

أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمات  
المصرفية للبنوك التجارية الليبية: دراسة ميدانية  
معمر محمد أمبيا التومى

**المخلص:**

تمثلت مشكلة الدراسة فى وجود قصور فى استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات بالبنوك التجارية الليبية مما أثر ذلك على مستوى الخدمات المصرفية المقدمة لعملاء تلك البنوك و بالتالى هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المقدمة لعملاء البنوك التجارية الليبية، والتعرف على مستوى تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات المستخدمة بها، وتوصلت الدراسة إلى أنه يوجد أثر معنوي ذو دلالة أحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على جودة الخدمات المقدمة لعملاء البنوك التجارية الليبية.

**Abstract:**

The problem of the study was the lack of use of ICTs in Libyan commercial banks, which affected the level of banking services provided to the customers of these banks. Therefore, the study aimed to identify the impact of ICT on the quality of services offered to customers of Libyan commercial banks, The study found that there is a statistically significant effect of ICT on the quality of services provided to customers of Libyan commercial banks.



## الجزء الأول: منهجية الدراسة

### مقدمة:

أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات باتت من الأدوات الهامة بالبنوك التجارية بما تمثله من مقومات رئيسية للخدمات التي تقدمها تلك البنوك ، وأصبحت من السمات الرئيسية لأى بنك يطمح فى تأكيد كيانه على المستوى المحلى والدولى ، ومن هنا يتضح دورها فى تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة لعملاء البنوك التجارية .

### مشكلة الدراسة:

يمكن القول بأن مشكلة الدراسة تتمثل فى وجود قصور فى استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات بالبنوك التجارية الليبية مما أثر ذلك على مستوى الخدمات المصرفية المقدمة لعملاء تلك البنوك .

### فرضية الدراسة:

لا يوجد أثر معنوى ذو دلالة أحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المقدمة لعملاء البنوك التجارية الليبية .

### أهمية الدراسة:

#### ١- الأهمية العلمية:

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تتطرق إلى أحد دعائم الادارية الحديثة وهى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كونها مصدراً أساسياً فى بقاء المنظمات واستمراريتها وتحقيقها لأداء متميز .
- تساهم هذه الدراسة فى التعرف بأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى البنوك التجارية الليبية فى تحسين جودة الخدمات المصرفية للبنوك التجارية موضع الدراسة .

#### ٢- الأهمية التطبيقية:

- تواجه البنوك التجارية الليبية فى الوقت الراهن العديد من التحديات ، وأهم هذه التحديات تتمثل فى وجود منافسة من بنوك القطاع الخاص ، الامر الذى يتطلب ضرورة الاهتمام بمواكبة التطورات فى تكنولوجيا



المعلومات والاتصالات حتى يتسنى لها تقديم أفضل الخدمات المصرفية لعملائها والمحافظة على حصتها السوقية في السوق المصرفي.  
- تكتسب هذه الدراسة أهميتها من مجال التطبيق وهي البنوك التجارية الليبية العامة والتي تعتبر أحد أهم دعائم الاقتصاد الليبي.

#### أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المقدمة لعملاء البنوك التجارية الليبية.
- 2- التعرف على مستوى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المستخدمة بالبنوك التجارية الليبية.
- 3- التعرف على مستوى أدراك عملاء البنوك التجارية الليبية للخدمات البنكية المقدمة لهم.

#### الجزء الثاني: الإطار النظري للدراسة

##### تكنولوجيا المعلومات والاتصالات :

توفر تكنولوجيا المعلومات عدداً من المزايا الاستراتيجية لمنظمات الأعمال أهمها السرعة والجودة وتوفير الوقت والتكاليف في عمليات دعم واتخاذ القرارات الرشيدة.<sup>(i)</sup>

وتعد الاتصالات عملية هامة لدراسة وفهم السلوك الشرائي للعملاء سواء الحاليين أو المرتقبين فلا يمكن للمنظمة جذب العملاء إلا باختيار أساليب اتصال فعالة لتدعيم العلاقة معهم فالاتصال وسيلة للتأثير بها على العميل وهي عملية تضمن تدفق وانتقال المعلومات للعملاء من خلال بث المعلومات عن طريق الحملات الميدانية والزيارات المنزلية وإرسال خطابات للعملاء والاتصال بالمكالمات التليفونية أو الإعلان في الصحف، أو استخدام المعارض أو بطاقات الدعوة للزيارة في حالة افتتاح فروع جديدة كنوع من تسويق العلاقة مع العملاء.<sup>(ii)</sup>



### مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

يعد مفهوم تكنولوجيا المعلومات من المفاهيم الواسعة الانتشار في مختلف مجالات الحياة، فقد غيرت تكنولوجيا المعلومات كل شيء في حياة الأفراد والمنظمات، حتى أصبح من غير الممكن تصور وجود أي نشاط إنساني أو عمل جماعي منظم وفعال دون توافر المعرفة والقدرة على استيعاب تكنولوجيا المعلومات<sup>(iii)</sup>.

عرف (فرغلي ٢٠٠٧) تكنولوجيا المعلومات في المكونات المادية للحاسبات والبرامج الجاهزة سواء برامج نظم وتطبيقات بالإضافة إلى شبكات الاتصالات وغيرها من الأجهزة المطلوبة للقيام بمعالجة وتخزين وتنظيم وعرض وإرسال واسترجاع المعلومات وذلك بالكفاءة والسرعة والدقة المطلوبة<sup>(iv)</sup>. وعرفها (أحمد ٢٠١٣) أنها تشمل جميع أشكال التكنولوجيا التي تمكن الأفراد من معالجة المعلومات والاستفادة منها<sup>(v)</sup>.

- إن استخدام تكنولوجيا المعلومات في إدارة العلاقة مع العملاء يؤدي إلى:<sup>(vi)</sup>
  - الاتصال المستمر والسريع مع العملاء.
  - تلقي شكاوي العملاء ومعالجتها.
  - تلقي اقتراحات العملاء ودراستها.
  - حل المشكلات الطارئة في البيع والتوزيع وخدمات ما بعد البيع.
  - يجمع البيانات الخاصة بالعملاء الحاليين والمرتقبين والخاصة بالمبيعات والأسعار والتكاليف ودراستها وتحليلها لاستفادة منها في تنظيم سلسلة القيمة وزيادة درجة الاستجابة للعملاء.
  - تحديد أفضل طرق لتسليم السلع والخدمات للعملاء.
  - دراسة تأثير المجهودات التسويقية مثل الاعلان والترويج وتنشيط المبيعات وغيرها.
  - تحسين طوق البيع وممارسات خدمات ما بعد البيع.



- مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:
- البرمجيات: تعني جميع أنواع البرامج اللازمة لتشغيل الأجهزة.
  - الوسائط المتعددة والنظم المساعدة.
  - كوادر البشرية المتخصصة.
- الأجهزة: تتمثل في الكيان المادي الصلب وهي قسمان:
  - وحدات الإدخال: تشمل أي جهاز من الأجهزة الطرفية التي تستخدم لإدخال البيانات إلى الحاسوب.
  - وحدات الإخراج: تشمل جميع المعدات التي لها صلة يعرض أي عملية وإظهارها على الشاشة أو طباعتها.
- شبكات الاتصال: هي الوصلات الإلكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي و تتمثل في:
  - شبكات الربط سواء كانت سلكية أو لا سلكية.
  - شبكات الربط مع الأقمار الصناعية.
  - شبكات الربط مع شبكة المعلومات (vii).
- التحديات إلى تواجه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:
  - البنية التحتية – التعليم المتخصص – تحدي اللغة (viii).

### جودة الخدمات المصرفية:

لقد أضحي لزاما على البنوك أن تسعى بخطوات متسارعة نحو تطوير جودة الخدمات المقدمة، حتى تستطيع الارتقاء إلى مستوى التحديات التي تواجه العمل المصرفي وذلك لزيادة القدرة التنافسية.

حيث تعد جودة الخدمات المصرفية شرطاً أساسياً تستطيع من خلاله البنوك مواكبة احتياجات العملاء بشكل أفضل، ورفع مهارات مقدمى الخدمة، وتقديم خدمات أكثر ارتباطاً بالعملاء، لإدخال التحسينات المستمرة على جودة الخدمات من خلال التعرف المستمر عن احتياجات العملاء، والعمل على معالجة



كل مشاكلهم من خلال تكامل نقاط الاتصال بالعملاء، مما يساعد على تقديم مستوى أعلى من جودة الخدمة وتحسين الجودة الكلية مما يحقق تميز جودة الخدمات المقدمة للعملاء.(ix)

عليه نجد أن جميع البنوك تعمل على تطوير جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها لعملائها لأنها تشكل مصدراً أساسياً لأرباح البنك(x). ويمكن تحديد أهم مؤشرات قياس جودة الخدمة من خلال الاتي:(الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمن، التعاطف).

#### العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و جودة الخدمات المصرفية:

أظهرت العديد من الدراسات أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أحد أهم مقومات بيئة الأعمال في الوقت الراهن، لكونها تشكل حجر الأساس في تعزيز فرص البقاء والنمو والاستمرار في ظل المنافسة بين البنوك في الساحة العالمية، نتيجة للتطور السريع والمستمر في التقنية التكنولوجية الحديثة التي ساعدت على ابتكار وسائل وأساليب جديدة في تقديم الخدمات المصرفية تقوم على برامج إلكترونية متطورة.(xi)

كما أن وجود التكنولوجيا الحديثة يساعد البنوك على تطوير أدائها المالي من خلال تحسين جودة الخدمات المصرفية، والتحكم في التكاليف وجعل الخدمات منافسة وتحقيق عامل التنوع في عرض الخدمات المصرفية، وأيدت ذلك مجموعة من الدراسات والبحوث.

فقد أكدت دراسة (موفق ٢٠٠٧) أن أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لها تأثير إيجابي على الأداء وربحية المصارف ذلك لأنها تساعد على زيادة عدد المعاملات، وخفض التكلفة، وتحقيق رضا العملاء(xii). واتفقت معها دراسة (Obasan 2011) على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات رفع الكفاءة وزيادة مستوى أرباح البنوك التي لديها مستوى عالي من التكنولوجيا.(xiii)



وأكدت دراسة (Josiah 2012)<sup>(xiv)</sup> أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات له تأثير قوي على أنشطة القطاع المصرفي حيث تسمح بتنفيذ المعاملات بأكثر فاعلية.

وكذلك دراسة (Bilkisu 2015)<sup>(xv)</sup> أكدت أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدت إلى تطوير الخدمات المصرفية للبنوك المستخدمة لها.

### الجزء الثالث : الإطار التطبيقي للدراسة

#### ١- متغيرات الدراسة ومؤشرات قياسها:

#### جدول رقم (١)

#### متغيرات الدراسة ومؤشرات قياسها

المتغير التابع: جودة الخدمات المصرفية:	المتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمن، التعاطف	البرمجيات المستخدمة لتطوير الخدمات، الأجهزة الحديثة، شبكات الاتصال لتوفير الخدمات الالكترونية

#### ٢- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع وعينة الدراسة في جميع العاملين (مدراء ورؤساء أقسام وموظفين في المصارف التجارية الليبية) والعلماء في المصارف التجارية الليبية العاملة في مدينة طرابلس، وهذه المصارف هي (مصرف الجمهورية، المصرف التجاري الوطني، مصرف الوحدة، مصرف الصحاري)، وقد تم اختيار المصارف التجارية العاملة في مدينة طرابلس نظراً للظروف الأمنية وكثرة عدد فروع هذه المصارف وانتشارها الجغرافي في أنحاء ليبيا الأمر الذي يجعل من الصعب القيام بالدراسة الميدانية، فضلاً عن خضوع المصارف التجارية الليبية لنفس القوانين والتشريعات مع كونها تعمل في ظروف اقتصادية وبيئية واحدة،



وتم اختيار عينة عشوائية طبقية لفئة العاملين بلغت (٣٤٢)<sup>(xvi)</sup> مفردة نظراً لأن العاملين بهذه المصارف بلغ عددهم (٣١٣٢) عاملاً بمدينة طرابلس، وحددت العينة باستخدام الجداول الإحصائية المصممة لهذا الغرض عند معامل ثقة ٩٥% وحدود خطأ ٥%.

والجدول التالي يبين مجتمع وعينة الدراسة للعاملين على النحو التالي:

### جدول رقم (٢)

#### مجتمع وعينة الدراسة للعاملين

المجتمع	أسلوب الدراسة	حجم المجتمع	حجم العينة	عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات المستردة	نسبة الاستجابة
العاملين	عينة عشوائية طبقية	٣١٣٢	٣٤٢	٣٤٢	٢٩١	٨٥.٠٨%

المصدر: من إعداد الباحث.

وقد اختار الباحث عينة عشوائية طبقية من العاملين في المصارف التجارية قيد الدراسة وذلك نظراً للآتي:

- مجتمع العاملين غير متجانس، حيث يضم مجموعة من العاملين الذين تختلف تخصصاتهم ومؤهلاتهم ومسمياتهم الوظيفية فضلاً عن اختلاف مستوياتهم الإدارية.
  - يوجد إطار لمفردات مجتمع الدراسة حيث توجد سجلات وكشوفات بأسماء وعناوين العاملين.
  - اختلاف عدد العاملين في المصارف التجارية الليبية من مصرف إلى آخر، ومن فرع لآخر.
- وفيما يلي توزيع مجتمع وعينة الدراسة للعاملين كما هو مبين في الجدول التالي:



جدول رقم (٣)

توزيع مجتمع وعينة الدراسة للعاملين

عدد الاستثمارات المستردة	حجم العينة	النسبة المئوية	حجم المجتمع	المجتمع
٢٢	٢٤	٧%	٢٠٦	مدراء
٥٧	٦٥	١٩%	٦٠٥	رؤساء الأقسام
٢١٢	٢٥٣	٧٤%	٢٣٢١	عاملين
٢٩١	٣٤٢	١٠٠%	٣١٣٢	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث.

والجدول التالي يبين توزيع استثمارات العاملين على المصارف التجارية قيد الدراسة على النحو التالي:

جدول رقم (٤)

توزيع استثمارات الاستقصاء على العاملين في البنوك قيد الدراسة

العينة	النسبة المئوية	عدد العاملين	اسم المصرف
١٥١	٤٤%	١٣٨٠	مصرف الجمهورية
٦٨	٢٠%	٦١٣	مصرف الوحدة
٦٥	١٩%	٥٩٣	مصرف التجاري الوطني
٥٨	١٧%	٥٤٦	مصرف الصحاري
٣٤٢	١٠٠%	٣١٣٢	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث.

والجدول التالي يبين عدد استثمارات الاستقصاء المستردة وغير المستردة الموزعة على العاملين في المصارف التجارية قيد الدراسة على النحو التالي:



جدول رقم (٥)

عدد استثمارات الاستقصاء المستردة وغير المستردة الموزعة  
على العاملين في البنوك التجارية قيد الدراسة

المصارف	عدد الاستثمارات الموزعة	الاستثمارات المستردة	الاستثمارات غير المستردة	نسبة الاستثمارات المستردة
الجمهورية	١٥١	١١٤	٣٧	٧٥.٤%
الصحاري	٥٨	٥٢	٦	٨٩.٦%
الوحدة	٦٨	٦٥	٣	٩٥.٥%
التجاري	٦٥	٦٠	٥	٩٢.٣%
الإجمالي	٣٤٢	٢٩١	٥١	٨١.٩%

المصدر: من إعداد الباحث.

كما اعتمد الباحث لإجراء الدراسة الميدانية علي استطلاع آراء عينة عشوائية بسيطة من عملاء المصارف التجارية قيد الدراسة. وتم الاستعانة بالجدول الإحصائية لتحديد حجم العينة<sup>(xvii)</sup>.

والجدول التالي يبين مجتمع وعينة الدراسة للعملاء علي النحو التالي:

جدول رقم (٦)

مجتمع وعينة الدراسة للعملاء

المجتمع	أسلوب الدراسة	حجم المجتمع	حجم العينة	عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات المستردة	نسبة الاستجابة
العملاء	عينة عشوائية بسيطة	غير محدد	٣٨٤	٣٨٤	٢٨٧	٧٤.٧٤%

المصدر: من إعداد الباحث.



وفيما يلي توزيع استثمارات عملاء المصارف التجارية قيد الدراسة كما في الجدول التالي:

جدول رقم (٧)  
توزيع الاستثمارات على عملاء البنوك قيد الدراسة

اسم المصرف	عدد الفروع	النسبة المئوية	العينة
مصرف الجمهورية	٣٧	٥١%	١٩٦
مصرف الوحدة	١٣	١٨%	٦٩
مصرف التجاري الوطني	١٢	١٦%	٦١
مصرف الصحاري	١١	١٥%	٥٨
المجموع	٧٣	١٠٠%	٣٨٤

المصدر: من إعداد الباحث.

تم جمع البيانات من خلال استثمارات التي تم توزيعها واسترجاعها وكانت المستردة منها (٢٨٧) استمارة موزعة بين عملاء المصارف التجارية محل الدراسة كالجدول التالي:

جدول (٨)  
توزيع عينة الدراسة تبعاً للبنوك

المصارف	عدد الاستثمارات الموزعة	الاستثمارات المستردة	الاستثمارات غير المستردة	نسبة الاستثمارات المستردة
مصرف الجمهورية	١٩٦	١٢٥	٧١	٦٣.٧%
مصرف الصحاري	٥٨	٤٨	١٥	٨٢.٧%
مصرف الوحدة	٦٩	٦١	٨	٨٨.٤%
المصرف الوطني التجاري	٦١	٥٣	٨	٨٦.٨%
الإجمالي	٣٨٤	٢٨٧	٩٧	٧٤.٧%

المصدر: من إعداد الباحث.



### طرق جمع البيانات:

تم تجميع البيانات الاولية للدراسة الميدانية من خلال تصميم قائمتي استبيان تحتوي كل منها علي مجموعة من الأسئلة ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة، ومن ثم وزعت على العاملين في المصارف التجارية قيد الدراسة، وعملاء المصارف التجارية.

### أساليب التحليل الإحصائي:

تم تفريغ البيانات عن طريق البرنامج الإحصائي المعروف برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package For Social Sciences وتم التحليل الإحصائي باستخدام الحاسب الآلي من خلال برنامج الحزم الإحصائية SPSS V. 20، وتعد هذه الخطوة – تفريغ البيانات – خطوة تمهيدية لتبويب البيانات، ومن خلاله تم:

- 1- الإحصاءات الوصفية للبيانات من خلال جدول البيانات في صورة جداول (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية) لمتغيرات الدراسة.
- 2- إيجاد العلاقات الارتباطية بمعامل ارتباط كندال للتحقق من صحة فروض الدراسة.
- 3- تحليل الانحدار البسيط للتحقق من صحة فروض الدراسة.

### 1- التحليل الإحصائي الوصفي لنتائج الدراسة الميدانية:

#### أ- فئة العاملين:

تحليل اتجاهات الإجابات المتعلقة بالمتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:



جدول (٩)

نتائج الإحصاء الوصفي لعبارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

مصرف الوحدة (ن=٦٥)				مصرف الجمهورية (ن=١١٤)				المتغيرات
ترتيب الأهمية	الأهمية النسبية	الأحرف المعيارى	الوسط الحسابى	ترتيب الأهمية	الأهمية النسبية	الأحرف المعيارى	الوسط الحسابى	
١٠	٦٢.٨٠	١.٥١	٣.١٤	١٠	٧١.٢	١.٣٠	٣.٥٦	يوفر البنك وسائل تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي يحتاجها لإنجاز العمل ببسر وسهولة.
١	٧٣.٦٠	١.٣٦	٣.٦٨	٧	٧٣.٦	١.٣٤	٣.٦٨	يقوم البنك بتنمية مهارات وقدرات العاملين على استخدام التكنولوجيا الحديثة.
١١	٦١.٦٠	١.٥٤	٣.٠٨	١١	٦٩.٦	١.٤٥	٣.٤٨	لدى البنك التكنولوجيا التي تمكن من تخزين وحفظ المعلومات التي تخص عملائه.
٦	٦٥.٨٠	١.٥٤	٣.٢٩	٩	٧٢	١.٣٨	٣.٦	يستخدم البنك برمجيات



								الحاسوب لتحسين جودة خدماته المقدمة للعملاء.
٨	٦٤.٠٠	١.٥١	٣.٢	٢	٧٨.٤	١.٠٢	٣.٩٢	يعمل البنك على تقديم الخدمات الإلكترونية لعملائه.
٩	٦٣.٦٠	١.٦٧	٣.١٨	١	٧٨.٨	١.٢١	٣.٩٤	يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق وفورات في التكلفة.
٤	٦٧.٦٠	١.٣٨	٣.٣٨	٣	٧٦.٨	١.٢٣	٣.٨٤	لدى البنك بيانات ومعلومات كاملة على العملاء ويعمل على تحديثها باستمرار.
٧	٦٤.٦	١.٥٥	٣.٢٣	٦	٧٤.٤	١.٢٨	٣.٧٢	يستخدم البنك التطور التكنولوجي لزيادة فعالية الاتصال بالعملاء.
٣	٦٩	١.٥١	٣.٤٥	٤	٧٦.٤	١.١٥	٣.٨٢	يتم التعامل مع العملاء عبر تقنيات الاتصال الإلكترونية.
٧	٦٤.٦	١.٥٢	٣.٢٣	١٢	٦٧.٨	١.٣٩	٣.٣٩	يعتمد البنك في التواصل مع



## جامعة قناة السويس – كلية التجارة

أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمات المصرفية للبنوك.....

معمّر محمد أمببا التومى

العميل بالوسيلة التي تناسب العميل.								
٢	٦٩.٨٠	١.٤٥	٣.٤٩	٨	٧٣.٤	١.٣٧	٣.٦٧	يستخدم البنك التكنولوجيا الحديثة لتحسين جودة خدماته المقدمة للعملاء.
٥	٦٧.٤٠	١.٤٥	٣.٣٧	٥	٧٤.٦	١.٢٠	٣.٧٣	يعمل البنك على تطوير الخدمات الالكترونية بشكل مستمر خدمة العملاء.
٤	٦٦.٢٠	١.٤٩٩	٣.٣١	٢	٧٣.٩٢	١.٢٨	٣.٧٠	إجمالي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

المصدر: إعداد الباحث من خلال التحليل الإحصائي لاستمارة الاستبيان.

### تابع جدول (٩)

المصرف التجاري الوطني (ن=٦٠)				مصرف الصحاري (ن=٥٢)				المتغيرات
الأهمية	ترتيب الأهمية النسبية	الأهمية المعيارى	الأحرف الحسابى	الأهمية	ترتيب الأهمية النسبية	الأهمية المعيارى	الأحرف الحسابى	
١٠	٧٤.٦٠	١.٣٧٦	٣.٧٣	٩	٦٢.٤٠	١.٥٦٧	٣.١٢	يوفر البنك وسائل تقنيات تكنولوجيا المعلومات



								والاتصالات التي يحتاجها لإنجاز العمل ببسر وسهولة.
٢	٨٢.٦٠	١.١٥٧	٤.١٣	٤	٦٨.٨٠	١.٤٤٧	٣.٤٤	يقوم البنك بتنمية مهارات وقدرات العاملين على استخدام التكنولوجيا الحديثة.
٥	٨١.٠٠	١.١٢٦	٤.٠٥	٥	٦٨.٠٠	١.٢٨٧	٣.٤	لدى البنك التكنولوجيا التي تمكن من تخزين وحفظ المعلومات التي تخص عملائه.
٣	٨١.٦٠	١.١٥٤	٤.٠٨	١	٧٣.٤٠	١.٢	٣.٦٧	يستخدم البنك برمجيات الحاسوب لتحسين جودة خدماته



## جامعة قناة السويس – كلية التجارة

أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمات المصرفية للبنوك.....

معمر محمد أمببا التومى

								المقدمة للعلماء.
٤	٨١.٤٠	١.١٣٣	٤.٠٧	٧	٦٣.٠٠	١.٣٠٤	٣.١٥	يعمل البنك على تقديم الخدمات الإلكترونية لعملائه.
١	٨٥.٤٠	١.١٠٣	٤.٢٧	٢	٧٢.٠٠	١.٤١٨	٣.٦	يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق وفورات في التكلفة.
٣	٨١.٦٠	١.٠٧٨	٤.٠٨	٣	٧٠.٤٠	١.١٩٦	٣.٥٢	لدى البنك بيانات ومعلومات كاملة علي العملاء ويعمل على تحديثها باستمرار.
٨	٧٦.٦٠	١.٢٣٧	٣.٨٣	٦	٦٣.٨٠	١.٣٢٩	٣.١٩	يستخدم البنك التطور التكنولوجي لزيادة فعالية الاتصال



								بالعملاء.
٧	٧٩.٠٠	١.١٤١	٣.٩٥	١٠	٥٧.٦٠	١.٢٩٣	٢.٨٨	يتم التعامل مع العملاء عبر تقنيات الاتصال الإلكترونية.
١٠	٧٤.٦٠	١.٣٢٦	٣.٧٣	٨	٦٣.٠٠	١.٣٠٤	٣.١٥	يعتمد البنك في التواصل مع العميل بالوسيلة التي تناسب العميل.
٦	٨٠.٤٠	١.٠٦٦	٤.٠٢	١٢	٤٤.٦٠	١.٢١٥	٢.٢٣	يستخدم البنك التكنولوجيا الحديثة لتحسين جودة خدماته المقدمة للعملاء.
٩	٧٦.٤٠	١.٣٠٨	٣.٨٢	١١	٥٧.٤٠	١.٢٠٥	٢.٨٧	يعمل البنك على تطوير الخدمات الإلكترونية بشكل



مستمر خدمة العملاء.						
٣	٧٩.٦٠	١.١٨٤	٣.٩٨	٣	٦٣.٧٠	١.٣١٤
إجمالي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات						
٣	٧٩.٦٠	١.١٨٤	٣.٩٨	٣	٦٣.٧٠	١.٣١٤

المصدر: إعداد الباحث من خلال التحليل الإحصائي لاستمارة الاستبيان.

يتضح من الجدول رقم (٩) ما يلي:

- أكثر العبارات أهمية في بعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من وجهة نظر العاملين في مصرف الجمهورية عبارة (يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق وفورات في التكلفة) التي احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٧٨.٨%) بمتوسط حسابي (٣.٩٤) وانحراف معياري (١.٢١)، بينما احتلت العبارة (يقوم البنك بتنمية مهارات وقدرات العاملين على استخدام التكنولوجيا الحديثة) المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٧٣.٦٠%) بمتوسط حسابي (٣.٦٨) وانحراف معياري (١.٣٦)، وذلك من وجهة نظر العاملين في مصرف الوحدة، أما أكثر العبارات أهمية في بعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من وجهة نظر العاملين في مصرف الصحاري فهي (يستخدم البنك برمجيات الحاسوب لتحسين جودة خدماته المقدمة للعملاء) التي احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٧٣.٤٠%) بمتوسط حسابي (٣.٦٧) وانحراف معياري (١.٢)، كما احتلت العبارة (يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق وفورات في التكلفة) المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٨٥.٤٠%) بمتوسط حسابي (٤.٢٧) وانحراف معياري (١.١٠٣)، وذلك من وجهة نظر العاملين في المصرف التجاري الوطني.



٢- بشكل عام يمكن القول إن ترتيب الأهمية بعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الترتيب الثاني من وجهة نظر مصرف الجمهورية حيث بلغت الأهمية النسبية (٧٣.٩٢%) بمتوسط حسابي (٣.٧٠) وانحراف معياري (١.٢٨) لمصرف الجمهورية، والترتيب الرابع لمصرف الوحدة حيث بلغت الأهمية النسبية (٦٦.٢٠%) بمتوسط حسابي (٣.٣١) وانحراف معياري (١.٤٩٩) لمصرف الوحدة، والثالث لمصرف الصحارى حيث بلغت الأهمية النسبية (٦٣.٧٠%) بمتوسط حسابي (٣.١٨٥) وانحراف معياري (١.٣١٤) لمصرف الصحارى وهو الأقل أهمية نسبية لبعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عن باقي المصارف عينة الدراسة، وبلغت الأهمية النسبية (٧٩.٦٠%) بمتوسط حسابي (٣.٩٨) وانحراف معياري (١.١٨٥) للمصرف التجاري الوطني وهو الأعلى أهمية نسبية لبعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عن باقي المصارف عينة الدراسة.

**مما سبق يخلص الباحث إلى أن هناك اختلافاً بين البنوك التجارية موضع الدراسة في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وذلك من خلال ارتفاع الأهمية النسبية لكل العبارات بالنسبة للمصرف التجاري الوطني، ويليه مصرف الجمهورية وانخفاضها لكل من مصرف الوحدة ومصرف الصحارى، ويعزو الباحث ذلك لاختلاف اهتمام إدارات البنوك في تحديث تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأمر الذى يساعد في تحليل بيانات العملاء وفهم احتياجاتهم وتقديم الخدمات التى يرغبون بها في الوقت المناسب والمكان المناسب للمحافظة على العملاء.**

**ب-فئة العملاء:**

تحليل اتجاهات الإجابات المتعلقة بالمتغير التابع جودة الخدمة:



جدول (١٠)

نتائج الإحصاء الوصفي لعبارات جودة الخدمة

مصرف الوحدة (ن = ٦١)		مصرف الجمهورية (ن = ١٢٥)						المتغيرات
ترتيب الأهمية	الأهمية النسبية	الإحصائي المعياري	الإحصائي الوسيط	ترتيب الأهمية	الأهمية النسبية	الإحصائي المعياري	الوسط الحسابي	
١	٦٩.٨٤	٠.٩٦	٣.٤٩	١	٧٥.٠٤	٠.٨٧	٣.٧٥	أشعر بالثقة بالخدمة المقدمة من البنك.
٥	٥٥.٤١	١.١٦	٢.٧٧	٢	٧٤.٨٨	٠.٩٧	٣.٧٤	أتلقي خدمة فورية من العاملين بالبنك.
٤	٥٦.٣٩	١.٢٣	٢.٨٢	٥	٦٨.٤٨	١.١٩	٣.٤٢	أثق في كل موظف من العاملين بالبنك.
٦	٤٧.٨٧	١.١٧	٢.٣٩	٣	٧١.٨٤	١.١٤	٣.٥٩	يعمل البنك وفق ساعات عمل ملائمة لي.
٧	٤٦.٢٣	١.٢٣	٢.٣١	٤	٧١.٢	١.١٥	٣.٥٦	يضع البنك



## جامعة قناة السويس – كلية التجارة

أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمات المصرفية للبنوك.....

معمد محمد أمببا التومى

مصالح العملاء في مقدمة اهتماماته.								
يتوافر لدى البنك أحدث الأجهزة والتكنولوجيا المتطورة	٣.٠١	١.٣٦	٦٠.١٦	٦	٢.٨٤	١.٣٤	٥٦.٧٢	٣
يتمتع العاملين بالبنك بمظهر حسن.	٣.٥٩	١.٢٧	٧١.٨٤	٣	٣.٠٠	١.٣٨	٦٠.٠٠	٢
إجمالي جودة الخدمة	٣.٥٢	١.١٤	٧٠.٤٩	١	٢.٨٠	١.٢١	٥٦.٠٧	٣

### تابع جدول رقم (١٠)

المتغيرات	مصرف الصحاري (ن=٤٨)				المصرف التجاري الوطني (ن=٥٣)			
	الوسط الحسابي	الإحراق المعياري	الأهمية النسبية	ترتيب الأهمية	الوسط الحسابي	الإحراق المعياري	الأهمية النسبية	ترتيب الأهمية
أشعر بالثقة	٣.١٥	١.٠٣	٦٢.٩٢	١	٤.٠٩	٠.٦٦	٨١.٨٩	٣



								بالخدمة المقدمة من البنك.
١	٨٤.٩١	٠.٦٨	٤.٢٥	٢	٥٧.٩٢	١.١٢	٢.٩٠	أتلقى خدمة فورىة من العاملين بالبنك.
٦	٧٢.٨٣	١.٠٤	٣.٦٤	٦	٥٠.٠٠	٠.٩٩	٢.٥٠	أثق فى كل موظف من العاملين بالبنك.
٢	٨٣.٠٢	٠.٦٩	٤.١٥	٤	٥٢.٠٨	١.٠٥	٢.٦٠	ىعمل البنك وفق ساعات عمل ملائمة لى.
٥	٧٣.٩٦	١.٠٧	٣.٧٠	٧	٤١.٦ ٧	١.٠١	٢.٠٨	ىضع البنك مصالح العملاء فى مقدمة اهتماماته.
٤	٧٥.٠٩	١.١٢	٣.٧٥	٣	٥٢.٩ ٢	١.٢٨	٢.٦٥	ىتوافر لدى البنك أحدث الأجهزة والتكنولوجيا المتطورة



يتمتع العاملين بالبنك بمظهر حسن.	٢.٥٤	١.٣٢	٥٠.٨ ٣	٥	٤.٠٩	٠.٩٥	٨١.٨٩	٣
إجمالي جودة الخدمة	٢.٦٣	١.١١	٥٢.٠ ٦٢	٣	٣.٩٥	٠.٨ ٩	٧٩.٠٨	١

المصدر: إعداد الباحث من خلال التحليل الإحصائي لاستمارة الاستبيان

يتضح من الجدول رقم (١٠) ما يلي:

١- أكثر العبارات أهمية في بعد جودة الخدمة من وجهة نظر عملاء مصرف الجمهورية عبارة (أشعر بالثقة بالخدمة المقدمة من البنك.) التي احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٧٥.٠٤%) بمتوسط حسابي (٣.٧٥) وانحراف معياري (٠.٨٧)، بينما احتلت العبارة (أشعر بالثقة بالخدمة المقدمة من البنك.) المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٦٩.٨٤%) بمتوسط حسابي (٣.٤٩) وانحراف معياري (٠.٩٦)، وذلك من وجهة نظر عملاء مصرف الوحدة، أما أكثر العبارات أهمية في بعد جودة الخدمة من وجهة نظر عملاء مصرف الصحاري فهي (أشعر بالثقة بالخدمة المقدمة من البنك.) التي احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٦٢.٩٢%) بمتوسط حسابي (٣.١٥) وانحراف معياري (١.٠٣)، كما احتلت العبارة (ألقى خدمة فورية من العاملين بالبنك.) المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بقيمة بلغت (٨٤.٩١%) بمتوسط حسابي (٤.٢٥) وانحراف معياري (٠.٦٨)، وذلك من وجهة نظر عملاء المصرف التجاري الوطني.

٢- بشكل عام يمكن القول إن ترتيب الأهمية لبعدها جودة الخدمة في الترتيب الأول من وجهة نظر عملاء مصرف الجمهورية حيث بلغت الأهمية النسبية



(٧٠.٤٩%) بمتوسط حسابي (٣.٥٢) وانحراف معياري (١.٢٧) لمصرف الجمهورية، والترتيب الثالث لمصرف الوحدة حيث بلغت الأهمية النسبية (٥٦.٠٧%) بمتوسط حسابي (٢.٨٠) وانحراف معياري (١.٢١) لمصرف الوحدة، والترتيب الثالث لمصرف الصحاري حيث بلغت الأهمية النسبية (٥٢.٦٢%) بمتوسط حسابي (٢.٦٣) وانحراف معياري (١.١١) لمصرف الصحاري وهو الأقل أهمية نسبية لبعء جودة الخدمة عن باقي المصارف عينة الدراسة، في حين بلغت الأهمية النسبية (٧٩.٠٨%) بمتوسط حسابي (٣.٩٥) وانحراف معياري (٠.٨٩) للمصرف التجاري الوطني وهو الأعلى أهمية نسبية لبعء جودة الخدمة عن باقي المصارف عينة الدراسة.

مما سبق يخلص الباحث إلى أن هناك اختلافاً بين البنوك التجارية موضع الدراسة في توفير الخدمات المصرفية بجودة عالية حيث يتضح ذلك من خلال ارتفاع الأهمية النسبية لكل العبارات للمصرف التجاري الوطني، ويليه مصرف الجمهورية وفي حين انخفض الاهتمام بجودة الخدمة لهذه العبارات بمصرف الوحدة ويليه مصرف الصحاري، ويعزو الباحث ذلك لاختلاف اهتمام إدارات البنوك والعاملين لتوفير وتقديم الخدمات ذات الجودة العالية للعملاء مما يؤثر على رضائهم.

## ٢- اختبار فرضية الدراسة:

اختبار مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمة للعملاء.

### جدول (١١)

اختبار معاملات الانحدار لتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمة للعملاء

العينة	معامل ارتباط بيرسون r	معامل التحديد r <sup>2</sup>	التباين الغير مفسر	قيمة ديرين واتسون Dw
مصرف الجمهورية	٠.٥٠٣	٠.٥٦٣	٠.٤٤٧	٠.٠٢١

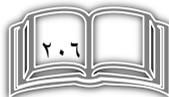


٠.٠٤١	٠.٣٢٠	٠.٦٨٠	٠.٧٨٧	مصرف الوحدة
٠.٠٨٨	٠.٢٨١	٠.٧١٩	٠.٨٠٨	المصرف التجاري الوطني
٠.١١٧	٠.٥٦٤	٠.٤٣٦	٠.٤٧٤	مصرف الصحاري
٠.٠٦٠	٠.٤٠٧	٠.٥٩٣	٠.٥٥١	إجمالي العينة

جدول (١٢)

تحليل التباين ANOVA لتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمة للعملاء

النسبة الغير مفسرة %	معامل التحديد %	القرار عند $\alpha=0.05$	مستوى الدلالة	قيمة F	درجات الحرية	مصادر الاختلاف	العينة
%٤٤.٧	%٥٦.٣	معنوي	٠.٠٠٠	٣٨.٠١	١ ١١٢	الانحدار البواقي	مصرف الجمهورية
%٣٢	%٦٨	معنوي	٠.٠٠٠	٩٦.٢١٥	١ ٥٩	الانحدار البواقي	مصرف الوحدة
%٢٨.١	%٧١.٩	معنوي	٠.٠٠٠	٤٩.٨٦٩	١ ٥١	الانحدار البواقي	المصرف التجاري الوطني
%٥٦.٤	%٤٣.٦	معنوي	٠.٠٥	١٨.٢٥٥	١ ٤٦	الانحدار البواقي	مصرف الصحاري
%٤٠.٧	%٥٩.٣	معنوي	٠.٠٠٠	١١٩.٢٤٨	١ ٢٧٤	الانحدار البواقي	إجمالي العينة



### من الجداول السابقة يتضح للباحث ما يلي:

١- كانت قيم مستوى الدلالة لاختبار معنوية معاملي الارتباط وكذلك معامل الانحدار في النموذج السابق لكل من (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، إجمالي عينة الدراسة) معنوية عند مستوى معنوية  $\alpha=0.05$  مما يعنى وجود تأثير معنوي ذو دلالة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمة للعملاء وذلك لكل من (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، مصرف الصحاري، إجمالي عينة الدراسة)

٢- كانت قيمة مستوى الدلالة لاختبار معنوية النموذج الإجمالي من جدول ANOVA [اختبار F] اقل من قيمة مستوى المعنوية ( $\alpha=0.05$ ) وذلك لكل من (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، مصرف الصحاري، إجمالي عينة الدراسة)، وهذا يعنى إمكانية الاعتماد على النتائج التقديرية وكذلك إمكانية تعميم نتائج العينة على مجتمع الدراسة.

٣- كانت قيمة معامل التحديد  $r^2$  بنسبة (٠.٧١٩، ٠.٦٨٠، ٠.٥٦٣، ٠.٤٣٦، ٠.٥٩٣) وذلك لكل من (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، مصرف الصحاري، إجمالي عينة الدراسة) على التوالي، وهذا يعنى أن التغيرات التي تحدث في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مسئولة عن تفسير ما نسبته (٥٦.٣%، ٦٨%، ٧١.٩%، ٤٣.٦%، ٥٩.٣%) من التغيرات التي تحدث في جودة الخدمة للعملاء، وهناك ما نسبته (٤٤.٧%، ٣٢%، ٢٨.١%، ٥٦.٤%، ٤٠.٧%) وذلك لكل (مصرف الجمهورية، مصرف الوحدة، المصرف التجاري الوطني، مصرف الصحاري، إجمالي عينة الدراسة) على التوالي ترجع إلى حد الخطأ العشوائي random error.



كانت قيمة إحصائية دبرين واتسون المحسوبة (0.21، 0.117، 0.088، 0.041، 0.060) وبالنظر لتلك القيم نجد أن هذه القيم الإحصائية تقع في المجال  $DU \geq 0$  (حيث  $DL = 1,246$ ،  $DU = 1,548$ ) وهي قيم الإحصائيات الخاصة باختبار دربن واتسن المجدولة أي أن قيمة  $DW$  تؤكد وجود ارتباط ذاتي بين الأخطاء العشوائية في نموذج التأثيرات العشوائية، وهذا يعني عدم وجود لمشكلة الارتباط الخطي بين الأخطاء الناتجة من محاولة الإنحدار التقديرية (Auto correlation). مما سبق يمكن للباحث رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه " يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المقدمة لعملاء البنوك التجارية الليبية " .

#### الجزء الرابع : نتائج وتوصيات الدراسة

##### نتائج الدراسة:

يمكن استخلاص بعض النتائج الهامة ذات الصلة بموضوع الدراسة وذلك على النحو التالي :

- 1- توصلت إلى أنه يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المقدمة لعملاء البنوك التجارية الليبية.
- 2- أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى تبني البنوك التجارية الليبية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات يختلف بينها مما أدى إلى قصور في تقديم الخدمات الإلكترونية لعملاء البنوك التجارية.
- 3- أوضحت نتائج التحليل الإحصائي وجود اختلاف بين مفردات عينة الدراسة من حيث إستجابة عملاء البنوك التجارية الليبية فيما يتعلق بجودة الخدمة ليكون ترتيب البنوك حسب الأهمية النسبية كما يلي: حقق البنك التجاري الوطني الأفضلية بجودة الخدمة من وجهة نظر عملائه، ويليه بنك الجمهورية ويليه بنك الوحدة بأقل جودة خدمة، ويليه بنك الصحاري.



### توصيات الدراسة:

- ١- ضرورة تبني أساليب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة الملائمة لتطوير جودة الخدمات المصرفية وتقديمها بشكل متميز للعملاء للمحافظة عليهم وكسب ولأنهم.
- ٢- الاستخدام الجيد للموارد المتاحة للبنوك التجارية بأقصى كفاءة لتحقيق رضاء العملاء من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية توافق رغبات واحتياجات عملاء البنوك التجارية .
- ٣- ضرورة اهتمام مدراء البنوك بتشجيع العاملين على العمل الجماعى والاهتمام بالعملاء وتقديم افضل الخدمات المصرفية لهم لكسب رضائهم وولائهم.



## المراجع:-

- ١- سيد محمد جاد الرب، "نظم المعلومات الإدارية – الأساسيات والتطبيقات الإدارية"، دار الصفا للطباعة، المنصورة، (٢٠٠٨) ص ١٠٤.
- 2- Kala kota, R. and Robinson, M.. "E-Business 2.0", Addison – Wesk Information, (2001).
- ٣- هاني السعيد، "الإدارة الحديثة في بيئة الأعمال المحلية والدولية"، مطبعة العشري، (٢٠١٢).
- ٤- عبد الله فرغلي على موسى، "تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني"، إيتراك للطباعة والنشر، القاهرة (٢٠٠٧)، ص ٧٠.
- ٥- أحمد، أشرف السعيد، "تكنولوجيا المعلومات وإدارة الأزمات"، دار الفكر العربي، (٢٠١٣).
- ٦- سيد محمد جاد الرب، "إدارة الإبداع والتميز التنافسي"، مطابع الدار الهندسية، الطبعة الأولى، (٢٠١٣). ص ٤٤٠.
- 7- Turban, Miclean. "Information for management making connection for strategic advantage", zad ed. Jorhn uiley. Sons ine, New York, (2000), P.18.
- ٨- منى محمد البطل، "تكنولوجيا الاتصالات المعاصرة – الشخصية الإدارية ونظم المعلومات"، دار الجامعة، الطبعة الأولى، (٢٠٠٦)، ص ١٣١.
- ٩- بريس عبد القادر، "جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك"، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد (٣)، (٢٠٠٨)، ص ص ٢٥٢-٢٥٤.
- ١٠- تسير العجامة، "التسويق المصرفي"، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، (٢٠١٣)، ص ١٣١.
- ١١- سماح ميهوب، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية"، رسالة دكتوراه منشورة جامعة قسطنطينة، (٢٠١٤)، ص ١٢٤.
- ١٢- موفق محمد ربابعة "أثر الاستثمار في أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أداء وربحية المصارف دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الأردنية"، رسالة دكتوراه، تخصص إدارة مالية، الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، (٢٠٠٧).



- 13- Obassan. K. A ., "Information and Communication technology and banks profitability in Nigeria", **Australian Journal of Business Management Research** ,Vol.1, No.4, (2011), pp (102-107).
- 14- Josiah, A. Nancy, "The Relationship between Electronic Banking and financial performance among commercial Banks in Kenya", **Journal of finance and Investment**, Vol.3, (2012), PP. 99- 118.
- 15- Bilksu, Kabiru., "Impact of Investment in information Technology on financial performance of Nigerian Banks", **Journal of internet Banking and commerce**, Vol. 20. No. 1, (2015).
- ١٦- محمود صادق بازرعة، "بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية"، دار النهضة العربية، القاهرة، (٢٠٠٠)، ص ١٦١.
- ١٧- محمود صادق بازرعة، مرجع سبق ذكره، ص ١٦.

