمخاطر حيث أن هناك ارتباط وثيق بين العمليات الإلكترونية وأمن المعلومات والتي قد تؤدي إلى العبث في أرصدة العملاء ، ولمواجهة هذه التحديات لم يكن أمام المصارف سوى العمل الجاد لقبول هذه المخاطر ومواجهتها من خلال تبني إدارة مخاطر شاملة لتحديد هوية هذه المخاطر والحد منها من خلال الوسائل الرقابية ووضع السياسات العملية المناسبة لها (شاهين، على عبدالله، 2010).

في هذا الإطار، شرع مصرف ليبيا المركزي في تنفيذ مشروع نظام المنفوعات الوطني، الذي يتكون من مجموعة من المشاريع الفرعية التي تعتبر من أحدث ما وصلت إليه التقنية والعمل المصرفي الإلكتروني، فقد أعطى الإذن للمصارف التجارية بإصدار بطاقات الكترونية وتركيب آلات السحب الذاتي، وأستعمال ما يعرف بقواط البيع، فضلاً عن قبول آلات هذه المصارف لبطاقات الفيزا والماستر كارد الدوليتين.

وانطلاقاً من هذا فإن هذه الورقة تسعى إلى تشخيص الوضع الراهن للعمل المصرفي الإلكتروني في ليبيا وأثره على جودة الخدمات المصرفية والوقوف على التحديات التي تواجهها، وذلك بالتركيز على عدد من المصارف التجارية العاملة في مدينة سبها.

#### مشكلة الدراسة

بناء على ما تقدم تنطلق مشكلة الدراسة من التساؤل الاتي:

ما هو واقع العمل المصرفي الإلكتروني لدى المصارف التجارية العاملة في مدينة سبها وما هو تأثيره على جودة الخدمات المصرفية؟

وللإجابة على هذا التساؤل نورد الاسئلة الفرعية الآتية:

- (1) هل تترك المصارف التجارية العاملة في مدينة سبها وعملائها أهمية العمل المصرفي الإلكتروني في التعامل؟
- (2) هل حققت المصارف التجارية محل الدراسة نجاحاً ملموساً في مجال العمل المصرفي الإلكتروني وتحسين جودة الخدمات المصرفية؟

زليتين وهدفت هذه الدراسة الى إبراز دور التسويق الإلكتروني في العمل المصرفي وما له من تأثير على جودة الخدمات المصرفية. وخلصت الدراسة الى أنه هناك تأثير كبير للتسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية .

- دراسة قام بها حداد، شفيق وجودة، محفوظ، (2005) بعنوان التسويق الإلكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية لبعض المصارف التجارية العاملة في الاردن. وتنتج عن الدراسة وجود علاقة بين متغيرات البحث الإجرائية (توفر قاعدة معلومات للتسويق المصرفي. والبحث والتطوير وعنصر الامان والثقة وتبني استراتيجية للتسويق الإلكتروني) وجودة الخدمات المصرفية. كما تبين وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة على جودة الخدمات المصرفية تعزي الى العوامل الديمغرافية.

- دراسة قام بها فارس، سليمان، (2009) بعنوان مدى إدراك العاملين في المصرف التجاري السوري للتسويق المصرفي الحديث ونشاطاته ومن ثم معرفة مدى تطبيقه. وقد توصل الباحث الى أن معظم العاملين في المصرف التجاري السوري يدركون طبيعة التسويق المصرفي الحديث ونشاطاته وأهمية تطبيقه. تبث عدم صحة الفرضية التي تنص على أنه ليست هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة بحوث التسويق المصرفي بالمصرف التجاري السوري وتطبيق المصرفي الحديث. تبث عدم صحة الفرضية التي تنص على أنه ليست هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب العاملين بمصرف محل الدراسة وتطبيق التسويق المصرفي الحديث. كما أظهرت النتائج أن المصرف التجاري يقوم بتطبيق التسويق المصرفي الحديث من خلال وجود وحدات تنظيمية متخصصة بالمصرف لممارسة النشاطات التسويقية تتمثل في إدارة تسويق مستقلة تمارس نشاطها من خلال خطط تسويقية وفقاً لأسس علمية سليمة.

- دراسة قامت بها فضيلة، شبروف، (2010) بهدف إبراز واقع ودور التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية بالجزائر، وخلصت الدراسة الى ان هناك تأثير للتسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية بالمصارف محل الدراسة.

- دراسة تطبيقية لعينة من المصارف العاملة في بغداد قام بها عبدالله، فارس (2013) بهدف التعرف على المشكلات التي تواجه تطبيق أسلوب التسويق الإلكتروني بالمصارف العراقية وعلاقتها برضاء العملاء ، وأهم ما توصل اليه الباحث ضرورة إعادة هندسة العمل الإداري بالمصارف العراقية مع التركيز

بالأدبيات الواردة في الكتب والمراجع المتخصصة ومواقع الإنترنت ذات الصلة بموضوع الدراسة للوصول إلى أهداف الدراسة. أما فيما يتعلق بالجانب التطبيقي للدراسة فقد استخدم أسلوب دراسة الحالة لتشمل خمس مصارف تجارية حكومية والتي هي المصرف التجاري الوطني، المصرف الصحاري، مصرف الوحدة، مصرف الجمهورية، ومصرف شمال أفريقيا. أعمدت هذه الدراسة على مقابلات شخصية وجها لوجه مع بعض المدراء، و رؤساء الأقسام، و الموظفين، و مع بعض العملاء للمصارف محل الدراسة. إضافة إلى استخدام تقنية الاستبيان يوزع على عينة الدراسة كأداة إحصائية لتحليل النتائج الميدانية وتقديم التوصيات المناسبة.

في سبيل تحقيق أهداف هذه الدراسة، تم تقسيم هذه الورقة إلى ثلاث أجزاء. الجزء الأول : خصص للإطار النظري لإيضاح المفاهيم الأساسية حول العمل المصرفي الإلكتروني والخدمات المصرفية، والجزء الثاني فقد خصص للجانب التطبيقي لأختبار الفرضيات ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية، أما الجزء الثالث والأخير من الدراسة يستعرض النتائج وأهم التوصيات.

#### أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية استخدام العمل الإلكتروني في رفع مستوى جودة الخدمات المصرفية ، ودراسة واقع العمل المصرفي في المصارف التجارية في مدينة سبها ومدى التزامها بأسس العمل الإلكتروني في معاملاتها وأنشطتها المالية.

#### الدراسات السابقة

- دراسة تطبيقية قام بها التواتي، أحمد بلقاسم، (2013) على المصارف التجارية الليبية لمعرفة وتحليل تأثير خصائص الخدمة المقدمة على اقبال العملاء على الخدمات المصرفية الالكترونية بالمصارف التجارية الليبية. أظهرت نتائج تحليل الأحدار البسيط أن هناك تأثيراً لخصائص الخدمة المقدمة على إقبال العملاء على قنوات الصيرفة الالكترونية المتوفرة، إلا أن هذا الأثر تفاوت من عامل إلى آخر، كذلك يتضح من النتائج أن هناك قصوراً وضعفاً في نظم التسويق المصرفي في المصارف التجارية الليبية فيما يخص الخدمات المصرفية الالكترونية المتوفرة. وتوصي الدراسة المصارف التجارية الليبية والمصرف المركزي على ضرورة تطوير وتعديل المفاهيم التقليدية للأعمال بما يلائم أعمال وخدمات الصيرفة الإلكترونية، وعليها زيادة الوعي المصرفي لدى المواطن الليبي.

- دراسة قام بها ابوخريص، عمران على وشكشك، مصطفى احمد، (2015) بعنوان التسويق الإلكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية في بعض المصارف التجارية العاملة بمدينة

وغيرها (نبيل، بوقليح و شعبان، فرج، 2007، ص: 4).  
وعليه فإن من أهم ملامح هذه المنظومة الحديثة هو الانتقال  
التدريجي من المصارف التقليدية التي لها وجود مادي في شكل  
فروع ومعاملات إلى المصارف الافتراضية تعتمد على  
الإنترنت في تقديم خدماتها وتسمى "Internet Banking"  
لتصنيف أبعاد غير مسبوقة للعمل المصرفي (غاللم، عبد الله  
ومولحسان، آيات الله، 2005، ص: 334).

### 3) أنواع المصارف الإلكترونية

أثبتت الدراسات أن هناك ثلاث أنواع أساسية للمصارف  
الإلكترونية والتي تتمثل في الأتي:

أ) الموقع المعلوماتي: Informational web: يمثل  
المستوى الأساسي والحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي،  
ويسمح هذا الموقع للمصرف بتقديم معلومات حول برامجه  
ومنتجاته وخدماته المصرفية (وادي، رشيد عبداللطيف،  
2008، ص: 9).

ب) الموقع الاتصالي: Communicative web: يتيح  
هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين المصرف والزبائن مثل  
البريد الإلكتروني، تعبئة نماذج وتعديل معلومات القيد  
والحسابات، والاستفسارات.

ج) الموقع التبادلي Transactional web: يمكن  
للمصرف أن يمارس نشاطاته في بيئة إلكترونية، كما يمكن  
للعامل القيام بمعظم معاملاته إلكترونياً من سداد الفواتير، وإدارة  
التدفقات النقدية، وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية سواء داخل  
المصرف أو خارجه.

### 4) مزايا المصارف الإلكترونية

أن استخدام المصارف الإلكترونية حقق مزايا كثيرة للمصارف  
نفسها ولعملائها و من أهم تلك المزايا ما يلي:  
بالنسبة للمصرف: توفير في الجهد والوقت، واتساع رقعة  
الخدمات، وتخفيف التكاليف، إذ يقر العاملون أن تكلفت تقديم  
الخدمة من خلال المصارف العادية تكلف ما لا يقل عن 6  
أضعاف تقديمها من خلال المصارف الإلكترونية. أما بالنسبة  
لعملاء المصارف: إمكانية طلب الخدمة من أي مكان به  
حاسوب وهاتف، كما يوفر درجة عالية من الراحة للعميل،  
فضلاً عن تحقيق درجة عالية من السرية (غاللم، عبد الله  
ومولحسان، آيات الله، 2005، ص: 335).

### 5) التحديات والمخاطر التي تواجه المصارف الإلكترونية

بالرغم من تلك المزايا، إلا إن تطور العمل المصرفي  
الإلكتروني مرتبط بمواجهة مجموعة من التحديات والمخاطر  
التي ينبغي التحوط منها. وأخطر هذه التحديات هو ظاهرة

على ضرورة تأهيل الكوادر العاملة بها بما يتلاءم مع أحدث  
التطورات في هذا الشأن.

### مفهوم المصارف الإلكترونية وظروف نشأتها

#### 1) مفهوم المصارف الإلكترونية

يستخدم مصطلح المصارف الإلكترونية أو مصارف الإنترنت  
كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات  
كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو المصارف الإلكترونية أو  
المصرف المنزلي أو المصرف على الخط أو الخدمات المالية  
الذاتية، وجميعها تعبيرات تتصل بقيام العملاء بإدارة حساباتهم  
وإنجاز أعمالهم المتصلة بالمصرف عن طريق المنزل أو  
المكتب أو أي مكان آخر وفي الوقت الذي يختاره العملاء،  
ويعبر عنه بعبارة " الخدمة المالية في كل وقت ومن أي مكان"،  
مما أدى إلى تحرير العملاء من قيود الزمان والمكان وتوفير  
الوقت والجهد (غاللم، عبد الله ومولحسان، آيات الله، 2005،  
ص: 334). وعليه ووفقاً لما تقدم فإن العمل المصرفي  
الإلكتروني يشير إلى النظام الذي يتيح للعميل الوصول إلى  
حساباته أو أي معلومات يريدتها للحصول على مختلف الخدمات  
والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز  
الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة أخرى (نبيل، بوقليح و  
شعبان، فرج، 2007، ص: 4).

#### 2) ظروف نشأة المصارف الإلكترونية

بعد التقدم التكنولوجي من أهم المتغيرات التي ساهمت في  
إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في عصر  
العولمة، حيث أهتمت المصارف اهتماماً كبيراً بأحدث تقنيات  
المعلومات والاتصالات والحاسب الآلية وتطويعها بكفاءة عالية  
بغية ابتكار خدمات مصرفية متطورة تكفل أسباب الخدمات من  
المصارف إلى العملاء بدقة وسهولة ويسر. في البداية كانت  
المعاملات المصرفية تتم عن طريق الأساليب التقليدية والتي  
تتحصر في الاتصال البشري المباشر للحصول على الخدمات  
المصرفية (غاللم، عبد الله ومولحسان، آيات الله، 2005، ص:  
334)، وتطور هذا المفهوم بحيث أمكن للعميل ان يتصل  
بحسابه المصرفي وإجراء ما يتبجه له الخدمة عن طريق خط  
خاص، ومع شيوع الإنترنت تطور هذا المفهوم، بحيث أمكن  
للعامل الدخول من خلال الإنترنت، لكن بقيت فكرة الخدمة  
المالية عن بعد تقوم على أساس وجود برامج مناسبة داخل نظام  
كمبيوتر العميل، وهي برامج يتحصل عليها العميل إما عن  
طريق المصرف أو عبر شرائها من الجهات المزودة وتعرف  
هذه البرامج بأسم برامج الإدارة المالية الشخصية مثل  
(Microsoft's Money) (ntuits Quicken)

د) المخاطر القانونية: تتعلق غالباً بالتوقيع الإلكتروني أو عدم صحة بعض البنود أو عدم قابليتها للتنفيذ و القانون الواجب التطبيق.

هـ) المخاطر التلقائية: تؤدي إلى مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية، حيث إن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أو في سوق الأوراق المالية في تنفيذ التزاماتهم يؤدي إلى عدم قدرة مشاركين آخرين القيام بتنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعت الاستقرار المالي في السوق (غال، عبد الله ومولحسان، آيات الله، 2005، ص: 345).

### 6) متطلبات نجاح عمل المصارف الإلكترونية

هناك متطلبات أساسية يجب توافرها لضمان نجاح عمل المصارف الإلكترونية وتتمثل في الآتي (فهد، نصر حمود، 2011، ص: 8):

أ) البنية التحتية التقنية: وجود شبكة إلكترونية عريضة تضم كل الهيئات ذات الصلة ومربوطة بالشبكة العالمية للإنترنت وفقاً لأسس قياسية مؤمنة عبر كل مراحل التعاملات المالية والمصرفية (درجي، أم الخير، 2015، ص: 5).

ب) الكوادر البشرية الكفؤة: إذ أن توفر الكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على أداء الأنماط الجديدة من العمل القائم على التقنية الحديثة، يعد من المتطلبات الضرورية لضمان التحول نحو الصيرفة الإلكترونية، وهذا يتطلب الأستمرار في تدريب الكوادر في مختلف الوظائف.

ج) التفاعل مع المستجدات التقنية: أن مواكبة التطورات التقنية يعد من المتطلبات الهامة لبناء الصيرفة الإلكترونية ويلاحظ أن المصارف العربية لا تتجه نحو الريادية في التميز بل أنها تنتظر الآخرين ربما بحجة الخشية على أموال المساهمين وهو أمر ضروري لكنه ليس مانعاً من الريادة، وبغض النظر لا تعني الريادة التسرع في التعامل مع المستجدات، لكنها تتطلب السرعة.

د) التقييم المستمر: يتطلب الأستمرارية في أداء الصيرفة الإلكترونية التقييم الموضوعي والمستمر لفاعلية أداء أنواتها، بالأستعانة بالجهات والكوادر المتخصصة، لمعرفة سلامتها والوقوف على الصعوبات التي تواجهها، وأخذ القرارات المناسبة للحد منها.

### E-Banking : الخدمات المصرفية الإلكترونية

#### 1) مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية:

أجمع الباحثين على أن الخدمة الإلكترونية هي الخدمة المصرفية التقليدية مقدمة عبر شبكة الإنترنت ، أو هي تقديم الخدمات

القرصنة المتنامية على شبكة الإنترنت خاصة في مجالات تبييض الأموال وهي توسع اتصالاتها عبر العديد من البلدان. مما يجعل العديد من المؤسسات التجارية والمالية تخسر مليارات الدولارات كل سنة (فضيلة، شيروف، 2010، ص: 35). على الرغم من ذلك فإن التطوير يقدم كل يوم حلول للسيطرة على مثل تلك المخاطر بدءاً من استعمال كلمة السر، إلى الرقم الشخصي، إلى برامج مؤمنة، إلى حوافظ نارية (شاهين، على عبدالله، 2010، ص: 524).

بالإضافة إلى تحدي آخر يتمثل في التشريعات القائمة حالياً في بعض الدول، حيث أصبحت تلك التشريعات عاجزة عن أستيعاب العمليات المصرفية والمالية الإلكترونية بل وتقف عائق أمام تقديم تلك الخدمات عبر الإنترنت. هناك تحديات أخرى مرتبطة بالخوف من التعامل مع المصارف الإلكترونية لعدم الثقة أو نتيجة لعدم الوعي الثقافي لدى فئة كبيرة من مستخدمي الإنترنت، وقلة عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية بسبب ارتفاع تكلفة الأتصال بالشبكة أو ارتفاع أسعار أجهزة الحاسوب والأجهزة اللازمة للربط مع الشبكة، وكذلك البطء في شبكة الإنترنت (وادي، رشيد عبداللطيف، 2008، ص: 10).

أما المخاطر التي تنشأ عن المصارف الإلكترونية يمكن تصنيفها فيما يلي : (فهد، نصر حمود، 2011، ص: 11).

أ) المخاطر التشغيلية: هي المخاطر التي تنتج عن :

[1]- عدم التأمين الكافي للنظم: بحيث يمكن اختراق نظم حاسبات المصرف بهدف التعرف على معلومات عملاء المصارف و أستغلالها سواء تم ذلك من خارج المصرف أو من العاملين به.

[2]- عدم ملائمة تصميم النظم : أو عدم كفايتها لمواجهة متطلبات المستخدمين.

[3]- إساءة الأستخدام من قبل العملاء وذلك نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية أو عدم إتباعهم إجراءات التأمين الواجبة (شاهين، على عبدالله، 2010، ص: 524).

ب) المخاطر الإستراتيجية: هي تلك المخاطر الناجمة عن عدم تبني الإستراتيجيات المناسبة التي تأخذ في اعتبارها كيفية تحقيق المزيج المناسب من الخدمات التقليدية و الخدمات الإلكترونية.

ج) مخاطر السمعة: تنشأ في حالة توفر رأي عام سلبي تجاه المصرف الأمر الذي يمتد إلى التأثير على مصارف أخرى مما تنتج عنه خسارة كبيرة في العملاء و المال.



بأسم المصارف المنزلية، ويعتمد على فكرة تحويل البيانات من كمبيوتر العميل إلى كمبيوتر المصرف والعكس، حيث يعمل الكمبيوتر الشخصي كمحطة لاستقبال الخدمات المصرفية والمتمثلة في عرض أرصدة العميل، طباعة كشوف الحساب، بيان بالشيكات المحصلة، كما يمكن إرسال التعليمات الصادرة من العميل للمصرف مثل ربط ودائع جديدة، التحويل من حساب إلى آخر، طلب دفتر شيكات (شاهين، علي عبدالله، 2010، ص: 519).

#### خدمات نقاط البيع: (Point of Sale (POS)

تتوفر هذه النقاط عن طريق حاسبات آلية موجودة في المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها، وتكون على اتصال مباشر بالحاسب الآلي للمصرف حيث يمكن للعميل استخدام بطاقة بلاستيكية لسداد قيمة المشتريات من خلال الخصم من حسابه إلكترونياً وتضاف القيمة مباشرة إلى حساب المتجر (فهد، نصر حمود، 2011، ص: 5) خدمات البطاقات المصرفية:

وهي بطاقة بلاستيكية تمنحها المصارف لعملائها ليتم استخدامها لأغراض الشراء وإتمام الصفقات من رصيد هذه البطاقات أو التسديد لاحقاً، مع السماح له بتأجيل السداد لفترة معينة مقابل فائدة، ومن أبرز هذه البطاقات Visa Card, Master Card وهذه البطاقات استخدامات معينة منها: بطاقة الحساب (Debit Card)، البطاقة المدينة (Charge card)، البطاقة الدائنة (Credit Card)، البطاقة الائتمانية المضمونة (Secured Credit Card) البطاقة المدفوعة مسبقاً (Prepaid Card)، البطاقة الذكية (Smart Card) (شاهين، علي عبدالله، 2010، ص: 519).

#### الخدمات المصرفية التليفونية: Calling Center

تتيح هذه الخدمات للعميل أن يتصل من خلال هاتف أرضي أو نقال ليقوم بإدارة حسابه المصرفي، ومن هذه الخدمات: الاستعلام عن حركة الحساب، معرفة الرصيد، التحويل ما بين الحسابات الشخصية، وإيقاف صرف الشيكات، بالإضافة إلى باقة من الخدمات الأخرى التي ينفرد بها مصرف ما عن غيره من المصارف الأخرى (فهد، نصر حمود، 2011، ص: 5).

#### الخدمات المصرفية بالمواييل: (SMS)

هي خدمة تمكن العميل من الاطلاع على كل ما يحدث في حسابه المصرفي بعد اشتراكه في الخدمة عن طريق هاتفه النقال، حيث تصله رسالة نصية (SMS) عند حدوث أي حركة مالية (سحب، إيداع، خصم، إضافة) في حسابه المصرفي، الأمر الذي يجعله أكثر أماناً ومتابعة. من المزايا التي توفرها هذه

المصرفية بأستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال الإنترنت والموزعات الآلية والهاتف النقال لتتيح الخدمة المصرفية عن بعد وعلى مدار 24 ساعة، وبسرعة فائقة وبتكلفة أقل ودون النقاء مكاني بين العميل والمصرف. وتتميز بأنها خدمات تتم عن بعد ولا تعرف قيوداً جغرافية وتقوم على التعاقد بدون مستندات ورقية؛ ويتم الدفع عن طريق النقود الإلكترونية (درجي، أم الخير، 2015، ص: 5).

في ظل المنافسة التجارية المتزايدة، فإن مسألة جودة الخدمات الإلكترونية أصبحت ذات أهمية متنامية، حيث كانت جودة الخدمات التقليدية تقاس بخمسة أبعاد حدها (Parasurman and al) في الأتي: الموثوقية، سرعة الاستجابة، الملموسية، التعاطف، الأمان ونتيجة لذلك طورها (Zetham1) لأستعماله في تقييم أداء جودة الخدمة الإلكترونية تضمن 11 بعداً، وتتمثل فيما يلي: سهولة الوصول إلى المنتصفح، الكفاءة، المرونة، الموثوقية الخصوصية، الأمن/ السرية، الاستجابة، الأمان/الثقة الموقع الجمالي، ثمن المعرفة. ومنه النموذج المفاهيمي لأبعاد جودة الخدمة الإلكترونية يؤثر على الإدراك الحسي لإرضاء العملاء وكسب ثقتهم وتطوير التجارة الإلكترونية ونجاحها (فضيلة، شيروف، 2010، ص: 49).

#### 2) أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية

##### خدمات الصراف الآلي Machines ATMS Automated Teller

تعد أكثر الخدمات المصرفية الإلكترونية شيوعاً وأستخداماً، وتعرف بأنها محطات طرفية إلكترونية متصلة بالحاسب الآلي يتم من خلالها تقديم الخدمة المصرفية إلكترونياً دون توقف ودون مساعدة من موظف المصرف. يعتمد مفهوم هذه الآلات على وجود اتصال بين الحاسب الرئيسي للمصرف وآلة الصرف الذاتي بحيث يمكن أستقبال بيانات العميل (رقم التعريف الشخصي، رقم حسابه، رمز الخدمة المطلوبة... إلخ) بمجرد قيام العميل بإدخال البطاقة في الآلة تقوم الآلة بإعطاء الخدمات المصرفية المطلوبة فوراً والمتمثلة في السحب النقدي، الإيداع النقدي، إيداع الشيكات، كشف الحساب، بيان الأرصدة، تحويل الأموال إلكترونياً، وغيرها (شاهين، علي عبدالله، 2010، ص: 519). وهناك ثلاثة أنواع من آلات الصرف الذاتي: آلات صرف بعيدة المدى، آلات صرف داخلية، آلات صرف خارج المبنى (فضيلة، شيروف، 2010، ص: 23).

##### خدمات الكمبيوتر الشخصي: PC

وهي عبارة عن استخدام الكمبيوتر الشخصي للعميل وربطه مع نظام الحاسب الآلي بالمصرف والذي أصبح يعرف فيما بعد

قلق أو مخاوف كما أنها تسرع من إيقاع التعاملات التجارية وترفع من كفاءتها وتقلل من مخاطر التعامل بالصكوك وتعيد الثقة بها وتحد من عدد الصكوك المعادة بسبب عدم كفاية الرصيد (قضماني، عصام، 2007).

#### التحويلات المالية الإلكترونية:

هو عملية منح الصلاحية/ ترخيص للمصرف للقيام بالتحويلات المالية إلكترونياً من حساب مصرفي إلى حساب آخر، وذلك عبر الهواتف أو الكمبيوتر أو أجهزة المودم (modems) عوضاً من استخدام الأوراق. وبذلك تؤدي هذه الخدمة الدور التقليدي للمقاصة (أي النظام الورقي) ولكن بشكل أسرع وبدرجة عالية من الكفاءة. ويهدف هذا النظام إلى تسهيل وتعجيل المدفوعات والتسويات بين المصارف مثل: خدمة إيداع الشيكات لتحصيها عند استحقاقها، وخدمة تحصيل الأقساط، بما يكفل تقديم خدمات أفضل (درجي، أم الخير، 2015، ص: 10).

#### جودة الخدمات المصرفية

##### 1) مفهوم الجودة :

تعد الجودة أحد الأسبقيات التنافسية التي بدأت منظمات الأعمال تعطيها الأولوية لما لها من ثار ونتائج إيجابية. إذ يعد مدخلاً معاصراً تتبناه المنظمات كفلسفة إدارية ومنهج علمي في ظل المنافسة الشديدة المحتملة بين المنظمات الإنتاجية أو الخدمية على حد سواء. وقد تباينت آراء الباحثين والمختصين في تحديدهم لمفهوم الجودة ، ونشير هنا إلى أحد هذه المفاهيم والتالي هي: إن الجودة تعبر عن مدى التزام المنظمات بتحقيق رغبات وحاجيات العملاء وتوقعاتهم لتعكس صورة النظام الاجتماعي والأخلاقي الذي يسود المجتمع (الخفاجي، على كريم، 2012م، ص: 54).

##### 2) معايير جودة الخدمات المصرفية :

أخذت معايير جودة الخدمات المصرفية مسميات مختلفة ومتغيرة مثل: مبادئ الجودة، سمات الجودة، معايير الجودة، ومتطلبات الجودة. إلا أن كلها تصب في مجال واحد. ويمكن عرض أبعاد أو مؤشرات الجودة وفق ما يلي (الخفاجي، على كريم، 2012م، ص: 55):

الأعتمادية : قدرة المصرف على أدا الخدمة المصرفية بشكل أفضل وبأقل الأخطاء الممكنة.

الأستجابة: مدى أستجابة العاملين في المصارف بالشكل الذي يحقق رغبات العملاء والتفاعل بسرعة مع المشاكل وحلها بصورة جيدة.

الخدمة عدم الحاجة إلى التنقل إلى المصرف مما سيوفر الكثير من الوقت و الجهد، وكذلك إمكانية الأطلاع على معلومات حسابه المصرفي في أي وقت. تشمل خدمة الرسالة النصية (SMS) على باقة من الخدمات التالية : طلب تجهيز دفتر صكوك، وكشف، وشراء بطاقات الدفع المسبق لشحن وسائل الاتصالات (الموبايل، الهاتف الأرضي، الإنترنت)، التحويل من حساب إلى حساب، بالإضافة إلى الاطلاع على حركة الحساب المصرفي، وغيرها.

#### النقود الإلكترونية: E-Money

هي التمثيل الإلكتروني للنقود التقليدية، وتعتمد على قيام العميل بشراء عملات إلكترونية من المصرف وتحميلها على الكمبيوتر الخاص به، فتكون في صورة وحدات إلكترونية تحل محل العملات العادية، وتكون بنفس القيمة المحددة لتلك العملات العادية. هناك عدة تقسيمات للنقود الإلكترونية منها: نقود إلكترونية قابلة للتعرف عليها، نقود إلكترونية غير اسمية، نقود إلكترونية عن طريق الشبكة، نقود إلكترونية خارج الشبكة (رابح، عربية، 2012، ص: 16).

#### الشيكات الإلكترونية: E-Check

وثيقة إلكترونية تحمل لالتزاماً قانونياً وهو نفس الإلتزام في الشيكات الورقية، ويحمل نفس البيانات ولكن يكتب بطريقة إلكترونية كما يكون التوقيع إلكترونياً. تتميز هذه الشيكات بالآتي: لا يتم تحميل الشيكات الإلكترونية بالرسوم التي يتم تحميلها للشيكات العادية؛ يتم تسوية مدفوعاتها في 48 ساعة مقارنة بالشيكات العادية التي تتم تسويتها في وقتاً أطول ؛ تتبع الشيكات الإلكترونية القضاء على مشاكل الضياع، التأخر.. الخ (درجي، أم الخير، 2015، ص: 9)

#### المقاصة الإلكترونية للصكوك:

هو نظام يختصر الوقت الذي تستغرقه إجراءات تحصيل الصكوك، والأهم من ذلك أنه يحد من حجم الصكوك المسترجعة التي يترتب عليها ضرراً بالغا في النشاط التجاري من خلال تأثيرها السلبي على معيار الثقة. ما يحصل في المقاصة اليدوية هو أن الصك يجري تجيره أكثر من مرة لأكثر من تاجر، بمعنى أن الصك الواحد ينتقل من تاجر إلى آخر للوفاء بالالتزام ما، هذا من ناحية. ومن ناحية أخرى، فإن بعض التجار يستخدمون الصك لتسيير تعاملات الشراء باعتبار أنه مضمون السداد مادامت الثقة موجودة إلى أن يتبين عجز الصك عن السداد، مع طول مدة المقاصة تكون المشكلة قد كبرت مثل كرة الثلج. أما المقاصة الإلكترونية فتتيح للتاجر التأكد من كفاية الرصيد فور تقديمه للمصرف ما يمكنه من استخدامه من نون

أ) مصرف الوحدة: شركة ليبية مساهمة تأسست سنة 1970 بناء على قانون رقم (153) الصادر في 22 ديسمبر 1970، الذي يقضي بتأميم الحصص الأجنبية وإعادة تنظيمها. وتكون هذا المصرف نتيجة دمج مصرف شمال أفريقيا والمصرف التجاري ومصرف النهضة العربية والشركة المصرفية الأفريقية ومصرف القفاة الاهلي، كان رأس مال المصرف المدفوع في ذلك الوقت حوالي 432 مليون دينار ليبي، يملك مصرف ليبيا المركزي نحو 87.0% منه. تطورت أصول المصرف إلى ان وصلت إلى 12,784.5 مليار دينار ليبي، يملك صندوق الائتماء الاقتصادي 10.2% من الأسهم، القطاع الخاص 62.8%، صندوق التقاعد 8%، البنك العربي 19% (الشريك الاستراتيجي). يقدم المصرف الخدمات المصرفية بجميع أنواعها من خلال 76 فرع ووكالة منتشرة في جميع ربوع ليبيا. تأسس فرع سبها في العام 1989، يصل عدد موظفيه في نهاية عام 2017 إلى 22 موظف وعدد الحسابات المصرفية الجارية إلى حوالي 12 ألف حساب مصرفي.

ب) المصرف التجاري الوطني: تأسس كشركة ليبية مساهمة بموجب القانون 153 لسنة 1970 برأس مال وقدره 500 مليون دينار ليبي. وتكون هذا المصرف نتيجة فصل إدارة العمليات المصرفية التجارية عن مصرف ليبيا المركزي ودمجها مع كل من مصرف العروبة ومصرف الاستقلال في مصرف يسمى "المصرف التجاري الوطني" وصل أصول المصرف مؤخراً إلى 19,208.8 مليار دينار ليبي، يساهم القطاع العام بما نسبته 85.6% في هيكل الملكية، أما الباقي 15% تعود للقطاع الخاص. من الخدمات التي يقدمها المصرف التجاري للأفراد: الحسابات الجارية وحسابات التوفير، السلف الاجتماعية، بطاقات نمو (للسحب الذاتي)، البطاقات الائتمانية فيزا (VISA)، بطاقة فيزا الدفع المسبق (السياحية)، خدمة الرسائل القصيرة (SMS)، وخدمة التقسيط بالمرابحة. بلغ عدد فروع المصرف 64 فرعاً، منها فرع سبها، محل الدراسة، الذي يصل عدد موظفيه مع نهاية عام 2017 إلى 57 موظف وعدد الحسابات المصرفية إلى 33,816 ألف حساب مصرفي.

ج) مصرف الصحاري: أنشئ سنة 1964، وتم إعادة تنظيمه نتيجة لتأميم حصص مصرف أمريكا ومصرف سيشيليا ويملك مصرف ليبيا المركزي نحو 83.0% من أسهمه، وصلت أصول المصرف حسب آخر تحديث لمصرف ليبيا المركزي إلى 12,612.5 مليار دينار ليبي، وقوة بشرية تفوق الـ 1700 موظف. يساهم القطاع العام بما نسبته 59% في

سهولة الوصول والحصول على الخدمة: إمكانية الحصول على الخدمة من قبل العميل وبسهولة ويسر في الزمان والمكان المناسبين.

الجدارة الأهلية: تعني مدى امتلاك العاملين في المصارف للمهارات والمعارف اللازمة لتقديم الخدمات المصرفية.

الاتصالات: مدى توفر اتصالات مناسبة واستخدام الطريقة أو اللغة التي يفهمها العميل وإيجاد الاستماع من قبل مقدم الخدمة.

المصادقية: الأمانة والصدق والثقة المتبادلة في أداء الخدمة والقدرة على تقديم الخدمة بصدق وعناية تون إلحاق الضرر بالعملاء.

الكرامة والمجاملة: مدى توفر الشفافية في التعامل مع العملاء وأحترامهم والقدرة على استئثارهم بالخدمات المصرفية.

معرفة وفهم العميل: يقصد بها بذل المزيد من الجهد لفهم حاجيات ورغبات العملاء، من خلال الاتصال المباشر لمعرفة الخدمة المطلوبة

الأمان: يعني مدى توفر أجهزة السلامة والأمان والإجراءات المرتبطة بها حفاظاً على ممتلكات العملاء .

الملموسات: تشمل التسهيلات المادية ذات العلاقة المباشرة في تقديم الخدمة المصرفية كافة (المعدات، الأشخاص، وسائل الاتصالات).

تحليل أثر العمل المصرفي الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية في المصارف محل الدراسة:

نستعرض في هذا الجانب أهم الخطوات والإجراءات المنهجية التي تم أتباعها في جمع البيانات وتحديد حجم العينة وبيان إجراءات التحليل، والأساليب الإحصائية المتبعة بهدف الوصول للنتائج والتوصيات المستهدفة من هذه الدراسة.

### 1) مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من المصارف التجارية العاملة في مدينة سبها والبالغ عددها 5 مصارف تقدم الخدمات المصرفية بجميع أنواعها إلى أكثر من 150 ألف مواطن مقيم في سبها، ولا تشمل الدراسة المصارف المتخصصة العاملة في مدينة سبها مثل المصرف الزراعي، مصرف التنمية، مصرف الأذخار، لأن هذه المصارف لا تتعامل مع جميع المواطنين على حد السوء وإنما ينحصر عملاتها في كل من تم منحه قرض، إضافة إلى مصرف ليبيا المركزي فرع سبها الذي لا يتعامل مع المواطنين. وبالتالي المصارف التجارية التي يتكون منها مجتمع الدراسة هي المصارف التالية :



- الخدمات الالكترونية: السحب الذاتي (ATM)، بطاقات مسبوقة الدفع، تحويل الاموال ، خدمات مصرفية عبر الهاتف النقال.

- خدمات للأفراد: حسابات جارية، خدمة التقسيط بالمرابحة، تحويل الأموال بالدينار الليبي عن طريقي منظومتي التسوية الأجمالية الفورية والمقاصة الإلكترونية، الحوالات الخارجية المباشرة، بيع وشراء النقد الأجنبي، إصدار صكوك المصادقة.

- خدمات للمؤسسات: الحسابات الجارية، الحوالات الخارجية، صكوك المصادقة، الأعمادات المستندية، خطابات الضمان، التمويل بالصيغ الإسلامية (المرابحة، المشاركة، الإجار).

يقدم هذا المصرف خدماته من خلال 54 فرع ووكالة منتشرة في كامل ربوع ليبيا، من ضمن هذه الفروع، فرع سبها الذي يعمل بعدد موظفين يصل الى 34 موظف ولديه 19,509 ألف حساب مصرفي.

## 2) عينة الدراسة:

لقد تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية من بين العملاء الذين لهم حسابات مصرفية جارية لدى المصارف التجارية محل الدراسة وقد تم توزيع عليهم (250) استبانة. يبين الجدول رقم (1) أن جميع الاستثمارات الاستبانة الموزعة قد تم استعادتها معبأة، وجد منها (248) استبانة كاملة وصالحة للتحليل أي بمعدل 99.2% من إجمالي الاستثمارات الموزعة، وتعتبر هذه النسبة ممتازة جداً.

جدول رقم (1): إحصائية عن الاستبيانات الموزعة على عملاء المصارف بمدينة سبها

الاستبيانات	الموزعة	المستردة	المستبعدة	المقبولة	%
العدد	250	250	2	248	99.2

## 3) أداة جمع البيانات:

لجمع البيانات الأثرية فقد تم الاعتماد على أسلوب الاستقصاء، حيث تم اعداد استبانة بحث موجهة للعملاء لأستجوابهم مباشرة وجها لوجه. حيث تتضمن الاستبانة 20 فقرة مقسمة على خمسة محاور (توفر قاعدة معلومات، البحث والتطوير، الامان، استراتيجية التسويق، جودة الخدمات المصرفية). وقد حددت أوزان هذه الاستبانة اعتماداً على سلم ليكرت الخماسي، كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (2): توزيع الأوزان اعتماداً على سلم ليكرت

الخماسي

هيكل الملكية، للقطاع الخاص 22%، تعود 19% المتبقية الى الشريك الاستراتيجي BNP PARIBAS. يعتمد مصرف الصحاري على ثلاث خطوط أعمال رئيسية:

- المؤسسات المصرفية ذات علاقة وثيقة مع مؤسسات الدولة، صناديق التنمية، المصارف، شركات التأمين.

- الخدمات المصرفية للشركات من خلال المنظمات المتخصصة وخدمات مخصصة.

- الخدمات المصرفية للأفراد مع عروض المنتجات الجديدة والمزيد من المبيعات.

يعمل مصرف الصحاري بشبكة فروع تفوق 50 فرعاً منتشرة في أغلب المدن الليبية، ومن هذه الفروع، فرع سبها الذي افتتح في عام 1989، وصل عدد موظفي الفرع الى 19 موظف وعدد الحسابات المصرفية الجارية يصل إلى حوالي 23 ألف حساب مصرفي .

د) مصرف الجمهورية : تأسس المصرف أساساً كفرع لبنك باركليز البريطاني في ليبيا، ليحمل اسمه الحالي في 22 ديسمبر 1970 حين صدر قرار بتأميمه بالكامل فروع داخل ليبيا تحت أسم مصرف الجمهورية. في عام 2007 قرر مصرف ليبيا المركزي دمج مصرف الجمهورية مع مصرف الأمة في مصرف واحد تحت أسم مصرف الجمهورية. وصارت أصول المصرف الجديد 32,160.2 مليار دينار ليبي، واصبحت ميزانيته بعد الدمج 8 مليارات دينار ليبي، ليصبح ثاني أكبر المصارف الليبية بعد المصرف الليبي الخارجي، كما أنه حل بين قائمة البنوك العشرة الكبرى في شمال أفريقيا. يملك القطاع العام ما نسبته 86.6% من الأصول، أما الباقي 13.37% تعود للقطاع الخاص. وبلغ عدد موظفيه أثناء الدمج ما يزيد عن 5,800 موظفة وموظف وله 246 فرعاً. من ضمن هذه الفروع، فرع سبها محل الدراسة والذي يتكون من : فرع سبها، فرع القرضابية (مصرف الأمة سابقاً)، وكالة الكشاف، ووكالة سوق السيارات. يبلغ عدد الموظفين مع نهاية عام 2017 إلى حوالي 180 موظف ويصل عدد الحسابات المصرفية الجارية الى 28,752 حساب مصرفي.

هـ) مصرف شمال أفريقيا: تأسس المصرف في عام 2006 برأس مال وقدره 350 مليون دينار ليبي، يساهم القطاع العام بما نسبته 82% في هيكل الملكية، أما الباقي 18% تعود للقطاع الخاص. يقدم المصروف مجموعة من الخدمات التي يصنفها على النحو التالي :