

دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الليبية

أ. د. إبراهيم مسعود الفرجاني^{1*}، سماح فرج محمود²

¹ قسم التمويل والمصارف، كلية الاقتصاد، جامعة بنغازي، بنغازي، ليبيا

² باحثة في مجال التمويل والمصارف بجامعة بنغازي، بنغازي، ليبيا

abraheem.masoud@uob.edu.ly *

Role of IT in Improving the Quality of Banking Services on Libyan commercial banks

Dr. Ibrahim Masoud Alfirjani ^{1*}, Samah Farag Mahmoud ²

¹ Professor of Finance and Banking, University of Benghazi, Benghazi, Libya

² Researcher in the field of finance and banking, Benghazi, Libya

Received: 30-09-2025; Revised: 10-10-2025; Accepted: 31-10-2025; Published: 25-11-2025

الملخص:

هدف البحث إلى التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية للمصارف التجارية الليبية. ولتحقيق هدف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وتم صياغة فرضية رئيسية واحدة، وعدد خمس فرضيات فرعية، وتمثلت عينة الدراسة في خمسة مصارف تجارية، وقد اعتمدت الدراسة على وسيلة الاستبيان كأداة لجمع البيانات الازمة ، وقد أظهرت نتائج التحليل إن لتكنولوجيا المعلومات دور في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان/ الثقة، التعاطف) بالمصارف التجارية الليبية، وأختتمت الدراسة بمجموعة من التوصيات كان من أهمها تبني الإدارة العليا سياسة نشر ثقافة جودة الخدمات المصرفية بين جميع العاملين لمعرفة مبادئها ومفهومها، وذلك عن طريق عقد الندوات والاجتماعات، وورش العمل، وتوفير الوثائق والمنشورات الخاصة بالجودة، وذلك وصولاً إلى القناعة بها، إلى درجة الالتزام القائم من جانبهم بالتطبيق.

الكلمات المفتاحية: المصارف التجارية، تكنولوجيا المعلومات، جودة الخدمة المصرفية.

Abstract: The study aimed to identify the role of information technology improving the quality of services banking for Libyan commercial banks. To achieve the objective of the study therefore. It depended on the descriptive analytical approach, one main hypothesis was formulated. And five sub- hypotheses were formulated. The number of banks participating in the study five commercial banks. The study relied on the questionnaire as a tool for collecting the necessary data. The results shown Analysis that there is a role for information technology in improving the quality of banking services Through the dimensions of (tangibility, reliability, responsiveness, security/trust, empathy) in Libyan commercial banks.

The study recommended a set of recommended, the most important of which is the adoption by the senior management of the policy of spreading the culture of quality of banking services among all

employees to know its principle and concept, by holding seminars, meeting and workshops. And providing documented and publications related to quality. Up to being convinced of it, to the point of full commitment on their part to implement it.

Keywords: Commercial banks, Information technology, quality banking services.

مقدمة:

إن التغيرات التي شاهدتها الأعمال المصرفية في العالم من تطور في الخدمات وظهور وتنامي المؤسسات غير المالية التي أصبحت تقدم في خدمات المصارف واشتداد حدة المنافسة، خلق احتياجات جديدة للمصارف تدفعها إلى ضرورة تبني مداخل معاصرة تمكنها من تحسين جودة الخدمات المصرفية.

ومن أهم هذه المداخل الأدوات الإلكترونية لتكنولوجيا المعلومات في المصارف والمنظومات الإلكترونية وشبكات الاتصال المتطرورة والتي أصبحت رائداً للمصارف لتنفيذ مختلف عملياتها وخدماتها المتنوعة وذلك لستطيع المنافسة سعياً نحو تحقيق مستوى عالي من الجودة في جميع عملياتها لتضمن من خلالها تفوق تنافسي وتكسبها القدرة على مواجهة كل التحديات والبقاء، بل أيضاً ستمكنها من الارتقاء وتطوير وتحسين أدائها بشكل مستمر.

لذلك أصبح يُنظر دور تكنولوجيا المعلومات على أنه ليس مصدراً داعماً بل اعتباره مطلباً أساسياً لتمكن المصارف من القيام بعملياتها المختلفة بكفاءة، وذلك لما توفره هذه التكنولوجيا من قدرات معلوماتية ومعرفية تساعد المصارف على البقاء والاستمرار والنمو، وحتى تستطيع المصارف التعامل مع هذه التغيرات والتحديات لم يصبح من الضروري بالنسبة لها مجرد امتلاك التكنولوجيا الحديثة، بل الأهم هو كيفية استيعاب تلك التكنولوجيا وتوظيفها بكفاءة لتحقيق أهداف تلك المصارف.

ولذلك فإن التحدي الذي يواجه المصارف يكمن في كيفية الاستخدام والاستفادة من تكنولوجيا المعلومات.

ويُعد القطاع المالي من القطاعات المهمة الداعمة للاقتصاد الوطني والتي تعتمد على المعلومات الدقيقة والسريعة والشاملة في مختلف عملياتها وتنفيذ أعمالها لتوفير مستوى جودة مناسب، لذا فإن تكنولوجيا المعلومات تلعب دوراً بارزاً وفعلاً في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

وعليه فقد أصبح من الصعب على المصارف أن تقدم خدماتها بجودة مقبولة لدى العملاء إن لم تكن تعتمد على التكنولوجيا الحديثة التي أصبحت أساساً في العمل يضمن لمستخدميها السرعة والتوسيع في تقديم الخدمات.

الدراسات السابقة:

يختص هذا الجزء من البحث باستعراض عدد من الدراسات السابقة التي تطرق لموضوع تكنولوجيا وجودة الخدمات المصرفية، والتي يمكن الاستفادة منها بهدف تدعيم مشكلة البحث وكمرجعية لبناء الجانب النظري للدراسة، حيث تُساهم الدراسات السابقة في إثراء البحث الحالي، بالإضافة إلى تلافي ظاهرة التكرار، وتم تقسيم الدراسات على النحو التالي:

دراسة (Vettrivel et al. 2020): أجريت الدراسة في الهند، هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أبعاد جودة الخدمات المصرفية عبر الإنترن特 والتأثير على رضا العملاء، اعتمدت الدراسة على نموذج نظري يتكون من خمسة أبعاد لجودة خدمة بنك الإنترن特 ومتغير خارجي واحد. استخدم الباحثون طريقةأخذ العينات الملائمة لجمع البيانات من المستجيبين. كشفت نتائج الدراسة عن خمسة أبعاد لجودة خدمة بنك الإنترن特، وهي الاستجابة والثقة والراحة وكفاءة الموقع والأمن، من بين أبعاد جودة خدمة بنك الإنترن特 تبين أن ثقة وكفاءة موقع الويب تؤثر بشكل إيجابي على رضا العملاء.

دراسة بن العمري (2019): أجريت الدراسة في الجزائر دراسة ميدانية على مستوى عينة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية، وهدفت الدراسة إلى إظهار دور استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، وخلصت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين أبعاد الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية والتعاطف على عكس أبعاد (الاستجابة، الأمان) حيث تبين أنه توجد بينها وبين تكنولوجيا المعلومات علاقة ارتباطية طردية متوسطة وطردية ضعيفة جداً على التوالي، وهذا ما يعكس الاستخدام المتزايد لتكنولوجيا المعلومات بهدف الاستجابة لاحتياجات ورغبات العملاء المتزايدة وسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية في دمج التكنولوجيا مع مظاهر التعاطف والاعتمادية التي يقدمها موظفو محل الدراسة.

دراسة العوينة (2019): أجريت هذه الدراسة في الجزائر دراسة حالة بنك السلام الجزائري، وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية، لاسيما على مستوى البنوك الإسلامية، وأشارت نتائج الدراسة إلى قدرة البنك على توظيف تكنولوجيا المعلومات بما يسمح له تحقيق جودة الخدمة المصرفية.

دراسة المجرى (2019): أجريت هذه الدراسة في ليبيا على مصافي الوحدة والتجارة والتنمية، وهدفت الدراسة إلى معرفة أثر استخدام الأدوات المصرفية الإلكترونية على الأداء التجاري والمالي، وخلصت الدراسة إلى عدم وجود فروقات بين مصافي الوحدة والتجارة والتنمية في المحاور التالية: (درجة الإقبال على الأدوات المصرفية الإلكترونية، درجة الرضا عن الأدوات المصرفية الإلكترونية، وكذلك أداء المصرف مقارنة بالمصارف المُنافسة، وأهم الدوافع لاستخدام الأدوات المصرفية الإلكترونية، وكذلك أهم المشكلات والتحديات التي واجهت المصارف عند استخدام الأدوات المصرفية الإلكترونية)، توصلت الدراسة إلى أن هناك أثر موجب ذو دلالة معنوية لاستخدام الأدوات المصرفية الإلكترونية على الأداء التجاري للمصارف.

دراسة رحاب وأخرون (2019): أجريت هذه الدراسة في ليبيا على المصارف التجارية العاملة بمدينة طرابلس، وهدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية، وخلصت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي لتكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية، كما أثبتت النتائج أن أبعاد تكنولوجيا المعلومات جاءت بدرجة موافقة عالية حيث جاءت مُرتبة تنازلياً على النحو التالي (قواعد البيانات، البرمجيات، الأجهزة والمعدات، شبكات الاتصال).

دراسة بخت وآخرون (2016): أجريت هذه الدراسة في ليبيا على المصارف التجارية العاملة بمدينة طرابلس، وهدفت الدراسة إلى التعرف على أثر العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وربحية المصارف التجارية، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين تقديم وتكلفة وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية وربحية المصارف التجارية، وأن العلاقة بين تقديم الخدمة وربحية المصارف هي علاقة سببية من اتجاهين.

دراسة الدراجي (2015): أجريت هذه الدراسة في الجزائر على المصارف التجارية الجزائرية، وهدفت الدراسة إلى معرفة تأثير هذه الخدمات على أداء المصارف التجارية الجزائرية، وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة عكسية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية والعائد على حقوق الملكية.

دراسة ميهوب (2014): أجريت هذه الدراسة في الجزائر على المصارف التجارية الفرنسية العاملة بالجزائر، وهدفت الدراسة إلى معرفة أثر استخدام المصارف لเทคโนโลยيا المعلومات، وخلصت الدراسة إلى عدم وجود أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمعنى القنوات المصرفية للاتصال عن بعد وأدوات الدفع الإلكترونية على العائد على الأصول.

دراسة (Binuyo & Adewale 2014): أجريت هذه الدراسة في جنوب إفريقيا، هدفت هذه الدراسة بشكل أكبر إلى معرفة تأثير كفاءة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ICTCE على أداء البنوك. كما قيمت الدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أداء الصناعة المصرفية في جنوب إفريقيا باستخدام بيانات سنوية عن الفترة 1990-2012 نشرتها مصدر المعلومات المصرفية العالمية Bank scope، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يزيد العائد على رأس المال المستخدم وكذلك العائد على أصول الصناعة المصرفية في جنوب إفريقيا. كما وأشارت الدراسة أيضاً أن المزيد من المساهمة في الأداء تأتي من كفاءة تكلفة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مقارنة بالاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

دراسة (Mohammed et al. 2013): أجريت هذه الدراسة في نيجيريا، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الصناعة المصرفية النيجيرية باستخدام أحد عشر بنكاً تجارياً مختاراً في نيجيريا، حيث استخدمت الدراسة البيانات المصرفية السنوية عن الفترة من (2001 إلى 2011) وأشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الصناعة المصرفية في نيجيريا يزيد العائد على حقوق الملكية، كما وأشارت إلى وجود علاقة عكسية بين الاستثمار المستدام الإضافي في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والكفاءة التي أوصت بها الدراسة، من بين أمور أخرى تحويل المزيد من التركيز على السياسات التي تعزز استخدام الفعال المناسب لمعدات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بدلاً من الاستثمارات الإضافية.

دراسة (Yeboah et al. 2013): أجريت هذه الدراسة في غانا، هدفت هذه الدراسة إلى تقييم أنواع التسهيلات التكنولوجية التي يستخدمها عملاء البنوك، ومدى الاستفادة من التكنولوجيا وتحدياتها للعملاء. تشير النتائج إلى أن معظم خدمات تكنولوجيا المعلومات المستخدمة من قبل العملاء هي أجهزة الصرف الآلي، والخدمات المصرفية عبر الإنترنت، والتحويل الإلكتروني للأموال في نقاط البيع، حيث كانت خدمات الصرف الآلي والإيداع المباشر والسحب وشبكات الفروع من الخدمات التي تم استخدامها بشكل كبير وتقديمها من قبل جميع

البنوك. كما توصلت الدراسة إلى أن هناك أثر موجب لخدمات تكنولوجيا المعلومات على معدل زيارات العملاء للقاعات والخدمات المصرفية التي يتم تلقيها، وكذلك أثرت معرفة العملاء بالخدمات على عدد المرات التي يستخدمون فيها العملاء الخدمة بالإضافة إلى عدد المرات التي زار فيها القاعات المصرفية.

ما يميز البحث الحالي عن الدراسات السابقة:

بشكل عام اشتراك الدراسات السابقة في موضوع البحث الحالي أو على الأقل أحد جوانبها واختلفت في فترتها وعينتها، بالإضافة إلى استخدام بعض الدراسات السابقة نفس المنهج، وإبراز أهمية تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية، وعليه استقاد البحث الحالي من جميع الدراسات السابقة في الوصول إلى صياغة دقيقة للعنوان البحثي، وكذلك الوصول للمنهج الملائم، وبالتالي يعد البحث الحالي استكمالاً للدراسات السابقة التي تناولت موضوع تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

مشكلة البحث:

إن نجاح المصارف في تحقيق أهدافها يعتمد بالدرجة الأولى على حسن إدارة مصادر الأموال واستخداماتها، بما يحقق أكبر نفع ممكن في ظل الظروف السائدة، كما يعتمد إلى حد كبير على نظم معلومات فعالة ومُحكمة، تضمن انتظام إنجاز الأعمال، ودقة وصحة المعلومات والبيانات المالية (السيسي، 2003).

ومن ثم فإن استخدام تكنولوجيا المعلومات في مجال الخدمات المصرفية يخضع من التكاليف الكبيرة التي يتحملها المصرف لإجراء عملياته المختلفة، كذلك يقلل من حاجة المصرف إلى الاستثمار المُكلف في إقامة الفروع المصرفية، فلا حاجة للمصرف لخضيص أماكن أو موظفين لأداء الخدمات للعملاء، مما يساعد في تحقيق سرعة في أداء الخدمة للعميل بأقل تكلفة، وتخفيض المصارف من أهم المشاكل التي تواجهها وهي صفوف الانتظار (الشراقي، 2004).

وبالتالي فإن زيادة حدة المنافسة التي تواجه المصارف في أعمالها وذلك بسبب ظهور تقنيات مصرفية حديثة واستخدام تقنية الإنترن特 وغيرها من الأدوات المالية الجديدة ودخول مؤسسات الوساطة المالية كشركات الاستثمار وصناديق الاستثمار وشركات التأجير التمويلي لمنافسة هذه المصارف التقليدية (الكيلاي، 2004)، كان له الأثر الأعظم في المساهمة في توجه ليبيا إلى الاهتمام بتطوير عمل المصارف التجارية وإعطائها أهمية خاصة، وذلك نظراً لدورها الفعال والكبير في دفع عجلة النشاط الاقتصادي وتحقيق التنمية الاقتصادية في البلاد، حيث وقعت اتفاقيات مع هيئات إقليمية ودولية من أجل تطوير عمل المصارف الليبية لإدخالها في الشبكة المصرفية العالمية، وتعزيز توجهها نحو ممارسة الصيرفة الشاملة والاتجاه نحو الاندماج والتكتلات الكبرى واستحداث الخدمات المصرفية الجديدة والتي أبرزها الصرف الآلي وصناديق الاستثمار والبطاقات الذكية وغيرها من الوسائل الحديثة (اتحاد المصارف العربية، 2005)، وعلى ضوء ذلك يمكن التعبير عن مشكلة

البحث من خلال التساؤل الآتي:

هل يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية الليبية؟

فرضيات البحث:

للإجابة على تساؤلات الدراسة تم الاعتماد على فرضية رئيسية واحدة وعدد خمس فرضيات فرعية على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية:

الفرضية الصفرية لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية الليبية.

الفرضية البديلة يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية الليبية.

الفرضية الفرعية الأولى:

الفرضية الصفرية لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الملحوظة) بالمصارف التجارية الليبية.

الفرضية البديلة يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الملحوظة) بالمصارف التجارية الليبية.

الفرضية الفرعية الثانية:

الفرضية الصفرية لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الاعتمادية) بالمصارف التجارية الليبية.

الفرضية البديلة يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الاعتمادية) بالمصارف التجارية الليبية.

الفرضية الفرعية الثالثة:

الفرضية الصفرية لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الاستجابة) بالمصارف التجارية الليبية.

الفرضية البديلة يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الاستجابة) بالمصارف التجارية الليبية.

الفرضية الفرعية الرابعة:

الفرضية الصفرية لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الأمان/ النقاوة) بالمصارف التجارية الليبية.

الفرضية البديلة يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الأمان/ الثقة) بالمصارف التجارية الليبية.

الفرضية الفرعية الخامسة:

الفرضية الصفرية لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد التعاطف) بالمصارف التجارية الليبية.

الفرضية البديلة يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد التعاطف) بالمصارف التجارية الليبية.

هدف البحث:

التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات بأبعادها الخمسة (بعد الملموسة، بعد الاعتمادية، بعد الاستجابة، بعد الأمان/ الثقة، بعد التعاطف) في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

أهمية البحث:

الأهمية الأكاديمية: حيث تتمثل أهمية البحث على المستوى الأكاديمي من خلال التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية الليبية بشكل يتلاعماً مع التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات كموضوع حيوي وهام، فهو يُعد من المجالات الحديثة نسبياً والمكملة لما سبقها من الدراسات في الأدب ، كذلك لإثراء المكتبة العلمية ومراكز البحث العلمي في ليبيا فيما يتعلق بموضوع تكنولوجيا المعلومات لمواجهة المشكلات التي تواجهه تطوير وتحسين جودة الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية وسد بعض الفجوات العلمية ومحاولة تذليل الصعوبات التي تواجه هذه المصارف عند استخدام تكنولوجيا المعلومات في كافة عملياتها.

الأهمية التطبيقية: وتتمثل أهمية البحث العملي في أهمية تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الليبية محل الدراسة والتي بدورها تساعد في تطوير أدائها، وكذلك تحسين جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الليبية من خلال الاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات.

الإطار النظري للبحث:

مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

عرف السالمي (2002: 20) تكنولوجيا المعلومات بأنها "عبارة عن كل التقنيات المتقدمة التي تُستخدم في تحويل البيانات بمختلف أشكالها إلى معلومات بمختلف أنواعها والتي تُستخدم من قبل المستفيدين منها في كافة مجالات الحياة".

ويُعرفها مراد (2015: 9) بأنها "مكونات الحواسيب والبرمجيات بالإضافة إلى شبكات الاتصال وغيرها من الأجهزة الالزمة للقيام بمعالجة وتخزين وتنظيم وإرسال واسترجاع المعلومات وذلك بالكفاءة والسرعة العالية".

مفهوم جودة الخدمة المصرفية:

يُعرف المحمودي (2014: 18) الخدمة المصرفية بأنها "مجموعة الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعة الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها المستفيدين من خلال ملامحها وقيمها والتي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والانتهائية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدراً لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين".

يُرى أن جودة الخدمة "نتيجة عملية تقييم يقارن فيها الزبون توقعاته بالخدمة المقدمة له أو التي قدمت له أي التي يعتقد أنه قد تلقاها".

ويُعرف (Parasuraman et al. 1988: 444) جودة الخدمة بأنها "الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة وإدراكتهم للأداء الفعلي لها".

ويُعرفها مراد (2015: 32) على أنها "مقابلة المصرف لتوقعات العميل من الخدمات المصرفية المقدمة، بمعنى أن ما يتوقعه العميل من مستوى جودة يتطابق فعلياً مع ما يقدمه المصرف، وهو المفهوم الجوهرى للجودة الخدمة المصرفية".

أبعاد جودة الخدمة المصرفية:

أجرى كل من (Parasuraman et al. 1985) دراسة من أجل وضع مقياس لجودة الخدمة بالاستناد على المقابلات التي أجروها مع أربع شركات خدمية لتقديم الخدمة وتمثلت في: الخدمات المصرفية للأفراد، بطاقة الائتمان، السمسرة في الأوراق المالية، وإصلاح المنتجات وصيانتها، وأشاروا إلى أن الخدمات المصرفية للأفراد وخدمات السمسرة في الأوراق المالية أكثر خدمات اتصال عالية من التوقيع الآخرين. وتوصلا إلى أن هناك عشرة أبعاد لقياس جودة الخدمة وتمثل في (الاعتمادية، الاستجابة، الكفاءة، الوصول إلى الخدمة، المجاملة، الاتصال، المصداقية، الأمان، فهم/ معرفة العميل، الجوانب المادية الملموسة)، (بن العمري، 2019: 33).

وفي عام 1988 أجرى الباحثون (Parasuraman et al. 1985) دراسة لاحقة لدراسة التي قاموا بها في عام 1985 طورا فيها نموذج جودة الخدمة، وتوصلا فيها إلى أن هناك علاقة ارتباط بين الأبعاد العشرة لجودة الخدمة؛ وأشاروا إلى أن هذه الأبعاد العشرة غير مستقلة عن بعضها البعض، الأمر الذي دفعهم إلى دمجها واختصارها في خمسة أبعاد فقط تضم 22 عنصراً تترجم مظاهر جودة الخدمة، وأصبح يطلق عليها نموذج جودة الخدمة (Parasuraman et al. 1988: 12) (SERVQUAL)، وتمثل الأبعاد الخمسة فيما يلي (قاسى، 2015: 118):

1- **الجوانب المادية الملموسة:** وتمثل الجوانب المادية الملموسة المتعلقة بالخدمة: مباني المصرف، والتقنيات الحديثة المستخدمة فيه، والتسهيلات الداخلية للأبنية، والتجهيزات الالزامية لتقديم الخدمة، ومظهر الموظفين،

وأسلوب الاتصال مع العملاء وغير ذلك، غالباً ما تستخدم المصارف الملموسة لتحسين صورتها وتؤمن التواصل مع عملائها كمؤشر للجودة.

2- الاعتمادية: وتعبر عن قرارة المصرف من وجهة نظر العملاء على تقديم الخدمة في الوقت التي يطلبها العميل، وبذلة ترضي طموحه، كما تعبر عن مدى وفاء المصرف بالتزاماته تجاه العميل، وهذا البُعد يعتبر من الأبعاد الأكثر ثباتاً وهو الأكثر أهمية في تحديد إدراكاتات جودة الخدمة عند العملاء.

3- الاستجابة: وهي القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات العملاء، والاستجابة لشكواهم، والعمل على حلها بسرعة وكفاءة، وهذا ما يقنع العملاء بأنهم محل تقدير واحترام من قبل المصرف الذي يتعاملون معه.

4- الثقة أو الأمان: وهو الاطمئنان من قبل العملاء بأنَّ الخدمة المقدمة لهم تخلو من الخطأ أو الخطير أو الشك ومتضمناً أيضاً الاطمئنان النفسي والمادي، وتشمل أيضاً اللطف وقدرة المصرف ومستخدميه على بناء وكسب الثقة. وهذا البُعد مهم للخدمات التي يُدركها العميل، كالتى تتضمن مخاطرة عالية، أو الشعور بعدم التأكد بخصوص قدرته على تقييم منافعها أو مخرجاتها.

5- التعاطف: وهو إبداء روح الصدقة والحرص على العميل، وجعله يشعر بأهميته والرغبة في تلقي الخدمة حسب حاجاته، إنَّ جوهر التفاعل العاطفي هو الوصول للعميل من خلال علاقته الشخصية والأبعاد حسب الطلب للخدمة، فالعميل يرغب بالشعور بأنه مفهوم على نحو جيد، ومهم من قبل المصرف الذي يحصل على الخدمة منه، والموظفين في المصارف الصغيرة غالباً يُعرفون العملاء بأسمائهم ويبُنون العلاقات التي تعكس المعرفة لمتطلبات ومتطلبات العميل الشخصية.

الإطار الميداني للبحث:

منهجية البحث:

من أجل تحقيق هدف البحث تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى المعرفة الدقيقة والقصصية حول مشكلة البحث، ولتحقيق تصور أفضل وأدق للظاهرة موضوع البحث، كما تم استخدام أسلوب العينة العشوائية في اختيار عينة البحث، كما تم الاعتماد على وسيلة الاستبيان.

في ضوء مشكلة البحث ومتغيرات البحث يمكن تحديد البيانات التي تم الاعتماد عليها في تحقيق أهداف البحث كما يتضح على النحو التالي:

أ- البيانات الثانوية: وتشمل الكتب والدراسات والأبحاث والدوريات والموقع الإلكترونية المتعلقة بموضوع الدراسة.

ب- البيانات الأولية: تم الاعتماد على آراء واتجاهات عينة البحث بالمصارف التجارية الليبية للحصول على البيانات الأولية التي تخدم أهداف البحث.

مجتمع وعينة البحث:

يتألف مجتمع البحث من المصارف التجارية العاملة في ليبيا، أما عينة البحث فقد اقتصرت على خمسة مصارف تجارية، وهذه المصارف هي: (مصرف الجمهورية، مصرف الصحاري، مصرف الوحدة، مصرف التجاري الوطني، مصرف التجارة والتنمية)، وتشمل عينة من مدراء الإدارات في الإدارات العامة للمصارف الواقعة إداراتها بمدينة بنغازي ورؤساء الأقسام وعينة من الموظفين في الفروع الرئيسية وإدارات الفروع بمدينة بنغازي.

طرق جمع البيانات:

تم استخدام استماراة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، وذلك لما تتمتع به هذه الأداة من مزايا عديدة، حيث تساهم في توفير الوقت والجهد في عملية جمع البيانات، كما تمنح هذه الوسيلة الإمكانيات للحصول على معلومات من عدد كبير من الأفراد بأقصر وقت ممكن مقارنة بوسائل جمع البيانات البديلة، وقد تم صياغة أسئلة الاستبيان من خلال الاطلاع على الأدب والدراسات وثيقة الصلة بموضوع البحث، وت تكون استماراة الاستبيان من جزئين، الجزء الأول يتعلق بخصائص أفراد عينة البحث وهي: المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة في المجال المصرفية، التخصص، أما القسم الثاني فيشتمل على المحاور التالية:

أ- المحور الأول: يتعلق بتكنولوجيا المعلومات، ويكون من (12) فقرة.

ب- المحور الثاني: يتعلق بجودة الخدمات المصرفية، ويكون من (20) فقرة، موزعة على الأبعاد التالية:

بعد الملموسة: يتكون من (4) فقرات

بعد الاعتمادية: يتكون من (4) فقرات.

بعد الامان/الثقة: يتكون من (4) فقرات.

بعد التعاطف: يتكون من (4) فقرات.

وتم عرض استماراة الاستبيان قبل توزيعها على مفردات عينة البحث على ثلاثة ممكرين، وذلك للتأكد من سلامة صياغة أسئلة الاستبيان ووضوحها، وقد تم وفقاً لذلك إجراء بعض التعديلات على استماراة الاستبيان. بعد تحديد مجتمع وعينة البحث بدقة تم توزيع وجمع الاستبيان على الفئات المشاركة في البحث خلال الفترة من 1/4/2022، إلى 30/6/2022، حيث تم توزيع عدد (125) استماراة استبيان على أفراد العينة في المصارف الخمسة وقد بلغ عدد الاستمارات المسترددة (98) استماراة وعدد الاستمارات الغير مسترددة (27) استماراة كما بلغ عدد الاستمارات الغير صالحة للتحليل (8) استمارات وبلغ عدد الاستمارات الداخلة في التحليل (90) استماراة، والجدول (1) يوضح ذلك:

جدول (1): عدد الاستمارات الموزعة والمسترددة والداخلة في التحليل

النسبة	العدد	البيان
%100	125	الاستمارات الموزعة
%78.40	98	الاستمارات المسترددة
%21.60	27	الاستمارات الغير مسترددة
%6.40	8	الاستمارات الغير صالحة للتحليل

%72	90	عدد الاستمارات الدالة في التحليل
-----	----	----------------------------------

تم استخدام بعض الأساليب الإحصائية لتحليل الاستبيان، وبعد الانتهاء من جمع البيانات تم مراجعة وترميز الاستبيانات المجمعة والصالحة للتحليل بناءً على مقياس ليكرت المقاس بخمس درجات، ومن خلال عبارات الاستيانة التي صُممت لهذا الغرض، وهذا التصميم عبارة عن مقياس إحصائي لتحليل المتوسطات الحسابية، ويعتمد على تحديد طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي (الحدود الدنيا والعلية)، والذي يتكون من الإجابات التالية (موافق بشدة- موافق- محابد- غير موافق بشدة)، وقد تم صياغة جميع الفقرات بشكل إيجابي، وقد أعطيت الإجابات الأوزان كما هو موضح بالجدول رقم (2).

جدول (2): توزيع الأوزان على إجابات الاستبيان

غير موافق بشدة	غير موافق	محابد	موافق	موافق بشدة	الإجابة
1	2	3	4	5	الوزن

وعليه فإن المتوسط الحسابي النظري لمقياس البحث يساوي (3) وقد تم اعتماد ذلك في هذا البحث، حيث اعتبر أن كل ما يزيد عن المتوسط الحسابي النظري للبحث بأنه اتجاه إيجابي، وما أقل عن المتوسط النظري لمقياس البحث بأنه اتجاه سلبي أو محابد، ولحساب طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي تم حساب المدى ($1-5 = 4$)، ثم تقسيمه على عدد فئات المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي ($5/4 = 0.80$)، بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي الواحد صحيح، وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا يصبح طول الخلايا للعبارات كما هو موضح بالجدول رقم (3):

جدول (3): طول الخلية وفقاً لمقياس ليكرت

المستويات	الفئة في مقياس ليكرت	طول الخلية
ضعيف جداً	غير موافق بشدة	من 1 إلى أقل من 1.80
ضعيف	غير موافق	من 1.80 إلى أقل من 2.60
متوسط	محابد	من 2.60 إلى أقل من 3.40
مرتفع	موافق	من 3.40 إلى أقل من 4.20
مرتفع جداً	موافق بشدة	من 4.20 إلى 5.00

صدق وثبات الاستبيان:

للحصول على صدق وثبات بيانات الاستبيان المتحصل عليها من المبحوثين استخدم اختبار ألفا كرونباخ، فإذا كانت قيمة ألفا أكبر من (60%) فهذا يعني أن بيانات البحث ذات ثبات عالي وموثوق، أما إذا كانت قيمة ألفا كرونباخ أقل من (60%)، فهذا يعني عدم ثبات بيانات البحث، وكانت نسبة ثبات اختبار ألفا كرونباخ لبيانات هذا البحث (86.9%)، ونسبة صدق اختبار ألفا كرونباخ لبيانات هذا البحث بشكل عام (93.2%)، وهذا يدل على أن بيانات البحث ذات ثبات وصدق عالي، والجدول (4) يوضح ذلك:

جدول (4): نتائج ثبات وصدق الاستبيان

معاملات الصدق	معاملات الثبات	عدد العبارات	المحاور
0.902	0.814	12	تكنولوجيا المعلومات
0.784	0.615	4	الملموسية
0.834	0.697	4	الاعتمادية
0.814	0.663	4	الاستجابة
0.840	0.707	4	الامان/ الثقة
0.795	0.633	4	التعاطف
0.932	0.869	32	عدد العبارات ككل

اختبار التوزيع الطبيعي:

من المهم إجراء الاختبارات الالزامية للتأكد من مدى اتباع بيانات البحث للتوزيع الطبيعي، إلا أنه حسب نظرية النهاية المركزية، أنه عندما تكون العينة أكبر أو تساوي 30 مفردة فأنه، يمكن اعتبار بيانات البحث موزعة طبيعياً دون الحاجة لإجراء هذا الاختبار (Field, 2013; Hayduk, 1987)، وحيث أن عينة البحث أكبر من 30 مفردة، ما يمكن اعتبار بيانات البحث تتبع التوزيع الطبيعي، وإمكانية استخدام الاختبارات المعملية لمتغيرات البحث.

تحليل البيانات الأولية للبحث:

يتضمن هذا الجزء من استمار الاستبيان الأسئلة المتعلقة بخصائص المشاركين في البحث، وبين الجدول رقم

(5) النتائج على النحو التالي:

- معظم عينة الدراسة من حملة البكالوريوس بنسبة (71.1%) من إجمالي أفراد عينة البحث وأن (14.4%) هم من حملة الدبلوم العالي والمتوسط و(10.0%) من حملة الماجستير، وأن (3.3%) من حملة الثانوية أو أقل ونسبة (1.1%) هم من حملة الدكتوراه، وهذا يعطي مؤشراً إيجابياً بالاعتماد على البيانات المتحصل عليها.

- يُبين مُتغير الخبرة أن ما نسبته (37.8%) من إجمالي أفراد عينة البحث بلغت خبرتهم من خمسة سنوات إلى عشرة سنوات، وأن (25.6%) تراوحت خبرتهم أقل من خمسة سنوات و(22.2%) تراوحت خبرتهم من خمسة عشر سنة فما فوق، و(13.3%) بلغت خبرتهم أيضاً من عشرة سنوات إلى خمسة عشر سنة، مما يدل على أن معظم أفراد عينة البحث لديهم الخبرة العملية في العمل المصرفى.

- يُبين مُتغير التخصص أن ما نسبته (54.4%) من أفراد عينة البحث تخصصهم العلمي محاسبة وتشكل أعلى نسبة من أفراد عينة البحث وهذه نتيجة طبيعية حيث أن العمل المصرفى يقوم على أساس التخصص العلمي المحاسبي والعلوم المالية والمصرفية، ونسبة (17.8%) من التخصصات العلمية الأخرى، وكذلك ما نسبته (14.4%) من أفراد عينة البحث تخصصهم تمويل ومصارف،

ونسبة (5.6%) تخصصهم اقتصاد، وأيضاً نسبة (5.6%) تخصصهم حاسوب، ونسبة (2.2%) تخصصهم العلمي إحصاء.

جدول (5): توزيع أفراد عينة البحث حسب متغيرات البحث الديمografية

النسبة	العدد	الفئات	المتغير
%3.3	3	ثانوية أو أقل	المؤهل العلمي
%14.4	13	دبلوم عالي	
%71.1	64	بكالوريوس	
%10	9	ماجستير	
%1.1	1	دكتوراه	
%100	90	المجموع	
%25.6	23	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
		من 5 وأقل من 10 سنوات	
		من 10 وأقل من 15 سنة	
		15 سنة فما فوق	
%100	90	المجموع	
%14.4	13	تمويل ومحاسن	التخصص
		محاسبة	
		اقتصاد	
		حاسوب	
		إحصاء	
		إدارة	
%100	90	المجموع	

التحليل الوصفي لبيانات البحث:

في هذا الجزء تم التعرف على آراء واتجاهات المشاركين في البحث حول دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية، من خلال تحليل البيانات الخاصة بكل بُعد من أبعاد البحث، وبالتالي فإننا نحصل على اتجاه الإجابات لدى أفراد عينة البحث وذلك لكل بُعد على حدة.

يبين جدول (6) إجابات المشاركين حول تكنولوجيا المعلومات، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وكذلك الوزن النسبي والرتبة لفقرات هذا المتغير وذلك على النحو التالي:

جدول (6): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لمتغير تكنولوجيا المعلومات

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرقم
1	76.66	1.030	3.833	سهولة التواصل مع المسؤولين عن نظم المعلومات عند وجود مشاكل.	1
5	70	0.890	3.500	استجابة قسم الدعم الفني على الاستفسارات بسرعة.	2
4	70.44	1.008	3.522	تناسب سرعة أجهزة الحاسوب مع حجم العمل المطلوب إنجازه.	3

9	66.88	1.072	3.344	تحديث أجهزة الحاسوب بصفة دورية لتلاءم مع حجم الخدمات المطلوبة.	4
6	70	1.030	3.500	تناسب البرمجيات مع متطلبات العمل في الخدمات المصرفية.	5
8	67.11	1.009	3.355	تستخدم تقنيات حديثة لإيصال المعلومات المطلوبة في الوقت المناسب.	6
12	61.55	1.308	3.077	تناسب الشبكة المتوفرة مع احتياجات العمل في الخدمات المصرفية.	7
7	67.54	1.012	3.377	توفير مساحات كافية لعملية تخزين المعلومات في الخدمات المصرفية.	8
10	66.88	1.133	3.344	التواصل مع كافة وحدات الخدمات المصرفية بشكل ميتر عبر الأرشيف الإلكتروني.	9
3	72	0.845	3.600	تحديث البيانات باستمرار لتقديم أفضل الخدمات المصرفية.	10
11	64.66	1.091	3.233	توفر سجلات الكترونية لعملاء المصرف ونظام أرشفه الكتروني.	11
2	73.11	0.961	3.655	متابعة الإدارة العامة للمصرف لسير العمل القائم على استخدام نظم المعلومات.	12
3.445				المتوسط العام	
0.595				الانحراف المعياري	

يتضح من الجدول رقم (6) أن الوسط الحسابي للإجابات على فقرات متغير تكنولوجيا المعلومات يتراوح ما بين (3.077 - 3.833)، وأن كل النتائج كانت إيجابية، جاءت الفقرة "سهولة التواصل مع المسؤولين عن نظم المعلومات عند وجود مشاكل" في المرتبة الأولى بمتوسط مرجح قيمته (3.833) وانحراف معياري (1.030) وكان الوزن النسبي للفقرة (76.66%) حيث أن هذه العبارة تأتي في درجة المرتفع وذلك حسب طول الخلية وفقاً لمقياس ليكرت.

وجاءت الفقرة "تناسب الشبكة المتوفرة مع احتياجات العمل في الخدمات المصرفية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط مرجح قيمته (3.077) وانحراف معياري (1.308) وكان الوزن النسبي للفقرة (61.55%), حيث أن هذه العبارة تأتي في درجة المتوسط وفقاً لمقياس ليكرت.

وبشكل عام يتبيّن أن الوسط المرجح لجميع عبارات متغير تكنولوجيا المعلومات هو (3.445)، وهو أكبر من وزن المحايد (3) وهذا يعني أن أفراد عينة البحث موافقين بدرجة عالية على أهمية تكنولوجيا المعلومات في العمل المصرفي.

تبين الجداول (7)، (8)، (9)، (10)، (11)، إجابات المشاركين حول متغير جودة الخدمات المصرفية من خلال الأبعاد الآتية: (بعد الملمسية، بعد الاعتمادية، بعد الاستجابة، بعد الأمان / الثقة، بعد التعاطف)، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وكذلك الوزن النسبي وترتيب الأهمية لفقرات هذا المتغير.

يبين جدول (7) إجابات المشاركين حول بُعد الملموسيّة، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وكذلك الوزن النسبي وترتيب الأهمية لفقرات هذا المتغير وذلك على النحو التالي:

جدول (7): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لبعد الملموسيّة

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف	المتوسط	العبارات	الرقم
أولاً: بُعد الملموسيّة					
1	79.76	1.156	3.988	موقع المصرف ملائم وسهل الوصول إليه.	1
4	68.66	1.102	3.433	يعتمد المصرف على استخدام الأجهزة والوسائل التقنية المتقدمة التي تسهل في تقديم أفضل الخدمات المصرفية.	2
2	73.54	1.139	3.677	لدى المصرف طرق حديثة لتقديم الخدمات المصرفية.	3
3	70	1.220	3.500	يوجد لدى المصرف صراف آلي لتقليل صفووف الانتظار.	4
3.650				المتوسط العام	
0.786				الانحراف المعياري	

يتضح من الجدول رقم (7) أن الوسط الحسابي للإجابات على فقرات بُعد الملموسيّة يتراوح بين (3.433-3.988)، وأن كل النتائج كانت إيجابية، جاءت الفقرة "موقع المصرف ملائم وسهل الوصول إليه" في المرتبة الأولى بمتوسط مرجح قيمته (3.988) وانحراف معياري (1.156) وكان الوزن النسبي للفقرة (79.76%)، حيث أن هذه العبارة تأتي في درجة المرتفع وفقاً لمقاييس ليكرت، جاءت الفقرة "يعتمد المصرف على استخدام الأجهزة والوسائل التقنية المتقدمة التي تسهل في تقديم أفضل الخدمات المصرفية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط مرجح قيمته (3.433) وانحراف معياري (1.102) وكان الوزن النسبي للفقرة (68.66%)، حيث أن هذه العبارة تأتي في درجة المرتفع وفقاً لمقاييس ليكرت.

وبشكل عام يتبيّن أن الوسط المرجح لجميع عبارات بُعد الملموسيّة هو (3.650)، وهو أكبر من الوزن المحايد (3) وهذا يعني إن أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة عالية على بُعد الملموسيّة.

يبين جدول (8) إجابات المشاركين حول بُعد الاعتمادية، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وكذلك الوزن النسبي وترتيب الأهمية لفقرات هذا المتغير وذلك على النحو التالي:

جدول (8): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لبعد الاعتمادية

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرقم
1	79.33	.917	3.966	يقدم المصرف اهتمام خاص بحل المشاكل واستفسارات عملاء المصرف.	1
3	70.66	1.007	3.533	تتميز الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف بثقة عالية لدى عملاء المصرف.	2
4	69.33	1.237	3.466	يوجد عدد كافي من الموظفين لخدمة عملاء المصرف.	3
2	77.55	1.047	3.877	يوجد بالمصرف موظفين يمتازون بالقدرة على تقديم أجود الخدمات المصرفية.	4

3.711	المتوسط العام
0.600	الانحراف المعياري

يتضح من الجدول رقم (8) أن الوسط الحسابي للإجابات على فقرات بُعد الاعتمادية يتراوح بين (3.466-3.966)، وأن كل النتائج كانت إيجابية، جاءت الفقرة "يقدم المصرف اهتمام خاص بحل المشاكل واستفسارات عملاء المصرف" في المرتبة الأولى بمتوسط مرجح قيمته (3.966) وانحراف معياري (0.917) وكان الوزن النسبي للفرقة (79.32%)، حيث أن هذه العبارة تأتي في درجة المرتفع وفقاً لمقياس ليكرت، جاءت الفقرة "يوجد عدد كافي من الموظفين لخدمة عملاء المصرف" في المرتبة الرابعة بمتوسط مرجح قيمته (3.466) وانحراف معياري (1.237) وكان الوزن النسبي للفرقة (69.32%)، حيث أن هذه العبارة تأتي في درجة المرتفع وفقاً لمقياس ليكرت، وبشكل عام يتبيّن أن الوسط المرجح لجميع عبارات محور الاعتمادية هو (3.711)، وهو أكبر من وزن المحايد (3) وهذا يعني أن أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة عالية على بُعد الاعتمادية.

يبين جدول (9) إجابات المشاركين حول بُعد الاستجابة، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وكذلك الوزن النسبي وترتيب الأهمية لفقرات هذا المتغير وذلك على النحو التالي:

جدول (9): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لبعد الاستجابة

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرقم
2	77.33	1.040	3.866	يسعى المصرف للاتصال المستمر بعميله والرد على استفساراته في كل وقت.	1
3	74.22	0.796	3.711	يقوم المصرف بالاستجابة إلى مطالب عميله وحاجاته دون تردد.	2
1	81.55	0.722	4.077	يُبدي المصرف استعداده الدائم للتعاون مع عميله.	3
4	74	1.249	3.700	يقوم المصرف بتوفير الحاجات لعميله من ذوي الاحتياجات الخاصة.	4
3.838				المتوسط العام	
0.687				الانحراف المعياري	

يتضح من الجدول (9) أن الوسط الحسابي للإجابات على فقرات بُعد الاستجابة يتراوح بين (3.700-4.077)، وأن كل النتائج كانت إيجابية، جاءت الفقرة "يُبدي المصرف استعداده الدائم للتعاون مع عميله" في المرتبة الأولى بمتوسط مرجح قيمته (4.077) وانحراف معياري (0.722) وكان الوزن النسبي للفرقة (81.54%)، حيث أن هذه العبارة تأتي في درجة المرتفع وفقاً لمقياس ليكرت، جاءت الفقرة "يقوم المصرف بتوفير الحاجات لعميله من ذوي الاحتياجات الخاصة" في المرتبة الأخيرة بمتوسط مرجح قيمته (3.700) وانحراف معياري (1.249) وكان الوزن النسبي للفرقة (74%)، حيث أن هذه العبارة تأتي في درجة المرتفع وفقاً لمقياس ليكرت، وبشكل عام يتبيّن أن الوسط المرجح لجميع عبارات بُعد الاستجابة هو (3.838)، وهو أكبر من وزن المحايد (3)، وهذا يعني أن أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة عالية على بُعد الاستجابة.

يبين جدول (10) إجابات المشاركين حول بُعد الأمان/الثقة ، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وكذلك الوزن النسبي وترتيب الأهمية لفقرات هذا المتغير وذلك على النحو التالي:

جدول (10): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لبعد الأمان/الثقة

الرتبة	الوزن	الانحراف	المتوسط	العبارات	الرقم
4	77.55	1.036	3.877	عميل المصرف لديه الثقة العالية بخبرات ومهارات الكوادر المصرفية.	1
3	77.77	0.904	3.888	موظفي المصرف يتمتعون بالمعرفة والمهارة والخبرة العالية في مجالات تخصصاتهم.	2
2	78.66	1.003	3.933	موظفي المصرف يتمتعون بالسلوك الرفيع في التعامل مع عملاء المصرف.	3
1	82	1.071	4.100	يحافظ المصرف على سرية المعلومات الخاصة بالعميل.	4
3.950				المتوسط العام	
0.733				الانحراف المعياري	

يتضح من الجدول (10) أن الوسط الحسابي للإجابات على فقرات بُعد الأمان/ الثقة يتراوح بين (3.877-4.100)، وأن كل النتائج كانت إيجابية.

جاءت الفقرة "يحافظ المصرف على سرية المعلومات الخاصة بالعميل" في المرتبة الأولى بمتوسط مرجح قيمته (4.100) وانحراف معياري (1.071) وكان الوزن النسبي للفقرة (82%)، حيث أن هذه العبارة تأتي في درجة المرتفع وفقاً لمقاييس ليكرت.

جاءت الفقرة "عميل المصرف لديه الثقة العالية بخبرات ومهارات الكوادر المصرفية" في المرتبة الرابعة بمتوسط مرجح قيمته (3.877) وانحراف معياري (1.036) وكان الوزن النسبي للفقرة (77.54)، حيث أن هذه العبارة تأتي في درجة المرتفع وفقاً لمقاييس ليكرت.

وبشكل عام يتبيّن أن الوسط المرجح لجميع عبارات بُعد الأمان/ الثقة هو (3.950)، وهو أكبر من وزن المحايدين (3)، وهذا يعني أن أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة عالية على بُعد الأمان/ الثقة.

يبين جدول (11) إجابات المشاركين حول بُعد التعاطف، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وكذلك الوزن النسبي وترتيب الأهمية لفقرات هذا المتغير وذلك على النحو التالي:

جدول (11): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لبعد التعاطف

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرقم
1	78.88	0.975	3.944	تقدم المصارف الأعمال المصرفية بالعدالة وتسهيل تقديم الخدمات المصرفية.	1
4	70.44	0.914	3.522	عملاء المصرف يشعرون بالاهتمام من قبل موظفي المصرف.	2
3	77.55	0.884	3.877	موظفي المصرف يتصفون بروح الصداقات في التعامل مع عملاء المصرف.	3

2	77.77	1.146	3.888	موظفي المصرف يحرصوا على مراعاة الجانب الإنساني في علاقتهم بعملاء المصرف.	4
3.808			المتوسط العام		
0.636			الانحراف المعياري		

يتضح من الجدول رقم (11) أن الوسط الحسابي للإجابات على فقرات بعد التعاطف يتراوح بين (3.522-3.944)، وأن كل النتائج كانت إيجابية، جاءت الفقرة "تقدّم المصارف الأعمال المصرفية بالعدالة وتسهيل تقديم الخدمات المصرفية" في المرتبة الأولى بمتوسط مرجح قيمته (3.944) وانحراف معياري (0.975) وكان الوزن النسبي للفرقة (78.88%)، حيث تأتي هذه العبارة في درجة المرتفع وفقاً لمقياس ليكرت، جاءت الفقرة "عملاء المصرف يشعرون بالاهتمام من قبل موظفي المصرف" في المرتبة الرابعة بمتوسط مرجح قيمته (3.522) وانحراف معياري (0.914) وكان الوزن النسبي للفرقة (70.44%)، حيث تأتي هذه العبارة في درجة المرتفع وفقاً لمقياس ليكرت، وبشكل عام يتبيّن أن الوسط المرجح لجميع عبارات بعد التعاطف هو (3.808)، وهو أكبر من الوزن المحايد (3)، وهذا يعني أن أفراد عينة البحث موافقين بدرجة عالية على بعد التعاطف.

يبين الجدول رقم (12) ترتيب أبعاد متغير جودة الخدمات المصرفية حسب المتوسط المرجح:

جدول (12): المتوسطات والانحرافات والأوزان النسبية لأبعاد متغير جودة الخدمات المصرفية

الترتيب	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط	أبعاد جودة الخدمات المصرفية
5	%73	0.786	3.650	بعد الملموسة
4	%74.22	0.600	3.711	بعد الاعتمادية
2	%76.76	0.687	3.838	بعد الاستجابة
1	%79	0.733	3.950	بعد الأمان/الثقة
3	%76.16	0.636	3.808	بعد التعاطف

يبين الجدول رقم (12) أن بعد الأمان/الثقة جاء بالمرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بنسبة بلغت (79%)، وجاء بعد الملموسة بالمرتبة الأخيرة، ونلاحظ تقارب أهمية كل الأبعاد بالنسبة للمشاركين في البحث.

اختبار فرضيات البحث:

يتناول هذا الجانب التحقق من فرضيات البحث ونظراً لأن البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي فقد تم استخدام اختبار (T-test) لعينة واحدة للتعرف على دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية الليبية، وسنقوم من خلال هذا البحث باختبار (H_0) (الفرضية الصفرية للبحث) والتي تنص إحصائياً على أن ($\mu \geq 3$) أي أنه لا يوجد دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية الليبية ، وفقاً لاختبار (t) المستخدم ، وبناءً على ذلك سنقوم برفض (H_0) عندما تكون القيمة الاحتمالية المحسوبة للاختبار (مستوى الدلالة) أصغر من أو يساوي مستوى المعنوية المستخدم للاختبار

وهو ($\alpha = 0.05$) والعكس إذا كانت القيمة الاحتمالية المحسوبة للاختبار أكبر من مستوى المعنوية المستخدم فإننا نقبل (H_0).

كما إن رفضنا H_0 يعني قبولنا للفرضية البديلة (H_1) المصاغة إحصائيا بـ (H_1) والتي تقول يوجد دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية الليبية.

يبين الجدول رقم (13) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار (t) لدور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

جدول (13): المتوسط لحسابي والانحراف المعياري واختبار (t) لدور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

مستوى الدلالة	الوسط الفرضي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	البيان
0.000	3	0.595	3.445	90	دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية.
0.000		0.786	3.650		دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الملحوظية).
0.000		0.600	3.711		دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الاعتمادية).
0.000		0.687	3.838		دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الاستجابة).
0.000		0.687	3.838		دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الأمان/ الثقة).
0.000		0.687	3.838		دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد التعاطف).

$\alpha = 0.05$ مستوى الدلالة عند

يتضح من الجدول رقم (13) إن مستوى الدلالة الإحصائية لجميع الفرضيات تساوي 0.000 وهو أصغر من مستوى المعنوية المحدد للاختبار (0.05)، وفي هذه الحالة نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) التي تقول: يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية الليبية، وكذلك نقبل الفرضيات الفرعية كما يلي:

نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) التي تقول: يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الملحوظية) بالمصارف التجارية الليبية.

نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) التي تقول: يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الاعتمادية) بالمصارف التجارية الليبية.

نرفض الفرضية الصفرية (H0) ونقبل الفرضية البديلة (H1) التي تقول: يوجد دور لـ تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الاستجابة) بالمصارف التجارية الليبية.

نرفض الفرضية الصفرية (H0) ونقبل الفرضية البديلة (H1) التي تقول: يوجد دور لـ تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الأمان/الثقة) بالمصارف التجارية الليبية.

نرفض الفرضية الصفرية (H0) ونقبل الفرضية البديلة (H1) التي تقول: يوجد دور لـ تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد التعاطف) بالمصارف التجارية الليبية.

نتائج البحث:

بناءً على ما توصلت إليه البحث الميداني يمكن تحديد النتائج على النحو التالي:

1. أن بعد الأمان/الثقة جاء بالمرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بنسبة بلغت (79%)، وجاء بعد الملموسة بالمرتبة الأخيرة، ونلاحظ تقارب أهمية كل الأبعاد بالنسبة للمشاركين في البحث.
2. يوجد دور لـ تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية الليبية.
3. يوجد دور لـ تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الملموسة) بالمصارف التجارية الليبية.
4. يوجد دور لـ تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الاعتمادية) بالمصارف التجارية الليبية.
5. يوجد دور لـ تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الاستجابة) بالمصارف التجارية الليبية.
6. يوجد دور لـ تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد الأمان/الثقة) بالمصارف التجارية الليبية.
7. يوجد دور لـ تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال (بعد التعاطف) بالمصارف التجارية الليبية.

توصيات البحث:

- 1- يجب على المصارف التجارية تفعيل استخدام تكنولوجيا المعلومات بشكل مستمر ومتتطور مع المتغيرات البيئية المحيطة بها، عن طريق اختيار كوادر إدارية وفنية مدربة على استخدام تكنولوجيا المعلومات.
- 2- تنظيم برامج تدريبية تهدف إلى تزويد المسؤولين والعاملين عن نظم تكنولوجيا المعلومات في المصارف التجارية (بمعلومات عن أهمية وضرورة التحديد المسبق لاحتياجات المستفيدين من البيانات والمعلومات المنتجة بواسطة هذا النظام، بتخصيص الميزانية الالزامية لدعم أنشطة التدريب).

3-تبني الإدارة العليا سياسة نشر ثقافة جودة الخدمات المصرفية بين جميع العاملين لمعرفة مبادئها ومفهومها، وذلك عن طريق عقد الندوات والاجتماعات، وورش العمل، وتوفير الوثائق والمنشورات الخاصة بالجودة، وذلك وصولاً إلى القناعة بها، إلى درجة الالتزام التام من جانبهم بالتطبيق.

المراجع:

- 1- اتحاد المصارف العربية (2005)، " مصارف Libya إصلاح اقتصادي ومالی ومصرفي شامل" ، المصارف العربية، العدد (292)، آذار/مارس.
- 2- الدراجي، أم الخير (2015)، أثر عصرنة الخدمات المصرفية على الأداء البنكي، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة مرباح، الجزائر.
- 3- السالمي، علاء عبد الرزاق (2002)، تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الثانية، دار المناهج للنشر والتوزيع، سلطنة عمان.
- 4- السيسى، صلاح الدين (2003)، "نظم رقابة وتقدير أداء المصارف" ، مجلة الاعمال دبي، المجلد 3، العدد 35 ، نوفمبر.
- 5- الشرقاوى، محمود أحمد إبراهيم (2004)، "الرقابة المصرفية والضبط الداخلي في ظل العمل المصرفى الالكتروني" ، اتحاد المصارف العربية، العدد (279)، شباط/فبراير.
- 6- العوينة، بن زكورة (2019)، تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية للبنك الإسلامي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 20، العدد 2 ص ص 291-312.
- 7- الكيلاني، عادل عبدالله (2004)، "إصلاح الجهاز المصرفي الليبي نقطة البداية نحو الشخصية" ، اتحاد المصارف العربية، العدد (288)، تشرين/نوفمبر.
- 8- المجرح، نسرين (2019)، أثر استخدام الأدوات المصرفية الالكترونية على الأداء التجارى والمالي للمصارف التجارية الليبية، رسالة ماجستير، قسم التمويل والمصارف، الأكاديمية الليبية بنغازي.
- 9- بخيت، محمد، عزالدين، آسر، عوض، عبدالمنعم (2016)، أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على ربحية البنوك التجارية، دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الليبية، جامعة الفاتح، ص ص 166-216.
- 10- بن العمري، رانيا (2019)، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
- 11- رحاب، فوزي، انقيطة، فتحى، محمود، طارق (2019)، أثر تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية الليبية، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، كلية الاقتصاد والتجارة زليتن، الجامعة الاسميرية الإسلامية، العدد 13، ص ص 54-84.
- 12- قاسم، سامر (2015)، أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 37، العدد 2، ص ص 109-124.

- 13- مراد، مرابط (2015)، أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، تخصص نقود وبنوك، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
- 14- ميهوب، سماح (2014)، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر.
- 15- Binuyo, A., Adewalwe, A. (2014), The Impact of Information and Communication Technology (ICT) on Commercial Bank Performance: Evidence from South Africa.
- 16- Field, A. (2013), Discovering statistics using IBM SPSS statistics. 9nd Ed, sage.
- 17- Gronroos,C., (1984), "A service quality model and its marketing implication", European Journal of Marketing, Vol. 18, N.4, PP. 36-44.
- 18- Hayduk, L. A. (1987), Structural equation modeling with LISREL: Essentials and advances. Jhu Press.
- 19- Mohammed ,A., Gatawa, N.M. & Kebbi, H.S.B. (2013), Impact of Information and Communication Technology on Bank Performance: A Study of Selected Commercial Bank in Nigeria (2001–2011), European Scientific Journal, Vol.9, Issue.7, PP.213–238.
- 20- Parasuraman,A., Zeithaml,.V.A & Berry,L.L. (1985),A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL). Journal of Marketing, Vol.49, PP.41–50.
- 21- Parasuraman,A., Zeithaml,V.A& Berry,L.L. (1988), SERVQUAL A multiple-Item scale for measuring consumer perceptions of service quality ", journal of Retailing, Vol. 64, N.1, PP.12–40.
- 22- Vetrivel, S.C., Rajini,J. & Krishnamoorthy, V. (2020), Influence of Internet Banking Service Quality on Customer Satisfaction- An Indian Experience, Journal of Critical Reviews, Vol.7, Issue.2, PP.546–551.
- 23- Yeboah, K.O., Djan, R.K & Kwarteng, K.O. (2013), The Role of Information Technology on Banking Service Delivery: A Perspective from Customers in

Ghana, International Journal of Innovative Research in Management, Vol.6, Issue.2, PP.1-12.