

تقنيات المعلومات واثرها في جودة الخدمة المصرفية
دراسة استطلاعية لأراء العاملين في المصرف العراقي للتجارة

TBI

Information technologies and their impact on the quality of
banking service: An exploratory study of the opinions of
employees at the Trade Bank of Iraq (TBI)

م.م حيدر ناصر حسين الميالي 2
M. M. Haider Nasser Hussein Al-Mayali 2
haider.nasser@uokerbala.edu.iq
جامعة كربلاء/ كلية الادارة والاقتصاد
Karbala University/ College of
Administration and Economics

م.د حوراء زكي حميد التميمي 1
Dr. Hawra Zaki Hamid Al-Tamimi 1
Hawraa.z@uokerbala.edu.iq
جامعة كربلاء/ كلية الادارة والاقتصاد
Karbala University/ College of
Administration and Economics

م.م مصطفى صبيح مجيد المساعدي 3
M. M. Mustafa Sabih Majeed Al-Masaidi 3
mustafa.s@uokerbala.edu.iq
جامعة كربلاء/ كلية الادارة والاقتصاد
Karbala University/ College of
Administration and Economics

المستخلص

ان عصر التطور التكنولوجي واسع للغاية اذ تم تصميم التكنولوجيا لمساعدة الإنسان وتبسيط حياته اذ تشمل أهداف تقنية المعلومات (IT) حل لمشاكله ، وزيادة فعاليته وكفاءته الوظيفية، ولا يؤثر تطوير تكنولوجيا المعلومات على عالم الأعمال فحسب ، بل يؤثر أيضاً على مجالات أخرى ، مثل الصحة والتعليم والسياسة بالإضافة الى الاعمال المصرفية اذ ان تطور التكنولوجيا محسوس أيضاً في عالم المصارف من خلال إنشاء أداة للمساعدة على تقديم الخدمات المصرفية لعملائها ، اذ يعد تحسين خدمة العملاء محاولة للتعويض عن قيود المكان والزمان التي لا يمكن القيام بها إلا بمساعدة تكنولوجيا الكمبيوتر والاتصالات حيث ستسهل التطورات المصرفية في مجال تكنولوجيا المعلومات على العملاء إجراء المعاملات أينما كانوا ، دون الحاجة إلى طوابير طويلة ودون التقيد بالمكان والوقت لإجراء المعاملات مع الوضع الحالي للتكنولوجيا اذ تحتوي التكنولوجيا المصرفية نظاماً يسمح لعملاء البنوك من الأفراد والشركات بالوصول إلى الحسابات وإجراء المعاملات التجارية أو الحصول على معلومات عن الرصيد والخدمات المصرفية من خلال الشبكات الخاصة أو العامة بما في ذلك شبكة الإنترنت اذ يمكن للعملاء الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات من خلال الأجهزة الذكية الإلكترونية مثل أجهزة الصراف الآلي وأجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية وتشمل الأنواع المختلفة من التقنيات التي تتعامل بشكل مباشر مع العملاء والتي تؤثر على جودة الخدمة المصرفية وتم تطبيق هذه الدراسة في المصرف العراقي للتجارة من خلال توزيع (55) استبانة على العاملين في المصرف ومعرفة آرائهم.

الكلمات المفتاحية: (تقنيات المعلومات ، جودة الخدمة المصرفية ، الاعتمادية)

Abstract

The era of technological development is very wide, as technology is designed to help people and simplify their lives, as the objectives of information technology (IT) include solving its problems, increasing its effectiveness and functional efficiency, and the development of information technology not only affects the business world, but also affects

other areas, such as health and education And politics in addition to banking, as the development of technology is also felt in the banking world through the creation of a tool to help provide banking services to its customers, as improving customer service is an attempt to compensate for space and time restrictions that can only be done with the help of computer and communication technology, as it will facilitate banking developments In the field of information technology, customers must conduct transactions wherever they are, without the need for long queues and without being restricted to the place and time to conduct transactions with the current state of technology, as banking technology contains a system that allows bank customers from individuals and companies to access accounts and conduct commercial transactions or obtain information about the balance and services Banking through private or public networks, including the Internet, as customers can access information technology through electronic smart devices such as ATMs, computers, and smart phones, and it includes different types of technologies that deal directly with customers and affect the quality of banking service ‘ This study was applied in the Trade Bank of Iraq by distributing (55) questionnaires to the bank's clients and knowing their opinions.

Keywords: (information technology, banking service quality, reliability)

1- المقدمة

2- المحور الأول:- منهجية البحث

أولاً:- مشكلة البحث

أصبحت تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واحدة من أهم الموارد التي تساعد المؤسسات المالية والمصرفية على إدارة رأس المال و الموارد المختلفة، والتواصل الغير مباشر مع البيئة سواء الداخلية والاهم من ذلك البيئة الخارجية للمصرف، ومن هذا المنطلق فإن تكنولوجيا المعلومات تساعد المصرف على تقديم خدمات متنوعة و اضافية وذات جودة عالية بسرعة وبكلفة اقل، وبالتالي تساهم تكنولوجيا المعلومات في دخول زبائن جدد وبالتالي زيادة عدد زبائن المصرف وبالتأكيد سينعكس ذلك على زيادة الاداء المالي وخصوصا مستوى الارباح والايرادات، ويسعى البحث الحالي الى معرفة طبيعة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمة المصرفية من خلال التساؤل الرئيسي التالي :

(هل هناك علاقة تأثير لتكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية المقدمة في المصرف العراقي للتجارة) وينبثق عن التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية منها:

- 1- هل ان تكنولوجيا المعلومات تؤدي إلى زيادة جودة الخدمة المصرفية في المصرف العراقي للتجارة؟
- 2- هل ان تكنولوجيا المعلومات تؤدي الى زيادة الحصة السوقية للمصرف العراقي للتجارة ؟

ثانياً:- أهمية البحث

لقد تطورت تقنية المعلومات (IT) بمرور الوقت و غيرت طريقة إدارة الأعمال اذ أصبحت أسهل وأكثر كفاءة خاصة بعد ان فتحت تكنولوجيا المعلومات العديد من الأبواب للتقنيات الجديدة التي يتم استخدامها في الأعمال التجارية وللاستخدام الفردي وان القطاع المصرفي غير مستثنى من هذه الخدمات. اذ تحتاج البنوك الآن إلى أن تبقى على تواصل من خلال تلبية احتياجات وتوقعات العملاء والتقدم التكنولوجي وذلك من خلال تقديم خدمات

ومنتجات أفضل يمكن للعملاء الاستفادة منها، إذ تمكن تكنولوجيا المعلومات من تقديم الخدمات بأطر عمل أفضل وتنفيذ استراتيجيات يمكن الاعتماد عليها حتى تتمكن من تقديم خدمات أفضل مما يتوقعها العملاء.

ثالثاً:- أهداف البحث

تهدف هذه الدراسة الى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها :-

- 1- معرفة العلاقة بين تقنيات المعلومات وجودة الخدمة المصرفية المقدمة .
- 2- التعرف على العلاقة بين تقنية تقنيات المعلومات وسرعة الاستجابة لتقديم المساعدة لزبون المصرف.
- 3- معرفة اثر تقنيات المعلومات على درجة المصداقية لدى الموظف والثقة لدى الزبون .
- 4- دراسة اثر استخدام تقنيات المعلومات على درجة الأمان والاطمئنان لدى الزبون.

رابعاً:- فرضيات البحث

- 1- لا تؤثر تقنيات المعلومات في جودة الخدمة المصرفية. والتي ينبثق عنها الفرضيات الفرعية التالية :-
 - أ- لا تؤثر تقنيات المعلومات في الملموسية او تجسيد الخدمة المقدمة للزبون.
 - ب- لا تؤثر تقنيات المعلومات في سرعة الاستجابة للزبون .
 - ت- لا تؤثر تقنيات المعلومات في درجة الثقة والامان لدى الزبون.
 - ث- لا تؤثر تقنيات المعلومات في درجة التعاطف مع الزبون.
 - ج- لا تؤثر تقنيات المعلومات في الاعتمادية او المصداقية في تقديم الخدمة.
- 2- تؤثر تقنيات المعلومات في جودة الخدمة المصرفية. والتي ينبثق عنها الفرضيات الفرعية التالية :-
 - ح- تؤثر تقنيات المعلومات في الملموسية او تجسيد الخدمة المقدمة للزبون.
 - خ- تؤثر تقنيات المعلومات في سرعة الاستجابة للزبون .
 - د- تؤثر تقنيات المعلومات في درجة الثقة والامان لدى الزبون.
 - ذ- تؤثر تقنيات المعلومات في درجة التعاطف مع الزبون.
 - ر- تؤثر تقنيات المعلومات في الاعتمادية او المصداقية في تقديم الخدمة.

خامساً :- عينة الدراسة

تضمنت العينة العاملين في المصرف العراقي للتجارة إذ تم توزيع الاستبانة على 55 موظف في المصرف.

3- المحور الثاني:- الجانب النظري للبحث

تمهيد

مع اتجاهات العولمة في جميع أنحاء العالم من الصعب على أي دولة كبيرة أو صغيرة ، متقدمة أو نامية أن تظل معزولة عما يحدث حولها بشكل أكثر تحديداً في مجال تكنولوجيا المعلومات خاصة في المجال المالي إذ يعتبر القطاع المالي بشكل عام والصناعة المصرفية بشكل خاص أكبر منفق ومستفيد من تكنولوجيا المعلومات إذ تسعى الدول إلى ربط القطاع المالي بالاتجاهات الدولية خاصة الصناعة المصرفية والتي تتضمن المجموعة الأخيرة على الأرجح جميع البنوك الأجنبية وبنوك القطاع الخاص المنشأة حديثاً ، والتي قامت بحوسبة جميع العمليات بالكامل مع هذه الاختلافات في مستوى تكنولوجيا المعلومات في البنوك ، إذ مهدت ثورة تكنولوجيا المعلومات الطريق لزيادة غير مسبقة في النشاط المالي في جميع أنحاء العالم حيث أدى التقدم التكنولوجي وتطوير الشبكات العالمية إلى خفض تكلفة تحويل الأموال العالمية بشكل كبير فهي تقنية المعلومات التي تمكن البنوك من تلبية هذه

التوقعات العالية للعملاء الذين هم أكثر تطلُّبًا وهم أيضًا أكثر ذكاءً من الناحية التقنية مقارنة بنظرائهم في السنوات الماضية إنهم يطالبون بتسهيلات مصرفية فورية وفي أي وقت وفي أي مكان.

أولاً:- مفهوم تقنيات المعلومات

تشير تقنيات المعلومات في القطاع المصرفي إلى استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات المتطورة بالإضافة مع علوم الكمبيوتر لتمكين البنوك من تقديم خدمات أفضل لعملائها بطريقة آمنة وموثوقة وبأسعار معقولة والحفاظ على الميزة التنافسية على البنوك الأخرى إذ إن أهمية التكنولوجيا محسوسة بشكل كبير في القطاع المالي في ضوء الميزة التنافسية للبنوك التي تؤدي إلى خدمة العملاء بكفاءة عالية في تطوير الاقتصاد إذ يلعب القطاع المصرفي دوراً مهماً وحاسماً للغاية (Verma, 2007:39)، وإن مع استخدام التكنولوجيا كانت هناك زيادة في الاختراق والإنتاجية والكفاءة ، فهي لم تزيد من فعالية التكلفة فحسب بل ساعدت أيضاً في جعل المعاملات الصغيرة قابلة للتطبيق و إن قنوات التسليم الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي ومجموعة متنوعة من البطاقات والخدمات المصرفية عبر الإنترنت والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول هي أسماء نتائج قليلة لعملية الأتمتة والحوسبة في القطاع المصرفي الهندي (Uppal, 2008:18)، لذا تعرف جمعية تقنيات المعلومات الأمريكية تقنية المعلومات على أنها عملية معالجة وتخزين ونشر المعلومات المصورة والصوتية والنصية والرقمية من خلال الإلكترونيات الدقيقة القائمة على مزيج من الاتصالات السلكية واللاسلكية والحوسبة (Schell&McLeod, 2007:10) ويرى آخرون أن تكنولوجيا المعلومات هي تقنية مرتبطة بمعالجة البيانات في إجراءات نشر المعلومات والمعلومات المدرجة في خطوط المكان والزمان (Indrajit, 2011:78).

ثانياً:- تقنيات تقنيات المعلومات والتطبيقات المستخدمة في القطاع المصرفي

فيما يلي بعض التقنيات المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية:-

1- **ماكينة الصراف الآلي (ATM):** ماكينة الصراف الآلي هي تقنية مستخدمة في جميع أنحاء العالم إذ تساعد أجهزة الصراف الآلي العملاء في أن يكونوا قادرين على صرف الأموال في أي وقت يحتاجون فيه إلى النقود وبالتالي استبدال الصراف البشري ، حيث يتم استخدام رقم PIN لتحديد هوية العميل إذ يمكنه سحب الأموال من أي مكان في العالم بالإضافة إلى حصوله على بعض التسهيلات المتاحة للعميل في أجهزة الصراف الآلي ومنها التحقق من رصيد حساباتهم والسحب النقدي وطباعة كشف الحساب المصغر وتغيير رقم التعريف الشخصي وتحويل الأموال مع الحسابات المصرفية المرتبطة وتعبئة رصيد الهاتف المحمول المدفوعة مسبقاً ودفع بطاقة الائتمان الخ (Acholiya & Keshari, 2013:30).

2- **الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول:** تطبيق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول هو أحدث التقنيات المستخدمة في القطاع المصرفي والتي يتم تقديمها للعملاء ، من الخدمات المقدمة عبر الهاتف هي الاستعلام عن الرصيد وعرض كشف الحساب المصرفي المصغر وتحويل الأموال وإنشاء وتحديث أوامر الدفع الدائمة والمدفوعات المدينة المباشرة وإيجاد أقرب فرع مصرفي وأجهزة الصراف الآلي ، وإجراء المدفوعات (dangolani, 2011:21).

3- **الخدمات المصرفية عبر الإنترنت:** من خلال هذه الخدمة يمكن للعميل أن يصل إلى حسابه المصرفي عبر الإنترنت باستخدام اتصال إنترنت نشط ويمكنه الاستعلام عن رصيد الحساب وإجراء المدفوعات وتحويل الأموال والمدفوعات المالية الدولية وإنشاء وتحديث أمر دائم ومدفوعات الخصم المباشر والتحقق من المعاملات الأخيرة وسداد القرض ، وإعادة تعبئة البطاقة المدفوعة مسبقاً وتغيير كلمة المرور (Yu, 2012:19).

4- **جهاز صراف الفيديو (VTM):** خدمة جديدة ومبتكرة متوفرة من خلال البنوك إذ من خلالها يتم توصيل العميل عن بعد بممثل خدمة العملاء عبر VTM لجميع المعاملات المصرفية و تقدم VTM جميع الخدمات المصرفية في الفروع للعملاء (Dahlberg, 2008:11).

5- خدمة الرسائل القصيرة الآمنة (SSMS): تُستخدم الخدمات المصرفية عبر SSMS للعملاء لإرسال واستقبال الرسائل النصية على هواتفهم المحمولة اذ تحتفظ البنوك بسجلات لأرقام هواتف العملاء ويمكن للعميل إجراء استفسارات على حسابه المصرفي ، اذ سيكون العميل على دراية بأي معاملات لم يجرها ، يتم إنجاز المعاملة عن طريق إرسال SSMS إلى الرقم المخصص لخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول (Krugel, 2007:40).

6- مجموعة أدوات تطبيق SIM: تم ذكر مجموعة أدوات تطبيق SIM كبطاقة SIM القياسية والتي من خلالها يتم التواصل بين العميل والشبكة ، ويتم التبادل عن طريق عرض قائمة تفاعلية للعميل وإدخال المعلومات للتطبيق لعرضها بعد ذلك. يمكن لمشغلي شبكات الهاتف المحمول إرسال تحديثات للعملاء إلى بطاقات SIM الخاصة بهم عبر الشبكة أو إصدار بطاقات SIM جديدة تماماً (Dahlberg, 2008:11).

7- نقل البيانات الصوتية (NSDT): يتيح NSDT المعاملات الآمنة على منصة Tagpay اذ يتم تنفيذ معاملات NSDT من خلال جهاز العميل الخلوي والتاجر أو المشغل للدفع و يقوم العميل بإيداع الأموال عبر وكيل مسجل وتذهب الأموال إلى محفظة افتراضية اذ تهدف NSDT لجميع المعاملات إلى سرعة الاتصال وضغط البيانات والأمان والتشفير واكتشاف الأخطاء وتصحيحها وتحسين الصوت والأداء. لذلك تقوم NSDT بإجراء معاملات فعالة وممتازة (Krugel, 2007:40).

8- تقنية RFID : هي بطاقة مصرفية مضمنة بشريحة مصنوعة للدفع اذ يتم الدفع ببساطة عن طريق وضع البطاقة أمام قارئ RFID وتتم معالجة الدفع تلقائياً (Dahlberg, 2008:11).

ثالثاً:- مفهوم جودة الخدمة المصرفية

الخدمة عبارة عن نشاط أو سلسلة من الأنشطة غير المرئية التي تحدث نتيجة التفاعلات بين المستهلكين والموظفين أو الأشياء الأخرى التي يقدمها مقدمو الخدمة والتي تهدف إلى تلبية رغبات واحتياجات العملاء ، والتي من المحتمل جداً أن يتحول هذا العميل إلى بنك آخر يتمتع بجودة خدمة أفضل لذلك ، يجب على البنوك أن تواصل السعي لتحسين جودة خدماتها من أجل التنافس مع البنوك الأخرى حيث يتوقع العملاء في الأساس كل ما يريدونه من مقدمي الخدمات ، لذلك يجب أن تمتلك المصارف خصائص وصفات لخدماتها مختلفة عن خدمات المصارف الأخرى حتى تميز أعمالهم عن أعمال الآخرين (Hurriyati, 2010:54)، اما جودة الخدمة تعرف وفقاً لوجهة نظر مقدم الخدمة على انها هي المطابقة للمواصفات اما من وجهة نظر العميل الجودة هي القيمة ، أي مدى قيام الخدمة في توفير الغرض المقصود منها مع مستوى السعر الذي يرغب به العملاء بالإضافة الى الأشياء الأخرى الداخلة في تقييم الجودة والتي منها الأجهزة و المعدات و المنتجات داعمه أو الخدمات والآثار النفسية (34: Mulyadi, 2014)، اذ يجب ان يلتزم البنك بالتخطيط والتنظيم والقدرة على تنفيذ الخدمة بدقة عالية حتى يتمكن من تقديم الخدمات التي ترضي عملائه (Hurriyati, 2010:54) و ان تقديم الخدمات التي تهدف إلى إرضاء العملاء تحقق مجموعة من المزايا التي يحصل عليها المصرف منها كسب ثقة العملاء لأن العملاء يحكمون على جودة الخدمة من خلال ما يرونه ويفهمونه اما الميزة الثانية هي أن العملاء يحصلون على أقصى قيمة من خدماتهم والسماح لهم باستخدام جميع مزايا المنتجات التي قاموا بشرائها بسرعة وسهولة (Frimayasa, 2017:12).

رابعاً:- ابعاد جودة الخدمة المصرفية

ان لجودة الخدمة المصرفية خمس ابعاد تتمثل بمايلي (Martenz & Carlos, 2007:14):

- 1- الاعتمادية:- يقصد بها قدرة الشخص مقدم الخدمة على إنجاز الخدمة المطلوبه منه بصورة دقيقة يعتمدها عليها من ناحية الوقت وطريقة الإنجاز بحيث تكون مطابقة لما وعد بها العميل .

- 2- الضمان:- ان القدرات التي يتمتع بها الشخص مقدم الخدمة لها دور كبير في بناء الثقة لدى الزبون بحيث تجعل الزبون متيقن من حصوله على الخدمة وفقا لمواصفاته التي يرغب بتوفرها في الخدمة التي يحصل عليها .
- 3- الاستجابة:- يجب ان تكون هناك سرعه في عميله الاستجابة لمطالب العميل بحيث تنجز وتقدم الخدمة بالسرعه الممكنه .
- 4- التعاطف:- يراد بها الاهتمام بالعميل بحيث يشعر الزبون بهذا الاهتمام من خلال الأسلوب والكلام من قبل مقدم الخدمة.
- 5- الأشياء الملموسة:- ان عملية تقييم جودة الخدمة في بعض الأحيان على بعض المظاهر الملموسة مثل المعدات والالات او مظهر الموظفين او طريقة تصميم المصرف او كيفية الاستقبال والترحيب بالزبون.
- 6-

4- المحور الثالث :- الإطار التطبيقي للبحث

المحور الحالي يتضمن الجانب التطبيقي للبحث ، اذ يتناول عدة مواضيع فرعية منها وصف عينة لبحث وخصائصه الديمغرافية ، فرضيات الارتباط والتأثير وكما يلي :

اولاً - عينة البحث .

من اجل عمل الجانب العملي من البحث تم الاعتماد على استمارة استبيان توضح الوصف الاحصائي لطبيعة الديمغرافية لعينة البحث وكما يلي :

1. وصف العينة من حيث النوع الاجتماعي :

تشير الجداول الإحصائية إلى أن أغلب أفراد العينة هم من الذكور اذ بلغت نسبة الذكور (64%) مقابل (36%) (

من الاناث وكما موضح في الجدول رقم (1) :

جدول رقم (1) وصف عينة البحث حسب النوع الاجتماعي			
المتغيرات	العينة	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	الذكور	35	64%
	الإناث	20	36%
	المجموع	55	100%

المصدر من أعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

2. وصف عينة البحث حسب الفئة العمرية :

تشير الجداول الإحصائية إلى نسبة (61.82%) من أفراد العينة كانت أعمارها تتراوح (من 31 سنة الى 40) ، ثم تأتي بعده الفئات الأخرى اذ بلغت نسبة هذه الفئة 40-49 (4%) وكما موضح في الجدول رقم (2) .

جدول رقم (2) وصف عينة البحث حسب الفئة العمرية			
المتغيرات	العينة	التكرار	النسبة المئوية
الفئة العمرية	20-30	11	20%
	31 - 40	34	61.82%
	41-50	7	12.73%
	51-60	2	3.64%

1.82 %	1	60 فاكتر	
100 %	55	المجموع	

المصدر من أعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

3. وصف عينة البحث حسب المؤهل العلمي :

فيما يتعلق بالمؤهل العلمي لأفراد عينة البحث ، تشير الجداول الإحصائية إلى أن نسبة (49.09%) من أفراد العينة هم من حملة شهادة الماجستير ثم تليها الفئات الأخرى تباعاً ، وكما موضح في الجدول رقم (3) .

جدول رقم (3) وصف عينة البحث حسب المؤهل العلمي			
المتغيرات	العينة	التكرار	النسبة المئوية
المؤهل العلمي	متوسطة	1	1.82 %
	اعدادية	2	3.64 %
	بكالوريوس	16	29.09 %
	دبلوم	2	3.64 %
	ماجستير	27	49.09 %
	دكتوراه	7	12.73 %
	المجموع	55	100 %

المصدر من أعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

4. وصف عينة البحث حسب إجمالي الخدمة :

تشير النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (4) إلى ما نسبته (40%) كانت تتراوح خدمتهم (1-5) وهي كانت وهي كانت تمثل أعلى فئة ، ثم جاءت بعدها الفئة (6-10) فقد بلغت نسبتها (20%) ثم تلتها باقي الفئات .

جدول رقم (4) وصف عينة البحث حسب سنوات الخبرة			
المتغيرات	العينة	التكرار	النسبة المئوية
سنوات الخدمة	1 - 5	22	40 %
	6 - 10	11	20 %
	11 - 15	14	25.45 %
	16-20	5	9.09 %
	21-25	2	3.64 %
	26-30	1	1.82 %
	31 فاكتر	0	0 %
	المجموع	55	100 %

المصدر من أعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

ثانياً. الوصف الإحصائي.

ويشير الجدول (5) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وكذلك معاملات الاختلاف والتباين وشدة الإجابة عن كل فقرة من فقرات استمارة الاستبيان ، أذ تبين أن الوسط الحسابي الكلي

الموزون لمتغير تقنيات المعلومات بلغ (3.884) مما يعني أن الاسئلة كانت واضحة لعينة الدراسة و بانحراف معياري (1.030) وبمعامل اختلاف (0.265) وتباين (0.603) أي أن هناك تفاوت بين أفراد العينة بخصوص رأيهم حول تقنيات المعلومات بدعم أن شدة الإجابة كانت 77.69 % .

و قد كان أكبر وسط حسابي قد حصل عليه السؤال التاسع إذا بلغ الوسط الحسابي الموزون (4.218) وبانحراف معياري (0.678) وكان معامل الاختلاف (0.186) وتباين (0.711) مما يعني أن تقنيات المعلومات يمثل هدفا رئيسيا للمصرف تعمل على تحقيقه بدعم أن شدة الإجابة بلغت 84.36 % .

تبين النتائج المعروضة في الجدول رقم (5) التوزيعات التكرارية والوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للمتغير جودة الخدمة المصرفية والتي تعكس إجابات أفراد عينة البحث تجاه العبارات الخاصة بالأبعاد المعتمدة داخل المصرف عينة البحث حيث بلغ الوسط الحسابي الموزون الكلي لبعد الملموسية أو التجسيد (3.781) والانحراف المعياري الكلي (1) ومعامل الاختلاف (0.264) والتباين الكلي (0.572) مما يعني أن الآراء متفاوتة بين أفراد العينة بدعم أن شدة الإجابة بلغت 75.76 % .

وكان أكبر وسط حسابي موزون لبعد الاعتمادية أو المصادقية اذ بلغ (3.787) والانحراف المعياري (1.052) ومعامل اختلاف قدره (0.277) والتباين (0.573) مما يعني أن المصرف يعمل على تقديم الخدمات بصورة دقيقة وخالية من المخاطر بدعم أن شدة الإجابة بلغت 75.76 % .

في حين جاء بُعد سرعة الاستجابة اذ بلغ الوسط الحسابي (3.927) والانحراف المعياري (1.056) ومعامل اختلاف (0.269) والتباين (0.616) مما يعني إدارة المصرف تستجيب بسرعة للشكاوى والمقترحات التي يقدمها الزبائن بدعم أن شدة الإجابة بلغت 78.55 % .

في حين البُعد الرابع وهو الثقة والامان بلغ الوسط الحسابي (3.836) والانحراف المعياري (1.003) ومعامل اختلاف (0.261) والتباين (0.588) مما يعني أن هدف المصرف توفير الثقة والامان عن معلومات الزبائن والتعامل معهم بالشفافية والوضوح بدعم أن شدة الإجابة بلغت 76.73 % .

بينما كان البعد الاخير من ابعاد جودة الخدمة المصرفية وهو التعاطف مع العميل اذ بلغ الوسط الحسابي الموزون (3.684) والانحراف المعياري (1.058) ومعامل الاختلاف (0.287) والتباين (0.543) مما يعني تقديم افضل الخدمات وبأحدث الطرق بدعم أن شدة الإجابة بلغت 73.70 % .

جدول (5) الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وشدة الاجابة والاختلاف والتباين لمتغيرات البحث

رقم السؤال	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة	وسط حسابي	شدة الاجابة
1	10	21	11	8	5	3.41818	68.36%
2	19	24	8	3	1	4.03636	80.73%
3	16	16	14	8	1	3.69091	73.82%
4	14	19	16	5	1	3.72727	74.55%
5	14	17	12	9	3	3.54546	70.91%
6	18	21	13	3	0	3.98182	79.64%
7	23	16	10	6	0	4.01818	80.36%
8	24	19	7	5	0	4.12727	82.55%
9	23	22	9	1	0	4.21818	84.36%
10	24	14	14	3	0	4.07273	81.45%
11	15	24	12	3	1	3.89091	77.82%
تقنيات المعلومات	200	213	126	54	12	3.8843	77.69%
12	17	20	16	2	0	3.94546	78.91%
13	13	22	11	8	1	3.69091	73.82%
14	14	20	14	5	2	3.70909	74.18%
الملموسية او التجسيد	44	62	41	15	3	3.78182	75.64%
15	16	18	15	5	1	3.78182	75.64%
16	20	17	11	5	2	3.87273	77.45%
17	12	24	11	7	1	3.70909	74.18%
الاعتمادية او المصادقية	48	59	37	17	4	3.78788	75.76%
18	16	21	12	4	2	3.81818	76.36%
19	23	14	12	4	2	3.94546	78.91%
20	21	19	11	3	1	4.01818	80.36%
سرعة الاستجابة	60	54	35	11	5	3.92727	78.55%
21	20	17	13	4	1	3.92727	78.55%
22	15	23	12	5	0	3.87273	77.45%
23	15	18	13	9	0	3.70909	74.18%
الثقة والامان	50	58	38	18	1	3.83636	76.73%

72.73%	3.63636	1	7	17	16	14	24
74.18%	3.70909	1	8	15	13	18	25
74.18%	3.70909	1	5	16	20	13	26
73.70%	3.68485	3	20	48	49	45	التعاطف مع العميل

ترتيب السؤال	التباين	اختلاف	انحراف	رقم السؤال
26	0.46736	0.35471	1.21245	1
4	0.65169	0.2334	0.9421	2
22	0.54491	0.29895	1.10341	3
16	0.5557	0.27054	1.00838	4
25	0.50281	0.33819	1.19905	5
7	0.6342	0.22406	0.89217	6
5	0.64583	0.25565	1.02724	7
2	0.68138	0.2334	0.9633	8
1	0.71172	0.18639	0.78625	9
3	0.66348	0.23558	0.95945	10
11	0.60557	0.24065	0.93636	11
	0.60351	0.2654	1.0309	تقنيات المعلومات
8	0.62266	0.22041	0.86961	12
23	0.54491	0.28499	1.05185	13
17	0.55029	0.28736	1.06585	14
	0.57209	0.26454	1.00044	الملموسية او التجسيد
15	0.57209	0.27258	1.03084	15
12	0.59992	0.28999	1.12307	16
18	0.55029	0.27295	1.01238	17
	0.57392	0.27779	1.05222	الاعتمادية او المصادقية
14	0.58314	0.27649	1.05569	18
9	0.62266	0.28616	1.12905	19
6	0.64583	0.24651	0.99053	20
	0.61694	0.26907	1.05671	سرعة الاستجابة
10	0.61694	0.26323	1.03377	21

13	0.59992	0.23861	0.92405	22
19	0.55029	0.28264	1.04833	23
	0.58871	0.26113	1.00177	الثقة والامان
24	0.52893	0.29163	1.06046	24
20	0.55029	0.30552	1.13321	25
21	0.55029	0.26797	0.99392	26
	0.54312	0.28715	1.05811	التعاطف مع العميل

المصدر من اعداد الباحثون بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية

5- المحور الرابع:- الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات

- 1- توصل البحث الى انه يوجد اثر ذو دلالة احصائية لتكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية .
- 2- اوضحت نتائج التحليل الاحصائي وجود تباين بين مفردات عينة البحث من حيث استجابة عملاء المصارف التجارية فيما يتعلق بجودة الخدمة المقدمة .
- 3- تساهم تكنولوجيا المعلومات في طرح بمستوى عالي وبجودة عالية .
- 4- تساهم تكنولوجيا المعلومات على تقديم منتجات جديدة وخدمات متنوعة بتقنية مختلفة ومتفوقة على المنافسين .

التوصيات

- 1- ضرورة تبني اساليب تكنولوجيا المعلومات الملائمة لتطوير جودة الخدمات المصرفية وتقديمها بشكل متميز للعملاء للمحافظة عليهم وكسب ولائهم .
- 2- على المصارف القيام بحملات توعية لعملائها عن الخدمات الالكترونية المقدمة وتحفيزهم على استخدامها .
- 3- عمل على قيام دورات تدريبية بشكل دوري ومستمر للموظفين من اجل الارتقاء بقدراتهم ومهاراتهم في مجال تقنيات المعلومات نظرا لتطورها المستمرة والسريع .
- 4- الاستخدام الجيد للموارد المتاحة للبنوك التجارية بأقصى كفاءة لتحقيق وكسب رضا الزبائن من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية توافق رغبات واحتياجات عملاء المصرف .

- 1- Verma ,” Banking on change j- ICFAI Reader ,May 2007, pp.69-72.
- 2- Uppal, R.K. and Jatana, Rimpi - Indian banking moving towards information technology, New Delhi : Mahamaya,254p, 2008.
- 3- Indrajit, Richardus Eko. 2011. Peranan Teknologi Informasi dan Internet. Yogyakarta: Andi.
- 4- McLeod, R. dan Schell, G.P. 2007, Management Information System (edisi ke10), Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- 5- Acholiya, R., & Keshari, V. (2013). Benefits of IT in Banking Sector. Pioneer Journal, 2013. Retrieved from: <http://pioneerjournal.in/conferences/tech-knowledge/15th-national-conference/3899-benefits-of-it-in-banking-sector.htm>.
- 6- Khajeh dangolani, S. (2011). The impact of information technology in banking system: a case study in Bank Keshavarzi IRAN. Procedia - Social and Behavioural Sciences, 30, 13-16.
- 7- Yu, C.S. (2012). Factors affecting individuals to adopt mobile banking: empirical evidence from the UTAUT Model. Journal of Electronic Commerce Research, 13(2), 104-121.
- 8- Dahlberg, T., Mallat, N., Ondrus, J., & Zmijewska, A. (2008). Past, present and future of mobile payments research: a literature review. Electronic Commerce Research and Applications, 7(2), 165-181.
- 9- Krugel, G.T. (2007). Mobile banking technology options: an overview of the different mobile banking technology options, and their impact on the mobile banking market, 2007. Retrieved March 18 2015.
- 10- Hurriyati, Ratih. (2010). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabetha.
- 11- Mulyadi . 2014 . Akuntansi Biaya. Edisi-5. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- 12- Frimayasa, A. (2017). Konsep Dasar Strategi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Perusahaan Telekomunikasi Indosat Ooredoo. Cakrawala, XVII (1), 65–71. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/viewFile/1882/1476>.
- 13- Martenz & Carlos (2007). Analyze and measure the impact of investment in IT information one the performance of Mexican companies.