



The Impact of Electronic Management on the Quality of Banking Services

Dr. ALbaghdadi kaleil Mohamed ALashkham

Department of Management, Faculty of Economics, University of Zawia

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 الأشخم

قسم الإدارة، كلية الاقتصاد، جامعة الزاوية

Email: albghdadykylie12@gmail.com

تاريخ النشر: 2025/06/30

تاريخ القبول: 2025/05/26م

تاريخ الاستلام: 2025/03/15م

الملخص

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 الصحارى 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 المتبعة لتقديم الخدمات المصرفية، وخبرة العاملين ومدى معرفتهم بإجراءات تنفيذ هذه الخدمات، وكذلك الوسائل المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات المصرفية – الإدارة الإلكترونية.

مقدمة:

في عالم القرن الحادي والعشرين سريع الخطى والمدفوع بالتكنولوجيا، تواجه الشركات مشهداً 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.

إن الإدارة الإلكترونية 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 بالتوفير 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 الرامية لعملية التحول الإداري، ولكن حتى تتوفر كل المتطلبات اللازمة إلا أنه لكل عملية صعوبات تعيق سيرها.

إن نظام الإدارة الإلكترونية 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 الإدارة الإلكترونية، مثل الجداول الزمنية عبر الإنترنت وحساب المصاريف، كما يمكن استخدام هذه للمساعدة في تقليل التكاليف للمنظمة.

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

أولاً: مشكلة الدراسة

تعد جودة الخدمات المصرفية سلاحًا تنافسيًا يساعد على تمييز خدمات المصارف عن بعضها البعض. حيث تقوم المصارف التجارية بتقديم خدمات متنوعة لزبائنهم ويختلف تقديم هذه الخدمات من مصرف لآخر ويكون هذا الاختلاف في أساليب وإجراءات تقديم هذه الخدمات، وفي الوسائل والأجهزة المستخدمة في تقديمها، وأيضًا 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 الثنائية القائمة بين المصارف وزبائنهم غالبا 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. وبناعلي ما تقدم يمكن بناء إشكالية الدراسة انطلاقاً من طرح وصياغة السؤال الرئيس التالي:

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

لمعرفة ذلك تم صياغة تساؤلات الدراسة الفرعية على النحو التالي:

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

ثانياً: 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 رضاهم من خلال معرفة تأثير الإدارة الإلكترونية على كل بُعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية (الملموسية، 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.

ثالثاً: أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. تسليط 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 السلبية للإدارة الإلكترونية. لتعزيز جودة الخدمة لدى الموظفين بالمصرف.

رابعاً / 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:

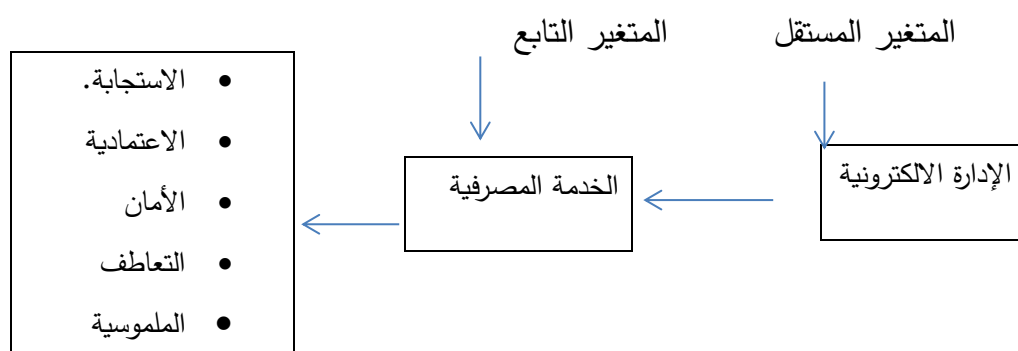
- الفرضية الفرعية الأولى: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الإلكترونية وبُعد الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحارى".
- الفرضية الفرعية الثانية: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الإلكترونية وبُعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحارى".

- الفرضية الفرعية الثالثة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الإلكترونية وبعد الأمان كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحارى".
- الفرضية الفرعية الرابعة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الإلكترونية وبعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحارى".
- الفرضية الفرعية الخامسة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الإلكترونية وبعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحارى".

خامسا/ متغيرات الدراسة

بناء على مشكلة الدراسة تم تصميم نموذج يوضح الإدارة الإلكترونية (المتغير المستقل) وجودة الخدمة المصرفية (المتغير التابع) ويتكون من خمس متغيرات فرعية، هي (الاستجابة - الاعتمادية - الأمان - التعاطف - الملموسية).

الشكل (1) يوضح نموذج متغيرات الدراسة.



الشكل رقم (1) متغيرات الدراسة.

سادسا /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 اشتملت 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 تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج إحصائي SPSS وتم استخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة.

سابعا / الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لغرض تحليل البيانات التي تم تجميعها من خلال أداة الدراسة، تم الاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS. Statistical Package for the Social. Sciences) 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 كرونباخ (Cram Bach Alpha) لمعرفة ثبات محاور وأبعاد وأجزاء الاستبيان، وكذا الثبات الكلي للاستبيان.
5. اختبار (test T) في حالة عينة واحدة لمعرفة إذا كان متوسط الإجابة مساوي أو يفوق أو يقل عن الدرجة المتوسطة) وهي (3).
6. معامل ارتباط بيرسون (Coefficient Correlation Pearson) الاختبار العالقة بين متغيرات الدراسة.
7. الانحدار الخطي البسيط: لاختبار تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.
- اختبار (test T) لعينتين مستقلتين لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من اختبار test لتحديد العالقة التأثيرية بين متغيرات الدراسة والتأكد من معنوية النموذج.
8. تحليل التباين الأحادي ذو الاتجاه الواحد (ANOVA of Analysis Way One) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة 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 إحصائياً 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 المتدرج الذي يتكون من خمسة مستويات على النحو التالي: أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة.

ثامناً/ حدود الدراسة

- الحدود الزمنية: من 03-9-2023 إلى 30/9/2024م.
- الحدود المكانية: مصرف الصحارى وفروعه بالمنطقة الغربية الزاوية.
- الحدود البشرية: وشملت عينة عشوائية من العاملين في إدارات وفروع مصرف الصحارى.
- الحدود الموضوعية: تمثلت في أثر الإدارة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية.

تاسعاً / 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 ومتكاملة لتطبيق مفهوم الإدارة الإلكترونية وإخراجه إلى حيز الواقع (العمرى، 2003).
2. جودة الخدمات المصرفية: "ويقصد بها مدى قدرة الخدمات أو المنتجات التي تقدمها المصارف لعملائها في تلبية حاجات الزبون واشباع رغباته 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 إسلى 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 بالمواعيد المحددة للمستفيدين (الزبائن) فضلاً عن تقديم الخدمات المصرفية للمستفيدين حسب المواعيد المحددة.

7. الأمان: هو العهد، ويقصد به معلومات القائمين على تقديم الخدمة وكياستهم، وقدراتهم على استلهم 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 بالإبعاد الأخرى (البكري، 2005).

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

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية

1. دراسة أبوخريص، 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 التسويقي الإلكتروني إلى ممارسة في هذه المصارف وما يحققه من مزايا له ولزبائنها والكشف عن أهم المشكلات التي تواجهها من جهة وإيجاد الحلول المناسبة لها من جهة أخرى، وذلك سعياً لتحقيق أعلى درجة من الأمان وتوفير قاعدة للمعلومات وإيجاد أسلوب للبحث، والتطوير مع بناء إستراتيجية فعالة.

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

3. دراسة الرياضي (2016) بعنوان "أبعاد جودة الخدمة المصرفية في رضا العملاء" هدفت الدراسة التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية والممثلة بالملموسية 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 وعدّ متغير الاستجابة هو الأكثر تأثيراً في تحقيق الرضا بالمقابل أظهرت النتائج أن متغير الملموسية 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 مدي تأثير أبعاد جودة الخدمات المصرفية في (الملموسية، الموثوقية، 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 (الملموسية، الموثوقية، الاستجابة، الضمان والتعاطف (في رضا العملاء).

5. دراسة فتيحة 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 نظرا 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، والملموسية، والأمان)، وخلصت الدراسة إلى أن مقياس الاستجابة كان هو الأكثر تأثيرا على رضا الزبائن تلاها الاعتمادية، والتعاطف والأمان والملموسية، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ايجابية بين رضا الزبائن وجودة الخدمة المدركة من خلال أبعاد جودة الخدمة الخمسة سالفة الذكر.

2. دراسة (2020 Rahaman et al) 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 والتأكيد 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 المصرفي تبحث هذه الدراسة في النتائج أنه باستثناء كفاءة الموظف، فإن جميع المتغيرات الأخرى مثل الموثوقية والتأكيد والأشياء الملموسة والاستجابة والتعاطف والوصول إلى الخدمة لها تأثير إيجابي على رضا العملاء.

الإطار النظري للدراسة

أولاً: مفهوم الإدارة الإلكترونية

إنّ "الإدارة الإلكترونية" هي "استراتيجية إدارية لعصر المعلومات، تعمل على تحقيق خدمات أفضل للمواطنين والمؤسسات ولزبائنها (الإدارة الخاصة منهم) مع استغلال أمثل لمصادر المعلومات المتاحة من خلال توظيف الموارد المادية والبشرية والمعنوية المتاحة في إطار الكتروني حديث من أجل استغلال أمثل للوقت والمال والجهد وتحقيقاً للمطالب المستهدفة وبالجودة المطلوبة مع دعم لمفهوم (أدخل على الخط ولا تدخل في الخط).

وعموماً فإن 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 كلا 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 والشركات والمؤسسات وتقليل كلفة الإجراءات الإدارية وما يتعلق بها من عمليات.

4. استيعاب عدد أكبر من العملاء في وقت واحد إذ أنّ قدرة الإدارة التقليدية بالنسبة إلى تخليص معاملات العملاء تبقى محدودة وتضطرهم في كثير من الأحيان إلى الانتظار في صفوف طويلة والقضاء على البيروقراطية وتسهيل تقسيم العمل والتخصص.
5. إلغاء عامل العلاقة المباشرة بين طرفي المعاملة أو التخفيف منه إلى أقصى حد ممكن مما يؤدي إلى الحد من تأثير العلاقات الشخصية والنفوذ في إنهاء المعاملات المتعلقة بأحد العملاء.
6. إلغاء نظام الأرشفة الورقي واستبداله بنظام أرشفة إلكتروني مع ما يحمله من ليونة في التعامل مع الوثائق والمقدرة على تصحيح الأخطاء الحاصلة بسرعة ونشر الوثائق لأكثر من جهة في أقل وقت ممكن والاستفادة منها في أي وقت كان.
7. إلغاء عامل المكان، إذ أنّها تطمح إلى تحقيق تعيينات الموظفين والتخاطب معهم وإرسال الأوامر والتعليمات والإشراف على الأداء وإقامة الندوات والمؤتمرات 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 وعرفتها مؤسسة أو دي أي الأمريكية المتخصصة بأنها إتمام الأعمال الصحيحة في الأوقات الصحيحة ومن هنا تأتي الإدارة الالكترونية لتؤكد على أهمية تلبية احتياجات العمل في الوقت والزمن الذي يكون فيه العميل محتاجا إلى الخدمة في أسرع وقت ممكن.

ثالثا: أهمية الادارة الالكترونية

1. تقوم على تسهيل الأعمال والمعاملات المقدمة، مما يتيح التواصل بين المؤسسات والمواطنين.
2. يمكن أن يؤدي الانتقال إلى الادارة الإلكترونية إلى تحسين أداء الخدمات الحكومية بجودة أعلى في وقت أقل.
3. تتطلب عددًا قليلاً من القوى العاملة دون الالتزام بموقع جغرافي محدد، وهو ما يعكس بدوره التكلفة ويؤدي 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 الإدارة الإلكترونية

1. لا يزال مصطلح الإدارة الإلكترونية جديد، مما يلقي رفضاً لدى البعض، واستهتاراً لدى آخرين، الأمر الذي يعطل عجلة العمل.
2. مشكلة ضعف الإنترنت 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 الإلكتروني بشكل مفاجئ دون تمهيد تدريجي سيعود بإحداث خلل أو شلل لحركة المؤسسة.
4. تعزيز التبعية للدول الأجنبية، حيث إن الدول الغربية هي المتحكمة في تكنولوجيا الإنترنت مما قد يضاعف خطر وضع إصبع تحت ضرر بعض الدول المعادية.
5. الأرشيف الإلكتروني للإدارة الإلكترونية قد يتعرض للاختراق في أي لحظة مما يعد خطراً على الشركة، وعلى مصالحها.

خامساً: متطلبات الإدارة الإلكترونية

لا شك أن الإدارة الإلكترونية عالية التكلفة لكن بالطبع في بداية إنشاء المنظومة الإلكترونية وأيضاً يكون ذلك متوقفاً على حجم النشاط الذي تعمل عليه هذه الإدارة ويمكن أن نذكر أهم متطلبات الإدارة الإلكترونية منها ما يلي:

1. تحتاج الإدارة الإلكترونية إلى بنية تحتية قوية تشمل أجهزة الحواسيب وكذلك وحدات التخزين القوية : والتي سيتم استخدامها في إدارة المنظومة المطلوب إدارتها إلكترونياً.
2. تحتاج أي منظومة إلكترونية إلى شبكة اتصال قوية بحيث يمكن استخدامها في أي وقت للوصول إلى أي شيء في أي مكان يخص تلك الإدارة كما يشترط فيها السرعة تماماً مثل الثبات حيث أنه يكون ذلك بنسبة وتناسب حسب النشاط الذي تم أثناء عمل تلك المنظومة من أجل كم الأشخاص المتعاملين معه سواء كانوا عملاء أو مواطنين أو موظفين أو مسؤولين إدارة.
3. يتم برمجة التطبيقات الخاصة بنظام التشغيل حيث تختلف التطبيقات التي ستستخدم في المصرف عن التي سيتم استخدامها في المؤسسات الحكومية ولذلك وضحنا أن 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 أعطال او عقبات تتسبب في خسارة الوقت والمجهود 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 جزء مهم 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 ينتج 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 أشكالاً وأسعاراً الخدمات بصفة عامة وبغناصرها المعروفة . وتمتاز الخدمات المصرفية بميزات وخصائص تساهم في زيادة قدرتها التنافسية وحصتها السوقية وكذلك في كفاءة أعمال المصارف (ابو تايه، 2022).

رابعاً: الخدمات المصرفية الالكترونية: الخدمات المصرفية الإلكترونية هي إجراء العمليات المصرفية بطرق مبتكرة من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أم الجديدة، وتقتصر صلاحية الدخول إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية 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 الإلكترونية: جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية هي ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المصرفية المقدمة إليهم باستخدام الوسائل التكنولوجية 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 (اسماعيل، 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 وحديثه 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 لحاجات الزبائن والرد الفوري على الاستفسارات والشكاوى.

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 بمقدمي الخدمات

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

خامساً: الملموسية: 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 مقياس لكارتر 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)

استمارات الاستبانة الموزعة على مفردات عينة الدراسة.

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

الأساليب المستخدمة في التحليل الإحصائي

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

1. النسبة المئوية والوسط الحسابي لمعرفة تركيز إجابات عينة الدراسة لمجموعة الفقرات التي تمثل متغيرات الدراسة الأصلية والفرعية.

2. معامل ارتباط سبيرمان (SPEARMAN) لمعرفة وجود علاقة ارتباط بين متغيرين.

3. 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 أقل أو يساوي (0.05). والجدول رقم (2) يبين نتائج اختبار صدق وثبات الاستبيان (chronbach)

(Alpha) :

الجدول (1)

استمارات الاستبانة الموزعة على مفردات عينة الدراسة

محاور الاستبيان	معامل الثبات الفا	معامل الصدق
الإدارة الالكترونية	0.824	0.907

0.872	0.761	جودة الخدمات المصرفية
0.928	0.863	المعامل الكلي

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 (جذر معامل الثبات)، ويلاحظ من خلال الجدول أن معاملات الصدق والثبات لمحاور الدراسة ذات نسب عالية تزيد عن الحد الأدنى المتعارف عليه إحصائياً 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 الصحارى ".

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

$$\beta(x)$$

الجدول (2)

معامل الارتباط بيرسون بين الإدارة الالكترونية وجودة الخدمات المصرفية

المعنوية SIG	F	B	الخطأ	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 629,0 مما يدل على وجود علاقة طردية أي ارتباط متوسط موجب بينهما وإن هناك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الالكترونية وجودة الخدمات المصرفية، حيث بلغ 529,0 بنسبة 29.52 % وهي تمثل قيمة β ، وقد بلغت قيمة معامل التحديد 376.0 بمعنى أن ما قيمته 376.0 من التغيرات في جودة الخدمة ناتج عن التغير في الإدارة الالكترونية، وهذا ما تؤكدته قيمة F19 65 وهي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 05.0، وهو أقل من مستوى الدلالة المحسوب 000.0، وعليه يمكن اعتبار أن الإدارة الالكترونية تؤثر بشكل مباشرة في جودة الخدمات

المصرفية في البنوك ويمكن التعبير على النموذج وفق معادلة خط الانحدار التالية: $X.0 + 13.2 = 53$ 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 53.0 حيث: Y يمثل المتغير التابع جودة 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 الصحارى"

الجدول (3)

معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية وبعد الاستجابة.

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

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 الصحارى 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 تؤكدته قيمة $F19\ 651$. وهي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05 ، وهو أقل من مستوى الدلالة المحسوب 0.000 . 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 الصحارى"

الجدول (4)

معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية وبعد الاعتمادية.

الادارة الالكترونية	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	R ² المصحح	الخطأ المعياري	B	F	المعنوية SIG
بعد الاعتمادية	0.637	0.398 0.399	0.367 0.537	0.224	2,15	19656	0.000

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 الصحارى 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 قيمة 651 F19. وهي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 05.0، وهو أقل من مستوى الدلالة المحسوب 0.000.0. 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 الأمان كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في مصرف الصحارى".

الجدول (5)

معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية وبعد الأمان.

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

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النتائج المتحصل عليها تدل على أن معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية وبعد الأمان 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 الأمان وجودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحارى حيث بلغ 0.537 بنسبة 29.52 % وهي تمثل قيمة

β ، وقد بلغت قيمة معامل التحديد 0.399 بمعنى أن ما قيمته 0.368 من التغيرات في جودة الخدمة ناتج عن التغير في بعد الأمان وهذا ما تؤكد قيمة F19 656. وهي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05، وهو أقل من مستوى الدلالة المحسوب 0.000. وعليه يمكن اعتبار أن الأمان يؤثر بشكل مباشر في جودة الخدمات المصرفية في التغير في X بدرجة واحدة حدث تغير في Y بمعنى كلما زادت الأمان بقيمة واحدة يؤدي إلى زيادة في جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية.

- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة : "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الإلكترونية وبعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في مصرف الصحارى".

الجدول (6)

معامل الارتباط بيرسون بين الإدارة الإلكترونية وبعد التعاطف.

المعنوية SIG	F	B	الخطأ المعياري	R ² المصحح	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	الإدارة الإلكترونية
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 الإدارة الإلكترونية وبعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بلغ 0.648 مما يدل على وجود علاقة طردية أي ارتباط متوسط موجب بينهما وإن 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 الأمان وهذا ما تؤكد قيمة F19 6569. وهي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05، وهو أقل من مستوى الدلالة المحسوب 0.000. وعليه يمكن اعتبار أن الملموسية 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 الإلكترونية.

- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة : "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الإلكترونية وبعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في مصرف الصحارى".

الجدول (7)

معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية. وبعد الملموسية.

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

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النتائج المتحصل عليها تدل على أن معامل الارتباط بيرسون بين الادارة الالكترونية وبعد الملموسية 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 الملموسية وجودة الخدمات المصرفية في مصرف الصحارى 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 قيمة F19 6568. وهي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.05، وهو أقل من مستوى الدلالة المحسوب 0.000.0. وعليه يمكن اعتبار ان الملموسية تؤثر بشكل مباشرة في جودة الخدمات المصرفية في التغير في X بدرجة واحدة حدث تغير في Y بمعنى كلما زادت الملموسية 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 التنافسي ورفع حصتها في السوق المالية من خلال تقييم واقع الخدمات المصرفية الالكترونية وأهميتها بالنسبة للمؤسسات المالية الليبية وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج نذكر منها:

1. توجد علاقة ذات دلالة 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 وزيادة التعاملات من خلال توظيف الإدارة الالكترونية 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 متطورة توفير الكفاءات التقنية القادرة على كشف وملاحظة الاختراقات تكوين الكوادر المصرفية المتخصصة للعمل على تطوير وتحديث الأدوات التي تستطيع أن تنافس من خلالها البنوك.

المصادر:

أولاً: المصادر العربية

1. علاء عبد الرزاق السالمي، الإدارة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2000م.
2. عقيلي، عمر وصفي، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة ط 1، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الاردن، 2001.
2. طارق عبد الرؤوف عامر، الإدارة الإلكترونية (نماذج معاصرة)، دار السحاب للنشر والتوزيع، ط 2، 2007.
3. أحمد محمد غنيم - الإدارة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق - المكتبة المصرية 2009م.
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 بوشقيفة، الإدارة الالكترونية وأثرها في تحسين جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي" BEA ، 2011م.
6. ميله ذهبية، الإدارة الالكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية، دراسة حالة بلدية خنشلة، ماستر العلوم السياسية تخصص إدارة الجماعات المحلية، 2015م.
7. فداء حامد، الإدارة الإلكترونية الاسس النظرية والتطبيقية، ط الاولى، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، 2015.

8. احمد عزة ابراهيم أثر 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، الإدارة الالكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية، جامعة سعيدة، كلية الحقوق والعلوم الانسانية، قسم الحقوق، مذكرة نيل شهادة ماستر في الحقوق تخصص قانون إداري، الجزائر. 2019م.

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

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 الاجنبية

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.