



دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز جودة الخدمة المصرفية (بحث تطبيقي لعينة من المصارف التجارية العاملة في النجف الاشرف)

الباحث : احمد رزاق كاظم
alkazama888@gmail.com

الباحث :علي يوسف علي
zasefdd@gmail.com

أ.د. مهند حميد ياسر العطوي
mohandh.yser@uokufa.edu.iq

كلية الإدارة و الاقتصاد/ جامعة الكوفة

المستخلص :

يتمثل الغرض الرئيس لإجراء البحث في معرفة دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز جودة الخدمة المصرفية، ولتحقيق هذا الغرض تم استخدام استبيان يحتوي على (40) سؤالاً يتعلق بمتغيرات البحث ، وقد وزّعت على (266) مستجيب من موظفين وزبائن مجموعة من المصارف التجارية العاملة في محافظة النجف الاشرف وهي (مصرف بابل الأهلي ، مصرف الخليج التجاري ، مصرف المنصور للاستثمار) ، وكانت مشكلة البحث تتعلق بمعرفة مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات في تعزيز جودة الخدمة المصرفية وكان هدف البحث بالإضافة الى الإجابة عن إشكالية البحث أيضا طرح مفهوم وأهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات في الأنشطة المصرفية، وجودة الخدمات المصرفية ، كما تم الاستعانة بكل من معامل ارتباط بيرسون ، و معاملات الانحدار الخطي وفقاً لبرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v.25) وقد توصلت الدراسة الى وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية جدا بين تكنولوجيا المعلومات وابعادها مجتمعة وبين جودة الخدمة المصرفية ، كذلك وجود تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية لتكنولوجيا المعلومات وابعادها في جودة الخدمة المصرفية كما أوصى الباحثون بضرورة أن يكون هناك دعم كامل من قبل إدارات المصارف التجارية في النجف الاشرف لاستخدام تكنولوجيا المعلومات كمدخل أساسي لتعزيز جودة الخدمة المصرفية .

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



المقدمة :

يمثل القطاع المصرفي اهم ركائز الهيكل الاقتصادي ، استنادا الى دوره المحوري الذي يؤديه في جميع المدخرات من وحدات الفائض وإعادة توزيعها من خلال قنوات الإقراض و الاستثمار المختلفة سواء عن طريق التسهيلات الائتمانية أو الخدمات المصرفية، فضلا عن مساهمته الكبيرة في خلق بيئة اقتصادية ملائمة ومستقرة ، ومع تزايد رغبات الزبائن أصبح من الضروري تجاوز الوظائف التقليدية للمصارف ، وتحويل الية العمل المصرفي في توفير الخدمات المصرفية وتحقيق رضا الزبائن من خلال تطوير هذه الخدمات المصرفية خاصة المستحدثة منها ، وتحسين كفاءة أدائها انسجاما مع التحولات الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات ، اذ تعد جودة الخدمة المصرفية إرضاء مطالب و تطلعات الزبائن وتعكس قدرة المصرف على أدائها وذلك باعتبارها الأداة التنافسية الأكثر تحقيقا للتميز (Zhu et al,2002:69) ، وقد أدى ذلك إلى التحول نحو تعزيز العلاقة بين المصارف و الزبائن لان المصارف التجارية غالبا ما تركز كثيرا على اكتساب الزبائن ، فضلا عن الحفاظ على العلاقات التي لديهم بالفعل مع زبائنهم الحاليين وتعزيزها. وينطبق ذلك أيضا على أداء خدمة تكنولوجيا المعلومات التي ترتبط ارتباطا وثيقا بالزبائن من علاقة الخدمات ، لأنها تتعلق بقاعدة بيانات الزبائن لخدمات الودائع وسهولة إجراء المعاملات المصرفية للزبائن (Djojo & Ali,2012: 538). والهدف الأساسي للبحث هو تحليل تأثير خدمات تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية اعتمد الباحثون على تحليل اراء المستجيبين التي تم الاطلاع عليها من خلال استبيان شمل (40) مستجيبا استخدموا خلالها الأساليب الإحصائية الارتباط البسيط و معامل الانحدار بغية التوصل الى النتائج وقد توصل الي البحث الى مجموعة من النتائج و التوصيات الهامة كان من ابرز نتائج البحث وجود علاقة إيجابية قوية ذات دلالة معنوية لتكنولوجيا المعلومات في تعزيز جودة الخدمة كما أوصى بضرورة تبني تطبيق هذه النتائج من قبل الجهات ذات العلاقة ومن اجل هيكلة البحث جرى تقسيمه الى أربعة مباحث تناول **المبحث الأول** منهجية البحث فيما تناول **المبحث الثاني** الاطار النظري للبحث ، اما **المبحث الثالث** فقد تناول التحليل الوصفي واختبار فرضيات البحث وأخيرا تطرق **المبحث الرابع** الى ابرز الاستنتاجات و التوصيات التي توصل لها الباحثون .



المبحث الأول - منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

هناك العديد من المشاكل والتحديات التي تعاني منها المصارف التجارية الخاصة في العراق ولا سيما القطاع المصرفي بشكل عام وتتجلى هذه التحديات في عملية توفير الخدمات للزبائن من خلال اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ويتضح من خلال سعي الدولة من أجل معالجة موضوع الصيرفة الإلكترونية في العراق من خلال إبراز مساعي الدولة والجهات ذات العلاقة في تطوير الخدمات وآلية العمل الإلكتروني في المصارف ومواكبة التطورات العالمية ، اذ ان التطور العالمي بدءاً من البنى التحتية لمنظومات شبكات الربط الإلكتروني الواسعة وصولاً إلى تعزيز الأنظمة المصرفية وتقديم أفضل الخدمات للزبائن، وحتى تحقق المزايا التنافسية من خلال تحسين نوعية الخدمات المصرفية يشهد قفزات هائلة ، فان المصارف العراقية تشهد تأخيراً واضحاً في عملية التحول نحو تكنولوجيا المعلومات وتسخيرها في تقديم الخدمات المصرفية تبعاً للبيروقراطية الممنهجة (عبد علي و خضير، 2020: 11-1) ، استناداً الى ما تقدم يمكن تحديد مشكلة البحث الحالي من خلال التساؤل الاتي : هل تؤثر تكنولوجيا المعلومات في تعزيز جودة الخدمة المصرفية في المصارف التجارية في النجف الاشرف. كما يمكن تحديد الأسئلة الفرعية المتعلقة بمشكلة البحث من خلال :

- (1) ما مدى استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في المصارف التجارية عينة البحث؟
- (2) ما مستوى الخدمة المصرفية المقدمة من قبل المصارف التجارية في النجف الى الزبائن؟
- (3) هل توجد علاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات وابعادها مجتمعة مع جودة الخدمة المصرفية في المصارف المدروسة ؟ ما هو نوع العلاقة ؟
- (4) هل توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لتكنولوجيا المعلومات وابعادها مجتمعة في جودة الخدمة المصرفية في المصارف المدروسة؟

ثانياً: أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في كونه يقدم مفاهيم نظرية و أساليب عملية يمكن ان تكون خراطة طريق لتحسين وتطوير جودة الخدمة المصرفية وهي مساهمة متواضعة من الباحثين في سبيل تطوير القطاع المصرفي في العراق ، كما يمكن ان يعد مصدراً لإثراء المكتبات في المجالات الإدارية ، وانطلاقاً



من أهمية القطاع المصرفي العالية باعتباره حجر الزاوية و العمود الفقري في هيكل الاقتصاد لاي دولة في العالم ، اكتسب البحث الحالي أهميته العلمية و العملية كونه يصب في هذا الجانب .

ثالثاً: اهداف البحث

تبرز اهداف البحث الحالي من خلال :

- 1) توفير الإطار النظري و المفاهيمي لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات في المجال المصرفي.
- 2) معرفة مدى جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل المصارف التجارية في النجف الى الزبائن.
- 3) معرفة نوع واتجاه العلاقة القائمة بين تكنولوجيا المعلومات وابعادها مجتمعة مع جودة الخدمة المصرفية في المصارف المدروسة .
- 4) معرفة مدى تأثير تبني تكنولوجيا المعلومات وابعادها مجتمعة في جودة الخدمة المصرفية في المصارف المدروسة.

رابعاً: فرضيات البحث

انطلق البحث الحالي بعد تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها من فرضيتين رئيسيتين انبثق عنهما أربع فرضيات فرعية هي :

الفرضية الرئيسية الأولى (H₁) : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية إحصائية لتكنولوجيا المعلومات مع جودة الخدمة المصرفية . الفرضيات الفرعية :

1. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية إحصائية للأجهزة و المعدات في جودة الخدمة المصرفية
2. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية إحصائية للبرمجيات في جودة الخدمة المصرفية .
3. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية إحصائية لشبكات الاتصال في جودة الخدمة المصرفية .
4. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية إحصائية لقواعد البيانات في جودة الخدمة المصرفية .

الفرضية الرئيسية الثانية (H₂) : توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية .

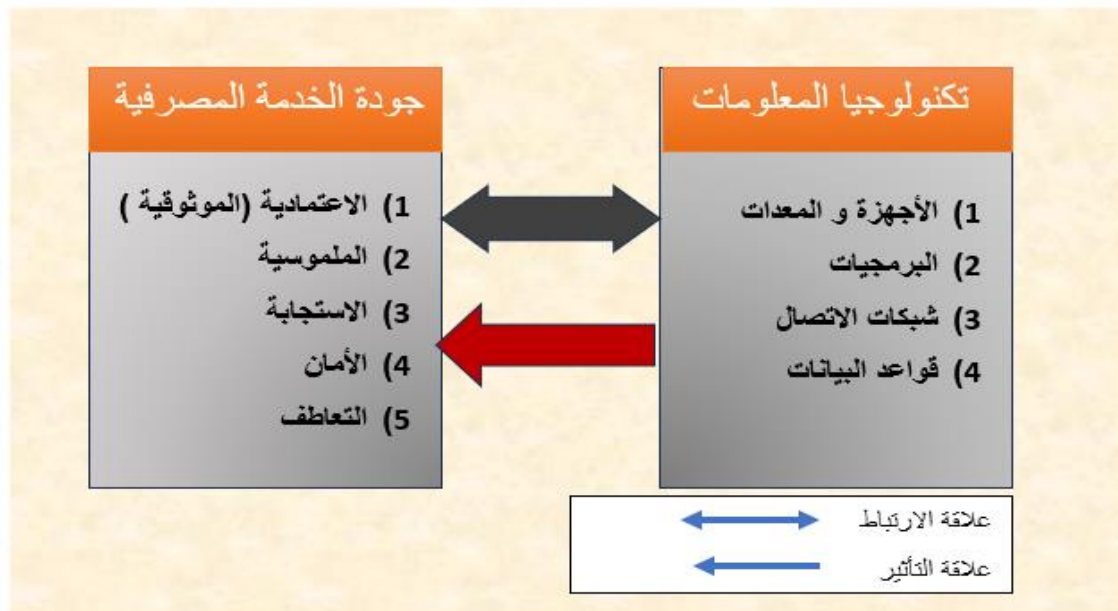
1. توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية إحصائية للأجهزة و المعدات في جودة الخدمة المصرفية
2. توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية إحصائية للبرمجيات في جودة الخدمة المصرفية .
3. توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية إحصائية لشبكات الاتصال في جودة الخدمة المصرفية .



4. توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية إحصائية لقواعد البيانات في جودة الخدمة المصرفية .

خامسا: المخطط الفرضي للبحث

بعد تحديد فرضيات البحث التي تمثل العلاقات بين متغيرات الدراسة طور الباحثون مخططا فرضيا يعكس طبيعة هذه العلاقات كما في الشكل (1) ، اذ اعتمد الباحثون دراسة (رحاب و اخرون ، 2019: 69) لقياس المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) ، في حين تم الاعتماد على دراسة (نور الدين و عبد القادر، 2021: 61) لقياس المتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية) .



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

المصدر : اعداد الباحثين

سادسا : الموقع الاجرائي للبحث

تم تطبيق الدراسة في مجموعة من المصارف التجارية العاملة في النجف الاشرف وهي كلا من (مصرف بابل الأهلي ، مصرف الخليج التجاري ، مصرف المنصور للاستثمار) .



المبحث الثاني – الإطار المفاهيمي

أولا - مفهوم تكنولوجيا المعلومات

يمثل التقدم التكنولوجي ركيزة أساسية في تحديد وصياغة عمل المؤسسات، وتعد المصارف أحد القطاعات الرئيسية التي تأثرت بالإنجازات العلمية الناتجة من الابتكارات التي تؤثر في تحسين و تطوير العمل المصرفي وابتكار خدمات مصرفية جديدة لتحقيق أعلى مستوى من اشباع حاجات الزبائن ورغباتهم، لذلك أدركت المصارف الترابط الوثيق بين نجاحها وبين توظيف تكنولوجيا المعلومات واستثمارها في تطوير قدرات و مهارات العاملين وخدمة الزبائن من خلال التعرف على رغباتهم و احتياجاتهم بما يحقق للمصارف ميزة تنافسية (سامر، 2015: 116). وقد لعبت تكنولوجيا المعلومات خلال العقد الماضي أدوارًا تجارية جديدة، مثل تمكين العمليات التجارية الجديدة والأنشطة الممتدة للحدود، وتوليد منتجات وخدمات جديدة، وزيادة مشاركة الزبائن، وتسهيل الابتكار (Li & Chan, 2019: 2) تشمل تكنولوجيا المعلومات أجهزة الكمبيوتر (الأجهزة والبرامج)، ومختلف المعدات المكتبية الإلكترونية، ومعدات التصنيع والاتصالات السلكية واللاسلكية، و تُعرف بأنها تقنية تستخدم لمعالجة البيانات، وتتضمن المعالجة معالجة البيانات والحصول عليها وتجميعها وتخزينها ومعالجتها بطرق مختلفة لإنتاج معلومات عالية الجودة، أي المعلومات ذات الصلة والدقيقة وفي الوقت المناسب (Tampi et al, 2022: 1622). ويرى (Toshpulatov, 2022: 55) أن التكنولوجيا هي مجموعة من أساليب تصنيع أو معالجة المواد الخام التي تتم في عملية الإنتاج أو ببساطة فن صنع الأشياء، ومن الناحية العلمية تتمثل التكنولوجيا في تحديد الأنماط من أجل تطبيق عمليات الإنتاج الأكثر كفاءة واقتصادية إذ تعد تكنولوجيا المعلومات عبارة عن مجموعة معقدة من المعرفة العلمية والهندسية المتجسدة في أجهزة الكمبيوتر والخوارزميات والبرامج التي تستخدم مرافق الاتصالات وتعمل على زيادة كفاءة النشاط البشري بشكل كبير من خلال أتمتة ومعالجة المعلومات والحسابات. اما (Mgunda, 2019: 149) يعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها أي تقنية تمكن الإنسان من إنشاء المعلومات وتغييرها وتخزينها وتوصيلها ونشرها، فهي تجمع بين الحوسبة عالية السرعة والاتصالات للبيانات والصوت والفيديو



وان تكنولوجيا المعلومات لا تتكون من أجهزة الكمبيوتر الشخصية (أجهزة الكمبيوتر المحمولة) فحسب، بل تتكون أيضاً من الهواتف وأجهزة التلفزيون والأجهزة المنزلية الإلكترونية والأجهزة المحمولة الحديثة مثل الهواتف المحمولة.

لقد أدت التطورات في تكنولوجيا المعلومات إلى تحسين فعالية المصارف من حيث التكلفة، وخاصة في أنشطة المعاملات المصرفية إذ توفر قنوات الوصول عبر الإنترنت إلى جانب أنظمة الدفع الإلكترونية وتقنيات إقراض المعاملات المحسنة وفورات إضافية في التكاليف، ولقد سهلت تطوراتها الخدمات المصرفية بشكل كبير بسبب سهولة الوصول إلى الخدمات المصرفية من خلال المنصات المصرفية عبر الهاتف المحمول والإنترنت والمدفوعات الإلكترونية، وبسبب تقنيات إقراض المعاملات المدسنة إذ تسمح الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والإنترنت بالتوافر المستمر للمنتجات والخدمات المصرفية دون قيود جغرافية مما يزيد من ربحية المصرف (Jakšič & Marinč, 2019:9). وتتميز العمليات المصرفية الإلكترونية بأن الزبون قادر على الاستفادة من كل خدمة يقدمها المصرف باستخدام جهاز إلكتروني، وتشمل الخدمات المصرفية الإلكترونية مجالات مثل خدمة المعلومات عبر الإنترنت، وإصدار الأموال الرقمية، والمدفوعات والتسويات الإلكترونية، بالإضافة إلى عمليات الإيداع والقروض، ومعاملات العملات والأسهم التي تتم إلكترونياً (Hrytsyna et al, 2019:222). كما توفر التكنولوجيا فرصة للمصارف لبناء نماذج ومنصات جديدة لديها القدرة على التكيف مع احتياجات الزبائن، وإن استخدام تكنولوجيا المعلومات لتقديم الخدمات يصب في مصلحة المصارف إنها تقلل من تكاليف التشغيل، وتقلل الأخطاء، وتقلل عدد الأيدي العاملة اللازمة للعمليات، فهي تمكن المصرف من تقليص حجم شبكات فروعه، وتقديم الخدمات بطريقة مبتكرة وجذابة، وهذا يعزز جودة الخدمة وكفاءتها، والتي قد تكون بمثابة مصدر للميزة التنافسية للمصرف. ومن خلال إزالة القيود الجغرافية، فإنها تمهد الطريق لتوسيع عمليات المصارف الصغيرة. ليس هذا فحسب، بل ساعدت التكنولوجيا المعلومات المصارف في زيادة وتيرة جمع البيانات، والإدارة، والهندسة المالية، وبالتالي تحسين قدرة الدائنين على تقييم الجدارة الائتمانية للمقترضين المحتملين. وقد أظهرت



دراسات مختلفة أنه بسبب زيادة استخدام التكنولوجيا، فإن أداء القطاع المصرفي يتزايد يوماً بعد يوم (Sardana& Singhania,2018:29-30)

تعتبر التكنولوجيا المعلومات مهمة في تطوير أي مؤسسة؛ إنها تلعب دوراً كبيراً في تعزيز اقتصادها، وفيما يلي الأدوار الأساسية لتكنولوجيا المعلومات (Mgunda,2019:153):

1. الوظائف التشغيلية تجعل الهيكل التنظيمي أكثر بساطة، وتتولى تكنولوجيا المعلومات وظائفها. ونظراً لطبيعة الاستخدام التي تنتشر في جميع وظائف المنظمة، فإن الوحدات المرتبطة بإدارة تكنولوجيا المعلومات تقوم بمهامها كوكالات داعمة حيث تعتبر تكنولوجيا المعلومات بمثابة بنية تحتية آمنة.

2. إن وظيفة المراقبة والرقابة تعني أن وجود تكنولوجيا المعلومات هو جزء لا يتجزأ من النشاط على المستوى الإداري وهو جزء لا يتجزأ من وظيفة كل مدير، بحيث يجب أن يكون الهيكل التنظيمي للوحدة المرتبطة بها قادراً على امتداد السيطرة أو العلاقة بين الأقران التي تسمح بالتفاعل الفعال مع المديرين في الشركات ذات الصلة.

3. وظيفة التخطيط واتخاذ القرار، باعتبارها ترفع تكنولوجيا المعلومات إلى دور أكثر استراتيجية بسبب وجودها كعامل تمكين لخطة عمل الشركة ومولد المعرفة لقادة الشركة الذين يواجهون الواقع لاتخاذ بعض القرارات الحاسمة كل يوم. ليس من غير المألوف أن تختار الشركات في النهاية وضع وحدة تكنولوجيا المعلومات كجزء من وظيفة التخطيط والتطوير المؤسسي بسبب الوظائف الإستراتيجية المذكورة أعلاه.

4. إن وظيفة الاتصال، من حيث المبدأ، تكمن في البنية التحتية الثابتة في عصر المنظمات الحديثة حيث وضعت تكنولوجيا المعلومات كوسيلة للشركات الفردية في الاتصال والتعاون والتفاعل.

5. تعد الوظيفة التنظيمية المشتركة دوراً فريداً لأنها تحفزها روح العولمة التي تجبر الشركات على التعاون أو إقامة شراكات مع شركات أخرى. إن مفهوم الشراكة الاستراتيجية أو الشراكات القائمة على تكنولوجيا المعلومات، مثل تطبيق إدارة سلسلة التوريد أو تخطيط



موارد المؤسسات، يجعل الشركة تحقق العديد من الإنجازات المهمة في تصميم الهيكل التنظيمي لوحدة تكنولوجيا المعلومات لديها.

ثانيا - ابعاد تكنولوجيا المعلومات

تتمثل ابعاد تكنولوجيا المعلومات فيما يلي(فوزي وآخرون,2019: 63):

1. **الاجهزة والمعدات:** هي اجهزة الكترونية توجه لقبول البيانات والمعلومات و تخزينها وعرضها، اذ أصبح اليوم وجود الحاسوب ضرورة لا بد منها لاستمرار تقديم الخدمات المصرفية للزبائن.
2. **البرمجيات:** هي الانظمة والتعليمات التفصيلية التي تساعد الحاسوب على تنفيذ المهام المطلوبة ومعالجة البيانات وتوثيقها وتسجيلها وعرضها كمخرجات نهائية لعمل المصارف.
3. **شبكات الاتصال:** وتتمثل في الاجهزة ووسائل الاتصال عن بعد كالهاتف وشبكات الانترنت والفاكس والاكسترانت.
4. **قواعد البيانات:** وهي مجموعة البيانات والمعلومات المترابطة والمخزونة في اجهزة خزن البيانات، ويمكن تعديل او اضافة وتحديث قاعدة البيانات بشكل مستمر لمواكبة المتغيرات الجديدة لمساعدة المدراء لاتخاذ قراراتهم الاستراتيجية، وتمكين المستخدمين النهائيين من القيام بأعمالهم بكفاءة وفاعلية.

أولا - مفهوم جودة الخدمة المصرفية :

تقدم المصارف في جميع أنحاء العالم أنواعاً مماثلة من الخدمات ، والتي تتطابق بسرعة مع ابتكارات منافسيها. ومع ذلك، يمكن للزبائن ملاحظة الاختلافات في جودة الخدمة. لقد أدركت المصارف أهمية التركيز على جودة الخدمة كوسيلة لزيادة رضا الزبائن وولائهم، وتحسين كفاءتهم الأساسية وأداء أعمالهم، وينبع هذا الإدراك من الاعتقاد بأن جودة الخدمة يصعب على المنافسين تقليدها(Chaoprasert& Elsey,2004:50). ومع زيادة المنافسة المستمرة، أصبحت جودة الخدمة مجالاً شائعاً للبحث الأكاديمي، وتم الاعتراف بها كعامل رئيسي في الحفاظ على الميزة التنافسية والحفاظ على علاقات مرضية مع الزبائن(Wang& Wang,2006:8).



وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكاميل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الأعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

أن جودة الخدمة المصرفية تجلب ميزة مستدامة وتنافسية إذ انها تعد من عوامل النجاح الحاسمة للمصارف التي تفكر في القدرة التنافسية والتطوير والنمو في السوق، ولقد اقترح الباحثون تعريفات مختلفة لجودة الخدمة؛ يذكرون أنها تتطوي على الامتثال للمتطلبات و يتم تعريفها باختصار على أنها كيفية تلبية المصارف لتوقعات الزبائن أو تجاوزها، فهي تعمل على تحسين رضا الزبائن وإدارة التكاليف وبالتالي زيادة الأرباح (Pakurár et al,2019:4).

كما تعرف بانها درجة التميز المقصود والتحكم في التباين لتحقيق هذا التميز لتلبية متطلبات الزبون (Zineldin,2002:39).

وهي ايضا مجموعة من العمليات ذات المضمون الاستثماري الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة وغير الملموسة والتي يدركها الزبائن من خلال دلالاتها وقيمها المنفعية وتمثل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية (نور الدين,2021: 10)

ويمكن النظر إلى جودة الخدمة على أنها مدى تلبية الخدمة لاحتياجات الزبائن وتوقعاتهم وبالتالي يمكن تعريف جودة الخدمة على أنها الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة والخدمة الملموسة. لقد تم الاعتراف بجودة الخدمة باعتبارها قادرة على تقديم فوائد استراتيجية، مثل تحسين معدلات الاحتفاظ بالزبائن، مع تعزيز الكفاءة التشغيلية والربحية أيضاً (Magutu et al,2010:152). ويرى (Mujinga,2019:2) ان جودة الخدمة هي إدراك الزبون لدرجة تلبية الخدمة المقدمة لتوقعاته، وتأتي جودة الخدمة من مقارنة أداء الخدمة الفعلي بأداء الخدمة المتوقع؛ وهي في الأساس الجودة المدركة (حكم الزبون على التميز الشامل للمصرف والجودة العالية). من ناحية أخرى، تعتمد الجودة المدركة على المقارنة بين التوقعات وتصورات الأداء. وبما انه هناك منافسة شديدة في صناعة الخدمات المصرفية حيث يمكن للزبائن الانتقال بحرية من مصرف إلى آخر دون الكثير من المضايقات. ونتيجة لذلك، تصبح جودة الخدمة أمراً بالغ الأهمية في الحفاظ على الميزة التنافسية، مما يؤدي إلى أن تصبح جودة الخدمة واحدة من أكثر المجالات التي يتم استكشافها.

ثانيا- ابعاد جودة الخدمة المصرفية

يمكن توضيح أبعاد جودة الخدمة المصرفية على النحو التالي (Goyal et al,2022:79):



وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الأعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

1. **الملموسية:** وهي قدرة المصرف على إظهار وجوده لأطراف خارجية. إن مظهر وقدرات المرافق المادية والبنية التحتية للمصرف وحالة البيئة المحيطة به هي دليل ملموس على الخدمات التي يقدمها مقدمو الخدمات، بما في ذلك المرافق المادية (المباني والمستودعات وغيرها)، والمعدات المستخدمة (التكنولوجيا)، ومظهر الموظفين.
2. **الاعتمادية:** أي قدرة المصرف على تقديم الخدمات كما وعدت بدقة وموثوقية. يجب أن يكون الأداء مطابقاً لتوقعات الزبائن مما يعني حسن التوقيت، ونفس الخدمة لجميع الزبائن دون أخطاء، وموقف متعاطف، وبدقة عالية.
3. **الاستجابة:** أي الرغبة في المساعدة وتقديم خدمة سريعة (سريعة الاستجابة) ومناسبة للزبائن، مع توصيل المعلومات بشكل واضح.
4. **الامان:** أي المعرفة واللياقة والقدرة لدى موظفي المصرف على تعزيز ثقة الزبائن في المصرف. ويتكون من عدة مكونات بما في ذلك الاتصال والمصادقية والأمن والكفاءة والمجاملة.
5. **التعاطف:** وهو إعطاء الاهتمام الصادق والفردى أو الشخصي للزبائن من خلال محاولة فهم رغبات المستهلك. حيث من المتوقع أن يتمتع المصرف بفهم ومعرفة الزبائن، وفهم احتياجاتهم المحددة، ولديها الوقت لإجراء عمليات مريحة للزبائن.

المبحث الثالث – الإطار العملي

1. وصف متغيرات الدراسة :

الجدول رقم (1) وصف متغيرات الدراسة وترميزها

المتغيرات الرئيسية	الابعاد الفرعية	رمز المؤشر	عدد الفقرات
تكنولوجيا المعلومات	الأجهزة و المعدات	ET	5
	البرمجيات	SW	5
	شبكات الاتصال	NW	5
	قواعد البيانات	DB	5
جودة الخدمة المصرفية	الملموسية	TA	5
	الاعتمادية (الموثوقية)	DE	4
	الاستجابة	RE	4
	الأمان	EN	3
	التعاطف	EM	4

المصدر : اعداد الباحث



(1) الأجهزة و المعدات

من خلال الجدول (2) يتضح أن أعلى العبارات أهمية هي تستعمل أجهزة تكنولوجيا المعلومات في تطوير العمل المصرفي وزيادة الإيرادات بمتوسط حسابي (4.98) وانحراف معياري (0.455)، في حين كان أقل العبارات أهمية هي تعمل أجهزة تكنولوجيا المعلومات على ضمان مصداقية العمل بمتوسط حسابي (4.188) وانحراف معياري (0.571)، وإن المتوسط العام بلغ (4.508) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد الأجهزة و المعدات جاءت بدرجة موافقة قوية.

الجدول رقم (2) وصف وتحليل بعد الأجهزة و المعدات

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية	ترتيب الفقرات
1	ET-1	4.188	0.571	0.136	0.837	5
2	ET-2	4.604	0.494	0.107	0.920	2
3	ET-3	4.98	0.455	0.091	0.996	1
4	ET-4	4.375	0.489	0.112	0.875	3
5	ET-5	4.375	0.489	0.112	0.875	4
	المعدل العام	4.508	0.202	0.045	0.901	-

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج الاكسل

(2) البرمجيات

من خلال الجدول (3) يتضح أن أعلى العبارات أهمية هي يستفيد المصرف من البرمجيات في عمليات التخطيط وإصدار التقارير الدورية بمتوسط حسابي (4.375) وانحراف معياري (0.489)، في حين أن أقل العبارات أهمية هي يستخدم المصرف برمجيات متعددة لأغراض تقديم خدمات جيدة ومتابعة الزبائن بمتوسط حسابي (4) وانحراف معياري (0)، وإن المتوسط العام بلغ (4.246) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد البرمجيات جاءت بدرجة موافقة قوية.



الجدول رقم (3) وصف وتحليل بعد البرمجيات

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية	ترتيب الفقرات
1	SW-1	4.375	0.489	0.112	0.875	1
2	SW-2	4.375	0.489	0.112	0.875	2
3	SW-3	4.313	0.468	0.109	0.863	3
4	SW-4	4.000	0.000	0.000	0.800	5
5	SW-5	4.167	0.808	0.194	0.833	4
	المعدل العام	4.246	0.199	0.047	0.849	-

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج الاكسل

(3) شبكات الاتصال

من الجدول (4) يتضح أن أعلى العبارات أهمية هي يستخدم المصرف شبكة الانترنت في عرض إجراءات وخطوات تقديم الخدمات للمكلفين بالعمل بمتوسط حسابي (4.604) وانحراف معياري (0.494)، في حين أن أقل العبارات أهمية هي يستخدم المصرف البريد الالكتروني للاتصال بالمكلفين بالعمل والإجابة على استفساراتهم بمتوسط حسابي (3.417) وانحراف معياري (0.498)، وإن المتوسط العام بلغ (4.175) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد شبكات الاتصال جاءت بدرجة موافقة قوية.

الجدول رقم (4) وصف وتحليل بعد شبكات الاتصال

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية	ترتيب الفقرات
1	NW-1	3.417	0.498	0.146	0.683	5
2	NW-2	4.521	0.505	0.112	0.904	2
3	NW-3	4.146	1.148	0.277	0.829	4



وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكاميل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الأعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

3	0.838	0.136	0.571	4.188	NW-4	4
1	0.921	0.107	0.494	4.604	NW-5	5
-	0.835	0.039	0.163	4.175	المعدل العام	

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج الاكسل

(4) قواعد البيانات

من الجدول (5) يتضح أن أعلى العبارات أهمية هي تسهم قاعدة البيانات في تحسين عملية تقديم الخدمات المصرفية بمتوسط حسابي (4.99) وانحراف معياري (0.01)، في حين أن أقل العبارات أهمية هي تحتوي قواعد البيانات في المصرف على معلومات دقيقة ومتنوعة تسهم في كفاءة تخطيط العمل المصرفي بمتوسط حسابي (4.37) وانحراف معياري (0.498)، وإن المتوسط العام بلغ (4.5) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد قواعد البيانات جاءت بدرجة موافقة قوية.

الجدول رقم (5) وصف وتحليل بعد قواعد البيانات

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية	ترتيب الفقرات
1	DB-1	4.99	0.01	0.002	0.998	1
2	DB-2	4.375	0.489	0.112	0.875	3
3	DB-3	4.385	0.48	0.109	0.877	2
4	DB-4	4.375	0.489	0.112	0.875	4
5	DB-5	4.37	0.479	0.110	0.874	5
-	المعدل العام	4.5	0.391	0.087	0.9	

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج الاكسل

(5) الملموسية

يشير الجدول (6) أن أعلى العبارات أهمية هي يتوفر لدى المصرف موقف لسيارات الزبائن و الموظفين بمتوسط حسابي (4.60) وانحراف معياري (0.49)، في حين أن أقل العبارات أهمية هي موقع المصرف ملائم ويمكن الوصول اليه بسهولة بمتوسط حسابي (4.18) وانحراف معياري (0.57)، وإن المتوسط العام بلغ (4.508) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد الملموسية جاءت بدرجة موافقة قوية.



الجدول رقم (6) وصف وتحليل بعد الملموسية

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية	ترتيب الفقرات
1	TA-1	4.188	0.571	0.136	0.838	5
2	TA-2	4.604	0.494	0.107	0.921	1
3	TA-3	4.375	0.489	0.112	0.875	2
4	TA-4	4.374	0.499	0.114	0.875	3
5	TA-5	4.373	0.477	0.109	0.875	4
	المعدل العام	4.508	0.202	0.045	0.902	-

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج الاكسل

(6) الاعتمادية (الموثوقية)

يشير الجدول (7) أن أعلى العبارات أهمية هي يحرص المصرف على تقديم خدمات خالية من الأخطاء بمتوسط حسابي (4.60) وانحراف معياري (0.49)، في حين أن أقل العبارات أهمية هي هناك التزام بتقديم الخدمات في المواعيد المتفق عليها بمتوسط حسابي (4.18) وانحراف معياري (0.57)، وإن المتوسط العام بلغ (4.38) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد الموثوقية جاءت بدرجة موافقة قوية.

الجدول رقم (7) وصف وتحليل بعد الاعتمادية (الموثوقية)

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية	ترتيب الفقرات
1	DE-1	4.375	0.489	0.112	0.875	2
2	DE-2	4.374	0.499	0.114	0.875	3
3	DE-3	4.188	0.571	0.136	0.838	4
4	DE-4	4.604	0.494	0.107	0.921	1
	المعدل العام	4.385	0.252	0.057	0.877	-

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج الاكسل



7) الاستجابة

يشير الجدول (8) أن أعلى العبارات أهمية هي يستجيب الموظفون لاحتياجات الزبائن مهما كانت درجة انشغالهم بمتوسط حسابي (4.98) وانحراف معياري (0.29)، في حين أن أقل العبارات أهمية هي يستجيب البنك لشكاوى واستفسارات الزبائن عليها بمتوسط حسابي (4.37) وانحراف معياري (0.48)، وإن المتوسط العام بلغ (4.531) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد الاستجابة جاءت بدرجة موافقة قوية.

الجدول رقم (8) وصف وتحليل بعد الاستجابة

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية	ترتيب الفقرات
1	RE-1	4.98	0.299	0.060	0.996	1
2	RE-2	4.374	0.488	0.112	0.875	3
3	RE-3	4.375	0.489	0.112	0.875	2
4	RE-4	4.374	0.488	0.112	0.875	4
	المعدل العام	4.531	0.367	0.081	0.906	-

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج الاكسل

8) الأمان

يشير الجدول (9) أن أعلى العبارات أهمية هي يتابع موظفو البنك الإجراءات الخاصة بالزبائن حين تلقيهم الخدمة بمتوسط حسابي (4.604) وانحراف معياري (0.494)، في حين أن أقل العبارات أهمية هي يبدي الزبون اطمئنانه في التعامل مع المصرف عليها بمتوسط حسابي (4.188) وانحراف معياري (0.57)، وإن المتوسط العام بلغ (4.389) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد الامان جاءت بدرجة موافقة قوية.

الجدول رقم (9) وصف وتحليل بعد الأمان

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية	ترتيب الفقرات
1	EN-1	4.375	0.489	0.112	0.875	2
2	EN-2	4.188	0.571	0.136	0.838	3
3	EN-3	4.604	0.494	0.107	0.921	1
	المعدل العام	4.389	0.198	0.045	0.878	-

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج الاكسل



(9) التعاطف

من خلال الجدول (10) أن أعلى العبارات أهمية هي يقوم الموظف بملء البيانات المطلوبة في المعاملات مع المصرف عوضاً عن العميل بمتوسط حسابي (4.89) وانحراف معياري (0.366)، في حين أن أقل العبارات أهمية هي يظهر الموظف معرفة شخصية الزبون ويحرص على الترحيب به عليها بمتوسط حسابي (4.372) وانحراف معياري (0.489)، وإن المتوسط العام بلغ (4.531) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد التعاطف جاءت بدرجة موافقة قوية.

الجدول رقم (10) وصف وتحليل بعد التعاطف

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية	ترتيب الفقرات
1	EM-1	4.89	0.366	0.075	0.978	1
2	EM-2	4.375	0.487	0.111	0.875	2
3	EM-3	4.373	0.479	0.110	0.875	3
4	EM-4	4.372	0.489	0.112	0.874	4
	المعدل العام	4.531	0.367	0.081	0.906	-

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج الاكسل

2. اختبار فرضيات الدراسة

تم اختيار فرضيات الارتباط و التأثير الرئيسية و الفرعية وقد تم الاستعانة بمعامل ارتباط بيرسون البسيط لتحليل فرضيات الارتباط كما تم استخدام أسلوب الانحدار البسيط لاختبار فرضيات التأثير نظراً لدقته في استخراج النتائج كما تمت الاستعانة ببرنامج الحزمة الإحصائية (SPSS V.25) في التحليل الاحصائي و عرض النتائج وكما يلي :

(1) اختبار علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة

يظهر من خلال الجدول (11) وجود علاقة ارتباط ايجابية قوية جداً وذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية ، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (0.986) وهي قيمة ذات دلالة معنوية عند مستوى المعنوية (1%) وهذا بدوره يثبت نسبة ثقة لنتائج العلاقة قدرها (99%)،



وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الإدارة والاقتصاد (تكامُل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الأعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

مما يؤكد وجود مستوى من الانسجام والعلاقة بين المتغيرين ميدانياً حسب اجابات العينة على مستوى المصارف التجارية محل البحث ويعني قبول فرضية الارتباط الرئيسية ، اما نتائج الفرضيات الارتباط الفرعية فقد جاءت النتائج كما في الجدول () كالتالي :

1. توجد علاقة ارتباط إيجابية قوية ذات دلالة معنوية بين الأجهزة و المعدات و جودة الخدمة المصرفية اذ بلغت قيمة معامل الارتباط (.985) ضمن مستوى دلالة (1%) مما يعني قبول الفرضية .

2. توجد علاقة ارتباط إيجابية قوية ذات دلالة معنوية بين البرمجيات و جودة الخدمة المصرفية اذ بلغت قيمة معامل الارتباط (.806) ضمن مستوى دلالة (1%) مما يعني قبول الفرضية .

3. توجد علاقة ارتباط إيجابية قوية ذات دلالة معنوية بين شبكات الاتصال و جودة الخدمة المصرفية اذ بلغت قيمة معامل الارتباط (.872) ضمن مستوى دلالة (1%) مما يعني قبول الفرضية .

4. توجد علاقة ارتباط إيجابية قوية ذات دلالة معنوية بين قواعد البيانات و جودة الخدمة المصرفية اذ بلغت قيمة معامل الارتباط (.971) ضمن مستوى دلالة (1%) مما يعني قبول الفرضية .

الجدول (11) نتائج علاقات الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات وابعادها مع جودة الخدمة المصرفية

المتغير المستقل المتغير التابع	تكنولوجيا المعلومات	ابعاد تكنولوجيا المعلومات			
		قواعد البيانات	شبكات الاتصال	البرمجيات	الأجهزة والمعدات
جودة الخدمة المصرفية	.986**	.985**	.806**	.872**	.971**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
النتيجة القرار	توجد علاقة ارتباط قوية ذات دلالة معنوية عند مستوى الدلالة (0.01) بين تكنولوجيا المعلومات وابعادها وبين جودة الخدمة المصرفية				

n=266

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS)



(2) اختبار التأثير بين متغيرات البحث

يتضح من خلال الجدول (12) وجود تأثير موجب لتكنولوجيا المعلومات (كمتغير مستقل) في جودة الخدمة المصرفية بوصفه (متغير تابع) للمصارف المدروسة ، إذ كانت قيمة مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من المستوى المعنوي الافتراضي للدراسة (0.05) ، و ما يدعم معنويته هو قيمة (F) المحسوبة (1599.3) و هي أكبر من قيمتها الجدولية . عند مستوى معنوية (0.000) وهي أصغر من (0.05) ، و قد بلغ معامل التحديد R^2 ما قيمته (0.972)، و هذه النتيجة تؤكد بأن تكنولوجيا المعلومات تفسر ما مقداره (0.972) من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية ، و قد بلغت قيمة معامل الانحدار (1.484) (Beta) و هي قيمة معنوية بدلالة (t) المحسوبة (39.992) وهي أكبر من قيمتها الجدولية . عند مستوى معنوية (0.000) والتي تشير إلى أن التغير في تكنولوجيا المعلومات بمقدار وحدة واحدة سيؤدي إلى تغير (1.484) في جودة الخدمة المصرفية للمصارف المدروسة ، ويشير ما تقدم إلى أن جودة الخدمة المصرفية في المصارف المدروسة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات ، إذ ان امتلاك المصارف المدروسة لأبعاد تكنولوجيا المعلومات والعمل على تبنيها تضمن لها تطبيق جودة الخدمة المصرفية.

الجدول (12) اختبار تأثير تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية

Coefficients ^a					ANOVA		R ²	R	المتغير المستقل
Sig	t	Std. Error	B	B ₀	Sig	F			
.000	39.992	.037	1.484	-1.998	.000	1599.3	.972	.986	تكنولوجيا المعلومات
وجود تأثير ذو دلالة معنوية لتكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية .									القرار النتيجة

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS)

يشير الجدول (13) وجود تأثير إيجابي لبعد الأجهزة و المعدات في جودة الخدمة المصرفية في المصارف المدروسة ، إذ كانت قيمة مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من المستوى المعنوي الافتراضي للدراسة (0.05) ، و ما يدعم معنويته هو قيمة (F) المحسوبة (1500.3) و هي أكبر من



قيمتها الجدولية . عند مستوى معنوية (0.000) وهي أصغر من (0.05) ، و قد بلغ معامل التحديد R^2 ما قيمته (0.970) ، و هذه النتيجة تؤكد بأن الأجهزة و المعدات تفسر ما مقداره (0.970) من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية ، و قد بلغت قيمة معامل الانحدار (Beta) (1.301) و هي قيمة معنوية بدلالة (t) المحسوبة (38.735) وهي أكبر من قيمتها الجدولية . عند مستوى معنوية (0.000) والتي تشير إلى أن التغير في بعد الأجهزة و المعدات بمقدار وحدة واحدة سيؤدي إلى تغير (1.301) في جودة الخدمة المصرفية للمصارف المدروسة .

الجدول (13) اختبار تأثير بعد الأجهزة و المعدات في جودة الخدمة المصرفية

Coefficients ^a					ANOVA		R ²	R	المتغير المستقل
Sig	t	Std. Error	B	B ₀	Sig	F			
.000	38.735	.034	1.301	-1.395	.000	1500.3	.970	.985	الأجهزة والمعدات
وجود تأثير ذو دلالة معنوية لبعـد الأجهزة و المعدات في جودة الخدمة المصرفية .									القرار النتيجة

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS)

و يتضح من الجدول (14) وجود تأثير إيجابي لبعـد البرمجيات في جودة الخدمة المصرفية في المصارف المدروسة ، إذ كانت قيمة مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من المستوى المعنوي الافتراضي للدراسة (0.05) ، و ما يدعم معنويته هو قيمة (F) المحسوبة (85.534) وهي أكبر من قيمتها الجدولية . عند مستوى معنوية (0.000) وهي أصغر من (0.05) ، و قد بلغ معامل التحديد R^2 ما قيمته (0.650) ، و هذه النتيجة تؤكد بأن بعد البرمجيات تفسر ما مقداره (0.650) من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية ، و قد بلغت قيمة معامل الانحدار (Beta) (1.081) و هي قيمة معنوية بدلالة (t) المحسوبة (9.248) وهي أكبر من قيمتها الجدولية . عند مستوى معنوية (0.000) والتي تشير إلى أن التغير في بعد البرمجيات بمقدار وحدة واحدة سيؤدي إلى تغير (1.081) في جودة الخدمة المصرفية للمصارف المدروسة .



الجدول (14) اختبار تأثير بعد البرمجيات في جودة الخدمة المصرفية

Coefficients ^a					ANOVA		R ²	R	المتغير المستقل
Sig	t	Std. Error	B	B ₀	Sig	F			
.000	9.248	.117	1.081	-.122	.000	85.534	.650	.806	البرمجيات
وجود تأثير ذو دلالة معنوية لبعـد البرمجيات في جودة الخدمة المصرفية .									القرار النتيجة

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS)

استنادا الى الجدول (15) وجود تأثير إيجابي لبعـد شبكات الاتصال في جودة الخدمة المصرفية في المصارف المدروسة ، إذ كانت قيمة مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من المستوى المعنوي الافتراضي للدراسة (0.05) ، و ما يدعم معنويته هو قيمة (F) المحسوبة (146.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية . عند مستوى معنوية (0.000) وهي أصغر من (0.05) ، و قد بلغ معامل التحديد R^2 ما قيمته (0.761) ، و هذه النتيجة تؤكد بأن بعـد شبكات الاتصال تفسر ما مقداره (0.761) من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية ، و قد بلغت قيمة معامل الانحدار (Beta) (1.172) وهي قيمة معنوية بدلالة (t) المحسوبة (12.105) وهي أكبر من قيمتها الجدولية . عند مستوى معنوية (0.000) والتي تشير إلى أن التغير في بعـد شبكات الاتصال بمقدار وحدة واحدة سيؤدي إلى تغير (1.172) في جودة الخدمة المصرفية للمصارف المدروسة.

الجدول (15) اختبار تأثير بعـد شبكات الاتصال في جودة الخدمة المصرفية

Coefficients ^a					ANOVA		R ²	R	المتغير المستقل
Sig	T	Std. Error	B	B ₀	Sig	F			
.000	12.105	.097	1.172	-.675	.000	146.531	.761	.872	شبكات الاتصال
									القرار النتيجة

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS)



من خلال الجدول (16) نجد وجود تأثير إيجابي لبعء قواعد البيانات في جودة الخدمة المصرفية في المصارف المدروسة ، إذ كانت قيمة مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من المستوى المعنوي الافتراضي للدراسة (0.05) ، و ما يدعم معنويته هو قيمة (F) المحسوبة (759.3) وهي أكبر من قيمتها الجدولية . عند مستوى معنوية (0.000) وهي أصغر من (0.05) ، و قد بلغ معامل التحديد R^2 ما قيمته (0.943) ، و هذه النتيجة تؤكد بأن بعد قواعد البيانات تفسر ما مقداره (0.943) من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية ، و قد بلغت قيمة معامل الانحدار (Beta) (0.662) وهي قيمة معنوية بدلالة (t) المحسوبة (27.5) وهي أكبر من قيمتها الجدولية . عند مستوى معنوية (0.000) والتي تشير إلى أن التغير في بعد قواعد البيانات بمقدار وحدة واحدة سيؤدي إلى تغير (0.662) في جودة الخدمة المصرفية للمصارف المدروسة.

الجدول (16) اختبار تأثير بعد قواعد البيانات في جودة الخدمة المصرفية

Coefficients ^a					ANOVA		R ²	R	المتغير المستقل
Sig	t	Std. Error	B	B0	Sig	F			
.000	27.556	.024	.662	1.492	.000	759.34	.943	.971	قواعد البيانات
وجود تأثير ذو دلالة معنوية لبعء قواعد البيانات في جودة الخدمة المصرفية .									القرار النتيجة

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS)

المبحث الرابع – الاستنتاجات و التوصيات

الاستنتاجات

- 1) اشارت نتائج البحث الى وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية بين تبني تطبيقات تكنولوجيا المعلومات بأبعادها الأربعة (الأجهزة و المعدات و البرمجيات و شبكات الاتصال و قواعد البيانات) وبين جودة الخدمة المصرفية في المصارف التجارية المدروسة .



- (2) اشارت نتائج البحث الى وجود تأثير إيجابي لتكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية مما نستنتج قيام المصارف التجارية بتوظيف موارد تكنولوجيا المعلومات من اجل تعزيز ورفع مستوى جودة الخدمة المقدمة للزبائن .
- (3) أيضا يوجد تأثير إيجابي لوجود أجهزة و معدات تكنولوجيا متطورة وحديثة في تعزيز جودة الخدمة المصرفية في المصارف التجارية .
- (4) تسهم البرمجيات في تعزيز جودة الخدمات المصرفية مما يعني إمكانية قيام المصرف التجاري بتخصيص الموارد من اجل تطوير هذا الجانب .
- (5) كذلك يؤثر وجود شبكات اتصال حديثة للمصارف التجارية في تعزيز جودة الخدمة المقدمة من قبل هذه المصارف .
- (6) وجود قواعد بيانات لدى المصارف التجارية يسهم بشكل إيجابي في تعزيز جودة الخدمات المصرفية المقدمة وتحسينها .

التوصيات

- (1) نوصي المصارف التجارية بضرورة تبني تطبيقات تكنولوجيا المعلومات لان من شأنها تعزيز جودة الخدمات المقدمة .
- (2) ضرورة التزام المصارف التجارية بتحسين وتطوير الأجهزة و المعدات التكنولوجية لديها من اجل رفع مستوى جودة الخدمة المصرفية
- (3) على المصارف التجارية بذل المزيد من الاهتمام و الالتزام بتطوير البرمجيات ومواكبة التطورات العالمية في هذا الجانب من اجل تعزيز الخدمة المصرفية .
- (4) يجب على المصارف التجارية الاهتمام أكثر بتطوير شبكات الاتصال لديها لما من شأنه تعزيز مستوى الخدمات وتحسين جودتها .
- (5) ضرورة وجود قواعد بيانات مصرفية قادرة على توفير البيانات في الوقت و الزمان المناسبين من اجل تعزيز جودة الخدمات المقدمة .

المصادر :



المصادر العربية :

- (1) رحاب ، فوزي عبد القادر. انقيطة، فتحي احمد. محمود، طارق عبد الله. (2019). أثر تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية الليبية دراسة تطبيقية على المصارف التجارية العاملة بمدينة طرابلس ، مجلة العلوم الاقتصادية و السياسية ، العدد الثالث عشر .
- (2) سامر قاسم. (2015). أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية دراسة ميدانية على فروع المصرف التجاري السوري باللاذقية. Tishreen University Journal-Economic
- (3) عبد علي ، شروق هادي & خضير ، أرادن حاتم. (2020). التحول الرقمي للعمليات المصرفية كأداة لتطوير الاداء المالي الاستراتيجي لمصرف بغداد انموذجاً. مجلة الإدارة و الاقتصاد، (126)، 1-13.
- (4) نور الدين ، مرطاني و عبد القادر ، دبوش . (2021). أثر جودة الخدمة المصرفية على ادرااس البنوك التجارية دراسة ميدانية ببنك القرض الشعبي الجزائري وكالة قالمة وبنك الفلاحة والتنمية وكالة قالمة . رسالة ماستر أكاديمي ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير ، جامعة 8 ماي 1945 قالمة .

المصادر الأجنبية :

- 5) Chaoprasert, C., & Elsey, B. (2004). Service quality improvement in Thai retail banking and its management implications. ABAC Journal, 24(1).
- 6) Djojo, A., & Ali, H. (2012). Information technology service performance and client's relationship to increase banking image and its influence on deposits customer banks loyalty (A survey of Banking in Jambi). Archives Des Sciences, 65(8).
- 7) Goyal, S. B., Harahap, E. P., & Santoso, N. A. (2022). Analysis of financial technology implementation on the quality of banking services in indonesia: Swot analysis. IAIC Transactions on Sustainable Digital Innovation (ITSDI), 4(1), 77-82.



- 8) Hrytsyna, O., Yakubiv, V., Pavlikha, N., Shmatkovska, T., Tsymbaliuk, I., Marcus, O., & Brodska, I. (2019). Development of electronic banking: A case study of Ukraine.
- 9) Jakšič, M., & Marinč, M. (2019). Relationship banking and information technology: The role of artificial intelligence and FinTech. Risk Management, 21, 1-18.
- 10) Li, T. C., & Chan, Y. E. (2019). Dynamic information technology capability: Concept definition and framework development. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(4), 101575.
- 11) Magutu, O. P., Ogoro, T., & Nyamwange, S. O. (2010). Technology and Service Quality in the Banking Industry (Importance and performance of various factors considered in electronic Banking services).
- 12) Mgunda, M. I. (2019, December). The impacts information technology on business. In Journal of International Conference Proceedings (Vol. 2, No. 3, pp. 149-156).
- 13) Mujinga, M. (2019, March). Retail banking service quality measurement: SERVQUAL gap analysis. In 2019 Conference on Information Communications Technology and Society (ICTAS) (pp. 1-6). IEEE.
- 14) Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector. *Sustainability*, 11(4), 1113.



- 15) Sardana, V., & Singhania, S. (2018). Digital technology in the realm of banking: A review of literature. *International Journal of Research in Finance and Management*, 1(2), 28-32.
- 16) Tampi, P. P., Nabella, S. D., & Sari, D. P. (2022). The Influence of Information Technology Users, Employee Empowerment, and Work Culture on Employee Performance at the Ministry of Law and Human Rights Regional Office of Riau Islands. *Enrichment: Journal of Management*, 12(3), 1620-1628.
- 17) Toshpulatov, R. I. (2022). THEORETICAL FOUNDATIONS OF INFORMATION TECHNOLOGY. *International Journal of Pedagogics*, 2(09), 53-57.
- 18) Wang, C., & Wang, Z. (2006). The impact of internet on service quality in the banking sector.
- 19) Zhu, F. X., Wymer, W., & Chen, I. (2002). IT-based services and service quality in consumer banking. *International journal of service industry management*, 13(1), 69-90.
- 20) Zineldin, M. (2002). Managing in the@ age: Banking service quality and strategic positioning. *Measuring Business Excellence*, 6(4), 38-43.