



The Impact of Electronic Management on the Quality of Banking Services: A field Study on Sahara Bank and its Branches in the Western Region

ALbaghdadi K. ALashkham

Department of Management, Faculty of Economics, University of Zawia, Zawia, Libya.

E-Mail: albghdadykylie12@gmail.com

Received: 15-03-2025 / Accepted: 26-05-2025 / Published at: 30-06-2025 / DOI: 10.26629/uzjes.2025.04

ABSTRACT

The aim of this research paper is to know the impact of electronic management in improving the quality of banking services, as electronic management is a modern concept that uses modern technology and information systems to improve the management of banking operations and provide better services to customers. To achieve the objectives of the study, the statistical package program was relied upon in order to reveal the relationship. Between electronic management and the quality services, through a questionnaire distributed to a group of customers, where this data was analyzed using the SPSS program. After the study, we concluded that there is a positive, balanced relationship between electronic management and the quality of banking services, that is, there is a positive, statistically significant effect between the use of electronic management and the availability of banking services, and this indicates that the more modern technology is used, the quality of banking services improves and is a factor that attracts clients and customers while increasing the intensity of competition. Among various banking of ALSAHARA 2024:2025 institutions. It is considered a strategic option to develop its services and to confront various potential challenges in the banking market.

Keywords: Quality of Banking Services, Electronic Management.

"أثر الإدارة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية" دراسة ميدانية على مصرف الصحارى وفروعه بالمنطقة الغربية

البغدادي خليل الأشخ

قسم الإدارة، كلية الاقتصاد، جامعة الزاوية، الزاوية، ليبيا.

Email: albghdadykylie12@gmail.com

2025/06/30 تاريخ النشر:

2025/05/26 تاريخ القبول:

2025/03/15 تاريخ الاستلام:



ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية التجارية في ليبيا، والتعرض لأهم العوامل المؤثرة في جودة الخدمة المصرفية، وتحديد الوسائل والإجراءات التي تساعد على الحد من هذه العوامل، أو التقليل منها في المصارف التجارية الليبية، ولتحقيق ذلك تم الاعتماد على عينة من المصارف التجارية العاملة في ليبيا تمثلت في **مصرف الصحاري الزاوية** ، وذلك خلال الفترة ما بين 2024 و 2025، وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتم تحليل بيانات الدراسة، واختبار فرضياتها باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية المعروفة **(SPSS)** وتوصلت هذه الدراسة إلى أن العوامل المؤثرة في جودة الخدمة المصرفية، (مرونة إدارة المصرف، وخبرة العاملين، والوسائل المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية) لها أثر كبير في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة بالمصارف التجارية، وذلك من خلال مرونة إدارة المصرف في الإجراءات المتتبعة لتقديم الخدمات المصرفية، وخبرة العاملين ومدى معرفتهم بإجراءات تنفيذ هذه الخدمات، وكذلك الوسائل المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية.

الكلمات الافتتاحية: جودة الخدمات المصرفية – الإدارة الالكترونية.

مقدمة

في عالم القرن الحادي والعشرين سريع الخطى والمدفوع بالتقنولوجيا، تواجه الشركات مشهدًا سريع التغير. يتم استبدال ممارسات الإدارة التقليدية بأساليب مبتكرة تسخر قوة التكنولوجيا والموارد الرقمية. حيث ظهرت الإدارة الإلكترونية المعروفة باللغة الإنجليزية **E-Management** ، كأداة حيوية في الحياة التجارية الحديثة نظرًا لقدرتها على تبسيط العمليات وتعزيز الإنتاجية وتحسين اتخاذ القرار الفعال، مما يجعل له أهمية كبيرة لنظام الإدارة الإلكترونية.

ان الإدارة الالكترونية هي منظومة إلكترونية متكاملة تهدف إلى تحويل العمل الإداري العادي من إدارة يدوية إلى إدارة باستخدام الحاسوب وذلك بالاعتماد على نظم معلوماتية قوية تساعد في اتخاذ القرار الإداري بأسرع وقت وبأقل التكاليف، بهدف تحقيق التنمية الإدارية فهي تعد آلية من آليات هذه التنمية وذلك عن طريق تحقيق السرعة في إنجاز العمل، المساعدة في اتخاذ القرار بال توفير الدائم للمعلومات بين يدي متخذي القرار ، خفض تكاليف العمل الإداري مع رفع مستوى الأداء ، تجاوز مشكلة البعدين الجغرافي والزمني ، معالجة البيروقراطية والرشوة ، تطوير آلية العمل ومواكبة التطورات ، ورفع كفاءة الموظفين في الإدارة ، ولبلوغ

هذه الأهداف لابد من توفر مجموعة من المتطلبات الramية لعملية التحول الإداري ، ولكن حتى بتتوفر كل المتطلبات الالزمة إلا أنه لكل عملية صعوبات تعيق سيرها .

إن نظام الادارة الالكترونية يجب أن يكون متمحور حول العميل وليس على المنظمة ، ويجب أن يزيل الاعتماد على أفراد معينين ، كما يجب أن يقدم أنظمة عمل شفافة. تتضمن أمثلة الادارة الالكترونية ، مثل الجداول الزمنية عبر الإنترت وحساب المصاري، كما يمكن استخدام هذه للمساعدة في تقليل التكاليف للمنظمة .

هناك العديد من الفوائد والمزایا التي تتحققها الادارة الالكترونية، منها تبسيط العمليات المصرفية ، والإنتاجية المحسنة، واتخاذ القرارات التي تعتمد على البيانات، والتواصل الفعال ، وتقديم الجودة في الخدمات المصرفية المقدمة عامة وقابلية التوسيع، وتحسين الأمان، والتي يمكنها أن تدفع المجالات المختلفة باتجاه النجاح والنمو. ومع استمرار تقدم التكنولوجيا، ستكون المصارف التجارية التي تبني الادارة الالكترونية في وضع أفضل للتعامل مع تعقيدات العصر الرقمي والبقاء في الصدارة في عالم الأعمال المتغير باستمرار .

أولاً : مشكلة الدراسة

تعد جودة الخدمات المصرفية سلحاً تناصيًّا يساعد على تمييز خدمات المصارف عن بعضها البعض. حيث تقوم المصارف التجارية بتقديم خدمات متنوعة لزبائنها ويختلف تقديم هذه الخدمات من مصرف لآخر ويكون هذا الاختلاف في أساليب وإجراءات تقديم هذه الخدمات، وفي الوسائل والأجهزة المستخدمة في تقديمها، وأيضاً خبرة ومهارة العاملين المسؤولين عن تقديم هذه الخدمات المصرفية ، إن جودة الخدمات المصرفية تؤثر في رضا الزبائن الأمر الذي ينعكس على الأداء المالي للمصارف، فكلما زادت جودة هذه الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن كلما زاد ذلك من رضاهم وبالعكس كلما قلت جودة الخدمات المصرفية المقدمة، كلما أدى ذلك إلى عدم رضا الزبائن لأن العلاقة الثانية القائمة بين المصارف و زبائنها غالباً ما تكون عبر وسائل إلكترونية معينة، تخلق تحديات متنامية، وصعوبات كبيرة كما أن تزايد المنافسة في تقديم الخدمة الإلكترونية للعملاء زاد من درجة هذه التحديات والصعوبات العوامل التي من شأنها أن تحد من نتيجة الصعوبات التي تواجه البنك في تمييز خدماته. وبناء على ما تقدم يمكن بناء إشكالية الدراسة انطلاقاً من طرح صياغة السؤال الرئيس التالي :

✓ هل تتوفر أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في مصرف الصهارى بمدينة الزاوية؟ وهل تؤثر هذه الأبعاد على جودة الخدمات المصرفية ؟

لمعرفة ذلك تم صياغة تساؤلات الدراسة الفرعية على النحو التالي :

1. هل يتتوفر بعد الاستجابة في مصرف الصحارى بالزاوية ؟
2. هل يتتوفر بعد الاعتمادية في مصرف الصحارى بالزاوية ؟
3. هل يتتوفر بعد الأمان في مصرف الصحارى بالزاوية ؟
4. هل يتتوفر بعد التعاطف في مصرف الصحارى بالزاوية ؟
5. هل يتتوفر بعد الملموسيية في مصرف الصحارى بالزاوية ؟

ثانيا : أهمية الدراسة

1. يعد موضوع الإدارة الإلكترونية وجودة الخدمة من المواضيع الفعالة والمهمة في إعطاء إدارة فعالة وجودة عالية في المصارف التجارية والتي أصبحت مهمة في الوقت الحالي.
2. يتناول الموضوع متغير مهم ألا وهو جودة الإدارة الإلكترونية وأثرها على جودة الخدمة في مصرف الصحارى بالزاوية.
3. تبرز الأهمية في معرفة مدى توافر الأبعاد التي يرغب الزبائن في وجودها في المصارف لتحقيق رضاه من خلال معرفة تأثير الإدارة الإلكترونية على كل بُعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية (الملموسيية، الاستجابة، الأمان، التعاطف ، الاعتمادية).
4. قد تساعد النتائج التي سيتم التوصل إليها في هذه الدراسة في إيجاد مؤشرات موضوعية يعتمد عليها في قياس نقاط القوة والضعف في جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة للزبائن في المصارف وخاصة في مصرف الصحارى الزاوية.

ثالثا/ أهداف الدراسة : تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. تسلیط الضوء على الإدارة؛ الإلكترونية وكيفية تطبيقها داخل المصرف قيد الدراسة.
2. محاولة بيان أثر الإدارة الإلكترونية وتأثيرها في جودة الخدمة في المصرف
3. التعرف على مدى توفر أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية(الاستجابة- الاعتمادية - الأمان- التعاطف - الملموسية) في مصرف الصحارى بالزاوية من وجهة نظر الزبائن والتعرف على أفضل بُعد من هذه الأبعاد من حيث جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصرف محل الدراسة.
4. التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن في المصرف محل الدراسة من وجهة نظر الزبائن.

5. تقديم مجموعة من التوجيهات التي تساهم في الحد الأدنى من الآثار المسببة للإدارة الإلكترونية. لتعزيز جودة الخدمة لدى الموظفين بالمصرف .

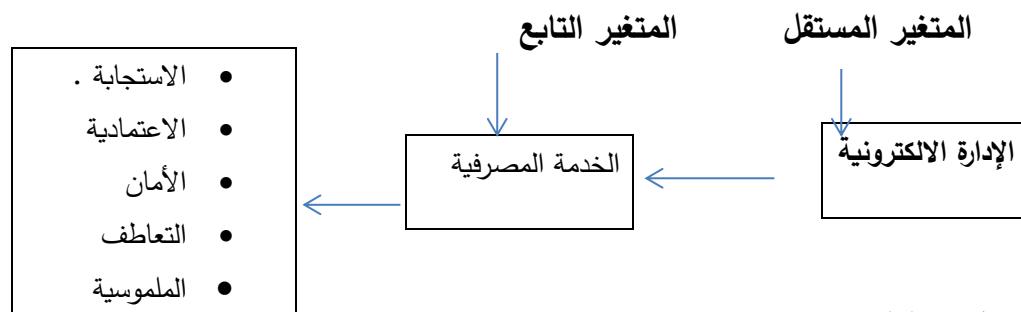
رابعا / فرضيات الدراسة:

من خلال استعراض مشكلة الدراسة وتساؤلاتها لتحقيق أهداف الدراسة تم بناء الفرضية الرئيسية التالية: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في مصرف الصحارى". ويمكن أن يتفرع من الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية :

- **الفرضية الفرعية الأولى :** "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدراة الالكترونية وبعد الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحارى".
- **الفرضية الفرعية الثانية:** "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدراة الالكترونية وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحارى".
- **الفرضية الفرعية الثالثة:** "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدراة الالكترونية وبعد الأمان كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحارى".
- **الفرضية الفرعية الرابعة:** "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدراة الالكترونية وبعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحارى".
- **الفرضية الفرعية الخامسة:** "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدراة الالكترونية وبعد الملموسي كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحارى".

خامسا/ متغيرات الدراسة

بناء على مشكلة الدراسة تم تصميم نموذج يوضح الإدراة الإلكترونية (المتغير المستقل) وجودة الخدمة المصرفية (المتغير التابع) ويكون من خمسة متغيرات فرعية ، هي (الاستجابة - الاعتمادية - الأمان - التعاطف- الملموسي) . والشكل (1) يوضح نموذج متغيرات الدراسة.



الشكل رقم (1): متغيرات الدراسة.

سادساً / مصادر جمع البيانات

تم الاعتماد على نوعين من المصادر للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة والمتعلقة بهذه الدراسة ويمكن إبرازها على النحو الآتي

1. المصادر الثانوية تم إعداد الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة، وتم تصميمها وفقاً لأسئلة الدراسة وفرضياتها، حيث اشتغلت على الكتب والمراجع العلمية والدراسات السابقة وأوراق العمل والمؤتمرات ذات الصلة بموضوع الدراسة، وكذلك تم الاعتماد على محركات البحث الإلكترونية.

ثانياً :المصادر الأولية: تم جمع البيانات الأولية من مفردات عينة الدراسة من خلال تصميم نموذج استبانة والتي صممت خصيصاً لهذه الدراسة. حيث وزعت على المشاركين في الدراسة، ثم تم تفريغها وتحليلها باستخدام برنامج إحصائي SPSS وتم استخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة ..

سابعاً / الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لفرض تحليل البيانات التي تم تجميعها من خلال أداة الدراسة، تم الاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS. Statistical Package for the Social Sciences (V.25)

وذلك باستخدام الأدوات الإحصائية التالية:

1. النسب المئوية والتكرارات لمعرفة خصائص عينة الدراسة، يتم حسابها عن طريق قسمة عدد التكرارات لكل عبارة على عدد أفراد عينة الدراسة.

2.المتوسطات الحسابية لمعرفة قيمة إجابات أفراد العينة .

3-الانحراف المعياري للتعرف على مدى تشتت إجابات العينة عن المتوسط الحسابي.

4. اختبار ألفا كرو نباخ (Cram Bach Alpha) لمعرفة ثبات محاور وأبعاد وأجزاء الاستبيان، وكذا الثبات الكلي للاستبيان.
5. اختبار (T test) في حالة عينة واحدة لمعرفة إذا كان متوسط الإجابة مساوي أو يفوق أو يقل عن الدرجة المتوسطة) وهي (3).
6. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) الاختبار العالقة بين متغيرات الدراسة.
7. الانحدار الخطي البسيط : لاختبار تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع- اختبار (T test) لعينتين مستقلتين لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دالة إحصائية بين مجموعتين من اختبار test لتحديد العلاقة التأثيرية بين متغيرات الدراسة والتأكيد من معنوية النموذج . البيانات.
8. تحليل التباين الأحادي ذو الاتجاه الواحد (ANOVA of Analysis Way One) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دالة إحصائية بين أكثر من مجموعتين من البيانات.

ثامنا / منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، الذي يتضمن المسح المكتبي للاستفادة من المراجع والمصادر والدراسات السابقة لبناء الخلفية النظرية للدراسة، وكذلك استخدمت الاستبانة لجمع البيانات وتحليلها إحصائيا لاختبار فرضيات الدراسة. وقد اعتمدت على نوعين من البيانات هي البيانات الأولية والبيانات الثانوية، وتم الاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات الأولية، حيث تم تصميم الاستبانة وفق مقياس ليكرث الخماسي المتردرج الذي يتكون من خمسة مستويات على النحو التالي: أوفق بشدة.، أوفق، محайд، لا أوفق ، لا بشدة.

ثامنا/ حدود الدراسة

- الحدود الزمنية: من 2023-9-03 إلى 2024/9/30.
- الحدود المكانية: مصرف الصخارى وفروعه بالمنطقة الغربية الزاوية .
- الحدود البشرية: وشملت عينة عشوائية من العاملين في إدارات وفروع مصرف الصخارى.

- الحدود الموضوعية: تمثلت في أثر الإدارة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية.

تاسعا / التعريفات الإجرائية

1. **الإدارة الإلكترونية**: هي منظومة إلكترونية متكاملة تهدف إلى تحويل العمل الإداري العادي من إدارة يدوية إلى إدارة باستخدام الحاسب وذلك بالاعتماد على نظم معلوماتية قوية تساعد في اتخاذ القرار الإداري بأسرع وقت وبأقل التكاليف، كما يمكن تعريف الإدارة الإلكترونية بأنها: عبارة عن عملية معقدة ونظام متكامل من المكونات التقنية والمعلوماتية والمالية والتشريعية والبيئية والبشرية وغيرها، وبالتالي لابد من توافر متطلبات عديدة ومتكلمة لتطبيق مفهوم الإدارة الإلكترونية وإخراجه إلى حيز الواقع (العمري، 2003).
2. **جودة الخدمات المصرفية** : " ويقصد بها مدى قدرة الخدمات أو المنتجات التي تقدمها المصارف لعملائها في تلبية حاجات الزبون وابشاع رغبته أو يقصد بها حجم المنافع التي تقدمها الخدمات إلى الزبون ".
3. **الخدمات المصرفية الإلكترونية** : هي إجراء العمليات المصرفية بطرق مبتكرة من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أم الجديدة، وتقتصر صالحة الدخول إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية على المشاركين فيها فقط وفقاً لشروط الإثبات التي يحددها المصرف، فقط، وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطراً إلى القدوم للمصرف، (العدوان، 2005).
4. **رضا الزبون**: ذلك الانطباع الإيجابي أو السلبي الذي يشعر به عميل ما اتجاه تجربة شراء أو استهلاك وهو ناتج عن مقارنة بين توقعاته (العميل) اتجاه منتج ما وأدائه المدرك (المحياوي قاسم نايف 2004).
5. **الاستجابة** : تعني المساعدة الحقيقية في تقديم الخدمة إسلی المستفيد (الزبون). ويمثل هذا البعد (22%) كأهمية نسبية في الجودة قياساً بالأبعاد الأخرى (البكري، 2005)
6. **الاعتمادية**: تعني القدرة على الأداء في إنجاز ما تم تحديده مسبقاً وبشكل دقيق. ويمثل هذا البعد (30%) كأهمية نسبية في الجودة قياساً بالأبعاد الأخرى (البكري، 2005) وأن من معايير التقييم لبعد الاعتمادية، دقة السجلات المعتمدة، دقة المواعيد. بمعنى آخر الاعتمادية تعني الالتزام بمواعيد المحددة للمستفيدين (الزبائن) فضلاً عن تقديم الخدمات المصرفية للمستفيدين حسب المواعيد المحددة .
7. **الأمان** : هو العهد، ويقصد به معلومات القائمين على تقديم الخدمة وكياستهم، وقدرتهم على استئهام الثقة والائتمان (محمود، والعالق، 2001) . ويقصد به السمات التي يتسم بها العاملون من معرفة وقدرة وثقة في تقديم الخدمة، ويمثل هذا البعد (70%) كأهمية نسبية في الجودة قياساً بالأبعاد الأخرى (البكري، 2005).
8. **التعاطف**: يشير إلى درجة الاهتمام بالمستفيد ومعاملته بشكل خاص، والاهتمام بمشاكله والعمل على إيجاد حلول لها بطرق إنسانية راقية (محمود، والعالق، 2002) التعاطف بمعنى آخر يعني درجة الاحترام والاهتمام الشخصي بالمستفيد، ويمثل هذا البعد (20%) كأهمية نسبية في الجودة قياساً بالأبعاد الأخرى (البكري، 2005).

9. الملموسيّة: تتمثل بالقدرات والتسهيلات المادية والتجهيزات والأفراد ومعدات الاتصال، ويمثل هذا البعد (20%) أهمية نسبية قياساً بالأبعاد الأخرى (البكري، 2005)،

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات المحلية

1. دراسة عمران علي أبوخريص، مصطفى أحمد شكشك، 2015م بعنوان : "التسويق الإلكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية". وكانت هذه الدراسة عبارة عن مقال بعنوان: "التسويق الإلكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية". وكان الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على مدى أثر تطبيق أسلوب التسويق المصرفي الإلكتروني القائم على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المصرفية بالمصارف العاملة في ليبيا، من جهة نظر زبائن هذه المصارف، كما هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الواقع التسويق الإلكتروني إلى ممارسة في هذه المصارف وما يتحقق من مزايا له ولزبائنهما والكشف عن أهم المشكلات التي تواجهها من جهة وايجاد الحلول المناسبة لها من جهة أخرى، وذلك سعياً لتحقيق أعلى درجة من الأمان وتتوفر قاعدة للمعلومات وايجاد أسلوب لبحث والتطوير مع بناء إستراتيجية فعالة.

2.. دراسة الملك علي (2016) بعنوان : "رضا العملاء في القطاع المصرفي من خلال تجربة بنك تمية الصادرات" هدفت هذه الدراسة لمعرفة أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في القطاع المصرفي من خلال تجربة بنك تمية الصادرات؛ اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. وقد خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها سرعة الاستجابة هي العنصر الأكثر جاذبية في استقطاب عملاء المصرف، يوجد ارتباط طريدي متوسط بين كلا من محور رضا العميل وبعد الاعتمادية هناك ارتباط طريدي ضعيف وليس له دلالة بين كلا من محور رضا العميل وبعد الملموسيّة، يوجد تأثير لبعد الملموسيّة على محور رضا العميل، كما أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات من أهمها: الاهتمام بالعميل من حيث معرفة مطالبه واحترام رغباته على أساس من الثقة المتبادلة، الاعتماد على التقنيات الحديثة لأنظمة البنوكية وتدريب موظفي البنك عليها.

3. دراسة الرياضي (2016) "أبعاد جودة الخدمة المصرفية في رضا العملاء" هدفت الدراسة التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية والممثلة بالملموسيّة والاعتمادية والأمان والاستجابة والتعاطف في رضا عملاء البنك العربي عن طريق دراسة أبعاد جودة الخدمة المصرفية موضوع الدراسة. أظهرت النتائج أنه يوجد رضا بشكل عام من قبل العملاء عن جودة الخدمة المقدمة من البنك العربي وحاز الأمان على أفضل قيمة من رضا العملاء عنه، لما يتبعه البنك من سياسات تحقق وتشعر العميل بالأمان بالمقابل

يبدي العملاء رضاهم عن متغير التعاطف كأحد أبعاد الجودة المصرفية. وأثبتت الدراسة أن هناك تأثيراً معنوياً لأبعاد جودة الخدمة المصرفية المقدمة على رضا العملاء وعَدَ متغير الاستجابة هو الأكثر تأثيراً في تحقيق الرضا بالمقابل أظهرت النتائج أن متغير الملموسيّة هو الأقل تأثيراً لتحقيق رضا العملاء من بين المتغيرات الأخرى.

4. دراسة عبدالله (2017) بعنوان "جودة الخدمات المصرفية وأثرها في رضا العملاء لدى مصرف دبي الإسلامي فرع العين" هدفت الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمات المصرفية وأثرها في رضا العملاء لدى مصرف دبي الإسلامي فرع العين، اعتمدت الدراسة على فرضية تمحورت حول مدى تأثير أبعاد جودة الخدمات المصرفية في (الملموسيّة، الموثوقيّة، الاستجابة، الضمان والتعاطف) في رضا زبائن المصرف. وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها أن غالبية العينة راضون عن الخدمات المصرفية بموافقة عالية، كما أن هناك علاقة قوية وتأثير لكافة أبعاد الدراسة (الملموسيّة، الموثوقيّة، الاستجابة، الضمان والتعاطف في رضا العملاء).

5. دراسة فتحة راشدي (2019م) : بعنوان " أهمية الابتكار المالي ودوره في تحسين جودة الخدمات المصرفية " حيث هدفت هذه الدراسة إلى البحث عن واقع تطبيق الابتكار المالي على مستوى المصارف الجزائرية وأهم متطلباته ، ومدى تأثير الابتكار المالي على تحسين جودة الخدمات المصرفية ، حيث توصلت هذه الدراسة إلى أن الابتكار المالي يعد من التطبيقات المهمة للمصارف نظراً لما له من الأثر البالغ على تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال التأثير على أبعاد جودة الخدمة المصرفية الخمسة.

الدراسات الأجنبية

1. دراسة (Khafafa and Shafii, 2013) بعنوان : " قياس رضا الزبائن في المصارف التجارية الليبية" هدفت الدراسة إلى قياس رضا الزبائن في المصارف التجارية الليبية وهي (مصرف الجمهورية ومصرف الوحدة ومصرف الصحاري) عن جودة الخدمة من خلال الأبعاد (الاعتمادية، والاستجابة، والتعاطف، والملموسيّة، والأمان)، وخلصت الدراسة إلى أن مقياس الاستجابة كان هو الأكثر تأثيراً على رضا الزبائن تلتها الاعتمادية، والتعاطف والأمان والملموسيّة، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين رضا الزبائن وجودة الخدمة المدركة من خلال أبعاد جودة الخدمة الخمسة سالفة الذكر.

2. دراسة (Rahaman et al 2020) بعنوان " تأثير الأبعاد المختلفة لجودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء في دولة بنغلاديش" حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير الأبعاد المختلفة لجودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء في دولة بنغلاديش. وتظهر النتائج أنه باستثناء كفاءة الموظف، فإن جميع

المتغيرات الأخرى مثل الموثوقية والتأكد والأشياء الملموسة والاستجابة والتعاطف والوصول إلى الخدمة لها تأثير إيجابي على رضا العملاء. كما تقدم الدراسة انعكاسات السياسة على مجالس إدارة القطاعات المصرفية .

3. دراسة Rahaman et al (2020) بعنوان : العوامل التي تؤثر على رضا العملاء في القطاع المالي تبحث هذه الدراسة في النتائج أنه باستثناء كفاءة الموظف، فإن جميع المتغيرات الأخرى مثل الموثوقية والتأكد والأشياء الملموسة والاستجابة والتعاطف والوصول إلى الخدمة لها تأثير إيجابي على رضا العملاء.

الإطار النظري للدراسة

أولاً : مفهوم الإدارة الإلكترونية

إن "الإدارة الإلكترونية" هي "استراتيجية إدارية لعصر المعلومات، تعمل على تحقيق خدمات أفضل للمواطنين والمؤسسات و لزيانها (الإدارة الخاصة منهم (مع استغلال أمثل لمصادر المعلومات المتاحة من خلال توظيف الموارد المادية و البشرية و المعنوية المتاحة في إطار الكتروني حديث من أجل استغلال أمثل للوقت و المال و الجهد و تحقيقاً للمطالب المستهدفة و بالجودة المطلوبة مع دعم لمفهوم (أدخل على الخط و لا تدخل في الخط)." .

وعموماً فان الإدارة الإلكترونية هي منظومة إلكترونية متكاملة تهدف إلى تحويل العمل الإداري العادي من إدارة يدوية إلى إدارة باستخدام الحاسب وذلك بالاعتماد على نظم معلوماتية قوية تساعد في اتخاذ القرار الإداري بأسرع وقت وبأقل التكاليف .الإدارة الإلكترونية يمكن أن تشمل كلاً من الاتصالات الداخلية والخارجية لأي منظمة.

ثانياً : أهداف الإدارة الإلكترونية : تهدف الإدارة الإلكترونية إلى تحقيق الأهداف التالية :

1. رفع مستوى الخدمات التي تقدمها الشركة للعاملين والعملاء
2. خلق روح التنافس وذلك عن طريق استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والوصول لشريحة كبيرة من الجمهور ، مما يؤدي إلى تأجج التنافس القوي بين منافسين السوق وتقليل التكاليف والمصاريف الإدارية.
3. زيادة كفاءة عمل الإدارة من خلال تعاملها مع المواطنين و الشركات و المؤسسات وتقليل كلفة الإجراءات الإدارية و ما يتعلق بها من عمليات

4. استيعاب عدد أكبر من العملاء في وقت واحد إذ أن قدرة الإدارة التقليدية بالنسبة إلى تخلص معاملات العملاء تبقى محدودة و تضطرّهم في كثير من الأحيان إلى الانتظار في صفوف طويلة والقضاء على البيروقراطية و تسهيل تقسيم العمل و التخصص .
5. إلغاء عامل العلاقة المباشرة بين طرفي المعاملة أو التخفيف منه إلى أقصى حد ممكّن مما يؤدي إلى الحد من تأثير العلاقات الشخصية والنفوذ في إنهاء المعاملات المتعلقة بأحد العملاء.
6. إلغاء نظام الأرشيف الورقي و استبداله بنظام أرشيف الكتروني مع ما يحمله من ليونة في التعامل مع الوثائق و المقدرة على تصحيح الأخطاء الحاصلة بسرعة و نشر الوثائق لأكثر من جهة في أقل وقت ممكّن و الاستفادة منها في أي وقت كان.
7. إلغاء عامل المكان، إذ أنها تطمح إلى تحقيق تعبيّنات الموظفين و التخاطب معهم و إرسال الأوامر و التعليمات و الإشراف على الأداء و إقامة الندوات و المؤتمرات من خلال الشبكة الالكترونية للإدارة.
8. التأكيد على مبدأ الجودة الشاملة بمفهومها الحديث فالجودة كما هي في قاموس أكسفورد تعني الدرجة العالية من النوعية أو القيمة و عرّفتها مؤسسة أو دي أي الأمريكية المتخصصة.... بأنها إتمام الأعمال الصحيحة في الأوقات الصحيحة و من هنا تأتي الإدارة الالكترونية لتأكد على أهمية تلبية احتياجات العمل في الوقت والزمن الذي يكون فيه العميل محتاجا إلى الخدمة في أسرع وقت ممكّن.

ثالثاً: أهمية الادارة الالكترونية

1. تقوم على تسهيل الأعمال والمعاملات المقدمة، مما يتيح التواصل بين المؤسسات والمواطنين.
2. يمكن أن يؤدي الانتقال إلى الادارة الالكترونية إلى تحسين أداء الخدمات الحكومية بجودة أعلى في وقت أقل.
3. تتطلب عدداً قليلاً من القوى العاملة دون الالتزام بموقع جغرافي محدد ، وهو ما يعكس بدوره التكلفة و يؤدي إلى تقليل تكاليف الإنتاج وزيادة أرباح الشركات.
4. يمكن المؤسسة من تطوير منتجات عالية الجودة وكذلك تحسين مستويات الخدمات المقدمة ، مما قد يؤدي إلى زيادة المنافسة بين المنظمات والمؤسسات الأخرى.
5. تعمل الادارة الالكترونية على تقليل التكاليف الإدارية كوسائل النقل والورق وغيرها.

رابعاً : عيوب الادارة الالكترونية

1. لا يزال مصطلح الادارة الالكترونية جديد، مما يلقى رفضاً لدى البعض، واستهتاراً لدى آخرين، الأمر الذي يعطى عجلة العمل.
2. مشكلة ضعف الإنترنط ستكون عامل مؤثر للغاية في تحقيق التواصل الإداري الفعال، مع ارتفاع التكلفة الكبيرة التي يحتاجها هذا النظام للتطبيق.
3. تحويل النظام الإداري من التقليدي إلى الالكتروني بشكل مفاجئ دون تمهيد تدريجي سيعود بإحداث خلل أو شلل لحركة المؤسسة.
4. تعزيز التبعية للدول الأجنبية، حيث إن الدول الغربية هي المتحكم في تكنولوجيا الإنترنط مما قد يضاعف خطر وضع إصبع تحت ضرس بعض الدول المعادية.
5. الأرشيف الالكتروني للادارة الالكترونية قد يتعرض للاختراق في أي لحظة مما يعد خطراً على الشركة، وعلى مصالحها.

خامساً: متطلبات الادارة الالكترونية

لا شك ان الادارة الالكترونية عالية التكلفة لكن بالطبع فى بداية إنشاء المنظومة الالكترونية وأيضاً يكون ذلك متوقفاً على حجم النشاط الذي تعمل عليه هذه الادارة ويمكن ان نذكر اهم متطلبات الادارة الالكترونية منها ما يلي :

1. تحتاج الادارة الالكترونية إلى بنية تحتية قوية تشمل أجهزة الحواسيب وكذلك وحدات التخزين : القوية والتي سيتم استخدامها في إدارة المنظومة المطلوب إدارتها الكترونياً.
2. تحتاج أي منظومة الكترونية إلى شبكة اتصال قوية بحيث يمكن استخدامها في أي وقت للوصول الى أي شيء في أي مكان يخص تلك الادارة كما يشترط فيها السرعة تماماً مثل الثبات حيث انه يكون ذلك بنسبة وتناسب حسب النشاط الذي تم اثناء عمل تلك المنظومة من أجل كم الاشخاص المتعاملين معه سواء كانوا عمالاً أو مواطنين أو موظفين أو مسؤولين ادارة.
3. يتم برمجة التطبيقات الخاصة بنظام التشغيل حيث تختلف التطبيقات التي ستستخدم في المصرف عن التي سيتم استخدامها في المؤسسات الحكومية ولذلك وضمنا ان التكلفة قد تكون بسيطة بالنسبة للمشروعات الصغيرة .

4. تحتاج المنظومة الالكترونية إلى تدريب المسؤولين عنها سواء كانوا موظفين أو إداريين أو مسؤولين ادارات بحيث يتم تقديم الخدمة للعملاء أو المواطنين دون أخطاء أو أخطال أو عقبات تتسبب في خسارة الوقت والجهود الذي يعد أحد أهداف الإدارة الالكترونية.

جودة الخدمات المصرفية

أولاً: مفهوم جودة الخدمة: إن مفهوم جودة الخدمة يعتمد على وجهة نظر الزبون لذا فهو يختلف من زبون لآخر، وتعتمد جودة الخدمة على تقييم العمل الذي يحكم عليها عن طريق مقارنة ما حصل عليه فعلاً مع ما توقعه من تلك الخدمة (الجياشي، 2022).

ثانياً: مفهوم جودة الخدمات المصرفية: هي العملية التي يتم من خلالها تبني المؤسسة لمبادئها وأبعادها، باعتبارها جزءاً من الأهداف الاستراتيجية، وأن تطبيق هذه المبادئ والأبعاد في كل المجالات والأنشطة والعمليات، بالإضافة إلى الالتزام بالتحسين المستمر، ومحاولة إرضاء حاجات الزبائن عن طريق أداء الاعمال بطرق صحيحة، يساهم بشكل فعال في تحقيق النجاح للمؤسسة (سلطان، 2023).

ويرى مأمون وآخرون (2020) أن جودة الخدمة هي جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة أي التي يتوقعها العملاء أو يدركونها في الواقع الفعلي، وهي المحدد الرئيسي لرضا العميل أو عدم رضاه حيث يعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسية التي تريد تعزيز مستوى الجودة في خدماتها.

ثالثاً: الخدمات المصرفية : تعد الخدمة المصرفية نشاطاً معنوياً ينبع ويستهلك في نفس الوقت ويستلزم التفاعل المباشر مع الزبون متلقي الخدمة، وبذلك فهي تختلف في الخصائص عن المنتجات مع السلع، عموماً هذه الخصائص التي تختلف عن تلك التي في حظ إنها تأخذ أشكال وأسعاً خدمات بصفة عامة وبعناصرها المعروفة. وتمتاز الخدمات المصرفية بمميزات وخصائص تساهمن في زيادة قدرتها التنافسية وحصتها السوقية وكذلك في كفاءة أعمال المصارف (أبو تايه، 2022).

رابعاً: الخدمات المصرفية الالكترونية: الخدمات المصرفية الالكترونية هي إجراء العمليات المصرفية بطرق مبتكرة من خلال شبكات الاتصال الالكترونية سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أم الجديدة، وتقتصر صلاحية الدخول إلى الخدمة المصرفية الالكترونية على المشاركين فيها فقط وفقاً لشروط الإثبات التي يحددها المصرف، فقط وفقاً وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطراً إلى القدوم للمصرف، (العدوان، 2015).

خامساً: جودة الخدمات المصرفية الالكترونية: جودة الخدمات المصرفية الالكترونية هي ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المصرفية المقدمة إليهم باستخدام الوسائل التكنولوجية

ال الحديثة مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصلون عليها نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فإن الخدمة الجيدة من وجهة نظر الزبائن هي التي تتفق أو تتطابق مع توقعاتهم (اسعاعي، 2010).

سادساً: أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية: ان توفير الخدمات المصرفية في شكل إلكتروني مهم جداً ومفيد للمصرف وللعملاء على حد سواء، ويمكن تلخيص أهمية الخدمات المصرفية حسب ما يراها (الحاج، 2012) في الآتي:

1. تقديم خدمات مصرفية كاملة وحديثة ومتطورة مع الوصول إلى قاعدة أوسع من الزبائن أو العملاء. وتخفيض النفقات التي يتحملها المصرف لإجراء المعاملات.
2. زيادة ارتباط الزبائن بالمصرف.
3. الصمود بوجه المؤسسات المصرفية الأخرى المنافسة.

مؤشرات تقييم جودة الخدمات المصرفية:

أولاً : الاستجابة: وهي السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة والاستجابة الفورية لاحتياجات الزبائن والرد الفوري على الاستفسارات والشكوى .

ثانياً : الاعتمادية: وهي الوفاء بتقديم الخدمة المصرفية في المواعيد المحددة بشكل صحيح مع تقديم معلومات دقيقة وصحيحة دون خطأ.

ثالثاً : الأمان: وهي الشعور بالأمان في التعامل مع مقدم الخدمة والثقة ب يقدمي الخدمات

رابعاً: التعاطف: تحلي مقدمي الخدمات بالأدب وحسن الخلق وفهم و معرفة احتياجات الزبائن ووضع مصلحة الزبون في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا مع اللطف والاحترام في التعامل مع الزبائن عند تقديم الخدمات .

خامساً : الملموسيّة: وهي المظهر الخارجي للمؤسسة المصرفية والتصميم الداخلي للمصرف وحداثة الأجهزة والمعدات المستخدمة في أداء الخدمة مع حسن المظهر اللائق لمقدمي الخدمات المصرفية

الجزء العملي

اعتمد الباحث على المنهج الميداني الذي جمع بين الأسلوب الوصفي والتحليلي للبيانات الأولية التي تم جمعها ميدانياً ، حيث يتكون مجتمع الدراسة من جميع عملاء مصرف الصحارى بالزاوية، حيث وزعت 100 استمارة الاستبيان بطريقة عشوائية الكترونية، استرجعت منها 90 استمارة، واستبعدت منها 10 استمارات غير صالحة، ليصبح حجم العينة 80 استمارة صالحة للاستعمال، حيث اعتمدنا على مقياس

ألفا كرونباخ لاختبار ثبات أداة القياس حيث استخدمت مجموعة من الأسئلة لمحاور الإدارة الالكترونية باعتبارها متغير مستقل، وأسئلة خاصة بأبعاد جودة الخدمة المصرفية وهي متغيرات تابعة. وباستخدام مقاييس لкар特 الخماسي لقياس متغيرات الدراسة (موافق بشدة، 5) (موافق، 4) (محايد، 3) (غير موافق، 2) (غير موافق بشدة، 1) والجدول (1) يوضح نتائج ثبات الاستبيان

الجدول (1): استمرارات الاستبيان الموزعة على مفردات عينة الدراسة.

البيان	استبيانات موزعة	استبيانات مستلمة	استبيانات مستبعدة	استبيانات صالحة للتحليل
العدد	100	90	10	80
النسبة	%100	%90	%10	%80

الأساليب المستخدمة في التحليل الإحصائي

تم استخدام مجموعة من أدوات الاحصاء الوصفي لغرض اختبار فرضيات الدراسة منها:

- النسبة المئوية والوسط الحسابي لمعرف تركيز إجابات عينة الدراسة لمجموعة الفقرات التي تمثل متغيرات الدراسة الأصلية والفرعية .
- معامل ارتباط سبيرمان (SPEARMAN) لمعرفة وجود علاقة ارتباط بين متغيرين.
- تحليل الانحدار المتعدد لمعرفة تأثير المتغير المستقل في المتغير الثابت بطريقة قاعدة (F,T) المحسوبة المستخرجة من (SPSS) حيث يتم قبول الفرضية إذا كانت أكبر من قيمتها الجدولية ، وذلك عند مستوى (chronbach Alpha) أقل أو يساوي (0.05). والجدول رقم (2) يبين نتائج اختبار صدق وثبات الاستبيان (:

الجدول (2): استمرارات الاستبيان الموزعة على مفردات عينة الدراسة.

محاور الاستبيان	معامل الثبات الفا	معامل الصدق
الادارة الالكترونية	0.824	0.907
جودة الخدمات المصرفية	0.761	0.872
المعامل الكلي	0.863	0.928

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

تم التأكد من صدق الاستبيان بعد عرضه على مجموعة من الأساتذة المتخصصين لغرض تقييمه وإجراء التعديلات المطلوبة، كما تم حساب معامل الصدق (جزر معامل الثبات)، ويلاحظ من خلال الجدول أن

معاملات الصدق والثبات لمحاور الدراسة ذات نسب عالية تزيد عن الحد الأدنى المتعارف عليه إحصائيا والمقدر ب 6.0 أي تجاوز نسبة 60 ، وهذا يدل على مؤشر جيد لثبات أداة القياس.

اختبار الفرضيات

- **الفرضية الرئيسية:** " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإدارة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية في مصرف الصخاري ".

إذا: كانت فرضية التأثير الرئيسية يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للإدارة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية يكون التحري عنها وفق معادلة الانحدار الخطى البسيط من خلال المعادلة التالية $Y=a+\beta(X)$:

الجدول (3): معامل الارتباط بيرسون بين الإدارة الالكترونية وجودة الخدمات المصرفية.

المعنوية SIG	F	B	الخطاء	R^2	معامل التحديد R^2	معامل الارتباط R	الادارة الالكترونية
0.000	1965	2,13	المعياري 0.229	المصحح 0.376 0.529	0,396	0.629	وجودة الخدمات المصرفية

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النتائج المتحصل عليها تدل على أن معامل الارتباط بيرسون بين الإدارة الالكترونية وجودة الخدمات المصرفية بلغ 0.629 مما يدل على وجود علاقة طردية أي ارتباط متوسط موجب بينهما وان هناك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الالكترونية وجودة الخدمات المصرفية ، حيث بلغ 0.529،0 بنسبة 29.52% وهي تمثل قيمة β ، وقد بلغت قيمة معامل التحديد 0.376.0 بمعنى أن ما قيمته 0.376.0 من التغيرات في جودة الخدمة ناتج عن التغير في الإدارة الالكترونية، وهذا ما تؤكد له قيمة 0.65 F19 وهي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05.0 ، وهو أقل من مستوى الدلالة المحسوب 0.000.0 . وعليه يمكن اعتبار ان الإدارة الالكترونية تؤثر بشكل مباشرة في جودة الخدمات المصرفية في البنوك ويمكن التعبير على النموذج وفق معادلة خط الانحدار التالية: $Y = 13.2 + 13.2X$ فإن التغير في X بدرجة واحدة حدث تغير في Y بنسبة 53% بمعنى كلما زادت الإدارة الالكترونية بقيمة واحدة يؤدي إلى زيادة في جودة الخدمة المصرفية بقيمة 13.0. حيث : Y يمثل المتغير التابع وجودة الخدمة المصرفية: X يمثل المتغير المستقل وهو الإدارة الالكترونية.

- اختبار الفرضية الفرعية الأولى: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الالكترونية وبعد الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في مصرف الصهارى"

الجدول (4): معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية و بعد الاستجابة.

المعنوية SIG	F	B	الخطاء المعياري	R ² المصحح	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	الادارة الالكترونية
0.000	19651	2,13	0.229	0.376 0.529	0,396	0.629	بعد الاستجابة

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النتائج المتحصل عليها تدل على أن معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية وبعد الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية بلغ 0.629 مما يدل على وجود علاقة طردية أي ارتباط متوسط موجب بينهما وان هناك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الالكترونية وجودة الخدمات المصرفية في مصرف الصهارى حيث بلغ 0.529 بنسبة 29.52% وهي تمثل قيمة β وقد بلغت قيمة معامل التحديد 0.376 بمعنى أن ما قيمته 0.376 من التغيرات في جودة الخدمة ناتج عن التغير في عنصر الاستجابة ، وهذا ما تؤكد قيمة F19 651. وهي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 05.0 ، وهو أقل من مستوى الدلالة المحسوب 000.0 . وعليه يمكن اعتبار ان الاستجابة تؤثر بشكل مباشرة في جودة الخدمات المصرفية في التغير في X بدرجة واحدة حدث تغير في Y بمعنى كلما زادت الاستجابة بقيمة واحدة يؤدي إلى زيادة في جودة الخدمة المصرفية.

- اختبار الفرضية الفرعية الثانية : "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الادارة الالكترونية وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في مصرف الصهارى"

الجدول (5): معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية و بعد الاعتمادية.

المعنوية SIG	F	B	الخطاء المعياري	R ² المصحح	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	الادارة الالكترونية
0.000	19656	2,15	0.224	0.367 0.537	0,398 0.399	0.637	بعد الاعتمادية

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النتائج المتحصل عليها تدل على أن معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية بلغ 0.637 مما يدل على وجود علاقة طردية أي ارتباط متوسط موجب بينهما وان هناك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين الاعتمادية وجودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحاري حيث بلغ 0.537 بنسبة 29.52% وهي تمثل قيمة β ، وقد بلغت قيمة معامل التحديد 0.399 بمعنى أن ما قيمته 376.0 من التغيرات في جودة الخدمة ناتج عن التغير في بعد الاعتمادية وهذا ما تؤكد له قيمة 651 F19. وهي دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 05.0 ، وهو أقل من مستوى الدلالة المحسوب 000.0 . وعليه يمكن اعتبار ان الاعتمادية تؤثر بشكل مباشرة في جودة الخدمات المصرفية في التغير في X بدرجة واحدة حدث تغير في Y بمعنى كلما زادت الاستجابة بقيمة واحدة يؤدي إلى زيادة في جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية.

- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة : "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الادارة الالكترونية وبعد الامان كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في مصرف الصحاري".

الجدول (6): معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية وبعد الامان.

المعنى SIG	F	B	الخطاء المعياري	R ² المصحح	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	الادارة الالكترونية
0.000	619656	2,17	0.226	0.368 0.537	0.398 0.399	0.640	بعد الامان

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النتائج المتحصل عليها تدل على أن معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية وبعد الامان كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية بلغ 0.640 مما يدل على وجود علاقة طردية أي ارتباط متوسط موجب بينهما وان هناك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين الامان وجودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحاري حيث بلغ 0.537 بنسبة 29.52% وهي تمثل قيمة β ، وقد بلغت قيمة معامل التحديد 0.399 بمعنى أن ما قيمته 368 من التغيرات في جودة الخدمة ناتج عن التغير في بعد الامان وهذا ما تؤكد له قيمة 656 F19. وهي دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 05.0 ، وهو أقل من مستوى الدلالة المحسوب 000.0 . وعليه يمكن اعتبار ان الامان يؤثر بشكل مباشر في جودة الخدمات المصرفية في التغير في X بدرجة واحدة حدث تغير في Y بمعنى كلما زادت الامان بقيمة واحدة يؤدي إلى زيادة في جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية.

- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة : "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الادارة الالكترونية وبعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في مصرف الصحاري".

الجدول (7): معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية وبعد التعاطف.

المعنوية SIG	F	B	الخطاء المعياري	R ² المصحح	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	الادارة الالكترونية
0.000	196569	2,19	0.228	0.367 0.538	0.390 0.397	0.648	بعد التعاطف

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النتائج المتحصل عليها تدل على أن معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية وبعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية بلغ 0.648 مما يدل على وجود علاقة طردية أي ارتباط متوسط موجب بينهما وان هناك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين التعاطف وجودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحارى حيث بلغ 0.538 بنسبة 29.52% وهي تمثل قيمة β ، وقد بلغت قيمة معامل التحديد 0.390 بمعنى أن ما قيمته 0.397 من التغيرات في جودة الخدمة ناتج عن التغير في بعد الامان وهذا ما تؤكد له قيمة 0.390. وهي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 05.0 ، وهو أقل من مستوى الدلالة المحسوب 000.0 . وعليه يمكن اعتبار ان الملحوظية تؤثر بشكل مباشرة في جودة الخدمات المصرفية في التغير في X بدرجة واحدة حدث تغير في Y بمعنى كلما زادت بقيمة واحدة يؤدي إلى زيادة في جودة الخدمة المصرفية الالكترونية.

- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة : "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الادارة الالكترونية وبعد الملحوظية كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في مصرف الصحارى".

الجدول (8): معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية. وبعد الملحوظية.

المعنوية SIG	F	B	الخطاء المعياري	R ² المصحح	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	الادارة الالكترونية
0.000	196568	2,19	0.228	0.367 0.537	0.390 0.396	0.646	بعد الملحوظية

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النتائج المتحصل عليها تدل على أن معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية وبعد الملحوظية كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية بلغ 0.646 مما يدل على وجود علاقة طردية أي ارتباط متوسط موجب بينهما وان هناك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين الملحوظية

وجودة الخدمات المصرفية في مصرف الصخارى حيث بلغ 0.537 بنسبة 29.52% وهي تمثل قيمة β ، وقد بلغت قيمة معامل التحديد 0.390 بمعنى أن ما قيمته 0.396 من التغيرات في جودة الخدمة ناتج عن التغير في بعد الامان وهذا ما تؤكد له قيمة 6568 F19. وهي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 05.0 ، وهو أقل من مستوى الدالة المحسوب 000.0 . وعليه يمكن اعتبار ان الملموسيه تؤثر بشكل مباشرة في جودة الخدمات المصرفية في التغير في X بدرجة واحدة حدث تغير في Y بمعنى كلما زادت الملموسيه بقيمة واحدة يؤدي إلى زيادة في جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية.

النتائج والتوصيات

أولاً/ النتائج

تسعى المصارف الليبية بكافة أنواعها إلى استغلال الإدارة الإلكترونية بشكل كبير عن طريق تطوير نظامها بشكل عام ونخص بهذا قطاع الخدمات المصرفية وتعزيز مركز التناصي ورفع حصتها في السوق المالية من خلال تقييم واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية وأهميتها بالنسبة للمؤسسات المالية الليبية وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ذكر منها

1. توجد علاقة ذات دالة احصائية بين الإدارة الإلكترونية وتحسين جودة الخدمات المصرفية.
2. ان دقة وصحة الخدمات المصرفية وتحسين جودتها وتخفيض تكاليفها يكون باستخدام التكنولوجيا المعلومات على المدى القصير والبعيد.
3. انتشار الثقافة المصرفية و زيادة التعاملات من خلال توظيف الإدارة الإلكترونية المصرفية في المؤسسات المصرفية الليبية، أدى إلى تحسين مستوى الخدمات التي تقدمها للعملاء.

ثانياً/ التوصيات

من خلال ما سبق يمكن ذكر بعض التوصيات في شكل النقاط التالية:

- 1.الاستمرارية في التحسن كمبدأ في كافة المجالات ذات العلاقة بجودة الخدمات .
2. الاهتمام بأبعاد جودة الخدمات المصرفية لما لها من تأثير كبير على توجه المصرف وتحديد مستقبل الخدمة المصرفية.

3. تجهيز الوسط المصرفي بوسائل تكنولوجية متقدمة توفر الكفاءات التقنية القادرة على كشف وملحظة الاختراقات تكوين الكوادر المصرفية المتخصصة للعمل على تطوير وتحديث الأدوات التي تستطيع أن تتفادى من خلالها البنوك.

المصادر

أولاً: المصادر العربية

1. علاء عبد الرزاق السالمي - الإدارة الإلكترونية، دار النشر وائل للنشر والتوزيع **2000 م** 2. عقيلي، عمر وصفي، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة ، 2001 ، ط 1 ،دار وائل للطباعة والنشر ، عمان، الأردن.
2. طارق عبد الرؤوف عامر ،الإدارة الإلكترونية (نماذج معاصرة) ، دار السحاب للنشر والتوزيع - ط 2 ، **2007 م**.
3. أحمد محمد غنيم - الإدارة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق - المكتبة المصرية **2009 م**.
4. أحمد طرطار، سارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، الملتقى الدولي ادارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري، قسنطينة، **2010 م**
5. مروة مويسى حميد بوشقيقة الإدارة الإلكترونية وأثرها في تحسين جودة الخدمات المصرفية - دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي" BEA ، 2011
6. ميلة ذهبية، الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية، دراسة حالة بلدية خنشلة، ماستر العلوم السياسية تخصص إدارة الجماعات المحلية، 2015-م .
7. فداء حامد، الإدارة الإلكترونية الاسس النظرية والتطبيقية، ط الاولى ، 2015 ،دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع .
8. احمد عزة ابراهيم اثر تطبيق وظائف الإدارة الإلكترونية في تعزيز فاعلية البنوك " المنظمة العربية للتنمية الإدارية مصر ، 2017 ،ص.
- 9 . سمير عماري، "دور الادارة الالكترونية في تطوير اداء مؤسسات التعليم العالي،" أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف -الجزائر ، 2018 م

10. مغربي شهرزاد، حاكمي، الإدراة الالكترونية ودورها في تحبيب الخدمة العمومية، جامعة سعيدة، كلية الحقوق والعلوم الإنسانية، قسم الحقوق، مذكرة نيل شهادة ماستر في الحقوق تخصص قانون إداري، الجزائر. 2019م.

11. إكرام عطية، دور الإدراة الإلكترونية في الظروف الاستثنائية (كوفيد19) مذكرة ماستر في الحقوق تخصص قانون إداري . 2020م.

ثانيا / المجالات العلمية

13. طارق قندوز ، "فعالية الابتكار التسويقي في تجويد الخدمة المصرفية" دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وكالة المسيلة - مجلة الابتكار والتسويق، العدد الثاني، جامعة بلعباس، الجزائر.

ثالثا / الكتب الأجنبية

1 Deprimio, S, Quality assurance in service organization, London, Chilton book co, 1997, P35.

2.Evans , James R.(1993),"Applied production and operation management "West publishing Co.,p,45 10>75