

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية - دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الليبية

د. ربيع نجم الدين الجعفري - كلية الاقتصاد العجيلات - جامعة الزاوية .

ملخص الدراسة :

يكمن الهدف الأساسي من إجراء هذه الدراسة هو معرفة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة الخدمات المصرفية، ولتحقيق هذا الهدف تمّ استخدام استمارة استبانة تحتوي على 43 سؤالاً، وُزعت على (308) موظفين بالمصارف التجارية الليبية داخل نطاق مدينة طرابلس، (مصرف الوحدة، ومصرف الصحاري، ومصرف الجمهورية، والمصرف التجاري الوطني)، وكانت الفرضية الأولى في هذه الدراسة تنصّ على عدم وجود أثرٍ إيجابيٍّ ذي دلالةٍ إحصائيةٍ ما بين فهم ووعي إدارات المصارف التجارية الليبية بمفهوم وأهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأنشطة المصرفية، وجودة الخدمات المصرفية والتي تمّ فيها، أمّا الثانية تنصّ على وجود أثرٍ إيجابيٍّ ذي دلالةٍ إحصائيةٍ ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصارف التجارية وجودة الخدمات المصرفية، والتي تمّ إثباتها. وتحليل البيانات تمّ الاستعانة بكل من الانحدار البسيط، التباين، معاملات الانحدار الخطي وفقاً لبرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). وقد أوصى الباحث بضرورة أن يكون هناك دعم كامل من قبل إدارات المصارف التجارية الليبية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كمدخل أساسي لتطوير العمل المصرفي. أمّا عن التوصيات المستقبلية للباحثين، فيمكن إجراء دراسات حول أثر جودة الخدمات المصرفية على الأداء المالي بالمصارف التجارية الليبية.

الكلمات الأساسية

(تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، جودة الخدمات المصرفية).

Abstract:

The main objective of this study is to investigate the role of information and communication technology in improving the quality of banking services. To achieve this goal, a questionnaire containing 43 questions was used, distributed to (308) employees of Libyan commercial banks within the city of Tripoli. The first hypothesis in this study states that there is no positive effect

with a statistical significance between the understanding and awareness of the Libyan commercial bank administrations of the concept and importance of applying information and communication technology in banking activities and the quality of banking services, which denied. The use of information and communication technology in commercial banks and the quality of banking services, which have demonstrated. For data analysis, simple regression, variance, and linear regression coefficients used, according to the Statistical Package for Social Sciences (SPSS). The researcher recommended that there should be full support from the Libyan commercial bank administrations for the use of information and communication technology as a basic entry point for the development of banking work. As for the researchers' future recommendations, studies can be conducted on the impact of the quality of banking services on the financial performance of Libyan commercial banks.

Keywords (information and communication technology, quality of banking services).

أولاً - الجانب التمهيدي للدراسة:

1.1 مقدمة الدراسة

يُعدُّ القطاع المصرفي أحد أهم دعائم الهيكل الاقتصادي بالدولة، وذلك لأهمية الدور الذي يلعبه في تجميع المدخرات وإعادة توزيعها من خلال قنوات الاستثمار المختلفة، سواء عن طريق القروض أو التسهيلات الائتمانية أو الخدمات المصرفية، والتي يُقدِّمها للاقتصاد بصفة عامة للمساهمة في خلق البيئة الملائمة للتنمية المستدامة المنشودة. فمع تزايد احتياجات ورغبات العملاء أصبح من الضروري على القطاع المصرفي تجاوز الوظائف التقليدية، وتحويل فلسفة العمل المصرفي من التركيز على أداء وتنوع الخدمات المصرفية إلى التركيز على تطوير الخدمات المصرفية المُستحدثة، وتحسين كفاءة أدائها بما يتلاءم مع التطورات التكنولوجية الحديثة عالمياً، حيث تُعدُّ جودة الخدمات المصرفية (إرضاء متطلبات وتطلعات العملاء ودراسة قدرة المصرف على تحديدها والإيفاء بها⁽¹⁾) من أساسيات العمل المصرفي، وأصبحت المصارف تركز بصفة أساسية على تحقيقها، وذلك باعتبارها الأداة التنافسية الأكثر تحقيقاً للتميز والريادة، ويرى العديد من الباحثين والمهنيين أنَّ تبنّي تكنولوجيا المعلومات (نظام استجابة ذاتية يمكن من خلاله جمع البيانات ومعالجتها وتخزينها ونقلها واسترجعها بالكفاءة والسرعة والدقة المطلوبة، بهدف استخدامها في إيجاد حلول مناسبة لكافة المهام

العلمية والعملية (2) في المصارف يحسن ويطور خدماتها المصرفية، كما أنه كان السبب الرئيسي في ظهور الصيرفة الإلكترونية.

فاستخدام تكنولوجيا المعلومات أصبح عنصرًا ملازمًا للعمل المصرفي، نظرًا لقدرته على توفير العديد من المزايا كالفاعلية والسرعة في الإنجاز وتوفير المعلومات التي من شأنها مساعدة الإدارة العليا في وضع الخطط واتخاذ القرارات وتقديم أفضل الخدمات، بما يسمح لها بتعزيز مكانتها بالسوق وتوسيع نشاطها؛ ليمتد إلى أسواق جديدة، واكتساب عملاء إضافيين (3).

وبالرجوع إلى واقع القطاع المصرفي الليبي في هذه السنوات نجد أنه يواجه العديد من التحديات، خاصةً فيما يتعلّق بمرحلة الانتقال إلى التقنيات الرقمية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وذلك نتيجةً إلى ضعف البنية التحتية سواء في مجالات الاتصالات والكهرباء، وكذلك الحال فيما يتعلّق بالكوادر البشرية العاملة في المصارف الليبية، الأمر الذي انعكس سلبيًا على جودة الخدمات المصرفية في ليبيا، فوفقًا للأكاديميين والمهنيين الليبيين فإنّ الدور الحالي للمصارف التجارية الليبية يقتصر على الاحتفاظ بحسابات المؤسسات والشركات العامة والخاصة والأفراد، وإقراض جزءٍ من فائض السيولة لديها إلى هذه الجهات، وذلك بإشراف مباشر من قبل سلطات المصرف المركزي فيما يتعلّق بتحديد الضمانات أو أسعار الفائدة أو مواعيد الاستحقاق، والتي كان من الأجدر بها حثّ ودفع المصارف التجارية المحلية على تبني تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع أنشطتها، وذلك لتقليل الفجوة العميقة ما بين الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف الأجنبية والمصارف المحلية والتي يصعب من خلالها المنافسة أو حتى المقارنة (4).

2.2 مشكلة الدراسة:

يواجه القطاع المصرفي الليبي في هذه السنوات تحديات عديدة سواء على المستوى المحلي من خلال التحولات الاقتصادية التي تشهدها الدولة، وإعادة هيكلة الاقتصاد والتوجّه نحو إعطاء القطاع الخاص الضوء الأخضر للمشاركة الفعّالة في النشاط الاقتصادي، أو المستوى الدولي نتيجةً للتوجّه نحو عولمة الخدمات المالية، والتي تكفل حرية المصارف في تقديم خدماتها لجميع دول العالم دون تمييز، ممّا جعل القطاع المصرفي الليبي في وضع تنافسيّ مُعقّد يتطلّب منه العمل وفقًا لمعايير المقارنة المرجعية الدولية للعمل المصرفي، والسعي باستمرار لتقديم أفضل الخدمات المصرفية

من حيث سرعة الإنجاز والتكلفة والابتكار وتفهم رغبات وتطلعات العملاء، الأمر الذي يتطلب تبني وتطبيق تكنولوجيا المعلومات في كافة الأنشطة المصرفية⁽⁵⁾.

وقد تبيننت نتائج الدراسات المحلية بخصوص تبني المصارف التجارية الليبية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلاقتها بجودة الخدمات وإرضاء العملاء إلى اتجاهين: الاتجاه الأول من الباحثين توصل إلى أن هناك ضعف في الاعتماد على التقنيات والأساليب الحديثة في تكنولوجيا المعلومات، نتيجة لضعف الإمكانيات المادية والبشرية والذي أثر على مستوى الكفاءة الاقتصادية للمصارف التجارية الليبية، وارتفاع تكلفة خدماتها المقدمة وانخفاض جودتها (مبروك وآخرون، 2017: عبد الله، 2015: تقارير ديوان المحاسبة لسنوات 2016: 2020) (6، 7). أمّا الفريق الثاني فيرى أن المصارف التجارية الليبية حققت نقلة نوعية من خلال تطبيقها لتكنولوجيا المعلومات كوسيلة لتحسين خدماتها المصرفية (رحاب وآخرون، 2019: شبل، 2019: العجيلي وآخرون، 2017) (8، 9، 10).

ومن هنا جاءت فكرة هذه الدراسة كوسيلة من الباحث لتحديد واقع تبني وتطبيق المصارف التجارية الليبية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وأثرها على تحسين جودة الخدمات المصرفية.

1.3 الدراسات السابقة:

سوف يعرض الباحث في هذا الجانب الدراسات الحديثة ذات الصلة بتكنولوجيا المعلومات، وجودة الخدمات المصرفية.

1-دراسة : (التومي، 2018) بعنوان أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمات المصرفية للبنوك التجارية الليبية (11): وهدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المقدمة للعملاء، وقد حدّد الباحث كل من البرمجيات والأجهزة وشبكات الاتصال كمُتغيّرات مُستقلة، وجودة الخدمات المصرفية كمُتغير تابع، ولجمع البيانات استخدمت استمارة استبانة تضم واحد وثلاثون سؤالاً. تمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين بالمصارف التجارية بمدينة طرابلس، والبالغ عددهم (3132) موظفاً، أمّا عينة الدراسة فشملت (342) مفردة، وتمّ استخدام الانحدار والارتباط لاختبار الفرضيات وتوصّلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي ذي دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المصرفية، كما أوضحت النتائج وجود تفاوت في درجة الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات من مصرف إلى آخر، وهو ما يفسّر قُصور بعضها على

تقديم الخدمات الإلكترونية لعملائها، وأوصى الباحث بضرورة تبني أساليب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة لتطوير جودة الخدمات المصرفية، وأكد على أهمية إجراء المزيد من الدراسات بهذا الخصوص.

2-دراسة: (الطاهر، 2019)، بعنوان أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء⁽¹²⁾: وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية، والمُتمثلة في الملموسية والاستجابة السريعة والتعاطف والضمان والثوقية والاعتمادية على رضا العملاء بالمصارف التجارية بمحافظة الدرب في السعودية (مصرف الراجحي، البنك الأهلي، البنك العربي الوطني)، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات، واعتمد على اختبار التجانس واختبار الارتباط والانحدار لتحليل فرضية الدراسة والتي نصت على أنه: لا يوجد أثراً ذا دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية تُسهم بنسبة (40%) في رضا عملاء المصارف التجارية بمحافظة الدرب السعودية، وأوصى الباحث بضرورة تسهيل إجراءات العمل وتقليل وقت تقديم الخدمة للعميل، من خلال تحفيز الموظفين على الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات.

3-دراسة: (الجهاني وأمين، 2020)، بعنوان دور تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال الليبية⁽¹³⁾: وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طرق تطبيق تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال الليبية، واعتمد الباحثان على المنهج الوصفي من خلال استعراض المراجع والمقالات العلمية ذات الصلة بتكنولوجيا المعلومات وأكدت نتائجها على أنّ عدم استخدام وتحديث تكنولوجيا المعلومات يحدّ من قدرة المنظمات الليبية على مواكبة التغيرات والتطورات في العالم، وأوصى الباحثان بضرورة حتّ المنظمات الليبية على تطوير مهارات وخبرات الموظفين في استخدام الأجهزة والتقنيات الحديثة التي يشهدها عالم التكنولوجيا والأسواق والمنتجات، واعتبار تكنولوجيا المعلومات والقدرة على استخدامها وإدارتها الحدّ الأدنى لتوظيف المهارات المطلوبة أو المرشحة للعمل في المنظمات الليبية، كما تمت التوصية بضرورة قيام الإدارة العليا بتطوير الهيكل التنظيمي؛ بغية الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات.

4-دراسة: (Joben, 2020) بعنوان أثر تكنولوجيا المعلومات على القطاع المصرفي الإندونيسي⁽¹⁴⁾، وهدفت الدراسة إلى معرفة أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على القطاع المصرفي الإندونيسي ونظام المدفوعات، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال استمارة استبانة شملت

(75) سؤالاً، وُزعت على موظفي البنوك، وتوصّلت الدراسة إلى أنّ تكنولوجيا المعلومات يمكن أن تخفض تكلفة العمليات من ناحية، كما أنّها تسهل الصفقات بين المتعاملين من نفس الشبكة، وأوصت الدراسة بضرورة تفهم رغبات العملاء، وكذلك تأمين أقصى درجات الأمان لبياناتهم الشخصية.

5-دراسة : (قلو والطحيطاح، 2021)، تحت عنوان أثر جودة الخدمة المصرفية في رضا العملاء⁽¹⁵⁾، وهدفت هذه الدراسة لقياس مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من المصرف التجاري الوطني، بالإضافة إلى التحقق من أثر جودة الخدمات في رضا العملاء، واستخدام الباحثان الأسلوب الكمي كمنهجية لدراسة، وأُستخدمت استمارة استبانة أون لاين لجمع البيانات، وُجّهت إلى (75) مشاركاً مدرجاً بالمصرف، حيث تمّ إرسال الرابط للعينة عبر البريد الإلكتروني، وحدّد كل من رضا العملاء عن موظفي المصارف، السرية عند استخدام الخدمة المصرفية، سهولة استخدام الخدمة المصرفية كأبعاد لدراسة، وكانت الفرضية الرئيسية تنصّ على وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية ورضا العملاء، والتي تمّ إثباتها من خلال تقنية الارتباط والانحدار، وأوصت الدراسة بضرورة تحسين الخدمات المصرفية وتطويرها من خلال إجراء المزيد من الأبحاث بهذا الخصوص.

6-دراسة : (جداح وآخرون، 2021)، بعنوان دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز جودة الخدمة المصرفية⁽¹⁶⁾، وهدفت الدراسة إلى قياس تأثير تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية في العرق، وتمثّلت مشكلة البحث بقياس تأثير تكنولوجيا المعلومات في تطوير جودة الخدمة المصرفية. وقد أُستخدمت استمارة استبانة في جمع المعلومات، وذلك بتوزيع (100) استمارة لعينة من زبائن وموظفي المصارف العاملة في محافظة بابل، وتمّ تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS). ولقد توصّلت الباحثين إلى مجموعة من الاستنتاجات، وهي تشير إلى أنّ تكنولوجيا المعلومات بأبعادها المُتمثّلة في (مهارات الموارد البشرية، قواعد البيانات، شبكات الاتصال والبرمجيات)، لها أثر في تعزيز وتطوير جودة الخدمة المصرفية. وتوصي الدراسة بأنّه من الضروري الإهتمام بتكنولوجيا المعلومات وتطويرها باستمرار لمساهمتها الفعّالة في إنجاح الخدمات المصرفية، والذي ينعكس بدوره على زيادة ولاء الزبائن تجاه المصرف.

7- دراسة: (Suliman, et, al., 2021) بعنوان الخدمات المصرفية الالكترونية من وجهة نظر العملاء⁽¹⁷⁾: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الخدمات

المصرفية الإلكترونية في فلسطين من وجهة نظر عملاء البنوك ومقارنتها، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي من خلال استبانة وُزعت إلكترونياً على عينة من العملاء المستفيدين من الخدمات المقدمة، واختبار الفرضيات تمّ استخدام أسلوب وبك لكون الإحصائي، وتوصّلت الدراسة إلى وضع ترتيب للخدمات المصرفية المُقدمة من البنوك الفلسطينية، فقد حلت الخدمات المصرفية عبر الأنترنت المرتبة الأولى بوزن نسبي (66.68%)، وخدمات الصرف الآلي في المرتبة الثانية وبوزن نسبي (64.30%)، وحصلت خدمات تطبيقات الهاتف المحمول على الترتيب الثالث وبوزن نسبي (62.12%)، وعرضت الدراسة سلسلة من التوصيات أهمها ضرورة قيام المصرف بتعزيز الخدمات المصرفية الإلكترونية والارتقاء بها، بالإضافة إلى القيام بحملات توعية حول أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية ونشر ثقافتها وعلى أنّها تكون بديل عن الخدمات المصرفية التقليدية.

8- دراسة: (Rohid, et, al., 2021) تحت عنوان مزايا تكنولوجيا المعلومات عند تقديم الخدمات للعملاء⁽¹⁸⁾، وهدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات ورضا العملاء في البنوك المالطية، وكانت الفرضيات الرئيسية الأولى تنصّ على وجود علاقة مباشرة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات المقدمة من البنوك، أمّا الفرضية الثانية نصّت على وجود علاقة مباشرة جودة الخدمات المصرفية ورضا العملاء، وقد تم استخدام استبانة استبانة لجمع البيانات، وُزعت على (350) مشاركاً من فئة العملاء والموظفين، وحُلّت البيانات باستخدام برنامج (AMOS)، وكذلك (SPSS)، وكشفت النتائج على وجود علاقة مباشرة ما بين المتغيرات.

من خلال المعلومات المذكورة أعلاه يتّضح أنّ هذه الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة من حيث:

1. متغيرات الدراسة المستخدمة (تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، جودة الخدمات المصرفية).
2. الهدف من الدراسة (معرفة أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف التجارية الخاصة).
3. بيئة الدراسة (طبقت الدراسة على كافة المصارف التجارية العاملة في مدينة طرابلس).
4. العينة المختارة (موظفو المصارف التجارية الليبية).

5. أسلوب التحليل الإحصائي المُستخدم (الانحدار البسيط، التباين، معاملات الانحدار الخطي).

1.4 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة كمحاولة من الباحث في إثراء المكتبة الليبية بدراسة حول أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية بالدولة الليبية، واستخدامها كأساس في دراسات مستقبلية من قبل الباحثين، حيث لاحظ الباحث ندرة الأبحاث في هذا المجال، كما أنّ نتائج وتوصيات هذه الدراسة قد تُوفّر خارطة طريق لتحسين وتطوير أداء القطاع المصرفي في ليبيا والارتقاء بجودة خدماته.

1.5 أهداف الدراسة:

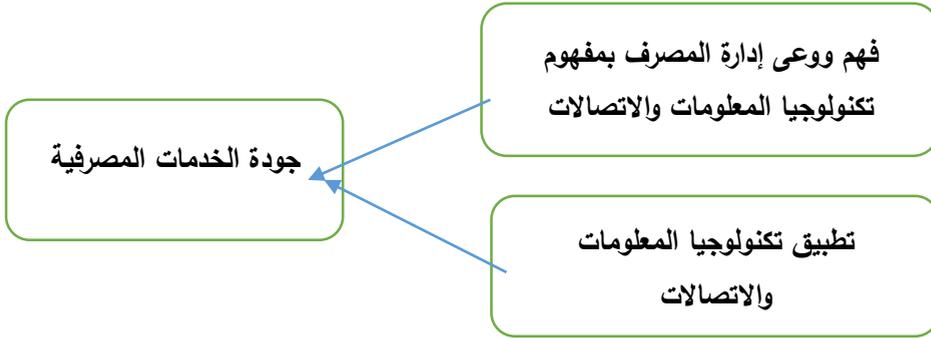
الهدف العام من الدراسة : معرفة أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المصرفية.

أما الأهداف الفرعية:

- 1- معرفة درجة فهم ووعي إدارة المصارف التجارية بمفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- 2- بيان مدى قدرة المصارف التجارية على تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- 3- تقييم درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف التجارية.
- 4- تقديم الاقتراحات للجهات ذات العلاقة بالدراسة.

1.6 مُتغيّرات الدراسة:

يُوضح الشكل رقم (1) العلاقة بين متغيرات الدراسة، حيث حدّد الباحث فهم ووعي إدارة المصرف بمفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات، تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصارف التجارية الليبية كمُتغيّرات مُستقلة، جودة الخدمات المصرفية مُتغيرٍ تابعٍ.



شكل رقم (1) يوضح متغيرات الدراسة

1.7 فرضيات الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة تم صياغة الفرضيات التالية:
الفرضية الأولى: يوجد أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية ما بين فهم ووعي إدارات المصارف التجارية الليبية بمفهوم وأهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأنشطة المصرفية وجودة الخدمات المصرفية.
الفرضية الثانية: يوجد أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصارف التجارية وجودة الخدمات المصرفية.

1.8 منهجية الدراسة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال استقراء الموضوعات والدراسات التي تناولها الأدب المحاسبي ذات الصلة، لبيان ووصف مفاهيم وأهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين جودة الخدمات المصرفية، ومن تم التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة وهي صحيفة الاستبانة، وجمع البيانات وتبويبها بشكل كمي وإجراء الاختبارات الإحصائية المناسبة عليها، وذلك لوصف وقياس المتغيرات المستخدمة في الدراسة، وصولاً إلى استنباط النتائج ومعرفة العلاقات بين المتغيرات.

1.9 حدود الدراسة:

الحدود المكانية: المصارف التجارية العامة الواقعة في نطاق مدينة طرابلس.
الحدود الزمانية: سنة (2022).
الحدود البشرية: موظفو المصارف التجارية.

الحدود الموضوعية: دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المصرفية.

ثانياً - الجانب النظري:

سوف يعرض الباحث في هذا الجانب كل من مفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومكوناتها، ماهية جودة الخدمات المصرفية وأبعادها، العلاقة ما بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية.

2.1 - مفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأنها مجموع الوسائل أو الأدوات أو التقنيات أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المحتوى المراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي (19). وعرفت على أنها "مجموعة المعرفة العلمية والتكنولوجية والهندسية والفنون اللازمة لتحويل المدخلات (البيانات) إلى مخرجات (المعلومات) (20). وكذلك عرفت بأنها اللغة العلمية والتقنية المستخدمة في إنتاج المستلزمات الضرورية لراحة الانسان واستمرارية وجوده (21). كما عرفت على بأنها الأسلوب المنهجي المنتظم الذي نتبعه عند استخدام تراث المعارف المختلفة بعد ترتيبها وتنظيمها في نظام خاص بهدف الوصول إلى حلول مناسبة للمهام العلمية والعملية (22).

من خلال التعريفات السابقة يمكن القول: إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي عبارة عن كافة التقنيات المتطورة التي تستخدم في تحويل البيانات بمختلف أشكالها إلى معلومات للاستفادة منها من قبل مستخدميها في كافة مجالات الحياة. وتكمن أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق النقاط التالية (23):

- توفير المعلومات الدقيقة والحديثة لدعم اتخاذ القرار.
- جعل الاتصال أسرع وأكثر كفاءة.
- القضاء على الهدر في الوقت والموارد.
- توفير عمليات منظمة وإجراءات مبسطة لإدارة الموارد.
- تعزيز المسائلة والشفافية وتقليل وقوع الأخطاء والتزوير.
- تقديم خدمات أفضل للموظفين والمراجعين بما يضمن تطوير الأداء.

2.2 مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تتفق معظم الدراسات على أن مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تشمل التالي (24).

أولاً - المستلزمات المادية (التجهيزات): وتظم الحواسيب الإلكترونية، والاجزاء المادية، وأجهزة الفاكس والتلكس، والتي هي على تماس مباشر مع البيانات وتحديث ومراجعة المعلومات المخزنة ومعالجتها واسترجاعها.

ثانياً - البرمجيات: والتي تمثل الوسيلة المساعدة للأجهزة والمعدات في أداء أعمالها، وهي مجموعة من الأوامر تنفذ في وحدة المعالجة المركزية للبيانات بالطريقة التي تضمن تحقيق أهداف المنظمة.

ثالثاً - التطبيقات: وتمثل الجانب العملي لتكنولوجيا المعلومات من خلال مساهمتها في حل المشكلات الإدارية، والتي تستخدم تقنيات عديدة إضافة إلى الحواسيب، لغرض جمع وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات.

رابعاً - الموارد البشرية: وتتمثل في أنواع القوي العاملة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بدءاً من المدراء، ومروراً بالموظفين المتخصصين في تنفيذ عمليات جمع البيانات وتحليلها ومصممي البرامج ومشغلي الأجهزة والمعدات، وانتهاءً بعمال الصيانة سواء للبرامج أو الأجهزة.

خامساً - الاتصالات: والتي تختص بنقل وتبادل الأفكار بين أطراف عملية الاتصال، وذلك بغية تحقيق الأهداف وتسهيل تدفق البيانات في قنواتها المختلفة على النحو الذي يسمح بوصولها إلى أماكن معالجتها وكذلك المراكز المستفيدة منها.

2.3 ماهية جودة الخدمات المصرفية:

اختلفت تعريفات جودة الخدمات المصرفية من باحث إلى آخر نظراً لصعوبة تحديد تعريف واضح ودقيق لمصطلح الجودة، وقد عرفت بأنها قدرة المصرف على توفير مستوى أداء الخدمة المصرفية يُحقق إشباع احتياجات العميل (25). وعرفت بأنها إرضاء لمتطلبات الزبائن من قبل المصرف مع التأكيد على ضرورة قدرة المصرف على تحديد رغبات الزبائن وتطلعاتهم بشكل مسبق (26).

وعرفها (Alawman, et, al., 2018) بأنها مقارنة توقعات العملاء قبل استعمال الخدمة وآرائهم في جودتها عند الانتهاء من استعمالها (27). أمّا (Rostami, etm al., 2016)، فقد عرفها بأنها مفهوم يعكس تقييم العميل لدرجة الامتياز أو التفوق الكلي في أداء الخدمة (28).

من خلال التعريفات السابقة يمكن القول: إنَّ جودة الخدمات المصرفية تمثل القيمة التي يحصل عليها العميل والتي تشبع إحتياجاته وترضى توقعاته.

وتبرز أهمية جودة الخدمات المصرفية في النقاط أدناه (29):

- ✓ تنمية ولاء العملاء وذلك لوجود رضا عام عن الخدمات المقدمة.
- ✓ تخفيض التكاليف من خلال تجنب إعادة الخدمة.
- ✓ المساهمة في على الكوادر البشرية داخل المصرف.
- ✓ زيادة الحدية في التسعير.
- ✓ تحسين الأداء المالي من خلال كسب عملاء جدد.

2.4 أبعاد جودة الخدمة المصرفية

تباينت آراء الباحثين في تحديد الأبعاد الأساسية لجودة الخدمات المصرفية، وقد وضع الباحثان (Parasuarman & Berry, 1985) أول نموذج لقياس وتفسير جودة الخدمات المصرفية تضمنا عشرة أبعاد رئيسة، وبحلول سنة (1990) تمَّ تعديل النموذج ودمج أبعاده العشرة في خمسة أبعاد رئيسية تتمثل في (30):

1. **الاعتمادية (الموثوقية)** : ويُقصد بها ثبات الأداء والالتزام بتقديم الخدمة حسب الموعد المحدد وبشكل دقيق ومستقل.
2. **الملموسية**: وتتمثل في المرافق والتسهيلات المادية المستخدمة في تقديم الخدمات والمعدات ومظهر الموظفين في مكان العمل.
3. **الاستجابة**: وتعنى الاستعداد والرغبة لمساعدة العميل من قبل المصرف مع تقديم الخدمات بشكل سريع وتطويرها باستمرار.
4. **الأمان**: ويمثل نقل الثقة للعميل من خلال المحافظة على سرية تعاملاته والصدق في التعامل.
5. **التعاطف** : ويعنى التواصل الفعّال مع العملاء والاهتمام بهم وتفهم مشاكلهم ومتطلباتهم.

2.5 أهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع المصرفي:

يُعدُّ استخدام وتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عاملاً مهماً في تطوير الخدمات المصرفية، ويرى العديد من الباحثين والمهنيين في هذا الصدد أنَّ تطوير القطاع المصرفي يعتمد في الأساس على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال دعمها المباشر لعدة استراتيجيات أهمها (31):

- استراتيجية الكلفة الأدنى: حيث تُسهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تقليص تكاليف الإنتاج، وخدمة العملاء، والتسويق للمنتجات، مما يُؤثر إيجاباً على أدائها المالي.
- استراتيجية التمييز: وذلك من خلال تطوير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بالمصارف بما يمكنها من تمييز منتجاتها وخدماتها عن غيرها من المنافسين، الأمر الذي يقود إلى تحسين وتطوير قدرتها التنافسية في السوق.
- استراتيجية التجديد والابداع: وذلك من خلال استخدام التقنيات الحديثة في العمل، حيث إنَّ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تغيير أسس المنافسة وتضمن الوفاء بمتطلبات العملاء، كما أنَّها تنمى روح الريادة والابتكار لدى موظفي القطاع المصرفي.

2.6 العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية

يُعدُّ القطاع المصرفي أحد أكثر القطاعات استخداماً لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات سواء في أداء العمليات، والمهام الأساسية للمصارف والمؤسسات المالية بما يضمن زيادة كفاءة العمل المصرفي أو من خلال تطوير الخدمات المقدمة وزيادة انتشارها، ويرى العديد من الباحثين أنَّ أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المصرفية يمكن إنجازها في التالي (32):

1. تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في نمو وتطوير تشكيلة الخدمات المقدمة للعملاء وبما يتلائم مع رغباتهم، وتساعد المصارف في التغلب على مشاكل تقادم المنتجات وتقديم خدمات إضافية حديثة من شأنها توزيع قاعدة الإيرادات للمصارف من الرسوم والعمولات، بدلاً من الاعتماد على الإيرادات الناتجة عن الفرق بين سعري الفائدة المدينة والدائنة.
2. تسمح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمصارف بتنوع أسواقها والتعامل مع عدد كبير من خطابات الأنشطة المختلفة.
3. إنَّ الابتكار التكنولوجي يساعد المصارف على اللحاق بالخدمات الجديدة لكنه في نفس الوقت لا يضمن بيع الخدمات، خاصة إذا بلغت هذه الخدمات مرحلة النضج؛ وذلك بسبب تأخر تسويقها من قبل المصارف.
4. تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الكوادر البشرية بالمصارف وتقودها إلى التطوير المستمر ومواكبة التطورات الحاصلة.

5. تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دورًا مهمًا وفَعَّال من حيث تأثيرها على كفاءة وسرعة التنفيذ والأداء في المصارف، وتمنحها على إيجاد وتقديم خدمات ومنتجات مالية جديدة للعملاء.

6. تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل مباشر على التسويق المصرفي، وأصبح من الضروري استخدامها كأداة لنشر أدوات التسويق المصرفي حول العالم لضمان الترويج والدعاية.

ثالثًا - الجانب العملي للدراسة:

3.1 مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع وعينة الدراسة في الموظفين بالمصارف التجارية الليبية داخل نطاق مدينة طرابلس، وتشمل كل من مصرف الوحدة، ومصرف الصحاري، ومصرف الجمهورية، والمصرف التجاري الوطني، وتم اختيار المصارف التجارية في مدينة طرابلس لكثرة فروعها وقربها من الباحث من ناحية، وخضوع كافة المصارف التجارية الليبية لذات التشريعات والقوانين، وبلغ عدد الموظفين بالمصارف التجارية بمدينة طرابلس (3468) موظفًا، وحددت حجم العينة باستخدام الجداول الإحصائية وبلغت (370) مفردة، وكان نوع العينة عينة عشوائية طبقية نظرًا لعدم تجانس مجتمع الدراسة، وكذلك اختلاف عدد الموظفين من مصرف إلى آخر.

واستخدمت صحيفة استبانة كأداة لجمع البيانات باعتبارها توفر العديد من المعلومات ذات الصلة المباشرة بالدراسة، وتحافظ على سرية المعلومات الشخصية للمشاركين من ناحية أخرى، وقُسمت الاستبانة إلى أربعة مجموعات رئيسية وهي كالآتي: المجموعة الأولى: وتضم 4 أسئلة شخصية. المجموعة الثانية: وتشمل 10 عبارات حول فهم ووعي إدارة المصرف بمفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. المجموعة الثالثة: وتتألف من 14 عبارة بخصوص تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. المجموعة الرابعة: تحتوي على 15 عبارة ذات الصلة بجودة الخدمات المصرفية.

الجدول رقم (1) يبين عدد الاستثمارات الموزعة والمسترجعة.

جدول رقم (1) عدد الاستثمارات الموزعة والمسترجعة ونسبة الاستثمارات القابلة للتحليل

عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات المسترجعة	نسبة المسترجع %
371	308	82.7%

3.2 اختبار الثبات والصدق:

للتأكد من ثبات وصدق أداة الدراسة، تمَّ حساب معامل كرونباخ ألفاً ومعامل الصدق الذاتي عن طريق إيجاد الجذر التربيعي لمعامل كرونباخ ألفاً لكل محور من محاور استمارة الاستبانة ولجميع المحاور. من خلال الجدول رقم (2)، نلاحظ أنَّ قيم معامل كرونباخ ألفاً لكل مجموعة من عبارات استمارة الاستبانة تتراوح بين (0.741 إلى 0.895)، وهي قيم أكبر من (0.6)، وهذا يدل على توفر درجة عالية من الثبات الداخلي في الإجابات، أمَّا معاملات الصدق تتراوح بين (0.860 إلى 0.920)، وهي قيم تقترب من الواحد الصحيح، وهذا يدل على توفر درجة عالية من الصدق ممَّا يمكننا من الاعتماد على هذه الإجابات في تحقيق أهداف الدراسة وتحليل نتائجها.

جدول رقم (2) نتائج اختبار الثبات والصدق

م	المجموعة	عدد العبارات	معامل ألفا الثبات	معامل الصدق
1	فهم ووعي إدارة المصرف بمفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	10	0.840	0.920
2	تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	14	0.741	0.860
3	جودة الخدمات المصرفية المقدمة	15	0.895	0.946

3.3 اختبار التوزيع الطبيعي

يستخدم هذا الاختبار لمعرفة مدى اعتدالية البيانات، (إتباعها لتوزيع الطبيعي)، وتمَّ صياغة الفروض الإحصائية بشكل التالي: الفرض الصفري ينص على توزيع البيانات طبيعياً، مقابل الفرض البديل لا تتوزع البيانات وفقاً لتوزيع الطبيعي، الجدول رقم (3) يوضح النتائج:

جدول رقم (3) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

الدالة الإحصائية	Shapiro-wilk	الدالة الإحصائية	Kolmogorov-smirnov ^a	لكل المحاور
0.065	0.963	0.220	0.101	

من الجدول رقم (3) نلاحظ أنَّ الدلالة الإحصائية وفقاً لاختبار (Kolmogorov-smirnov^a) تساوي (0.220)، والدلالة الإحصائية في اختبار (Shapiro-wilk) من الجدول رقم (3) نلاحظ أنَّ الدلالة الإحصائية وفقاً لاختبار (Kolmogorov-smirnov^a) تساوي (0.101)، والدلالة الإحصائية في اختبار (Shapiro-wilk) تساوي (0.065).

تساوي (0.065)، وكلاهما أكبر من مستوى المعنوية (0.05)، لذلك يتم قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرض البديل.

3.4 تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة:

بعد تجميع استمارات الاستبانة تم استخدام الطريقة الرقمية في ترميز البيانات، حيث تم ترميز الإجابات كما بالجدول التالي:

جدول رقم (4) توزيع الدرجات على الإجابات المتعلقة بالمقياس الخماسي

الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن متوسط درجة الموافقة (3)، فإذا كان متوسط درجة إجابات مفردات العينة يزيد معنوياً عن (3)، فيدل هذا على ارتفاع درجة الموافقة. أمّا إذا كان متوسط درجة إجابات مفردات العينة يقلّ معنوياً عن (3)، فيدل على انخفاض درجة الموافقة، في حين إذا كان متوسط درجة إجابات مفردات العينة لا تختلف معنوياً عن (3)، فيدل على أنّ درجة الموافقة متوسطة، وبالتالي سوف يتمّ اختبار ما إذا كان متوسط درجة الموافقة تختلف معنوياً عن (3)، أم لا، وذلك بعد الانتهاء من ترميز الإجابات وإدخال البيانات الأولية وتحليلها باستخدام حزمة البرمجيات الجاهزة (SPSS) في تحليل البيانات الأولية.

أولاً- تحليل البيانات الديموغرافية:

1. خصائص مفردات عينة الدراسة:

يوضح الجدول رقم (5) توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الجنس، العمر، التخصص، عدد سنوات الخبرة العملية، الإدارة أو القسم المنتمي إليه الموظف.

جدول رقم (5) التوزيع التكراري والنسبي لعينة الدراسة

المؤهل العلمي	العدد	النسبة	التخصص	العدد	النسبة
ثانوية عامة	39	12.7%	محاسبة	100	32.5%
بكالوريوس	125	40%	إدارة أعمال	74	24%
ماجستير	81	26.2%	تمويل ومصارف	81	26.3%
دكتوراه	49	16%	حاسب آلي	28	9.2%
غير ذلك	14	5.1%	تخصصات أخرى	25	8%
المجموع	308	100%	المجموع	308	100%
عدد سنوات الخبرة	العدد	النسبة	القسم المنتمي إليه	العدد	النسبة
أقل من 5 سنوات	35	11.3%	المراجعة	77	25%

من 5 سنوات إلى أقل من 15	66	21.4%	الاعتمادات المستندية	52	18.6%
من 15 سنة إلى أقل من 25	102	33.1%	الحسابات الجارية	109	35.3%
من 25 سنة إلى أقل من 35	79	25.6%	الحاسب آلي	24	7.7%
أكثر من 35 سنة	26	8.6%	أخرى	46	15.2%
المجموع	308	100%	المجموع	308	100%

من خلال الجدول رقم (5) نلاحظ أنّ معظم مفردات عينة الدراسة حاصلون على بكالوريوس وشهادات عليا ويمثلون ما نسبته 82.2% من مجموع مفردات عينة الدراسة، من حيث التخصص فأغلب مفردات عينة الدراسة تخصصهم العلمي محاسبة ويمثلون نسبة 32.5% من مجموع مفردات عينة الدراسة، ويليه من المتخصصين في مجال التمويل والمصارف ويمثلون نسبة 26.3%، أمّا من حيث الخبرة نجد أنّ معظم مفردات عينة الدراسة تزيد خبرتهم عن 5 سنوات ويمثلون نسبة 89.7%، كما أنّ نسبة المشاركين في الإجابات من قسم الحسابات الجارية تُعدُّ الأكبر مقارنة بباقي الأقسام وتُشكل ما بنسبة 35.3% من إجمالي المشاركين. وبصورة عامة نلاحظ أنّ هناك تنوع في تخصصات مفردات عينة الدراسة، وارتفع في مدة خبرتهم العملية ومؤهلاتهم العلمية، ممّا يزيد الثقة في النتائج التي سوف نحصل عليها عند تحليل إجاباتهم.

ثانياً - الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة:

بهدف تحديد الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة تمّ حساب كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (6)، (7)، (8).

جدول رقم (6) يوضح إجابات عينة الدراسة حول مدى فهم ووعي إدارة المصرف بمفهوم وأهمية

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارات:
1.11	3.5	5. يُعدُّ مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مفهوماً واضحاً لدى إدارة المصرف وموظفيه.
1.18	3.04	6. هناك تأيد من قبل الإدارة العليا بالمصرف لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
1.13	2.77	7. تستعمل أجهزة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير العمل المصرفي.



1.02	3.68	8. تقلل أجهزة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من الوقت المطلوب لتقديم الخدمة.
1.04	3.70	9. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يوفر الشفافية في العمل ويقلل من الفساد الإداري.
1.11	3.17	10. يمتلك الموظفون بالمصرف المهارات المطلوبة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
1.30	2.92	11. تحرص إدارة المصرف على تدريب الموظفين بكيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
1.12	3.58	12. يستخدم المصرف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إنجاز الأعمال والمهام.
1.02	3.67	13. يستخدم المصرف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بصورة متطورة وأمنة ومواكبة لتطورات.
1.24	3.15	14. يعمل المصرف على توفير الإمكانيات اللازمة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

من خلال النتائج المبينة بالجدول رقم (6)، والمتعلقة بمدى فهم ووعي إدارة المصارف التجارية الليبية بمفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، يتضح أنّ الاتجاه العام لإجابات مفردات الدراسة يتجه نحو الموافقة على الفرضية، حيث بلغ الوسط الحسابي لأغلب فقرات الفرضية أكبر من (3)، وتحصلت الفقرة رقم (8) والتي تنص على أنّ استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يقلل من الوقت المطلوب لتقديم الخدمة، وبلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (3.68).

أما فيما يتعلق باتجاه إجابات عينة الدراسة بخصوص توفر متطلبات وآليات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمصارف التجارية الليبية، نلاحظ من نتائج الجدول رقم (7)، أنّ الاتجاه العام للمفردات يتجه نحو الموافقة، حيث بلغ أعلى وسط حسابي للفقرة رقم (18)، والتي تنصّ على استخدام المصرف برمجيات تمتاز بالبساطة والأمان لكل من الموظفين والعملاء، وبلغت (3.86). الجدول رقم (7) يوضح النتائج.

جدول رقم (7) يوضح إجابات عينة الدراسة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارات:
1.05	3.82	16. يمتلك المصرف بنية تحتية جيدة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
1.03	3.64	17. توافر الحواسيب في المصرف بشكل كافٍ.

0.94	3.86	18. يستخدم المصرف برمجيات تمتاز بالبساطة والأمان لإمكانية استخدامها من الموظفين والعملاء.
1.05	3.63	19. تُسهّم البرمجيات في دعم عمليات إتخاذ القرارات وحل المشاكل، وإصدار التقارير الدورية.
1.04	3.57	20. يمتلك المصرف موقع إلكتروني خاص به، يمكن بسهولة الوصول إليه من قبل العملاء.
1.30	2.94	21. يستخدم المصرف البريد الإلكتروني للاتصال بالعملاء والاجابة عن استفساراتهم.
0.95	3.62	22. يحرص المصرف على توفير أمن الشبكات لغرض حماية المعلومات والحفاظ على سريتها.
0.89	3.84	23. يتم استخدام شبكة الأنترنت للاتصال بين الموظفين داخل المصرف.
1.08	3.30	24. يستخدم المصرف شبكة الانترنت في عرض إجراءات وخطوات تقديم الخدمات للعملاء.
1.18	2.98	25. يمتلك المصرف قاعدة جيدة للبيانات.
1.18	2.98	26. تُسهّم قواعد البيانات في تحسين عملية تقديم الخدمات المصرفية.
1.24	3.15	27. يتيح المصرف لكافة الموظفين ذات العلاقة بعملية تقديم الخدمات المصرفية الاطلاع على البيانات والمعلومات الموجودة في قاعدة البيانات.
1.25	3.17	28. تحتوي قاعدة البيانات في المصرف على معلومات دقيقة ومفيدة لكل من المصرف والعملاء.
1.18	3.04	29. يتم تحديث قاعدة البيانات بشكل مستمر.

بخصوص جودة الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف التجارية، تشير نتائج الجدول رقم (8)، إلى رضا عينة الدراسة على كافة الفقرات، (وتحصلت كل من الفقرة رقم (37) والتي تنص على إخطار العملاء بكافة المستجدات سواء المتعلقة بحساباتهم أو سياسات المصرف، والفقرة رقم (38) والتي تنص على أنّ المصرف يولي اهتمام خاص حول سرية بيانات العملاء) على أعلى وسط حسابي والذي بلغ على التوالي (3.85)، (3.59). الجدول رقم (8) يبين النتائج.



جدول رقم (8) يوضح إجابات عينة الدراسة حول جودة الخدمات المصرفية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارات:
1.9	3.29	30. يتوفر عدد كافي من الموظفين لتقديم الخدمات للعملاء.
1.28	3.28	31. يستجيب موظفو المصرف لإحتياجات العملاء في الوقت المطلوب.
1.24	3.25	32. يعمل موظفو المصرف على مساعدة العملاء في حل كافة المشكلات المتعلقة بالخدمة المقدمة.
1.10	3.35	33. يتم اختصار بعض الإجراءات من قبل الموظفين بهدف تسريع تقديم الخدمات للعملاء.
1.19	3.39	34. تتم متابعة سلوك الموظفين وتصرفاتهم من قبل إدارة المصرف.
1.0	3.44	35. يتسم سلوك الموظفين مع العملاء بالاحترام والشفافية والوضوح.
1.04	3.30	36. يشعر العملاء بالثقة عند تعاملهم مع الموظفين بالمصرف.
1.02	3.85	37. يتم إخطار العملاء بكافة المستجدات سواء المتعلقة بحساباتهم أو سياسات المصرف.
1.08	3.59	38. يولي المصرف إهتمام خاص حول سرية بيانات العملاء.
1.28	3.28	39. يوجد حرص لدى المصرف حول سرية الاتصالات الخاصة بالعملاء.
1.30	3.27	40. يعطي المصرف إهتمام خاص للعملاء ويتفهم احتياجاتهم.
1.11	3.25	41. ساعات عمل المصرف مناسبة لكل العملاء.
1.14	3.31	42. تهتم إدارة المصرف بشكاوى واستفسارات العملاء وتعمل على حل مشاكلهم بخصوص الخدمات المقدمة.
1.25	3.32	43. يلتزم المصرف بتقديم أفضل الخدمات للعملاء.
1.13	2.95	44. يتبنى المصرف أفكار ومقترحات العملاء المتعلقة بتحسين الخدمات المصرفية.

ثالثاً - اختبار الفرضيات:

لاختبار الفرضيات تمّ استخدام الانحدار الخطي البسيط، وتحليل التباين، ومعاملات الانحدار، كما تمّ التأكد من توزيع البواقي من خلال استخدام مخطط البواقي للانحدار الخطي، وقد نصّت الفرضية الأولى على وجود ارتباط ذي دلالة إحصائية بين فهم ووعي إدارة المصرف بمفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة

الخدمات المصرفية. مقابل الفرضية الصفرية والتي تنص على عدم وجود ارتباط ذي دلالة إحصائية بين فهم ووعي إدارة المصرف بمفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية.

أمّا الفرضية الثانية نصّت على وجود ارتباط ذي دلالة إحصائية بين تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية. مقابل الفرضية الصفرية والتي تنص على عدم وجود ارتباط ذي دلالة إحصائية بين تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية.

1. نموذج الانحدار البسيط:

يوفر ملخص نموذج الانحدار البسيط معلومات عن معامل الارتباط بين المتغيرات (R)، ونسبة التفسير للارتباط (R^2)، لنموذج الانحدار، ويُنصَح من خلال الجدول رقم (9)، أنّ معامل الارتباط للفرضية الأولى (0.636)، وللفرضية الثانية (0.723)، وهو ما يدل على وجود ارتباطا فوق المتوسط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، الجدول رقم (9) يُوضح النتائج.

الجدول رقم (9) ملخص نموذج الانحدار البسيط

الفرضية	معامل الارتباط	مربع الارتباط	الارتباط التربيعي المعدل	الخطأ القياسي للتخمين
الأولى	0.636	0.405	0.403	0.38507
الثانية	0.723	0.523	0.522	0.34473

2. تحليل التباين:

يُوضح جدول تحليل التباين أدناه مستوى المطابقة في معادلة الانحدار الخطي مع البيانات المتعلقة بمدى فهم ووعي إدارة المصرف بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية من ناحية، تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية من ناحية أخرى، ويبين هذا التحليل فيما إذا كانت قيمة معامل الارتباط للفرضية الأولى (0.636)، وللفرضية الثانية (0.723) ذات دلالة إحصائية معنوية من خلال مقارنة قيمة (P) الاحتمالية عند مستوى دلالة (0.05)، ويتم رفض الفرضية الصفرية عندما تكون قيمة (P) الاحتمالية أقل من (0.05)، الجدول رقم (10) ورقم (11) يُوضح النتائج.



الجدول رقم (10) نتائج تحليل التباين للفرضية الأولى

مستوى الدلالة	نسبة التباين (F)	الوسيط التربيعي	درجة الحرية	مجموع التربيع	النموذج
0.000	208.303	30.887	1	30.887	الانحدار
		0.148	306	45.373	البواقي
			307	76.259	المجموع

الجدول رقم (11) نتائج تحليل التباين للفرضية الثانية

مستوى الدلالة	نسبة التباين (F)	الوسيط التربيعي	درجة الحرية	مجموع التربيع	النموذج
0.000	335.695	39.894	1	39.894	الانحدار
		0.119	306	36.365	البواقي
			307	76.259	المجموع

يُوضح الجدول رقم (10) والجدول رقم (11) أنّ نموذج الانحدار الخطي الذي تمّ الحصول عليه ذو دلالة إحصائية معنوية (0.000)، بخصوص قيمة (F) والتي تمثل نسبة التباين في مربعات الوسيط الحسابي، وكانت متوسطة للفرضيتين على التوالي (208.303)، (335.695)، وفي هذا الصدد يجب الإشارة إلى أنّ الفرضيات الصفرية تكون صحيحة إذا كانت قيمة (F) قريبة من (1)، وهو الأمر الذي لم يتحقق في هذا التحليل، بينما القيمة المرتفعة لنسبة (F) تدل على وجود علاقات ما بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، ويمكن القول من خلال تحليل التباين بأنّ هناك علاقة ارتباط قوية ما بين درجة فهم ووعي إدارة المصرف بمفهوم وأهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات وتطبيقها عملياً وجودة الخدمات المصرفية.

3. معاملات الانحدار الخطي:

يبين جدول معاملات الانحدار الخطي معلومات أساسية لتوقع قيمة جودة الخدمات المصرفية من نسبة التغير في درجة فهم ووعي إدارة المصرف بمفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقها، الجدول رقم (12) ورقم (13) يُوضح النتائج التي تمّ التوصل إليها.

الجدول رقم (12) يُوضح معاملات الانحدار الخطي للفرضية الأولى

مستوى الدلالة	قيمة (T)	المعاملات القياسية	المعاملات الغير قياسية		النموذج
		بيتا (B)	الخطأ القياسي	معامل (B)	
0.000	19.074	-	0.102	1.944	المتغير التابع
0.000	14.433	0.636	0.030	0.433	المتغير المستقل

الجدول رقم (13) يوضح معاملات الانحدار الخطي للفرضية الثانية

مستوى الدلالة	قيمة (T)	المعاملات القياسية	المعاملات الغير قياسية		النموذج
		بيتا (B)	الخطأ القياسي	معامل (B)	
0.000	18.029	-	0.094	1.704	المتغير التابع
0.000	18.322	0.723	0.028	0.508	المتغير المستقل

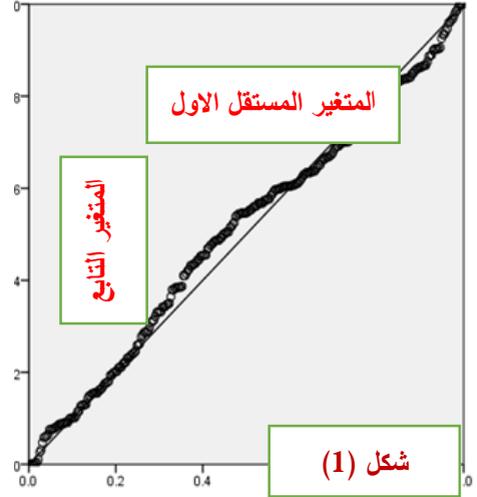
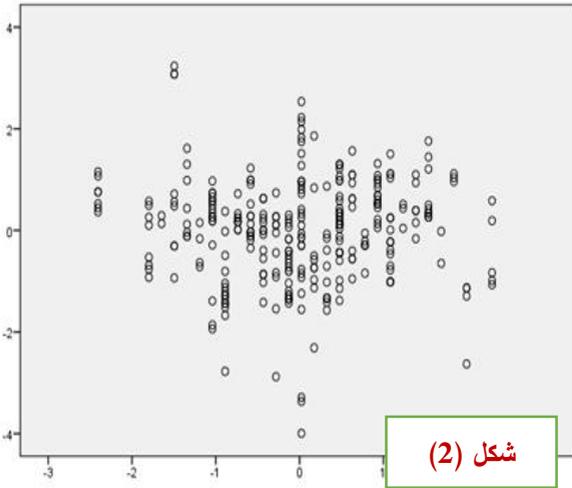
من خلال الجدول رقم (12)، ورقم (13) لمعاملات الانحدار الخطي نلاحظ وجود دلالة إحصائية لجميع المعاملات، حيث إنَّ قيمة معامل الانحدار (B) للمتغير المستقل الأول والثاني على التوالي (0.433)، (0.508)، عند مستوى معنوية (0.000)، لذلك يمكن القول بأنَّ هناك علاقة خطية موجبة ما بين درجة فهم ووعي إدارة المصرف بمفهوم وأهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات وتطبيقها عملياً وجودة الخدمات المصرفية، وتطابق هذه النتيجة نتائج دراسات كل من (رحاب وآخرون، 2019: شبل، 2019: العجيلي وآخرون، 2017) وتتعارض مع نتائج دراسات كل من (ميروك وآخرون، 2017: عبد الله، 2015: التومي، 2018).

4. مخطط البواقي للانحدار الخطي:

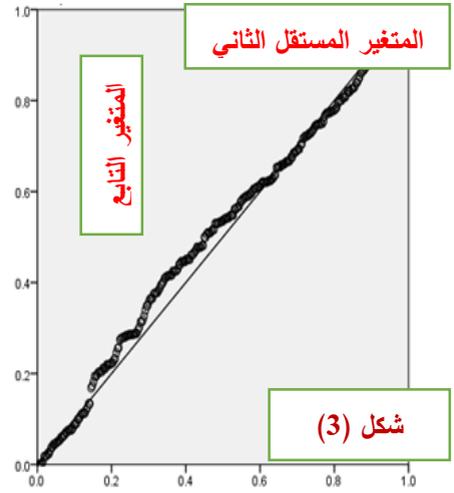
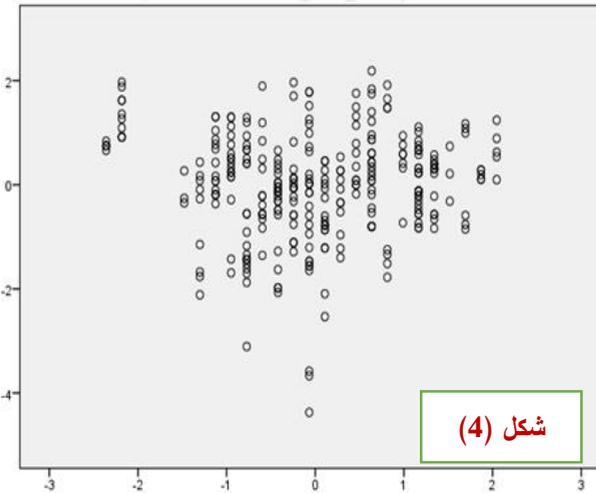
تبيين الأشكال أدناه الأخطاء القياسية لمقارنة قيمة جودة الخدمات المصرفية عند التغير في درجة فهم وتطبيق إدارة المصرف لمفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقها، ونلاحظ من الأشكال اللاحقة أنَّ البواقي موزعة بشكل عشوائي غير نظامي ومنتشرة في جميع أرجاء المخطط، هذا يعني أنَّ الأخطاء موزعة على جميع مفردات العينة، وكذلك يمكن ملاحظة تركيز البواقي في مجموعتين متناظرتين حول محور الصفر وهو أمر مهم لضمان مطابقة البيانات لنموذج الانحدار، الأشكال التالية من (1: 4) تُوضح النتائج.



&



الشكل رقم (1) يوضح العلاقة الخطية بين فهم ووعي إدارة المصرف بمفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية الشكل رقم (2) يوضح التشتت بينما المصرفية. الشكل رقم (2) يوضح التشتت بينما.



الشكل رقم (3) يوضح العلاقة الخطية بين تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية. الشكل رقم (4) يوضح التشتت بينما.

رابعاً - النتائج والتوصيات

4.1 النتائج:

من خلال تحليل البيانات السابقة توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية ما بين فهم ووعي إدارات المصارف التجارية الليبية بمفهوم وأهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأنشطة المصرفية وجودة الخدمات المصرفية المقدمة.
2. يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصارف التجارية الليبية وجودة الخدمات المصرفية المقدمة.

4.2 التوصيات

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة فإن الباحث يوصي بالتالي:

1. يجب أن يكون هناك دعماً كاملاً من قبل إدارات المصارف التجارية الليبية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كمدخل أساسي لتطوير العمل المصرفي.
 2. تدريب الموظفون بشكل مستمر حول استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبما يضمن مواكبة التطورات العلمية والمهنية والتكنولوجية الحاصلة.
 3. استخدام البريد الإلكتروني من قبل المصارف التجارية الليبية كوسيلة لتواصل مع العملاء والإجابة عن استفساراتهم، وكذلك عرض إجراءات وخطوات تقديم الخدمات الخاصة بهم.
 4. ضرورة أن تمتلك المصارف التجارية الليبية قواعد بيانات جيدة تستخدم كأساس لتطوير العمل المصرفي والخدمات المقدمة.
 5. على المصارف التجارية الليبية دراسة أفكار ومقترحات العملاء الخاصة بتحسين الخدمات المصرفية المقدمة والاستفادة منها.
- أما عن التوصيات المستقبلية للباحثين فإنه يمكن إجراء دراسة للمقارنة بين درجة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصارف التجارية الليبية العامة

والخاصة، وكذلك يمكن البحث حول أثر جودة الخدمات المصرفية على الأداء المالي بالمصارف التجارية الليبية.

الهوامش :

1. Heri SUDARSONO, Yunice Karina TUMEWANG, Muamar Nur KHOLID 2021, Customer Adoption of Islamic Banking Services: Empirical Evidence from Indonesia, Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 8 No 3, p1193–1204.
2. Soltani, Z. and Navimipour, N.J. (2016), "Customer relationship management mechanisms: a systematic review of the state of the art literature and recommendations for future research", Computers in Human Behavior, Vol. 61, pp. 667-688.
3. Al-Bahi, Salahuddin Moftah Saad (2016). The Effect of e-Banking Quality on Customer Satisfaction - An Empirical Study on Jordan Islamic Bank in Amman - Jordan, Master Thesis (Unpublished), Department of Business Administration, Faculty of Business.
4. إبطاوع، سعاد، فاطمة بريقي. (2020): مستوى جودة الخدمات المصرفية وتأثيرها على رضا عملاء فروع مصرف شمال أفريقيا بمدينة نالوت، مجلة القرطاس، العدد 10، ص 489 ص 508.
5. إمبرك، سعد. (2016): أثر الاستغراق الوظيفي في جودة الخدمات المصرفية بفروع مصرف الجمهورية في مدينة العجيلات، منشورات البحوث الاقتصادية بالعجيلات، العدد 2، ص 18 ص 38.
6. مبروك، عبير، رجب حكومة، على البوزيدي. (2017): جودة خدمة الصرف الآلي ورضا الزبائن، المجلة الدولية المحكمة للعلوم الهندسية وتقنية المعلومات، المجلد 3، العدد 2، ص 154 ص 168.
7. عبد الله، الصادق. (2015): أثر استخدام الخدمات المصرفية الآلية على تطوير وتحسين الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية الليبية، مجلة افاق الاقتصادية، العدد 1، ص 36 ص 63.
8. رحاب، فوزية، فتحي انقبطة، طارق محمود. (2019): أثر تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية الليبية، مجلة العلوم الاقتصادية والتجارية زليتين، العدد 13، ص 54، ص 84.
9. شبل، يحي. (2019): إستراتيجيات تحسين جودة الخدمات المصرفية لكسب رضا العملاء في المصارف التجارية الليبية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإدارة الإسلامية، جامعة مولانا مالك، اندونيسيا.
10. العجيلي، طارق، خالد حمودة، نور الدين المدني. (2017): إطار مقترح لتأثير جاهزية المصارف التجارية الليبية على مستويات تطبيق الصيرفة الإلكترونية، مجلة دراسات الانسان والمجتمع، العدد 2، ص 1 ص 29.
11. التومي، معمر. (2017): أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمات المصرفية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، ص 181 ص 211.
12. الطاهر، عمر، نزار بن عبد الله. (2019): أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء، العدد 14، المجلة العربية للنشر العلمي، ص 74 ص 98.
13. الجهاني، حسن، على أمين. (2020): دور تكنولوجيا المعلومات في منظمات الدولة الليبية، المجلة الدولية للعلوم الإدارية والموارد البشرية، المجلد 4، العدد 1، ص 30 ص 36.

14. Joben, (2020), The impact of information and communication technology on the Indonesian banking sector, Indonesian Journal of Economic Sciences, VOL 5, NO 8, PP 78: 94.
15. قلو، حافظ، على الطحيطاح. (2021): أثر جودة الخدمة المصرفية في رضا العملاء بالدولة الليبية، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، المجلد 2، العدد 7، ص698، ص709.
16. جداح، حامد، نور هاشم، ختام محمد. (2021): دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز جودة الخدمة المصرفية، مجلة الإدارة والاقتصاد، المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمال، جامعة بغداد، المجلد 3، العدد 10، ص68 ص82.
17. Suliman, Mazen, Samy, (2021), Electronic banking services from the point of view of bank customers in Palestine, International journal of academic accounting, finance and management research, VOL 3, NO 10, PP 45: 60.
18. Rohid, Kumar, Malatie, (2021), Advancement in technology and customers with online banking services, Turkish journal education, VOL 12, NO 10, PP 2314: 2319.
19. Mathew Joseph, Yasmine Sekhon, et Dautres (2016), An exploratory study on the use of banking technology in UK.” International of Bank Marketing, Vol.23, No. 5.
20. السوداني، علي صهيود، حسام حمدان. (2017): تأثير التوجه الاستراتيجي في أداء المصارف الاهلية العراقية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 23، العدد 101، ص128 ص149.
21. بوحديد، ليلي. (2017): دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين الأداء، مجلة الحقيقة، العدد 41، ص874 ص893.
22. رزالي، سليمة، فطيمة دلوش. (2020): دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، الجزائر.
23. جداح، حامد، نور هاشم، ختام محمد، مرجع سبق ذكره.
24. تيناوي، عمار. (2019): دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الافتراضية السورية، قسم إدارة أعمال، سوريا.
25. Abu-Shanab, E. and Anagreh, L. (2015), “Impact of electronic customer relationship management in banking sector”, International Journal of Electronic Customer Relationship Management, Vol. 9 No. 4, pp. 254-270.
26. Alalwan, A.A., Dwivedi, Y.K., Rana, N.P. and Algharabat, R. (2018), “Examining factors influencing Jordanian customers’ intentions and adoption of internet banking: extending UTAUT2 with risk”, Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 40, pp. 125-138.
27. Rostami, M., Izadbin, A., Zakipour, M. and Rostami, S. (2016), “Assessing electronic customer relationship management (E-CRM) readiness and its impact on banking quality of service (case study: Saderat Bank



Branches-West of Tehran)”, International Journal of Humanities and Cultural Studies, Vol. 3 No. 1, pp. 1207-1225.

28. الرياضي، سامر فهد. (2016): أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على رضا عملاء البنك العربي الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم إدارة أعمال، جامعة الزرقاء، الأردن.

29. زلطوم، محمد مصباح، فتحي أنفيطة. (2015): قياس جودة الخدمات في المصارف التجارية الليبية، مجلة دراسات الاقتصاد والاعمال، العدد الأول، ص 6 ص 37.

30. الطاهر، عمر، نزار بن عبد الله. (2019): أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء، العدد 14، المجلة العربية للنشر العلمي، ص 74 ص 98.

31. Mohanachandran, D. K., & Normala, S. G. (2019). Islamic banking implementation: Supportive role of business service. Jurnal Pengurusan, 57(December). <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2019-57-09>.

32. مرابط، مراد. (2015): أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، الجزائر.