

ازم خیار کما احسن کما خیارفا

یا صاحب القبة البيضاء

یا

صاحب القبة البيضاء في التجف

من زار قبرك واستشفى لديك شفي

زوروا أبا الحسن الهادي لعلكم

تخطون بالأجر والإقبال والرلف

زوروا لمن تسمع التجوى لديه فمن

يزره بالقبر ملهوفاً لديه كفي

إذا وصل فاحرم قبل تدخله

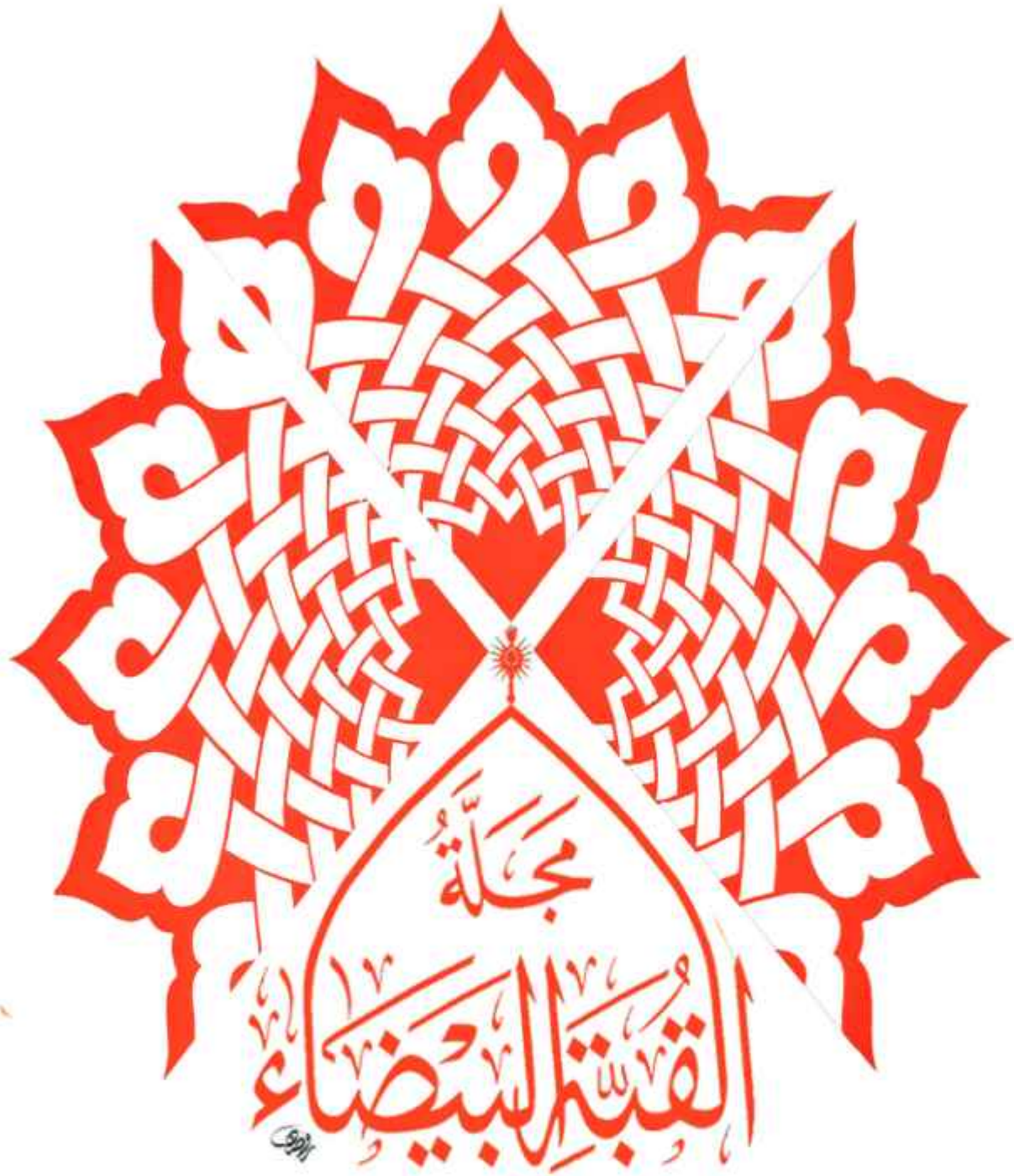
ملئياً واسع سعيأ حوله وطف

حتى إذا طفت سبعا حول قبه

تأمل الباب تلقى وجهه فقف

وقل سلام من الله السلام على

أهل السلام وأهل العلم والشرف



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية

السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥م

العدد (٩) جمادى الأولى ١٤٤٦هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥م المجلد الخامس



No.:  
Date

الرقم: ٨١٦٥ / ٤ ب  
التاريخ: ٢٠٢٥ / ٧ / ٢٠

ديوان الوقف الشيعي/ دائرة البحوث والدراسات

م/ مجلة القبة البيضاء

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته...

اشارة الى كتابكم المرقم ١٣٧٥ بتاريخ ٢٠٢٥/٧/٩، والحاقاً بكتابنا المرقم ب ت ٤ / ٣٠٠٨ في ٢٠٢٤/٣/١٩، والمتضمن لتحديث مجلتكم التي تصدر عن دائرتكم المذكورة اعلاه، وبعد الحصول على الرقم المعياري الدولي المطبوع وانشاء موقع الكتروني للمجلة تعتبر الموافقة الواردة في كتابنا اعلاه موافقة نهائية على استخدامات المجلة.

...مع وافر التقدير

حسباً  
أ.د. لبنى خميس مهدي  
المدير العام لدائرة البحث والتطوير  
٢٠٢٥/٧ / ٢٠

نسخة منه الى:

- قسم الشؤون العلمية/ شعبة التأليف والترجمة و النشر.... مع الاوليات
- الصادرة

إشارة إلى كتاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / دائرة البحث والتطوير المرقم ٥٠٤٩ في ٢٠٢٢/٨/١٤ المعطوف على إعمامهم المرقم ١٨٨٧ في ٢٠١٧/٣/٦  
تُعدّ مجلة القبة البيضاء مجلة علمية رصينة ومعتمدة للترقيات العلمية.

مهنته ابراهيم  
١٥ / تموز



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - دائرة البحث والتطوير - القصير الأبيض - المجمع الثريوي - الطابق السادس

✉ [gd@rdd.edu.iq](mailto:gd@rdd.edu.iq)

[Rdd.edu.iq](http://Rdd.edu.iq)

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩)  
السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م  
تصدر عن دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي

### المشرف العام

عمار موسى طاهر الموسوي  
مدير عام دائرة البحوث والدراسات



### التدقيق اللغوي

أ. م. د. علي عبد الوهاب عباس  
التخصص / اللغة والنحو  
الجامعة المستنصرية / كلية التربية الأساسية  
الترجمة  
أ. م. د. رافد سامي مجيد  
التخصص / لغة إنكليزية  
جامعة الإمام الصادق (عليه السلام) كلية الآداب

### رئيس التحرير

أ. د. سامي حمود الحاج جاسم  
التخصص / تاريخ إسلامي  
الجامعة المستنصرية / كلية التربية

### مدير التحرير

حسين علي محمد حسن  
التخصص / لغة عربية وآدابها  
دائرة البحوث والدراسات / ديوان الوقف الشيعي

### هيئة التحرير

أ. د. علي عبد كنو  
التخصص / علوم قرآن / تفسير  
جامعة ديالى / كلية العلوم الإسلامية  
أ. د. علي عطية شرقي  
التخصص / تاريخ إسلامي  
جامعة بغداد / كلية التربية ابن رشد  
أ. م. د. عقيل عباس الريكان  
التخصص / علوم قرآن / تفسير  
الجامعة المستنصرية / كلية التربية الأساسية  
أ. م. د. أحمد عبد خضير  
التخصص / فلسفة  
الجامعة المستنصرية / كلية الآداب  
م. د. نوزاد صفر بخش  
التخصص / أصول الدين  
جامعة بغداد / كلية العلوم الإسلامية  
أ. م. د. طارق عودة مري  
التخصص / تاريخ إسلامي  
جامعة بغداد / كلية العلوم الإسلامية

### هيئة التحرير من خارج العراق

أ. د. مها خير بك ناصر  
الجامعة اللبنانية / لبنان / لغة عربية.. لغة  
أ. د. محمد خاقاني  
جامعة اصفهان / إيران / لغة عربية.. لغة  
أ. د. خولة خمري  
جامعة محمد الشريف / الجزائر / حضارة وآداب.. أدیان  
أ. د. نور الدين أبو لحية  
جامعة باتنة / كلية العلوم الإسلامية / الجزائر  
علوم قرآن / تفسير

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩)  
السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م  
تصدر عن دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي

### العنوان الموقعي

مجلة القبة البيضاء  
جمهورية العراق  
بغداد / باب المعظم  
مقابل وزارة الصحة  
دائرة البحوث والدراسات

### الاتصالات

#### مدير التحرير

٠٧٧٣٩١٨٣٧٦١

صندوق البريد / ٣٣٠٠١

#### الرقم المعياري الدولي

ISSN3005\_5830

#### رقم الإيداع

في دار الكتب والوثائق (١١٢٧)

لسنة ٢٠٢٣

#### البريد الإلكتروني

إيميل

off\_research@sed.gov.iq

**IRAQI**

Academic Scientific Journals

الرقم المعياري الدولي  
(3005-5830)

## دليل المؤلف.....

- ١- إن يتسم البحث بالأصالة والجدة والقيمة العلمية والمعرفية الكبيرة وسلامة اللغة ودقة التوثيق.
- ٢- إن تحتوي الصفحة الأولى من البحث على:  
أ. عنوان البحث باللغة العربية .  
ب. اسم الباحث باللغة العربية . ودرجته العلمية وشهادته.  
ت. بريد الباحث الإلكتروني.  
ث. ملخصان أحدهما باللغة العربية والآخر باللغة الإنكليزية.  
ج. تدرج مفاتيح الكلمات باللغة العربية بعد الملخص العربي.
- ٣- أن يكون مطبوعاً على الحاسوب بنظام (office Word ٢٠٠٧ أو ٢٠١٠) وعلى قرص ليزري مدمج (CD) على شكل ملف واحد فقط (أي لا يُجزأ البحث بأكثر من ملف على القرص) وتُرَوَّد هيئة التحرير بثلاث نسخ ورقية وتوضع الرسوم أو الأشكال، إن وُجدت، في مكانها من البحث، على أن تكون صالحة من الناحية الفنية للطباعة.
- ٤- أن لا يزيد عدد صفحات البحث على (٢٥) خمس وعشرين صفحة من الحجم (A4) .
  ٥. يلتزم الباحث في ترتيب وتنسيق المصادر على الصيغة APA
  - ٦- أن يلتزم الباحث بدفع أجور النشر المحددة البالغة (٧٥,٠٠٠) خمسة وسبعين ألف دينار عراقي، أو ما يعادلها بالعملات الأجنبية.
  - ٧- أن يكون البحث خالياً من الأخطاء اللغوية والنحوية والإملائية.
  - ٨- أن يلتزم الباحث بالخطوط وأحجامها على النحو الآتي:  
أ. اللغة العربية: نوع الخط (Arabic Simplified) وحجم الخط (١٤) للمتن.  
ب. اللغة الإنكليزية: نوع الخط (Times New Roman) عناوين البحث (١٦). والملخصات (١٢). أما فقرات البحث الأخرى؛ فبحجم (١٤) .
  - ٩- أن تكون هوامش البحث بالنظام التلقائي (تعليقات ختامية) في نهاية البحث. بحجم ١٢ .
  - ١٠- تكون مسافة الحواشي الجانبية (٢,٥٤) سم والمسافة بين الأسطر (١) .
  - ١١- في حال استعمال برنامج مصحف المدينة للآيات القرآنية يتحمل الباحث ظهور هذه الآيات المباركة بالشكل الصحيح من عدمه، لذا يفضل النسخ من المصحف الإلكتروني المتوافر على شبكة الانترنت.
  - ١٢- يبلغ الباحث بقرار صلاحية النشر أو عدمها في مدّة لا تتجاوز شهرين من تاريخ وصوله إلى هيئة التحرير .
  - ١٣- يلتزم الباحث بإجراء تعديلات المحكمين على بحثه وفق التقارير المرسلة إليه وموافاة المجلة بنسخة مُعدّلة في مدّة لا تتجاوز (١٥) خمسة عشر يوماً.
  - ١٤- لا يحق للباحث المطالبة بمتطلبات البحث كافة بعد مرور سنة من تاريخ النشر.
  - ١٥- لا تعاد البحوث الى أصحابها سواء قبلت أم لم تقبل.
  - ١٦- دمج مصادر البحث وهوامشه في عنوان واحد يكون في نهاية البحث، مع كتابة معلومات المصدر عندما يرد لأول مرة.
  - ١٧- يخضع البحث للتقويم السري من ثلاثة خبراء لبيان صلاحيته للنشر.
  - ١٨- يشترط على طلبة الدراسات العليا فضلاً عن الشروط السابقة جلب ما يثبت موافقة الاستاذ المشرف على البحث وفق النموذج المعتمد في المجلة.
  - ١٩- يحصل الباحث على مستل واحد لبحثه، ونسخة من المجلة، وإذا رغب في الحصول على نسخة أخرى فعليه شراؤها بسعر (١٥) ألف دينار.
  - ٢٠- تعبر الأبحاث المنشورة في المجلة عن آراء أصحابها لا عن رأي المجلة.
  - ٢١- ترسل البحوث على العنوان الآتي: ( بغداد - شارع فلسطين المركز الوطني لعلوم القرآن )  
أو البريد الإلكتروني: (off\_research@sed.gov.iq) بعد دفع الأجور في الحساب المصرفي العائد إلى الدائرة.
  - ٢٢- لا تلتزم المجلة بنشر البحوث التي تُخلّ بشروط من هذه الشروط .



| ت  | عنوانات البحوث                                                                                                                                      | اسم الباحث                                                                      | ص   |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ١  | مفهوم الاحباط في القرآن الكريم « رؤية كلامية »                                                                                                      | أ.م. د. محمد عيدان محمد                                                         | ٨   |
| ٢  | نظرية القوضي الخلافة وأثرها على الأمن الخارجي الأمريكي لغاية عام ٢٠١١ (دراسة تاريخية)                                                               | أ.م. د. ميثم عبد الحضر جبار                                                     | ١٨  |
| ٣  | اويس القرني واخرون من كتاب أسماء الرجال في رواة أصحاب الحديث / شرف الدين الحسين بن محمد بن عبد الله الطيب المتوفى سنة ٧٤٣ هـ / ١٣٤٢ ميلادية (تحقيق) | م. د. مهدي محمد أحمد                                                            | ٣٦  |
| ٤  | أثر استراتيجية (Murder) في اكتساب المفاهيم البلاغية لدى طلاب الصف الخامس الأدبي                                                                     | أ.م. د. حيدر خلف ببيان                                                          | ٥٠  |
| ٥  | آليات تحسين جودة خدمة الزبائن الإلكترونية وإدراجها بثقة الزبائن دراسة تحليلية لأراء عينة من العاملين في مصرف الراجحي - فرع ديبالي                   | م. د. فتاح خلف فهد / م. د. زين عبد الله آدم / م. د. ربيع كريم / م. د. وديع مظهر | ٧٠  |
| ٦  | الحق والباطل عند الإمام علي (عليه السلام) في نهج البلاغة                                                                                            | م. د. يعقوب يوسف محمد                                                           | ٨٤  |
| ٧  | المقاربات العرفانية في المفاهيم والتأويل للنص القرآني بين السيد الأملّي والسيد السبزواري                                                            | د.عبد الكريم يارم / أ.د. نائلة أحمد                                             | ٩٤  |
| ٨  | دور الإلحاد في تقويض الأمن المجتمعي                                                                                                                 | أ.د. صادق كاظم                                                                  | ١٠٢ |
| ٩  | الإرهاب بين الحلول والأسباب                                                                                                                         | م. د. عياد جعفر / م. د. مؤنس أسامة / م. د. حمزة أحمد / م. د. أحمد علي           | ١٢٠ |
| ١٠ | الدور الثقافي للأسرة الحسنية في المغرب الإسلامي                                                                                                     | د. محمد زواغ البوشهري / د. حميد رضا مطوي / فؤاد كريم خصير كاطع                  | ١٣٤ |
| ١١ | المراقبة البيئة والمستدامة للمدن باستخدام الذكاء الصناعي                                                                                            | م. د. سارة صبيح فالح                                                            | ١٤٦ |
| ١٢ | الاقتصاد الظلي في الدولة العباسية دور الأسواق السوداء والتهريب                                                                                      | م. د. مريم فاضل صلف                                                             | ١٦٤ |
| ١٣ | الأوضاع العامة في بلاد المغرب الاسلامي في القرن (٩ - ١٥هـ)                                                                                          | م. د. نصير شريف جاسم                                                            | ١٧٢ |
| ١٤ | مقال مراجعة لكتاب «تاريخ مصر المعاصر»                                                                                                               | م. د. مروة ابراهيم مصطفى                                                        | ١٨٢ |
| ١٥ | أثر الرسم القرآني في حفظ خصائص اللغة العربية                                                                                                        | م. د. النصار عبد حسن صايل                                                       | ١٩٤ |
| ١٦ | مقاصد القرآن الكريم في خلق الإنسان                                                                                                                  | م. د. هادي سليم رسول                                                            | ٢٠٦ |
| ١٧ | الصحابي الجليل مالك الاشر وعلاقته بالإمام علي (عليه السلام)                                                                                         | م. د. غياث خالد منفي                                                            | ٢١٨ |
| ١٨ | الحملة الفرنسية وآثار مصر العليا «مقال مراجعة»                                                                                                      | م. د. أنوار حمزة حسن                                                            | ٢٣٤ |
| ١٩ | ملوك الغساسنة من خلال كتاب كثر الدرر وجامع الفرز لأبن أبيك البواداري «٧٣٦هـ»                                                                        | م. د. وزود جاسم مهدي                                                            | ٢٤٦ |
| ٢٠ | المستويات المعيارية لكفاءة السلوك المهني لمدرسي الألعاب القردية والفرقية في محافظة ديالى                                                            | م. د. رهاف حازم عبودي                                                           | ٢٥٦ |
| ٢١ | التيقات القصصية في الحكاية الفكاهية حكايات الحفي والمغفلين لامين الجوري                                                                             | م. د. يسرى فريح هادي                                                            | ٢٧٨ |
| ٢٢ | التماسك النصي في الخطاب القرآني سورة الممتحنة أمودجاً «دراسة في ضوء اللسانيات النصية وعلم اللغة النصي»                                              | م. د. علي ناصر أكبر                                                             | ٢٩٢ |
| ٢٣ | أثر نموذج Wheatley في التفكير التاريخي لدى طالبات الصف الثاني متوسط في مادة التاريخ                                                                 | م. د. رشا فرحان ظهير                                                            | ٣٠٨ |
| ٢٤ | الربوت وقانون الإرادة                                                                                                                               | الباحثة: غادة حمود عبد / أ.د. إياد مطشر صبيهود                                  | ٣٢٤ |
| ٢٥ | آليات الإدراك والتخيل في النص القرآني «آيات الجمال أمودجاً»                                                                                         | م. د. إيمان صاحب كطافه                                                          | ٣٣٤ |
| ٢٦ | التكثيف السرد في أساليب القصص المحدث في القصة العراقية القصيرة                                                                                      | م. د. عبد الرزاق جبار سلمان                                                     | ٣٤٤ |
| ٢٧ | تصورات مدرسي اللغة العربية حول دمج استراتيجية التدريس التبادلي واستراتيجية الخرائط المفاهيمية في تنمية مهارات البلاغة                               | الباحثة: عذراء عبد الحمزة كريم                                                  | ٣٦٠ |

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩)  
السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



٧٠

## آليات تحسين جودة خدمة الزبائن الإلكترونية وإرتباطها بثقة الزبائن دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في مصرف الراجحي - فرع ديارى

|                                   |                                            |
|-----------------------------------|--------------------------------------------|
| م. د فتاح خلف فهد                 | زمن عبدالله آدم                            |
| وزارة التربية/ تربية كركوك        | وزارة التعليم/ رئاسة جامعة ديالى           |
| وسن رحيم كرم                      | فرح وديع مظاهر                             |
| وزارة التعليم العالي/ رئاسة جامعة | جامعة ديالى/ كلية التربية للعلوم الإنسانية |





## فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩)

السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م

### المستخلص:

عمل مصرف الرافدين على تحسين خدماته المصرفية الإلكترونية لزيادة تنافسيته مثل باقي القطاعات، مما قد يساهم في تعزيز العلاقة مع الزبائن وزيادة رضاهم من خلال تحديث الخدمات وتقديمها بطرق مبتكرة تتماشى مع أحدث التقنيات المتاحة. يهدف ذلك إلى تقوية العلاقة مع الزبائن الحاليين وزيادة ثقتهم بالمصرف، بالإضافة إلى جذب زبائن جدد. لذا، كان هذا البحث يهدف إلى معرفة مدى تأثير جودة خدمة الزبائن الإلكترونية على تعزيز العلاقة بين الزبائن والمصرف. شمل البحث عينة من ٧ فروع رئيسية لمصرف الرافدين في ديالى، حيث تم توزيع ٣٥٠ استبانة. وقد بلغ عدد الاستبيانات المستردة ٣١٨ استبانة، بنسبة ٩٠,٨٦٪. وتم استبعاد ٣٢ استبانة لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي، ليصبح عدد الاستبيانات الصالحة التي خضعت للتحليل الإحصائي ٢٨٦ استبانة، بنسبة ٨٢,٢١٪ من إجمالي الاستبيانات المستردة. تم استخدام المنهج الإحصائي الوصفي التحليلي لدراسة تأثير جودة خدمة الزبائن الإلكترونية بأبعادها (الكفاءة، الاعتمادية، السرية، الاتصال، الاستجابة) على جودة العلاقة بأبعادها (الرضا، الثقة، الالتزام).

### Abstract:

Like other sectors, Rafidain Bank has worked to improve its electronic banking services to Increase its competitiveness. This could contribute to strengthening customer relationships and increasing customer satisfaction by updating and delivering services in innovative ways that align with the latest available technologies. This aims to strengthen relationships with existing customers and increase their trust In the bank, in addition to attracting new customers. Therefore, this research aimed to determine the extent to which the quality of electronic customer service impacts the relationship between customers and the bank.

The research includeincludeed a sample of seven main branches of Rafidain Bank in Diyala, where 350 questionnaires were distributed. A total of 318 questionnaires were returned, representing 90.86% Of the total. Thirty-two questionnaires were excluded for being unsuitable for statistical analysis, leaving 286 valid questionnaires subject to statistical analysis, representing 82.21% of the total returned questionnaires. The descriptive statistical analytical approach was used to study the Impact of the quality of electronic customer service in Its dimensions (efficiency, reliability, confidentiality, communication, responsiveness) on the quality of the relationship in Its dimensions (satisfaction, trust, commitment).

### المقدمة:

يشهد العالم اليوم موجة من التغيرات السريعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وخاصة الإنترنت، مما أدى إلى فرض قواعد جديدة في عالم الأعمال. حيث تسعى المنظمات إلى الاستفادة القصوى من تكنولوجيا المعلومات من خلال تأسيس قواعد التسويق الإلكتروني. لقد غير الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية من أساليب التسويق، حيث ساهم التسويق الرقمي واستخدام الإنترنت في تحسين الوظائف التقليدية للتسويق، وأثر في مواقف الزبائن وأتجاهاتهم في محاولة لإعادة تشكيلها، مما ساعد في توجيه قراراتهم التي تحدد سلوكهم. وهذا زاد من قوتهم وقوة مساومتهم، مما فتح آفاقاً واسعة أمام المسوقين لإقامة علاقات مباشرة مع زبائنهم بتكاليف أقل.

يعتبر التسويق بالعلاقات من المفاهيم الحديثة في التسويق التي تشجع المؤسسات على اعتبار الزبائن شركاء لها، وبناء



السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



## فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩) السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



٧٢

علاقات وثيقة وطويلة الأمد معهم. كما تسعى هذه المؤسسات للحفاظ على الزبائن الحاليين من خلال تقديم خدمات ومنتجات متميزة لهم. لقد ساعد هذا التحول في الفلسفة التسويقية الشركات على مواجهة العديد من التحديات واستغلال الفرص التسويقية، مما يساهم في تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة. إذ يعتمد نجاح العديد من الخدمات على إنشاء علاقات قائمة على رضا الزبائن واستدامتها، أو التفاعل معهم بطريقة تؤدي إلى إرضائهم. خصوصاً أولئك الذين يستخدمون الخدمة بشكل متكرر على مدار الوقت، يتعين على مزود الخدمة اتخاذ خطوات ثابتة لبناء الثقة وكسب التزام الزبائن وتحقيق رضاهم بشكل جيد، مما يجعلهم يشعرون بولاء كبير لمزود الخدمة ويمنعهم من الرغبة في الانتقال إلى المنافسين. (Morville, ١٩٩٨).

مع ظهور وانتشار التجارة الإلكترونية، أصبح الاعتماد على وسائل حديثة لتسوية العمليات التجارية يمثل أساس نجاح وتطور هذا النوع من التجارة. وفي ظل هذه التطورات، برزت الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تشمل جميع الخدمات الاستثمارية وإدارة الأوراق المالية والتواصل مع الزبائن في كل مكان، وذلك عبر العديد من القنوات الإلكترونية مثل البنوك الإلكترونية، وبنوك الإنترنت، وأجهزة الصراف الآلي، والرسائل الإلكترونية عبر الهاتف، مما قدم تسهيلات كبيرة للزبائن في إنجاز معاملاتهم. ويعتبر القطاع المصرفي من أكثر القطاعات حساسية تجاه التأثيرات البيئية الخارجية، مما يعكس على حجم وتنوع نشاطه. يعمل الجهاز المصرفي العراقي، الذي يضم مصارف محلية وأجنبية، في بيئة محلية وأخرى خارجية تؤثران على نشاطه ومستقبل تطوره أذانه. تتنافس المصارف المحلية والأجنبية على جذب الزبائن والاحتفاظ بهم وكسب رضاهم وثقتهم من خلال تحسين جودة خدماتها المصرفية الإلكترونية وكافة أنشطتها، لذلك، تُعتبر الزبائن محور اهتمام المصارف، حيث تستمد منها المواصفات التي تتحول إلى مقاييس أو معايير تُستخدم في تطوير خدمات جديدة ومتطورة. أي خدمة تفتقر إلى هذه المعايير محكوم عليها بالفشل، لأنها لا تحمل معايير الجودة في نظر المستفيدين منها. ولهذا، تتنافس المصارف للحصول على أكبر عدد من الزبائن الحاليين والمحتملين، مع بذل الجهود للحفاظ على الزبائن الحاليين. ويتم ذلك من خلال إقامة علاقة حوار تفاعلية معهم، وتزداد قوة هذه العلاقة إذا تم إدارتها باستخدام وسائل تكنولوجية أو تقليدية.

### المبحث الأول

#### الإطار المنهجي للبحث

##### أولاً: مشكلة البحث

يشهد القطاع المصرفي في العراق تطوراً مستمراً، حيث قامت المصارف العراقية بتحديث خدماتها المصرفية الإلكترونية لتعزيز قدرتها التنافسية، مثلما هو الحال في القطاعات الأخرى، مما يساهم في تحسين نوعية العلاقة مع الزبائن وزيادة رضاهم من خلال تحديث الخدمات وتقديمها بطرق غير تقليدية وفقاً لأحدث التقنيات المتاحة. يهدف ذلك إلى تعزيز العلاقة مع الزبائن الحاليين وزيادة ثقتهم بالمصرف، بالإضافة إلى جذب زبائن جدد. لذا، يسعى هذا البحث إلى استكشاف مدى قدرة المصارف على تقديم خدمات مصرفية إلكترونية عالية الجودة، ومعرفة الفروق في مستويات جودة خدمة الزبائن الإلكترونية في مصرف الرافدين/ فرع ديالى، وتأثير جودة هذه الخدمات على تعزيز العلاقة بين المصرف والزبائن. ومن هنا، يطرح البحث التساؤلات التالية:

السؤال الأول: كيف يمكن تحسين جودة خدمة الزبائن الإلكترونية التي تقدمها إدارة مصرف الرافدين فرع ديالى؟

السؤال الثاني: إلى أي حد تؤثر جودة خدمة الزبائن الإلكترونية في تعزيز العلاقة بين الزبائن والمصرف.

##### ثانياً: أهداف البحث

١. التعرف على مدى الالتزام بالوضوح والموثوقية والاستجابة والضممان والتعاطف مع الزبائن عند تقييم جودة الخدمة.
٢. تحديد مستوى جودة الخدمة الإلكترونية من منظور الزبائن في البنك.
٣. التعرف على التوقعات الفعلية للزبائن.



## فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩)

السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م

٤ . الكشف عن آليات محددة لتحسين مستوى الخدمة المقدمة للزبون.

### ثالثاً: أهمية البحث

- ١ . يساعد تقييم جودة الخدمة المصرفية في تحقيق مستوى الخدمة المدرك بما يتناسب مع توقعات أو احتياجات الزبائن.
- ٢ . يساهم في تحسين جودة الخدمة بما يتماشى مع توقعات الزبائن.
- ٣ . يساعد في تحقيق رضا الزبائن.
- ٤ . إن تحديد رضا الزبائن عن جودة الخدمة سيمكن المصرف من التعرف على نقاط الضعف.

### رابعاً: فرضية البحث

يستند البحث إلى فرضية رئيسية تفيد بأن "خدمة الزبائن الإلكترونية التي تقدمها المصارف العراقية بشكل عام، ومصرف الرافدين / فرع ديالى بشكل خاص، تتمتع بجودة جيدة بعد التغييرات الاقتصادية التي شهدتها العراق والانفتاح على العالم الخارجي".

### خامساً: حدود البحث

- ١ . الحدود المكانية: فروع مصرف الرافدين في محافظة ديالى، والتي تتكون من سبعة فروع رئيسية ( فرع بعقوبة ٠١٤ ، المقدادية ١٣٥ ، شارع الفاروق ٢٥٤ ، جلولا ٢٥٧ ، ديالى ٣١١ ، مندلي ٣٤٢ ، بلدروز ٣٥٣ )
- ٢ . الحدود الزمانية: ٢٠٢٥ م
- ٣ . الحدود البشرية: تم إجراء هذا البحث على عينة عشوائية من زبائن فروع مصرف الرافدين في محافظة ديالى.

### سادساً: منهج البحث

هدف البحث الحالي إلى استكشاف تأثير جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على تعزيز العلاقة بين المصرف والزبائن، من خلال مقارنة عينة من زبائن فروع مصرف الرافدين في محافظة ديالى. ولتحقيق هذا الهدف، اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع، مع التركيز على المسح الميداني لجمع البيانات من مصادرها الأساسية. تم تصميم استبانة وفقاً للخطوات العلمية المعتمدة، وتم معالجة البيانات وتحليلها إحصائياً لاختيار الفرضيات، بهدف الوصول إلى استنتاجات تساهم في تحسين وتطوير الواقع.

### سابعاً: الدراسات السابقة

- ١ - دراسة (محمد، ٢٠٠٥) بعنوان "قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنوك التجارية : دراسة ميدانية" كانت تهدف بشكل أساسي إلى تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية من منظور زبائنها، باستخدام مقياس SERVPERF. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: ارتفاع مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن، وأن الفروق في تقييم الزبائن لجودة هذه الخدمات لم تكن دالة إحصائياً بالنسبة لمتغيري الجنسية وسنوات التعامل مع المصرف، بينما كانت الفروق دالة إحصائياً بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي.
- ٢ - دراسة (أوسو ويترس ٢٠٠٨) تناولت تقييم جودة الخدمات المصرفية من منظور الزبائن، حيث أجريت دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن مصارف محافظة دهوك. وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف في المدينة من وجهة نظر الزبائن. ومن أبرز نتائج الدراسة كان التقييم الإيجابي لمستوى جودة الخدمات المصرفية الفعلية والمتوقعة، بالإضافة إلى وجود تباين في الأهمية النسبية التي يمنحها الزبائن عند تقييمهم لجودة الخدمات المصرفية.

٣ - دراسة (Addams & Alired : ٢٠٠٠):

Service quality at banks and credit unions: what do their customers (say).

أجريت هذه الدراسة من خلال توزيع (١٤٣) استبانة على البنوك ومؤسسات الائتمان. وقد توصلت الدراسة إلى أن



## فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩) السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



٧٤

مؤسسات الائتمان تتفوق على البنوك في (١١) من أصل (١٤) سؤال يتعلق بجودة الخدمة المصرفية، والتي تشمل حرية الوصول إلى الخدمة، اتجاهاً، الاتصال، المصداقية، الأمان، التعاطف، العناصر الملموسة، الخدمات الأساسية، العدالة، تصحيح الأخطاء، والضمانات. كما أظهرت الدراسة أن **neither** البنوك ولا مؤسسات الائتمان تقوم بتحديد احتياجات الزبائن أو الحفاظ عليهم. بالإضافة إلى ذلك، أفادت العينة بأنها توقفت عن الاستفادة من الخدمة بسبب ضعف الجودة المقدمة، وأشار معظم المشاركين إلى عدم قدرة البنوك على تقديم خدمة ذات جودة مناسبة.

### المبحث الثاني

#### الجانب النظري

#### أولاً: جودة خدمة الزبائن المصرفية الإلكترونية:

تُعرف خدمة الزبائن المصرفية بأنها مجموعة من العمليات التي تحتوي على فوائد مستترة، تتكون من عناصر ملموسة (حقيقية) وغير ملموسة (غير حقيقية) يدركها الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها وقيمتها الفائدة، والتي تلبي احتياجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، مما يجعلها مصدراً لربحية الخدمة المصرفية (معلا، ناجي، ٢٠٠١، ص ٢٦).

يمكن تعريف خدمة الزبائن الإلكترونية بأنها جميع العمليات أو الأنشطة التي تقوم بها المصارف والمؤسسات المالية من خلال الوسائل الإلكترونية أو الضوئية مثل الهاتف، الحاسوب، أجهزة الصراف الآلي، الإنترنت، والتلفزيون الرقمي، بالإضافة إلى العمليات التي ينقلها مقدمو البطاقات الإلكترونية وكافة المؤسسات التي تتعامل في التحويلات النقدية إلكترونياً (الشمري، ٢٠٠٧). من بين هذه الخدمات المصرفية نجد الصراف الآلي، الصيرفة عبر الهاتف، الصيرفة عبر الإنترنت، استخدام نقاط البيع الإلكترونية، الصيرفة عبر الهاتف الجوال، وخدمة الرسائل القصيرة، وغيرها من الأدوات. تعتبر جودة خدمة الزبائن المصرفية الإلكترونية الشكل الأحدث وربما الأكثر تطوراً للخدمات المصرفية التقليدية. (Khafafa & Shafii, ٢٠١٣, ٥٦)

تؤكد الأبحاث العالمية على أهمية الاستثمار في الخدمات المصرفية المعتمدة على التكنولوجيا الحديثة، حيث تظهر التوقعات أن دور الفروع في تقديم الخدمات المصرفية سيتراجع مع ظهور أجهزة الصراف الآلي، والبنك الناطق، والبنك المحمول، وبنوك الإنترنت، ونقاط البيع، وأدوات التحويل الإلكتروني، والبنك الآلي وغيرها، التي ستصبح القنوات الرئيسية لتلبية احتياجات الزبائن. كما تشير الاتجاهات الحديثة إلى أن الزبائن يفضلون الخدمات الذاتية لإدارة شؤونهم المالية، لذا فإن المصارف التي تفتقر إلى التكنولوجيا المتطورة اللازمة لتطوير استراتيجيات قائمة على الخدمة الذاتية ستواجه بلا شك نتائج سلبية تؤثر على بقائها واستمرارها في السوق المصري. (ansari & Al Habsi, ٢٠١٤, ١٠٢)

إن تقديم الخدمة يعتمد على التفاعل مع الزبون، لذا فإن الجانب الفني للجودة لا يمثل الجودة الكلية التي يدركها الزبون لما يتلقاه، بل يتأثر بكيفية نقل الجودة الفنية إليه بشكل وظيفي. فالزبون لا يهتم فقط بالنتيجة التي يحصل عليها من عملية الخدمة، بل يهتم أيضاً بعملية تقديم الخدمة ذاتها (مسعود، ٢٠٠٧، ص ٥٠).

هذا أدى إلى تقليل المنافسة بين البنوك فيما يتعلق بأنواع الخدمات المقدمة، ومن هنا ظهر مفهوم جودة خدمة الزبائن الإلكترونية كأحد أهم المجالات التي يمكن للبنوك التنافس فيها. وهذا يعني أن توجه زبائن البنوك نحو طلب الخدمات المصرفية لا يقتصر فقط على المحتوى التسويقي الذي يحصلون عليه، بل يتعلق أيضاً بالقيم الرمزية التي يبحث عنها العميل، والتي تمثل بالنسبة له جودة أفضل من وجهة نظره. وفي هذا السياق، ظهرت مفاهيم مثل خدمة الزبائن، التعاطف مع الزبائن، سرعة الإنجاز، السرية المصرفية في التعامل، وأسلوب تقديم الخدمة، وغيرها كعوامل تميز في الخدمات المصرفية، مما يشكل مفهوم جودة الخدمات المصرفية. (خلوح، ٢٠١٦، ص ٦٥)

#### ثانياً: مزايا خدمة الزبائن الإلكترونية

أثر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أساليب الإعلان عن المنتجات والسلع والخدمات وطرق تسويقها، حيث



## فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩)

السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



٧٥

أصبحت أجهزة الهاتف والفاكس والحواسيب والطابعات الليزرية والملونة من العناصر الأساسية في تنفيذ العمليات المتعلقة بالتسويق المصرفي الإلكتروني، الذي يتميز بالميزات التالية:

١. **انخفاض التكاليف:** أدى أداء المؤسسات المصرفية لأعمالها ونشاطاتها التسويقية عبر الإنترنت إلى تقليل التكاليف، حيث لم تعد هناك حاجة للاستثمار في البنى التحتية، كما تم تقليل العوائق اللوجستية، مما ساعد على تحقيق توازن بين المؤسسات المصرفية الكبيرة والصغيرة في تقديم خدماتها عبر هذه الشبكة أو وسائل التكنولوجيا الأخرى (ابكر، ٢٠١٤، ص ٣٤).

٢. **جودة وسرعة خدمة الزبائن:** تتميز المؤسسات المصرفية التي تقدم خدماتها للزبائن عبر الإنترنت ووسائل التكنولوجيا الأخرى عن منافسيها، مما يقلل من التكاليف والجهد البشري الذي يبذله الزبائن للحصول على الخدمة المصرفية أو البحث عن المعلومات المتعلقة بالشؤون المالية.

٣. **مساعدة الزبائن في مقارنة مجموعة كبيرة من الخيارات المتاحة واتخاذ قرار الاختيار.**

٤. **زيادة الكفاءة والفعالية:** حيث أن الرد على استفسارات الزبائن الفنية المتعلقة بالخدمات عبر الموقع الإلكتروني يعزز من إنتاجية المصارف الإلكترونية بأقل التكاليف وأقل جهد ممكن.

٥. **تسهيل تبادل المعلومات ومراقبتها:** يسهم في تسهيل التسويق المصرفي الإلكتروني من خلال تبادل المعلومات بين المهتمين وتقديمها عند الحاجة. كما يمكن للزبائن الدخول إلى موقع المصرف والوصول إلى حساباتهم الخاصة، أو التسجيل دون الحاجة للوجود في الموقع الفعلي للمصرف. ومن خلال الإنترنت، تستطيع المؤسسات المصرفية تقديم خدماتها للزبائن في الأسواق المحلية والأسواق المستهدفة بما يتناسب مع احتياجاتهم ورغباتهم ومتطلبات سوق العمل (نعيمات، ٢٠١٤، ص ٢٩).

**ثالثاً: مستويات جودة خدمة الزبائن الإلكترونية:**

في هذا السياق، يمكن تحديد خمسة مستويات لجودة خدمات الزبائن كما يلي (الطالب، ٢٠٠١):

١. **الجودة المتوقعة:** وهي المستوى الذي يتوقعه الزبائن من الخدمات المصرفية التي ينبغي أن يحصلوا عليها من البنك الذي يتعاملون معه.

٢. **الجودة المدركة:** وهي ما تدركه إدارة البنك من نوعية الخدمة التي تقدمها لزيائنها، والتي تعتقد أنها تلي احتياجاتهم ورغباتهم بشكل جيد.

٣. **الجودة الفنية:** وهي الطريقة التي يتم بها تقديم الخدمة المصرفية من قبل موظفي البنك، والتي تتوافق مع المواصفات النوعية للخدمة المقدمة.

٤. **الجودة الفعلية:** وهي الطريقة التي تُقدم بها الخدمة، وتعكس مدى التوافق والقدرة على استخدام أساليب تقديم الخدمة بشكل يرضي الزبائن، أي كيف يمكن لموظفي البنك رفع مستوى توقعات الزبائن للحصول على الخدمة المصرفية.

٥. **الجودة المرجوة:** وهي مدى الرضا والقبول الذي يمكن أن يحصل عليه البنك من زبائنه نتيجة تلقيهم لتلك الخدمات. (المطيري، ٢٠١٠، ص ٤٥).

**رابعاً: ثقة الزبائن بالمصرف:**

تُعرف الثقة بأنها الإحساس بالمصداقية تجاه المصرف، بالإضافة إلى مشاعر القلق ودرجات أعلى من الراحة. وهذا يدل على أن العميل يسعى دائماً إلى الحصول على مساعدة من مقدم الخدمة لتحقيق أهدافه، حيث تُعتبر الثقة دافعاً قوياً للتعامل مع مصرف معين (الناظر، ٢٠١٠). يُنظر إلى الثقة كأحد أبعاد المشروع الذي يحدد المستوى الذي يشعر فيه كل طرف بقدرته على الاعتماد على صحة وكمال الوعود المقدمة من الطرف الآخر.

**خامساً: أهمية الثقة بين الزبون والمصرف**

١. **الثقة هي العنصر الأساسي الذي يسبق الالتزام والعلاقات الناجحة، وهي تعتمد على سلوكيات سابقة، مما يدفع المنظمات إلى التركيز على التحفيز الإيجابي للحفاظ على العلاقة بسبب شعورها بالارتباط. وعندما تنخفض مستويات**

## فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩) السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



٧٦

الثقة، تبدأ المنظمات في مراقبة سلوك الشريك وقد تتخذ قرارات بشأن الاستمرار في العلاقة أو إنقاذها. (١٩٩٤) (Morgan & Hunt).

٢. تتطلب علاقة العميل بالمنظمة وجود الثقة، حيث تعتبر أساس الولاء والإخلاص في عملية البيع (Berry & Parasuraman, ١٩٩١, p. ١٤٤).

٣. تعتبر الثقة من العوامل الرئيسية في تشكيل الصورة الذهنية للمصرف. (العجاردة، ٢٠٠٥، ص: ٣٦٦)

### المبحث الثالث

#### إجراءات البحث

#### أولاً: مجتمع وعينة البحث

تكون مجتمع البحث من زبائن عدة فروع رئيسية لمصرف الراجحي في محافظة ديارى، وهي (فرع بعقوبة ٠١٤، المقدادية ١٣٥، شارع الفاروق ٢٥٤، جلولاء ٢٥٧، ديارى ٣١١، مندلي ٣٤٢، بلدروز ٣٥٣) تم توزيع ٣٥٠ استبانة، وبلغ عدد الاستبانات المسترجعة ٣١٨ استبانة، وتم استبعاد ٣٢ استبانة لعدم كفاءتها في التحليل الإحصائي.

جدول (١-٣) حجم عينة البحث حسب الفروع الرئيسية لمصرف الراجحي

| اسم ورقم فرع المصرف | حجم العينة | النسبة المئوية |
|---------------------|------------|----------------|
| بعقوبة ١٤           | 58         | 28.30%         |
| المقدادية ١٣٥       | 40         | 14%            |
| شارع الفاروق ٢٥٤    | 39         | 13.60%         |
| جلولاء ٢٥٧          | 44         | 15.40%         |
| ديارى ٣١١           | 34         | 11.90%         |
| مندلي ٣٤٢           | 34         | 11.90%         |
| بلدروز ٣٥٣          | 37         | 12.90%         |
| المجموع             | 286        | 100.00%        |

#### ثانياً: أداة البحث

لتحقيق هدف البحث، اعتمد البحث على الأدوات التالية لجمع البيانات والمعلومات:

١. البيانات الثانوية: تتعلق بالمعلومات النظرية من الأبحاث والدراسات السابقة، والمقالات، والرسائل الجامعية، والكتب العلمية العربية والأجنبية المتخصصة في موضوع البحث.

٢. البيانات الأولية (الاستبانة): تم تصميم الاستبانة بهدف جمع البيانات المتعلقة بالبحث، بعد أخذ آراء مجموعة من الباحثين والكتاب في مجال الموضوع، والتي استهدفت الحصول على البيانات الأولية لاستكمال الجانب التطبيقي للبحث. وقد تضمنت الاستبانة وصف متغيرات البحث حيث شملت متغيرات البحث بعدين رئيسيين، وهما جودة خدمة الزبائن الإلكترونية، التي تم تحليلها من خلال (٥٣) فقرة تم توزيعها على عدة أبعاد كما يلي:

أ- جودة خدمة الزبائن المصرفية الإلكترونية تم تقييمها من خلال خمسة أبعاد فرعية تتضمن تسع وعشرين فقرة، وهي كالتالي:

١. الكفاءة: تم قياسها من خلال تسع فقرات.

٢. الاعتمادية: تم قياسها من خلال سبع فقرات.

٣. الاستجابة: تم قياسها من خلال ست فقرات.

٤. السرية: تم قياسها من خلال أربع فقرات.



## فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩)

السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥م

٥. **الاتصال:** تم قياسه من خلال ثلاث فقرات.

ب\_ ثقة العميل بالمصرف تتكون من (٣) أبعاد فرعية تشمل (٢٤) فقرة. وهي كالتالي:

١- **الرضا:** تم قياسه عبر (٧) فقرات.

٢- **الثقة:** تم قياسها من خلال (٧) فقرات.

٣- **الالتزام:** تم قياسه من خلال (١٠) فقرات.

على الرغم من تنوع أساليب القياس، فقد اعتمد البحث الحالي على أسلوب القياس القائم على مقياس ليكرت السباعي لفقرات الأبعاد المختلفة، حيث تتراوح خيارات الإجابة لكل فقرة من (١ إلى ٧) وفقاً لما يلي:

| اتفق كلياً | اتفق | لا أتفق بعض الشيء | لا أتفق إطلاقاً |
|------------|------|-------------------|-----------------|
| ٧          | ٦    | ٥                 | ٤               |

ثالثاً : صدق أداة البحث

**الصدق الظاهري**

تم تقييم الصدق الظاهري لأداة البحث من خلال الاستعانة بمجموعة من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس والمتخصصين في مجالات إدارة الأعمال والتسويق والإحصاء. تم أخذ آرائهم والاستفادة من معرفتهم وخبراتهم في مجالاتهم، مما ساعد في تعديل الاستبانة للوصول إلى صورتها النهائية الحالية.

**رابعاً : ثبات أداة البحث**

للتحقق من ثبات أداة البحث، تم حساب معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) للتأكد من موثوقية أداة القياس، حيث تقيس الاستبانة العوامل المستهدفة وتثبت صدقها. يعود ذلك إلى طبيعة معامل كرونباخ ألفا في قياس الاتساق الداخلي لفقرات القياس، مما يدل على قوة الارتباط والتماسك بين هذه الفقرات. بالإضافة إلى ذلك، يوفر معامل ألفا تقديراً جيداً للثبات. وللتحقق من ثبات أداة البحث، تم تطبيق معادلة كرونباخ ألفا على درجات أفراد عينة الثبات. ورغم عدم وجود قواعد قياسية محددة للقيم المناسبة لمعامل ألفا، إلا أنه من الناحية التطبيقية يُعتبر أن قيمة ألفا التي تساوي أو تزيد عن ٠,٦٠ مقبولة في الأبحاث المتعلقة بالعلوم الإدارية والإنسانية (Sekaran, ٢٠٠٣).

جدول (٣-٢) معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (مقياس كرونباخ ألفا)

| الرقم | البعد                       | عدد الفقرات | قيمة ألفا |
|-------|-----------------------------|-------------|-----------|
| 1     | الرضا                       | 7           | 0.94      |
| 2     | الثقة                       | 7           | 0.954     |
| 3     | الالتزام                    | 10          | 0.958     |
| 4     | خطة أبعاد جودة العلاقة      | 24          | 0.968     |
| 5     | الكفاءة                     | 9           | 0.927     |
| 6     | المصداقية                   | 7           | 0.935     |
| 7     | الاستجابة                   | 6           | 0.858     |
| 8     | السرعة                      | 4           | 0.906     |
| 9     | الاتصال                     | 3           | 0.899     |
| 10    | خطة أبعاد جودة خدمة الزبائن | 29          | 0.958     |
| 11    | كلية أبعاد أداة البحث       | 53          | 0.969     |



## فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩) السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م

يتضح من الجدول أن معامل الثبات لجميع أبعاد أداة البحث (الاستبانة) يبلغ (٩٦,٩٪)، بينما يصل هذا المعامل على مستوى البعدين الرئيسيين إلى (٩٦,٨٪) لجودة العلاقة و(٩٥,٨٪) لجودة الخدمة المصرفية. ومن جهة أخرى، فإن أقل معامل ثبات على مستوى الأبعاد الفرعية هو حوالي (٨٦٪) للبعد الفرعي المتعلق بالاستجابة، مما يدل على أن قيم ألفا كرونباخ تشير إلى وجود علاقة قوية من الاتساق والترابط بين فقرات كل بعد فرعي وفقرات الأبعاد الرئيسية، وكذلك بين أبعاد أداة البحث بشكل عام. حيث أن هذه النسب تتجاوز النسبة المقبولة إحصائياً والتي تبلغ (٦٠٪) وفقاً لـ Sekaran، مما يدل على إمكانية ثبات النتائج التي قد تترتب عند تطبيق الاستبانة.

### جمع البيانات:

قامت الباحثة بزيارة فروع المصارف التي تم اختيارها كعينة، حيث قامت بتوزيع الاستبانات ميدانياً واستلامها مباشرة من المشاركين.

### التحليل الإحصائي المستخدم في البحث:

للوصول إلى مؤشرات موثوقة تدعم أهداف البحث، قام الباحث باختيار الفرضيات وبناء النموذج الخاص بها. وقد استخدم عدة تقنيات إحصائية موضحة أدناه باستخدام برنامج SPSS لتحليل البيانات التي تم جمعها من استبانة البحث، ومن هذه التقنيات ما يلي:

١. معامل كرونباخ ألفا للتحقق من درجة الثبات للمقاييس المستخدمة.
٢. التوزيعات التكرارية والنسب المئوية.
٣. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابة على تساؤلات البحث ومعرفة الأهمية النسبية.

### المبحث الرابع:

#### تحليل النتائج وتفسيرها

#### أولاً : جودة العلاقة :

يوضح الجدول (٤-١) مقاييس وصف وتقييم مستوى البعد الرئيسي لجودة العلاقة، بالإضافة إلى فقرات القياس المتعلقة بأبعاده الثلاثة: الرضا، والذي تم قياسه من خلال (٧) فقرات، والثقة، التي تم قياسها أيضاً بـ (٧) فقرات، والالتزام، الذي تم قياسه بـ (١٠) فقرات. ويتضمن ذلك المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للوصف والترتيب والأهمية النسبية للتقييم.

جدول (٤-١) وصف وتقييم مستوى جودة العلاقة

| رقم<br>الفقرة | الوصف                                                                       | الانحراف<br>المعياري | الرتبة  | مستوى<br>الأهمية |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------|------------------|
| 1             | أشعر بالارتياح لاتخاذ قرار التعامل مع هذا المصرف                            | 5.6783               | 1.4246  | مرتفع            |
| 2             | أشعر بالارتياح لاتخاذ قرار فتح حساب قديم مع هذا المصرف مرة أخرى كنت<br>يؤكد | 5.5769               | 1.24789 | مرتفع            |
| 4             | أشعر بالارتياح لاتخاذ قرار فتح حساب قديم مع هذا المصرف                      | 5.5624               | 1.22648 | مرتفع            |
| 6             | أشعر بالارتياح لاتخاذ قرار فتح حساب قديم مع هذا المصرف                      | 5.528                | 1.35501 | مرتفع            |
| 3             | من فقر فقرات حصة في حالي هي التعامل مع هذا المصرف                           | 5.4895               | 1.19864 | مرتفع            |
| 5             | أشعر بالارتياح لاتخاذ قرار فتح حساب قديم مع هذا المصرف                      | 5.4486               | 1.23755 | مرتفع            |
| 7             | أشعر بالارتياح لاتخاذ قرار فتح حساب قديم مع هذا المصرف                      | 5.4196               | 1.4335  | مرتفع            |
|               | الوسط الحسابي العام والانحراف المعياري المقبول الرضا                        | 5.5265               | 1.1193  |                  |



## فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩) السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م

|    |                                                                       |        |         |          |
|----|-----------------------------------------------------------------------|--------|---------|----------|
| 8  | تقني عالية جداً بهذا المصرف الذي تعامل معه فيما يتعلق بخدمات المصرفية | 5.479  | 1.34735 | 1 مرتفع  |
| 9  | استمتعنا لتجارب السكينة يمكن قراتها بهذا المصرف                       | 5.2273 | 1.31686 | 2 مرتفع  |
| 11 | معرفة هذا المصرف على وعونه أزيقته                                     | 5.2863 | 1.43484 | 3 مرتفع  |
| 18 | تدني ثقة نامة بال ما يعرض من خدمات من قبل هذا المصرف                  | 5.2828 | 1.37934 | 4 مرتفع  |
| 12 | نحن بخدمات التي يوفرن بها هذا المصرف                                  | 5.1294 | 1.41943 | 5 مرتفع  |
| 14 | نؤمن هذا المصرف بتدقيق منتج أزيقته                                    | 5.0839 | 1.58279 | 6 مرتفع  |
| 13 | نقد ثقة ترات مهمة حق هذا المصرف براعي مصطلح زبائنه                    | 5.0639 | 1.48913 | 6 مرتفع  |
|    | الوسط الحسابي العام والانحراف المعياري للمقياس الثقة                  | 5.2016 | 1.26382 |          |
| 15 | يوفر هذا المصرف منتج زكافي واحتياجنا                                  | 5.7517 | 1.21015 | 1 مرتفع  |
| 16 | يتبع هذا المصرف زكافي في جوهر اهتماماته                               | 5.3846 | 1.13275 | 2 مرتفع  |
| 17 | يقدم هذا المصرف بتدقيق المبيعات عن خدماته بشكل ممتاز                  | 5.3842 | 1.36922 | 3 مرتفع  |
| 18 | لا يتريد هذا المصرف بتدقيق ودع للفرز المنسوب أزيقته                   | 5.3867 | 1.37667 | 4 مرتفع  |
| 19 | نقد الاستفسار عن كفة مظومة لا يتريد للمقنن بتقديم منتج والمضورة       | 5.2727 | 1.38262 | 5 مرتفع  |
| 22 | مقنن هذا المصرف ملتزمون جداً مع أزيقنا                                | 5.1668 | 1.5109  | 6 مرتفع  |
| 24 | سواء استمر بالتعامل مع المصرف الذي اعتبر نفس جزاً من سلطة هذا المصرف  | 5.1399 | 1.63143 | 7 مرتفع  |
| 23 | تدني شعور عال بقرام هذا المصرف بما يقدمه من خدمات                     | 5.1329 | 1.53891 | 8 مرتفع  |
| 28 | نحن هذا المصرف بقرامته تباد زبائنه                                    | 5.1259 | 1.32912 | 9 مرتفع  |
| 21 | يسمى هذا المصرف بتقديم خدماته بجودة عالية                             | 5.0629 | 1.41281 | 10 مرتفع |
|    | الوسط الحسابي العام والانحراف المعياري للمقياس الالتزام               | 5.2636 | 1.17861 |          |
|    | الوسط الحسابي العام والانحراف المعياري للمقياس جودة العلاقة           | 5.3223 | 1.04458 |          |

بالنسبة لمستوى مقياس أبعاده الثلاثة، وهي الرضا والثقة والالتزام، فهي مرتفعة أيضاً. حيث بلغ المتوسط الحسابي لمقياس الرضا (٥,٥٢٦٥) مع انحراف معياري قدره (١,١١٩٣٠)، بينما كان المتوسط الحسابي لمقياس الثقة (٥,٢٠١٨) مع انحراف معياري (١,٢٦٣٨٢)، وأخيراً، بلغ المتوسط الحسابي لمقياس الالتزام (٥,٢٦٣٦) مع انحراف معياري (١,١٧٨٦١).

من حيث الأهمية النسبية وترتيب فقرات مقياس الرضا، يتبين أن جميع فقرات هذا البعد الفرعي تتمتع بأهمية نسبية عالية. قد احتلت فقرة "أشعر بالارتياح لاتخاذ قرار التعامل مع هذا المصرف" المرتبة الأولى بمتوسط (٥,٦٧٨٣) وانحراف معياري (١,٤٢٤٦٠)، تلتها فقرة "لو كان لدي قرار فتح حساب في هذا المصرف مرة أخرى لقمتم بذلك" في المرتبة الثانية، حيث حققت أهمية نسبية مرتفعة بمتوسط حسابي بلغ (٥,٥٧٦٩) وانحراف معياري (١,٢٤٧٨٩). بينما جاءت فقرة "هذا المصرف يلبي توقعات زبائنه بشكل كامل" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٥,٤١٩٦) وانحراف معياري (١,٤٣٣٥٠).

فقرات مقياس الثقة، جاءت جميع الفقرات بأهمية نسبية مرتفعة. حيث جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تتقني عالية جداً هذا المصرف الذي أتعامل معه فيما يتعلق بالخدمات المصرفية" بمتوسط حسابي قدره (٥,٤٧٩٠) وانحراف معياري (١,٣٤٧٣٥). تلتها في المرتبة الثانية فقرة "استناداً لتجاربنا السابقة يمكن الوثوق بهذا المصرف" بمتوسط حسابي (٥,٢٢٧٣) وانحراف معياري (١,٣١٦٨٦). في حين جاءت في المرتبة الأخيرة الفقرتان "يهتم هذا المصرف بتحقيق نافع لزبائنه" و"عند اتخاذ قرارات مهمة، فإن هذا المصرف يراعي مصالح زبائنه" بمتوسط حسابي قدره (٥,٠٨٣٩) وانحراف معياري (١,٥٨٢٧٩) وللأولى، و بمتوسط حسابي قدره (٥,٠٨٣٩) وانحراف معياري (١,٤٨٩١٣) للثانية.



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩)  
السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



أما فقرات البعد الثالث والآخر المتعلق بالالتزام، فقد جاءت جميع فقراتها بأهمية نسبية مرتفعة. وقد احتلت المرتبة الأولى فقرة "يوفر هذا المصرف جميع رغباتي واحتياجاتي" بمتوسط حسابي قدره (٥,٧٥١٧) وانحراف معياري (١,٢١٠١٥). تلتها في المرتبة الثانية فقرة "يضع هذا المصرف رغباتي في جوهر اهتماماته" بمتوسط حسابي قدره (٥,٣٨٤٦) وانحراف معياري (١,١٣٢٧٥). بينما جاءت في المرتبة الأخيرة فقرة "يستمر هذا المصرف بتقديم خدماته بجودة عالية" بمتوسط حسابي قدره (٥,٠٦٢٩) وانحراف معياري (١,٤١٢٨١).

ثانياً : متغير خدمة الزبائن الإلكترونية

نتائج وصف وتقييم المستوى للبعد الرئيسي الثاني، وهو جودة خدمة الزبائن الإلكترونية، تتضمن ٢٩ فقرة موزعة على خمسة أبعاد: الكفاءة التي تم قياسها بـ ٩ فقرات، والاعتمادية التي تم قياسها بـ ٧ فقرات، والاستجابة التي تم قياسها بـ ٦ فقرات، والسرية التي تم قياسها بـ ٤ فقرات، وأخيراً الاتصال الذي تم قياسه بـ ٣ فقرات. تشمل النتائج أيضاً المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للوصف والترتيب والأهمية النسبية للتقييم، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٤-٢) وصف وتقييم مستوى جودة الخدمة الزبائن الإلكترونية

| رقم الفقرة | الفقرة                                                                                 | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | مستوى الأهمية |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|---------|---------------|
| 8          | أن تجربتي سلبية كنتيجة في التعامل مع خدمة المصرفية الإلكترونية                         | 5.8531          | 1.00844           | 1       | مرتفع         |
| 1          | الخدمة المصرفية الإلكترونية توفر معلومات دقيقة بدون تأخير                              | 5.6189          | 1.22755           | 2       | مرتفع         |
| 9          | من سهولة الحصول على المعلومات المتعلقة بالخدمة المصرفية التي يقدمها المصرف             | 5.507           | 1.05546           | 3       | مرتفع         |
| 3          | الخدمة المصرفية الإلكترونية توفر نظيفة سريعة فائدة بالمعلومات عن أداء الخدمة (الخدمات) | 5.478           | 1.35255           | 4       | مرتفع         |
| 2          | الخدمة المصرفية الإلكترونية توفر الوقت والجهد المطلوب للتعامل مع الخدمة                | 5.4231          | 1.30021           | 5       | مرتفع         |
| 4          | الخدمة المصرفية الإلكترونية توفر الخدمات بمختلف القنوات                                | 5.3706          | 1.33865           | 6       | مرتفع         |
| 5          | الخدمة المصرفية الإلكترونية تتصف على قوائم بشفافية عالية (مساءلة الخدمات)              | 5.2972          | 1.34261           | 7       | مرتفع         |
| 6          | الخدمة المصرفية الإلكترونية تتصل بشكل مباشر مع العميل المصرفية بشفافية عالية           | 5.1434          | 1.3906            | 8       | مرتفع         |
| 7          | بناءً على خبرتي وتجربتي سلبية قدس بالخدمة المصرفية بشفافية عالية                       | 5.8769          | 1.59198           | 9       | مرتفع         |
|            | الوسط الحسابي العام والانحراف المعياري لمتغير الكفاءة                                  | 5.4188          | 1.03315           |         |               |
| 10         | تتصف الخدمة المصرفية الإلكترونية بفهم سهل الاستخدام                                    | 5.507           | 1.2725            | 1       | مرتفع         |
| 12         | استخدام الخدمة المصرفية الإلكترونية يوفر لي تحقيق رفاهية على كل من حقوقي للمصرفية      | 5.3287          | 1.32069           | 2       | مرتفع         |
| 11         | الخدمة المصرفية الإلكترونية يعمل عليها (يعتمد عليها)                                   | 5.287           | 1.22131           | 2       | مرتفع         |
| 13         | لما مررت بمرور الخدمة المصرفية الإلكترونية يمكن أن يفي بوعدي                           | 5.2972          | 1.39137           | 3       | مرتفع         |
| 15         | لدي ثقة بالخدمة المصرفية الإلكترونية لهذا المصرف                                       | 5.2413          | 1.4047            | 4       | مرتفع         |
| 16         | المعلومات المتوفرة على موقع المصرف متفحة بتدخل جيد ومن سهولة متفحة                     | 5.2133          | 1.47254           | 5       | مرتفع         |
| 14         | المصرف يوفر خدمة دعم فني فائقين فائقين بتفهم بالخدمات الإلكترونية للمصرف               | 5.1748          | 1.41577           | 6       | مرتفع         |
|            | الوسط الحسابي العام والانحراف المعياري لمتغير الاعتمادية                               | 5.2987          | 1.15407           |         |               |
| 17         | توفر الخدمة المصرفية الإلكترونية على مدار ٢٤ ساعة في جميع                              | 5.465           | 1.48578           | 1       | أعلى          |



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩)  
السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م

|    |                                                                              |        |         |   |       |
|----|------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|---|-------|
| 19 | تتراخى على فترات الخدمة المصرفية الإلكترونية في الوقت الذي يحتاج إليها       | 5.1818 | 1.41737 | 2 | اعلى  |
| 18 | خدمة المصرفية الإلكترونية تلي كل احتياجات المصرفية                           | 5.1189 | 1.31651 | 3 | اعلى  |
| 20 | خدمة الإلكترونية تحقق استجابة سريعة لطلب الخدمة                              | 5.1189 | 1.3866  | 3 | اعلى  |
| 21 | استخدام خدمة المصرفية الإلكترونية ي يحتاج إلى الكثير من الجهد                | 5.8245 | 1.52962 | 4 | اعلى  |
| 22 | خدمة المصرفية الإلكترونية ( يفتد عليها)                                      | 1.5804 | 8.63148 | 5 | منخفض |
|    | الوسط الحسابي العام والانحراف المعياري للمقياس الاستجابي                     | 4.5816 | 1.01641 |   |       |
| 23 | خدمة المصرفية الإلكترونية تسمح بسهولة استخدام المعلومات الشخصية              | 5.5979 | 1.22655 | 1 | اعلى  |
| 25 | خدمة المصرفية الإلكترونية توفر الحماية الطبية للمطعمي عن تصلاحي مصرفية       | 5.4545 | 1.28542 | 2 | اعلى  |
| 24 | خدمة المصرفية الإلكترونية تسمح لكلا الطرفين بالتلاخ على مطعمي الشخصية        | 5.4821 | 1.1976  | 3 | اعلى  |
| 26 | خدمة المصرفية الإلكترونية تفتد في جعل الطمبات المصرفية                       | 5.3846 | 1.29465 | 4 | اعلى  |
|    | الوسط الحسابي العام والانحراف المعياري للمقياس السريه                        | 5.4598 | 1.10547 |   |       |
| 27 | المصرف يتعامل بلطف مع شكاري الزيلان عن الخدمة الإلكترونية                    | 5.4685 | 1.38566 | 1 | اعلى  |
| 28 | من السهولة الوصول إلى مصرف من خلال الخدمات المصرفية الإلكترونية              | 5.8664 | 1.4114  | 2 | اعلى  |
| 29 | المصرف يعالج بسرعة أية مشكلات لوجهها في جعل فسللت المصرفية الإلكترونية       | 5.8594 | 1.54464 | 3 | اعلى  |
|    | الوسط الحسابي العام والانحراف المعياري للمقياس الاتصال                       | 5.1981 | 1.32202 |   |       |
|    | الوسط الحسابي العام والانحراف المعياري للمقياس جودة خدمة الزيلان الإلكترونية | 5.1994 | 0.90058 |   |       |

تظهر نتائج الجدول (٤-٢) أن مستوى جودة خدمة الزبائن الإلكترونية من حيث الأهمية النسبية مرتفع، وينطبق ذلك على جميع فقرات قياسها البالغ عددها (٢٩) فقرة باستثناء فقرة واحدة. حيث بلغ المتوسط الحسابي لمقياس جودة خدمة الزبائن الإلكترونية (٥,١٩٩٤) مع انحراف معياري قدره (٠,٩٠٠٥٨). كما أن أربعة من أبعاد قياسها الخمسة حققت أهمية نسبية مرتفعة، وهي الكفاءة، الاعتمادية، السرية، والاتصال، مع متوسطات حسابية مرتفعة (٥,٤١٨٨)، (٥,٢٩٨٧)، (٥,٤٥٩٨)، (٥,١٩٨١)، وانحرافات معيارية (١,٠٣٣١٥)، (١,١٥٤٠٧)، (١,١٠٥٤٧)، (١,٣٢٢٠٢)، على التوالي، كان مستوى مقياس الاستجابة ذا أهمية نسبية متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤,٥٨١٦) والانحراف المعياري (١,٠١٦٤١).

من بين فقرات قياس البعد الفرعي للكفاءة، احتلت الفقرة "كل تجاري السابقة كانت إيجابية في التعامل مع الخدمة المصرفية الإلكترونية" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (٥,٨٥٣١) وانحراف معياري (١,٠٠٨٤٤). بينما جاءت الفقرة "بناءً على خبرتي وتجاري السابقة أشعر بالجودة العالية بخدمة الزبائن الإلكترونية" في المرتبة الأخيرة، حيث بلغ متوسطها الحسابي (٥,٠٧٦٩) وانحراف معياري (١,٥٩١٩٨).



## فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩) السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



٨٢

فيما يخص فقرات قياس البعد الفرعي للاعتمادية، احتلت الفقرة "تميز الخدمة المصرفية الإلكترونية بسهولة الاستخدام" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (٥,٥٠٧٠) وانحراف معياري (١,٢٧٢٥٠). بينما جاءت الفقرة "المصرف يقدم خدمة دعم للزبائن الذين يستخدمون الخدمات الإلكترونية" في المرتبة الأخيرة بين فقرات مقياس الاعتمادية، حيث بلغ متوسطها الحسابي (٥,١٧٤٨) وانحراف معياري (١,٤١٥٧٧).

أما بالنسبة لفقرات البعد الفرعي الثالث المتعلق بالاستجابة، فقد احتلت الفقرة "تتوفر الخدمة المصرفية الإلكترونية على مدار ٢٤ ساعة في اليوم" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (٥,٤٦٥٠) وانحراف معياري (١,٤٨٥٧٨). بينما جاءت الفقرة "الخدمة المصرفية الإلكترونية لا (يعتمد عليها)" في المرتبة الأخيرة بين فقرات مقياس الاستجابة، حيث كانت لها أهمية نسبية منخفضة، وهي الفقرة الوحيدة التي تم الإشارة إليها سابقاً، وبلغ متوسطها الحسابي (١,٥٨٠٤) وانحراف معياري (٠,٦٣١٤٨).

فيما يخص فقرات قياس البعد الفرعي للسرية، احتلت الفقرة "الخدمة المصرفية الإلكترونية لا تسمح بإساءة استخدام المعلومات الشخصية" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (٥,٥٩٧٩) وانحراف معياري (١,٢٢٦٥٥). بينما جاءت الفقرة "الخدمة المصرفية الإلكترونية آمنة في إنجاز العمليات المصرفية" في المرتبة الأخيرة بين فقرات مقياس السرية، حيث بلغ متوسطها الحسابي (٥,٣٨٤٦) مع انحراف معياري (١,٢٩٤٦٥).

يبقى البعد الفرعي الخامس والأخير من أبعاد الفرع الرئيسي لجودة خدمة الزبائن هو الاتصال. حيث جاءت العبارة "المصرف يتعامل بلطف مع شكاوى الزبائن عن الخدمة الإلكترونية" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (٥,٤٦٨٥) وانحراف معياري (١,٣٨٥٦٦). بينما جاءت العبارة "المصرف يعالج بسرعة أية مشكلات أواجهها في إنجاز العمليات المصرفية الإلكترونية" في المرتبة الأخيرة بين الفقرات الثلاث المتعلقة بالاتصال، حيث بلغ متوسطها الحسابي (٥,٠٥٩٤) وانحراف معياري (١,٥٤٤٦٤).

### النتائج:

١. أظهرت النتائج أن جودة العلاقة بين مصرف الرافدين في ديالى والزبائن تعتبر مرتفعة نسبياً.
٢. بينت النتائج أن مستوى رضا الزبائن عن جودة العلاقة مع مصرف الرافدين في ديالى مرتفع نسبياً.
٣. أشار البحث إلى أن مستوى الثقة في جودة العلاقة بين مصرف الرافدين في ديالى والزبائن مرتفع نسبياً.
٤. أظهرت النتائج أن مستوى الالتزام في جودة العلاقة بين مصرف الرافدين في ديالى والزبائن مرتفع نسبياً.
٥. أظهرت النتائج أن مستوى جودة خدمة الزبائن الإلكترونية لمصرف الرافدين في ديالى يعتبر مرتفعاً نسبياً.
٦. بينت النتائج أن كفاءة جودة خدمة الزبائن الإلكترونية لمصرف الرافدين في ديالى مرتفعة.
٧. أشارت النتائج إلى أن مستوى الاعتمادية لجودة خدمة الزبائن الإلكترونية لمصرف الرافدين في ديالى مرتفع نسبياً.
٨. أظهرت النتائج أن مستوى الاستجابة لجودة خدمة الزبائن الإلكترونية لمصرف الرافدين في ديالى يعتبر متوسط الأهمية النسبية.

٩. أظهرت النتائج أن مستوى السرية لجودة خدمة الزبائن الإلكترونية لمصرف الرافدين في ديالى مرتفع من حيث الأهمية النسبية.

١٠. أشارت النتائج إلى أن مستوى الاتصال بجودة خدمة الزبائن الإلكترونية لمصرف الرافدين في ديالى مرتفع نسبياً.

### التوصيات

١. التأكيد على أهمية الجهود التي تبذلها إدارات البنوك في تحسين جودة خدمات الزبائن الإلكترونية وإدارة العلاقات مع الزبائن.
٢. يجب على البنوك تعزيز ثقافة خدمات الزبائن الإلكترونية بين زبائنها، وليس فقط بين الموظفين المتخصصين، وشرح أهميتها وفوائدها في تسريع إنجاز المعاملات وتلبية احتياجاتهم.



## فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩) السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



٨٣

٣. ينبغي أن تعمل البنوك على خلق بيئة من الثقة والطمأنينة في علاقاتها مع الزبائن.  
٤. من الضروري أن تواكب البنوك التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال المصارف من خلال إضافة قنوات إلكترونية جديدة أو تحسين القنوات الموجودة بالفعل، وزيادة عدد الخدمات المقدمة عبر هذه القنوات.

### المصادر:

١. ابكر آدم يعقوب جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا الزبون : دراسة ميدانية على مصرف الإذخار والتنمية الاجتماعية رسالة ماجستير غير منشورة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ٢٠١٤
٢. أوسو ، خيرى على و بطرس ، لؤي لطفي ٢٠٠٨ . تقييم مستوى جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبائن دراسة استطلاع لآراء عينة من زبائن مصارف مدينة دهوك . كلية الإدارة والاقتصاد . جامعة دهوك والجامعة المستنصرية .
٣. الصحن ، محمد فريد ، (١٩٩٤) الجودة المدركة للخدمات المصرفية: دراسة ميدانية لاختيار محدداتها والنماذج المستخدمة في قياسها، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، ملحق العدد الثاني، المجلد ٣١ كلية التجارة جامعة الاسكندرية.
٤. الطالب صلاح عبد الرحمن مصطفى ٢٠٠٩ قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية — دراسة تحليلية ميدانية، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية — جامعة جرش
٥. العجارمة، تيسير (٢٠٠٥) التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار الخادم للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
٦. خلوح وفاه زين الدين رهام أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العمال في البنوك التجارية في مدينة نابلس جامعة النجاح الوطنية ٢٠١٦
٧. محارمه، ناصر محمد (٢٠٠٥)، قياس جودة الخدمات المصرفية للبنوك التجارية القطرية دراسة ميدانية ، مجلة الإدارة العامة، مجلد ٤٥ عدد ٣، الرياض، السعودية، أب.
٨. مسعود عماد (٢٠٠٧) تطوير نموذج لقياس رضا الزبائن وولائهم في شركات الهواتف المتنقلة في الأردن، أطروحة دكتوراه، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن
٩. المطيري، دجيل الله غنام ، اثر جودة الخدمة والتسويق بالعلاقات على ولاء الزبائن : دراسة تحليلية على عينة من المسافرين على شركة طيران الجزيرة في دولة الكويت . رسالة ماجستير جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، كلية الأعمال ٢٠١٠
١٠. معلا ، ناجي ، الأصول العلمية للتسويق المصرفي ، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية ، عمان — الاردن . ٢٠٠١
١١. نعيمات سليمان زايد على أثر ابعاد جودة الخدمات المصرفية على الأداء دراسة ميدانية على المصارف الأردنية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، الأردن (٢٠١٤).

### المصادر الأجنبية

1. Morville, P. (1998). "Relationship marketing: competitive Advantage for B2C", KM world Magazine", 7(1), pp. 64\ 78
2. Berry, L. & Parasuraman, L., (1991). "Marketing services, competing Through Quality", New York: NY. p. 144
3. Sekaran, Uma, (2003), Research Methods for Business, John Wiley & Sons.
4. Morgan, R.M., and Hunt, S.D. (1994), "The Commitment Trust theory of re-relationship marketing", Journal of Marketing, Vol. 58(3): 20-38.
5. Allred , A., T., and Addams , H., L., (2000) , "Service quality at banks and Credit unions: what do their customers say" , Managing service quality , Vol. 10 , No. 1.
6. Khafafa, A. J.; and Shafii, Z., (2013), "Measuring the Perceived Service Quality and Customer Satisfaction in Islamic Bank Windows in Libya Based on Structural Equation Modelling (SEM)", Afro Eurasian Studies, 2(1&2), 56-71
7. Ansari, M. & Al Habsi, Z. (2010). Measuring the quality of banking services in the UAE: A field study on a sample of banks in the UAE (Abu Dhabi, Dubai, Sharjah and Al Ain). Journal of Economic Prospects: 31(117), 102.

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩)  
السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م

**Website address**

**White Dome Magazine**  
**Republic of Iraq**  
**Baghdad / Bab Al-Muadham**  
**Opposite the Ministry of Health**  
**Department of Research and Studies**

**Communications**

**managing editor**

**07739183761**

**P.O. Box: 33001**

**International standard number**

**ISSN3005\_5830**

**Deposit number**

**In the House of Books and Documents (1127)**

**For the year 2023**

**e-mail**

**Email**

**off reserch@sed.gov.iq**

**hus65in@gmail.com**



السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م





فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (٩)  
السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



السنة الثالثة جمادى الأولى ١٤٤٦ هـ تشرين الثاني ٢٠٢٥ م



٣٧٩

**General supervision the professor**

**Alaa Abdul Hussein Al-Qassam**

**Director General of the**

**Research and Studies Department editor**

**a . Dr . Sami Hammoud Haj Jassim**

**managing editor**

**Hussein Ali Muhammad Hassan Al-Hassani**

**Editorial staff**

**Mr. Dr. Ali Attia Sharqi Al-Kaabi**

**Mr. Dr. Ali Abdul Kanno**

**Mother. Dr . Muslim Hussein Attia**

**Mother. Dr . Amer Dahi Salman**

**a. M . Dr. Arkan Rahim Jabr**

**a. M . Dr . Ahmed Abdel Khudair**

**a. M . Dr . Aqeel Abbas Al-Raikan**

**M . Dr . Aqeel Rahim Al-Saadi**

**M. Dr.. Nawzad Safarbakhsh**

**M. Dr . Tariq Odeh Mary**

**Editorial staff from outside Iraq**

**a . Dr . Maha, good for you Nasser**

**Lebanese University / Lebanon**

**a . Dr . Muhammad Khaqani**

**Isfahan University / Iran**

**a . Dr . Khawla Khamri**

**Mohamed Al Sharif University / Algeria**

**a . Dr . Nour al-Din Abu Lihia**

**Batna University / Faculty of Islamic Sciences / Algeria**

**Proofreading**

**a . M . Dr. Ali Abdel Wahab Abbas**

**Translation**

**Ali Kazem Chehayeb**