جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بابل – كلية الادارة والاقتصاد
قسم ادارة الاعمال

اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية العراقية

بحث تقدم به الطالبان
كرار حيدر عمران
شهد مهدي سبع

وهو جزء من متطلبات نيل درجة البكالوريوس في ادارة الاعمال

إشراف
د. محمد سعد

1445هـ 2024م

بسم الله الرحمن الرحيم

(وَعِنْدَهُ مَفاتِحُ الْغَيْبِ لا يَعْلَمُها إِلاَّ هُوَ وَيَعْلَمُ ما فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ

وَما تَسْقُطُ مِنْ وَرَقَةٍ إِلاَّ يَعْلَمُها وَلا حَبَّةٍ فِي ظُلُماتِ الأَرْضِ وَلا رَطْبٍ وَلا

يابِسٍ إِلاَّ فِي كِتابٍ مُبِينٍ)

صدق الله العظيم

سورة الانعام/ آية: 59

الاهداء

إلى بارئي ومصوري ومالكِ رقَي

اعترافاً بفضله ومنّه عليّ وتوفيقي

إلى رسول الرحمة العربي القريشي محمد بن عبد الله الذي لولاه ما أشرق نور في العالم وما عرف وجه الله إلا به ، حامل مشعل الحق للإنسانية جمعاء طامعا بشفاعتها

إلى آل بيته الأطهار المطهرين وصحبه المنتجبين ومن والاهم وسار على هديهم إلى يوم الدين

الى نبراس طريقي ونور عيني ..... والدي العزيز

إلى تلك التي واصلت الليل بالنهار من أجلي .... والدتي مع تقديري العالي لما بذلته من جهد متواصل خلال انشغالي بالبحث والدراسة

وإلى الأحبة ولكل الأصدقاء.

أهدي ثمرة هذا الجهد

شكر وتقدير

أتقدم بكل آيات الشكر والعرفان لأساتذتي في كلية

الادارة والاقتصاد – جامعة بابل، شكرا وعرفانا

واخص بالذكر منهم

د. محمد سعد

مع تمنياتي له بالتوفيق

المحتويات

المقدمة 1

المبحث الاول : منهجية البحث 2

المبحث الثاني : التعريف بتكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية (مفاهيم نظرية) 4

المبحث الثالث : الجانب العملي 21

المبحث الرابع : الاستنتاجات والتوصيات 32

المصادر 34

المقدمة

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من ابرز مظاهر ثورة المعلومات المتطورة التي ساهمت في تطوير العمل الإداري بشكل كبير لما توفره من دقة عالية وسرعة كبيرة في الحصول على المعلومات التي تعمل على ترشيد عملية اتخاذ القرار.

ان التقدم في مجال تقنية المعلومات والمتمثلة بالحاسبات والبرمجيات وشبكات الاتصالات ساعدت الافراد على تطوير قدراتهم للتحول من عصر المعلومات إلى عصر المعرفة ، إذ فرضت التحديات الجديدة في البيئة على المنظمات الاهتمام بمعالجة ظاهرة فقدانها للعديد من الافراد الخبراء والمفكرين وذوي المهارات والقابليات بسبب تغيرات عديدة منها مثلا اعادة الهندسة واستراتيجيات الترشيق للهرم الإداري ، الأمر الذي أدى إلى ظهور العديد من الدراسات والأبحاث لمعالجة هذه الظاهرة ، التي تبلورت في مفهوم جديد اطلق عليه "إدارة المعرفة". وتكنولوجيا المعلومات المصرفية لعبت دورا مهما متميزا في ترصين اداء والمهام داخل المصارف .

المبحث الاول : منهجية البحث

أولا : مشكلة البحث

لتكنولوجيا المعلومات أهميه خاصة بالنسبة لمنظمات الأعمال، إذ إن التعقيد البيئي والمنافسة الحادة والتغيير السريع في حاجات ورغبات الزبائن دفع هذه المنظمات للعمل على رفع مستوى كفاءة وفعالية أدائها لتلبيه طموحاتها في المنافسة والبقاء.

وأصبح بامكان المنظمات المصرفية بشكل خاص تبني المفاهيم الاساسيه لتكنولوجيا المعلومات واستخدام الأدوات والوسائل اللازمة للإبتعاد عن الصيغ التقليدية في العمل المصرفي وأحداث تغيير أفضل في الخدمات المصرفيه المقدمة للزبائن.

لقد تناولت الدراسة المتغير المستقل ابعاد تكنولوجيا المعلومات (الأجهزة والمعدات، البرامجيات، الاتصالات، الموارد البشرية) والمتغير المعتمد ابعاد تحسين جودة الخدمة المصرفية (الاعتمادية، الاستجابة، سهوله الوصول والحصول على الخدمة، معرفه وفهم الزبون، الجدارة الاهليه، المصداقية، الاتصالات، الكياسة والمجامله، الأمان، الملموسات) وبموجب ما تقدم يتبنى البحث الحاضر منهجا وصفيا وتحليلا، ومقارنه لآهميه متغيرات البحث وتفسير اثر تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية، وهدفت الدراسة إلى الاجابه عن تساؤلات في ضوئها تم بناء الإطار النظري، وصياغة تسع فرضيات اختبرت العلاقات ارتباطا واختلافا وتأثيرا، واستند البحث إلى مجموعة مقاييس عالميه جاهزة وتم تطويرها، وجمعت البيانات من (87) فردا لكل من العاملين والزبائن في ستة مصارف حكومية وأهليه عامله في محافظة بابل، واعتمدت أساليب احصائيه وصفيه واستدلاليه متقدمه على النظام (SPSS 10)

اتساقا مع ما تقدم، فان التساؤلات البحثية يمكن ان تؤطر الى حدود معينة مشكلة البحث الحاضر وتوجهاته المستهدفة على النحو الآتي :

1- هل هناك علاقة ارتباط معنوية بين تكنولوجيا المعلومات و اداء المصارف للافراد العالمين.

2- هل تؤثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية .

ثالثا : أهمية الدراسة

توفر الدراسة وفق المحاور الآتية :

الأهمية الأكاديمية : إثراء المكتبة العربية بنتاج علمي ضمن علاقة افتراضية بين المتغيرين، واضافة إطار نظري مفهومي تكاملي لعلاقة تكنولوجيا المعلومات بجودة الخدمة المصرفية.

ثالثا: أهداف البحث :

إن الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها تتمثل بالأتي :

1- التعرف على تكنولوجيا المعلومات

2- التعرف على جودة الخدمة المصرفية

3- التعرف على العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية.

رابعا: فرضية البحث :

يفترض البحث الحالي وجود علاقة ارتباطية بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية من خلال الدراسة التطبيقية مصارف محافظة بابل ..

خامسا : حدود البحث

يتحدد البحث الحالي بدراسة تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية

الحدود الزمانية : 2023-2024

أساليب البحث

استخدم البحث الحالي الاساليب وهي :

1- توزيع الاستبانة .

2- المقابلات الشخصية .

المبحث الثاني : التعريف بتكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية (مفاهيم نظرية)

1- مفهوم تكنولوجيا المعلومات

تعد المعلومات القاعدة الأساسية لأي تطور حضاري في أي مجتمع، فبدون المعلومات لا تستطيع المجتمعات والمنظمات ان تتطور أو تحافظ على تطورها، حيث تعتمد عملية التطور على حصر المعلومات بالشكل الذي يسهل استخدامها والإفادة منها.

وان تكنولوجيا المعلومات جعلت معظم المنظمات تتحول تدريجياً من العمل الروتيني (الورقي) الى العمل الفكري المنظم الذي يعتمد لغة الأرقام والحقائق والأفكار، من اجل استثمار وقت وجهد العاملين فيها. فمن خلال الاستخدام المتنامي للحاسبات والبرامجيات ووسائل الاتصالات المتطورة تقوم المنظمات وبشكل مستمر بأجراء مسح سريع وفوري للمعلومات المطلوبة بقصد اتخاذ القرارات اللازمة في الوقت المناسب.(عقيلي ، وحسن، 1998، ص8)

اولا : التكنولوجيا

ان ما نشهده اليوم من تغيرات هامة في المنظمات والمجتمعات ما كان ليحدث لولا التطورات التكنولوجية الكبيرة والتي تسارعت بصورة مطردة أدت الى اختلاف آراء الباحثين والمختصين في حصر مفهوم لها. بأنها المعرفة التي ترتبط بكيفية أنجاز المهمات وتحقيق الأهداف، لاسيما إن تأثيراتها تمتد لتشمل الاقتصاد الوطني بوحداته كافة كعامل أساسي في تحقيق النجاح أو الفشل.(الخفاجي ، 2000، ص12)

إن التكنولوجيا هي مجموعة من المعارف والخبرات والمهارات اللازمة لتصنيع منتجات أو خدمات معينة وإنشاء المشروع الملائم لإنتاجها.

بأنها التطبيق المنظم بكونها المعرفة المكتسبة في المهام العلمية لحياة الإنسان وهي تمثل مجموعة الوسائل والأساليب الفنية التي يستخدمها الإنسان في مختلف جوانب حياته العلمية.(توربان، 2000، ص74)

لتحويل المدخلات (مواد، معلومات) إلى مخرجات (متمثلة بالسلع والخدمات).

ثانيا : المعلومات

للمعلومات دور كبير في حركة الإنسان والمجتمع وتطورهما، إذ هي تعد اليوم أساس نجاح المنظمات في تحقيق الأهداف التي تسعى اليها. وقد اختلفت أراء المختصين حول مفهوم المعلومات .

المعلومات هي مجموعة من الحقائق والمفاهيم التي تخص أي موضوع من الموضوعات والتي تكون الغاية منها تنمية وزيادة معرفة الإنسان ويمكن إن تكون أماكن أو أشياء والمعلومات يمكن الحصول عليها من خلال البحث أو القراءة أو الاتصال أو ما شابه ذلك من وسائل اكتساب المعلومات والحصول عليها ويجب إن تحمل المعلومات قيمة.

في حين أنها بيانات يتم معالجتها بطريقة أو بأخرى كي تصبح نافعة، أي إن مجرد معالجة البيانات لا يحولها إلى معلومات، لان معيار التفرقة يقوم على مدى منفعة المعلومات للإدارة. فالبيانات هي (الأرقام، والكلمات، والأسماء، والأشكال) التي يمكن تخزينها بطريقة معينة، وعند تحويل هذه البيانات إلى معلومات مفيدة عندئذ يصح إن تطلق عليها اسم معلومات.

إن المعلومات تمثل الحقائق والآراء والمعرفة المحسوسة في صورة مقروءة اومسموعه أو مرئية أو حسية.

البيانات بأنها مجموعة من الإشكال التعبيرية الخام، الكيفية أو الكمية المعرفة كيفيا، وهي ما تعطيه الظاهرة قيد البحث من معلومات وصفية عن الظاهرة نفسها أو بعض جوانبها، ويتم الحصول على المعطيات (Data) بالملاحظة أو العدد أو القياس أو الاختبار أو التجربة أو أي طريقة أخرى مناسبة.

فالمعلوماتية هي ذلك الإطار الذي يتكون من تكنولوجيا المعلومات وعلوم الحاسبات ونظم المعلومات وشبكات الاتصال وتطبيقاتها في مختلف مجالات العمل المنظم وفي مقدمتها إدارة الأعمال (سلامه، 1998 ، ص184)

ان علومات بأنها بيانات ذات معنى، أو المعرفة المفيدة التي يتم التوصل اليها من خلال معالجة البيانات سواء كان ذلك يدوياً أو آلياً. والبيانات هي عبارة عن حقائق خام غير مجمعّة وكثيراً ما تكون غير مرتبطة ببعضها البعض.

ونها بيانات يتم معالجتها بحيث تصبح ذات معنى، والبيانات عبارة عن رموز مجردة من المعنى الظاهري وتعتبر المادة الخام التي يمكن إن تكون كمية يمكن قياسها وحسابها رياضياً، أو ان تكون غير كمية (وصفية) مثل العادات والتقاليد ..الخ. وتتطلب

أجراء معالجات معينة من اجل تحويلها إلى نتائج (معلومات) يمكن الاستفادة منها بشكل أفضل.(السالمي، 2000، ص283)

إن الاتجاهات الحديثة في نظم المعلومات تؤكد على أهمية الدور الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات، فقد أصبحت المعلومات جزءاً لا يتجزأ من نسيج الادارة ومورداً اساسياً تعتمد عليه في تدعيم العملية الادارية . إذ إن التحدي الحقيقي الذي يواجه المعنيين في المنظمات المعاصرة يتمثل في كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات كأداة استراتيجية في مواجهة التحديات الكبيرة ومواجهة التقدم الحضاري والتكنولوجي لضمان نجاح المنظمات واستمرارها في ظل بيئة تنافسية تتسم بالتعقيد والتغيير السريع. ومن هذا المنطلق فقد تباينت أراء المختصين والباحثين حول مفهوم تكنولوجيا المعلومات.

ذهب في وصفه لتكنولوجيا المعلومات على أنها مزيج من تكنولوجيا الاتصالات وتكنولوجيا الحاسبات الالكترونية.

لتكنولوجيا المعلومات بأنها التقنيات المتطورة التي تستخدم في تحويل البيانات بمختلف إشكالها إلى معلومات بمختلف أنواعها والتي تستخدم من قبل المستفيدين منها في كافة مجالات الحياة.(الشوابكة، 2001، ص32)

ثالثا : استخدامات تكنولوجيا المعلومات

يطلق على هذا العصر مسميات مختلفة، فهناك من يطلق عليه عصر المعلومات أو ثورة الاتصالات أو الانفجار المعلوماتي. وقد انتشرت بين الناس والمختصين تعريفات ومفاهيم كثيرة منها على سبيل المثال نظرية المعلومات، والمعلوماتية، والمدخل المعلوماتي، وغيرها وهذا دليل واضح على تزايد وعي الناس بمكانة المعلومات وأهميتها للنشاط الإنساني وتعاظم دورها في ظل ظروف التغيرات البيئية المتسارعة التي يشهدها عالمنا المعاصر .

واستخدمت تكنولوجيا المعلومات في شتى ميادين الأعمال، وأحدثت تطبيقات الحاسوب وتكنولوجيا الاتصالات ثورة في طبيعة مؤسسات الأعمال وترتيب إعمالها. إذ انه أصبح بامكان المعنيين في منظمات الأعمال استخدام تكنولوجيا المعلومات في تصميم المنتجات وتقديم الخدمات وفقا لرغبات الزبائن (شعبان، 2000، ص18)

ويمكن تحديد السمات الرئيسة لعصر المعلومات (Senn, 1998,67) بالأتي:

1. وجود مجتمع معلوماتي، يتعامل مع المعلومات بطريقة تكنولوجية.
2. الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات، الذي يعد الحاسب الالكتروني العنصر الأساسي فيها، إذ أنه يتميز بالسرعة والدقة المطلوبة.
3. الاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات التي بدورها ساعدت في تحسين العملية الإنتاجية.
4. إسهام تكنولوجيا المعلومات في التغيرات المتسارعة في كل مجالات الحياة، وقدرتها على إحداث التطور في الاقتصاد العالمي والقدرات التنافسية لمنظمات الأعمال.(الطائي، 2000، ص114)

إن تكنولوجيا المعلومات تساهم في الإدارة الاستراتيجية من خلال الأتي :

1. تقدم تكنولوجيا المعلومات للمنظمات على اختلاف إشكالها وطبيعة إعمالها تطبيقات جاهزة يمكن الاستفادة منها في تحقيق ميزة تنافسية.
2. تدعم تكنولوجيا المعلومات التغيرات الاستراتيجية مثل إعادة هندسة الأعمال والسماح بتبني اللامركزية من خلال تأمين خطوط الاتصال السريعة وتحقيق الانسيابية وتقصير الأزمنة اللازمة لتصميم المنتجات.
3. تأمين المعلومات الاستخبارية في مجال الأعمال والأسواق والمنافسين والتغيرات الحاصلة في البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة. (الاغا ، 2003، ص34)

رابعا : أدوات تكنولوجيا المعلومات

شهدت المنظمات تطوراً هائلاً وسريعاً في الفترة الأخيرة، وذلك بسبب تطور تكنولوجيا المعلومات وحاجة المستفيدين من أفراد ومنظمات إلى وسائل حديثة يمكن استخدامها في الحصول على ما تحتاج إليه من معلومات ومن بين أهم هذه الأدوات والوسائل هي :

عرّف (Seen,1998.15) الحاسوب بأنه مجموعة من الأجزاء الالكترونية التي تساعد في خزن البيانات والمعلومات.

الحاسوب على أنه مجموعة من الأجزاء الالكترونية المترابطة مع بعضها البعض، وهذه الأجزاء الالكترونية لا يمكن فصلها عن بعضها ولا يمكن لأي جزء منها

يعمل لوحده وتستخدم أجهزة الحاسوب في خزن وتحليل واسترجاع كميات هائلة من المعلومات.

إلى الحاسوب بأنه نظام يتكون من مجموعة مترابطة من المكونات التي تؤدي مشتركة مع بعضها البعض الوظائف الأساسية للنظام من إدخال، ومعالجة، وإخراج، وتخزين، ورقابة وبالتالي توفر للمستخدم النهائي أداة قوية متقدمة لمعالجة البيانات.(الشوابكه ، 2004، ص84)

خامسا : مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات

يمكن إيجاز التطورات التاريخية المختلفة لكل ما له علاقة بالمعلومات وتطور التكنولوجيا ذات العلاقة بها كالاتي :

جدول (1)

التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات

التاريخ	التطور التاريخي في مجال المعلومات والاتصال
3500 ق.م	اختراع الكتابة المسمارية في بلاد وادي الرافدين من قبل السومريين.
628-667 ق.م	أول مجموعة لمصادر المعلومات في العالم/ مكتبة أشور بانيبال، حيث اشتملت على أكثر من ثلاثين ألف لوح طيني Clay Tablet.
1450 م	اكتشاف الطباعة المعدنية المتحركة من قبل كوتنبرغ في ألمانيا.
1594 م	ظهورا ول مجلة وكان ذلك في ألمانيا
1642 م	اكتشاف أول ماكنة للعد والحساب Machine Mechanical Adding.
1866 م	اكتشاف آلة الحساب الاتوماتيكية (Automatic Calculator) وكانت باسم باب أج (Babbage).
1837 م	اكتشاف التلغراف، من قبل صاموبل مورس (Samuel F.B.Morse) وهو أول نظام اتصال رقمي بعيد المدى (Digital Communion System)
1865 م	بدأت خدمةاول ناسوخ/ فاكس (Fax) بين مدينتي باريس وليون.
1881 م	استخدام أول خط هاتفي بعيد المدى في الولايات المتحدة.
1921 م	استخدام تكنولوجيا الناسوخ/ الفاكس ملي/ Facsimile في الولايات المتحدة الأمريكية.
1944 م	اكتشاف أول حاسوب الكتروني – ميكانيكي Electro- Mechanical باسم مارك 1 (Mark 1).
1947 م	اكتشاف الترانزستور (Teansistor) في أمريكا.
1951 م	أول مكالمة هاتفية مباشرة بعيدة المدى، من دون توسط البدالة.
1964 م	عرض معالج الكلمات (WORD PROCESSOR).
1969 م	إنشاء شبكة المعلومات المحسوبية، المعروفة باسم اربانيت (Arpanet) والتي كانت نواة الانترنت فيما بعد.
1973 م	بداية خدمة الفديوتكست (Videotext) في الولايات المتحدة الأمريكية.
1982 م	أ – أول عرض للحاسوب النقال أو المحمول (Portable Computer). ب – أول ظهور للأقراص المكتنزة (Compact Disc) أو الأقراص المتراصة أو المضغوطة، أو المدمجة، أو الليزرية ... الخ. ج – إطلاق القمر الصناعي الأوربي للاتصالات والإغراض المتعددة (Multiple Communications).
1993 م	عرض الحواسيب المنضدية للوسائط المتعددة / الملتيميديا (Desktop computers Multimedia).
1996 م	أطلق محرك البحث هوت بوت (Hot Bot) على الانترنت.
1997 م	ظهور خدمة الاتصالات الهاتفية عبر الانترنت (Internet. Telephonic- to Telephone Services).
1998 م	بداية بث التلفزيون الرقمي (Digital HD TV).
2001 م	أطلقت مايكروسوفت نظام (Windows XP).
2002 م ولحد الآن	ما زالت التطورات المتلاحقة

المصدر (قنديلجي والسا مرائي، 2002، 102-108).

سادسا : أنواع الحاسبات

يمكن تصنيف الحاسبات على ثلاثة أنواع هي :

1. **الحاسبات العملاقة**

وتستخدمها المنظمات العملاقة والأجهزة الحكومية، ومن استخدامات هذا النظام هو الحاسبات الهندسية العلمية، ويمكن إن تصل كلفة الحاسبة الواحدة من هذا النوع إلى ملايين الدولارات.

2. **الحاسبات الكبيرة**

وتستخدمها المنظمات الكبيرة، ومن أهم مميزات هذا النوع أنه ذو كلفة وإمكانية عاليتين في نفس الوقت وهذا النوع يكلف مئات الآلاف من الدولارات (الكيلاني ، 1997، ص19).

3. **الحاسبات المتوسطة**

وتستخدمها المنظمات متوسطة الحجم، ومن استخدامات هذا النوع من الأنظمة هو في إغراض السيطرة والبحوث العلمية والتطبيقات الهندسية.

4. **الحاسبات الصغيرة**

وتستخدمها المنظمات الصغيرة والأفراد وتسمى أيضا بأجهزة الحاسوب الشخصية، ويمكن استخدام هذه النظم كمشغل معلومات لمنظمات الأعمال أو تستخدم كنهايات طرفية في شبكات الحاسوب، وتوجد عدة أنواع من هذه الحاسبات الحاسوب لمستخدم واحد الذي يوضع في المكتب، أو يحمل من قبل المستخدم أو المستفيد كما هو في أجهزة الحاسوب

5. **محطات العمل**

وتسمى أحيانا بالحاسبات المصغرة الكبيرة، وهذه الحاسبات صغيرة الحجم ومتينة وتستخدم عموما من قبل شخص واحد، وتتميز بسرعتها الفائقة واستخدامها لشاشة كبيرة الحجم وملونة تظهر المخرجات بوضوح ودقة متناهية، وقد استخدم العلماء والمهندسون محطات العمل كأدوات للتخطيط التمهيدي والتصميم وعمل الخرائط في عمليات الإنتاج

والتصنيع، ومحطات العمل تفوق الحاسبات الصغيرة في سرعتها وسعة الذاكرة فيها (المصدر نفسه، ص20).

سابعا : جودة الخدمة المصرفية

يعد الاهتمام بمفهوم الأداء عموماً والأداء العالي ، أو كما يطلق عليه بعض الباحثين بالأداء المتفوق بشكل خاص ، من المفاهيم الإدارية التي حظيت بمستوى كبير من الاهتمام من قبل المنظمات لكونه يرتبط ارتباطاً وثيقاً بهدف ونجاح المنظمة في ظل البيئة التنافسية المتغيرة.

إن البحث الذي أجراه الباحث عن موضوع رقابة الاداء في الأدبيات الإدارية الحديثة أسفر عن وجود قلة ملحوظة في تناول هذا الموضوع في الدراسات العربية بشكل تفصيلي ، لذا فقد سعى الباحث إلى تغطية جوانب هذا الموضوع بما هو متيسر ومتاح من مصادر ، وقد وقع الاختيار على مصطلح رقابة الاداء ليعني بذلك الأداء المتفوق أو الأداء العالي بوصفها مرادفات لهذا المصطلح.

يتناول رقابة الاداء مستويين ، وهما رقابة الاداء على مستوى الفرد ، ورقابة الاداء على مستوى المنظمة ، واستنادا إلى هدف الدراسة وتوجهاتها سيتم تناول رقابة الاداء .

ان الافتراض الرئيس في لجوء المنظمات للاهتمام بهذا النوع من الاداء يكمن في عدم جدوى قيام الأفراد بتأدية المهام الموكلة اليهم فحسب ، بل ان التطورات الحاصلة في بيئة المنظمات استدعى ضرورة التفكير في السبل التي تجعل من الافراد ينجزون اعمالهم باسلوب مبتكر وغير تقليدي ، بحيث يستطيع الفرد ان يتفوق على مستويات اداء العاملين الاخرين ويتجاوز حدود المعايير المحددة كما ونوعا من قبل المنظمة وبما يرضي ادارة المنظمة والزبائن خصوصاً تلك المنظمات التي تعمل في بيئات تتسم بحدة المنافسة والتغيرات المستمرة في رغبات الزبائن.

يقصد بالأداء الوظيفي للفرد بشكل عام هو مجموعة السلوكيات الإدارية المعبرة عن قيام الموظف بعمله ، وتتضمن جودة ومستوى الأداء ، وحسن التنفيذ والخبرة الفنية المطلوبة في الوظيفة ، فضلاً عن الاتصال والتفاعل مع بقية أعضاء المنظمة والالتزام باللوائح الإدارية والاستجابة لها (الحوامدة ، 2004، ص66).

ويعرف (القريوتي ، 2000) رقابة الاداء من مدخل التركيز على الناتج الإبداعي بوصفه المدخل الثاني من مداخل دراسة الإبداع ، ويتمثل بمقدار الإنتاجية والبراعة في الأداء.(القريوتي ، 2000 ، ص303)

رقابة الاداء "هو مجموعة من سلوكيات وقدرات ومهارات فكرية ومعرفية عالية يتمتع بها الأفراد العاملون في المنظمات بحيث تصبح لهم القدرة على توظيف تلك المهارات والمعرفة والسلوك في مجال عملهم وتخصصهم بما يجعلهم ينجزون اعمالاً تتجاوز حدود المعايير المنظمية وتتفوق على ما يقده الاخرون كماً ونوعاً ، ويقدمون أفكارا ومنتجات تتسم بالحداثة والاصالة والإبداع والتميز وبما يعزز من تحقيق أهداف عالية المستوى والأداء المتنامي للمنظمة".

ولقد جاء هذا المفهوم لتجاوز نقاط الضعف في المفاهيم السابقة ، إذ لم تشير اغلب المفاهيم للتميز في الأداء الفكري والقابليات الذهنية والتي تعد من ابرز مصادر الابتكار والابداع ، فضلاً عن غياب عملية الربط بين التميز وتقديم المنتجات التنافسية.

وفي سياق عرض مفاهيم رقابة الاداء يستلزم الأمر عرض بعض المفاهيم للمصطلحات التي لها صلة بهذا الموضوع ، ومن ابرز هذه المفاهيم مفهوم الإبداع والسلوك الإبداعي للأفراد ، إذ يعرف (روشكا) الإبداع أنه النشاط أو العملية التي تقود إلى إنتاج يتصف بالجدة والاصالة والقيمة من اجل المجتمع (همشري 1994 ، ص118).

ويرى (موسى ، 1990) ان الإبداع يمثل المقدرة على تركيب أو تجميع الأفكار بشكل جديد غير اعتيادي وهو تصور أصيل للبدائل التي يمكن ان تساهم في مواجهة المشكلات القائمة أو المحتملة.(موسى ، 1990 ،ص110)

ويعرف (الملوك ، 2002) الإبداع أنه نشاط إنساني يمارس من قبل افراد تتوفر فيهم خصائص تميزهم عن الآخرين ، ويؤدي هذا النشاط إلى تقديم شيء جديد يأخذ اشكالا متنوعة ويؤدي استخدامه إلى تحقيق منافع شريطة توافر البيئة الملائمة لممارسة مثل هذه النشاطات.(شريف 2002 ، ص132)

تشكل الجودة عاملا رئيسا في نجاح المنظمات لما لها من دور في استخدام الموارد المتاحة وتحقيق موقع تنافسي في السوق، فالجودة تعد ثمن الدخول الى السوق، وتباينت مفاهيم الجودة وتنوعت بناءاً على اسهامات واراء الكتاب والباحثين، فقد عرفتها الجمعية الامريكية للجودة بانها " المجموع الكلي للخصائص التي تؤثر في قدرة سلعة او خدمة معينة على تكييف حاجات ورغبات معينة" وعند (الصباغ ، 2002 ، ص32) هي "القمية المتكاملة التي تتراكم في المنتج، من خلال الاسهام المتعاقب والمتواصل لكل عامل من العوامل المؤثرة عليها بيئية كانت او وظيفية او ادارية وتتأتى هذه القيمة من جهود العاملين المخولين بالصلاحيات المناسبة".

ان الجودة "هي الدالة الكلية لقدرة المنتج في تحقيق القيمة الاستراتيجية المضافة للزبون والمنظمة، من خلال تلبية التوقعات او التفوق عليه".

وتأسيسا لما تقدم نرى الجودة عملية بنائية تهدف الى تحسين المنتج النهائي وذلك من خلال تحسين ظروف العمل لكل العاملين في المنظمة، وتتحقق الجودة عندما ينجح المنتج في تصميم وتنفيذ وتقديم منتج يشبع حاجات وتوقعات الزبون المعلنة وحتى تلك التي لم يفصح عنها. وتعد الجودة بلا شك سلاحا تنافسيا فاعلا، وهناك زبائن عديدون لا يمانعون في ان يدفعوا اكثر ليتلقوا منتجات اعلى جودة واكثر انسجاما مع توقعاتهم. (الخياط، 2002، ص123)

ولقد شهدت السنوات الاخيرة من القرن العشرين تطورا كبيرا في الانظمة المصرفية وقد أدى هذا التطور الى بلوغ معظم الخدمات المصرفية المقدمة مرحلة النضوج ضمن دورة حياة الخدمة المصرفية، والى تماثل الخدمات التي تقدمها مختلفة الأنظمة المصرفية

وقد أدى هذا التطور الى تقليل المنافسة بين المصارف بشأن الخدمات المقدمة وبروز مفهوم جودة الخدمة المصرفية كواحد من أهم المجالات التي يمكن ان تتنافس المصارف فيما بينها من خلالها، وهذا يعني ان توجه زبائن المصارف في طلب الخدمات المصرفية ليس فقط لمجرد المضامين التسويقية التي يحصل عليها من تلك الخدمة وانما لما تتصف به تلك المضامين من قيم رمزية يبحث عنها الزبون وتشكل له جودة أفضل من وجهة نظره، وضمن هذا السياق ظهرت مفاهيم مثل (خدمة الزبائن، التعاطف مع الزبائن، سرعة الانجاز السرية المصرفية في التعامل، أسلوب تقديم الخدمة...الخ) كمجالات للتمييز في تقديم الخدمات المصرفية وهو ما يشكل مفهوما لجودة الخدمات المصرفية (العفيشات ، 2001 ، ص37).

ان جودة الخدمة المصرفية تكمن في إدراكات الزبائن وتتشكل في ضوء توقعاتهم. ان قياس جودة الخدمات المصرفية يجب ان تتشكل على اساس ايجاد المقاييس التي ترتبط بادراكات الزبائن وتعبر عنها، أي ان مفهوم جودة الخدمة المصرفية يختلف عن مفهوم الجودة بشكل عام كما تحدده المواصفات القياسية فهنالك تباين بين الجودة المدركة من قبل الزبائن وبين الجودة القياسية.

وتأسيساً لما تقدم فأن جودة الخدمة المصرفية هي الدرجة التي تزيد عندها احتمالية الحصول على النتائج المرغوب فيها بالشكل الذي يجعلها متطابقة مع توقعات الزبون او تقترب منها , من خلال تطبيق مبادئ التسويق بشكل علمي وأداء المزيج التسويقي بفعالية واستخدام التقنيات المصرفية بكفاية .

وبناءً على ما تقدم على المصارف ان تسعى بخطوات متسارعة نحو تطوير جودة الخدمات المصرفية المقدمة، حتى تستطيع الارتقاء الى مستوى التحديات المتباينة التي تواجه العمل المصرفي.(الصباغ ، 2002 ، ص89)

مستويات الجودة ومداخل دراستها

يمكن التمييز بين خمس مستويات لجودة الخدمة المصرفية التي تقدم الى الزبائن كما حددها وهي:

1. الجودة المتوقعة من قبل الزبائن وتتمثل في الجودة التي يرى الزبائن ضرورة وجودها.
2. الجودة المدركة من قبل ادارة المصرف وتراها مناسبة وتختلف بأختلاف رسالة وتوجهات المصرف وقدراته وموارده.
3. الجودة القياسية المحددة بالمواصفات النوعية للخدمة.
4. الجودة الفعلية التي تؤدي بها الخدمة والتي تمثل الواقع الفعلي للخدمة.
5. الجودة المروجة للزبائن والتي تزيد من اكتساب الزبائن وذلك من خلال الحملات الترويجية.

ووفق تبني المفهوم الحديث للتسويق والذي يعد الزبون الحجر الاساس او نقطة الارتكاز في تخطيط الاستراتيجية التسويقية للخدمة على دعم مفهوم جودة الخدمة المصرفية كما يدركها الزبائن كون ان ادارة المصرف لا تعترف بحقيقة ان حاجات الزبائن قد تتطور استجابة للتطور في الخدمات المقدمة لهم وهو ما يجعلها تعتقد ان ما تقدمه يعد مناسبا. (المصدر نفسه ، ص90)

ان للجودة خمسة مداخل والتي طورها وهي تعكس الى حد ما المفاهيم التي اعتمدها رواد الجودة وممارسوها:

1. مدخل التميز (التفوق)

على وفق منظور التميز او التفضيل فان الجودة تعني التفوق الطبيعي، وهو ما لايمكن ادراكه الا عندما نراه، او انها افضل ما يمكن عمله، ومشكلة هذا المدخل انه لا يقدم للمدراء الدليل او المنهج العملي للتميز او التفوق وحدوده. (الصوفي ، 1999 ، ص89)

2. المدخل المعتمد على المنتج

وتعني الجودة على اساس المنتوج، الخصائص والسمات الكلية القابلة للقياس والضرورية لتحقيق رضا الزبون، وعلى الرغم من ان المدخل يقدم تقديرا موضوعيا للجودة الا انه يفترض ان جميع الزبائن يرغبون في نفس الخصائص ولهم التوقعات نفسها بالرغم من التباين في التفضيلات والاذواق.

3. المدخل المعتمد على الزبون

ويتطابق هذا المدخل مع مفهوم الملاءمة للاستعمال او المتطلبات او ما يطلق بـ (الجودة في عيون المستعمل) ومشكلة هذا المدخل تنحصر في تحديد الخصائص او الابعاد التي تحقق رضا الزبون.

4. المدخل المعتمد على التصنيع

وتعني جودة المطابقة او قدرة الاستجابة لمواصفات التصميم، وعيوب هذا المدخل تنحصر في تعامله مع الجودة بوصفها قضية تشغيلية داخلية، فان لم تكن المواصفات في ضوء توقعات الزبون ومتطلباته فانها قد تسهم في ضبط عمليات الانتاج الا انها قد لا تحقق رضا الزبون بالضرورة. (عبيد ، 2003 ، ص96)

5. المدخل المعتمد على القيمة

ان مفهوم الجودة على وفق هذا المنظور تعني الموازنة بين الجودة والسعر الذي يرغب الزبون بدفعه، أي الموازنة بين الكلفة والجودة، فالزبون قد يرغب بمستوى اقل جودة اذا كانت حساسيته للسعر عالية.

الجودة والتميز في تقديم الخدمة المصرفية

انه يمكن ربط مفهوم الجودة بالتميز والذي يشير الى شعور الزبون بان المنتج الذي يحصل عليه متميز من خلال كونه يرضيه ويشبع حاجاته ورغباته ويفوق توقعاته ، وان المنظمات تستخدم مفهوم الجودة لغرض ان تميز نفسها عن المنظمات

المنافسة الاخرى والمماثلة لها في النشاط عن طريق تكوين صورة واضحة عن المنظمة واقسامها تبقى في اذهان الزبائن. ويشير ان الجودة هي مفتاح دخول المصارف الى السوق وجلب الزبائن في حين ان التميز هو ثمن النجاح، فالسوق المصرفي المعاصر يطلب المزيد من الخدمات التي تقدم الى الزبائن بمستوى متميز ويتماشى مع توقعات هؤلاء الزبائن. وان التميز اصبح العامل المهم في التفريق بين الاداء الاعتيادي والاداء العالي لمنظمات الخدمات وبشكل خاص للمصارف التي تقدم خدماتها المصرفية، ويرى ان الجودة تتباين عن التميز في التأثير على اداء المصرف في اربعة مجالات اساسية هي:

1. التكاليف: يعتمد مدخل الجودة على تخفيض التكاليف ، أما مدخل التميز فنادرا ما يقلل من التكاليف لانه غالبا ما يشكل تكاليف اضافية للمصرف، تستعاد من خلال الحصة الاكبر في السوق.
2. التمايز في السوق: تؤكد الجودة على الحاجة بان يكون المصرف افضل من مصرف اخر في مجالات الدقة، التوقيت الدقيق، اللباقة، اما التميز فيؤكد على تمايز المصرف عن غيره من خلال جعل الزبون يشعر بانه يتعامل بخصوصية مع المصرف. (الحكيم ، 2003 ، ص24)
3. تدريب العاملين: تحدد الجودة معايير يقاس بها تقديم الخدمة فعلا اذ يقوم العاملون باداء واجباتهم بطريقة توصل الى المعايير الاعلى للخدمة، وبدون حصول الاخطاء، اما التميز فيجعل العاملين مسؤولين عن ارضاء الزبائن وبأقصى ما يستطيعون.
4. الاهتمام بمقترحات الزبون من حيث ادخال التحسينات: تؤكد الجودة على الترويج من خلال الكلمة المشجعة على التعامل والتأكيد على ان الموظف يعرف عمله جيداً وغالبا ما يفشل في ارضاء الزبون غير ان هذا لم يعد كافيا، اذا اراد المصرف التميز، هنا تظهر المكانة للمصرف في السوق كما يؤكد التميز على تشجيع الزبون على تقديم ملاحظاته حول الخدمة التي يحصل عليها من المصرف لانها تؤخذ في الاعتبار وتنعكس في احداث تحسين ملحوظ في الخدمة.

انه على المصارف ان تستخدم مدخل الجودة والتمييز سوية لغرض تعظيم رضا الزبائن وتحسين مستوى الاداء، ذلك لان الاقتصار على مدخل واحد منهما يقلل من فاعليتها على جذب الزبائن والاحتفاظ بهم، ومن الامثلة على الجودة والتمييز في تقديم الخدمة المصرفية :

1. امثلة على جودة الخدمة المصرفية:

أ. جدولة اوقات العاملين لتتوافق مع انماط وصول الزبائن.

ب. اعادة تصميم النظم لتقليل الاخطاء.

جـ. تبسيط الاجراءات لتقليل الخطوات غير الضرورية.

د. ادخال نظام الحوافز.

هـ. أتمتة العمليات لز يادة السرعة والدقة.

2. امثلة على التميز في تقديم الخدمات

أ. اتاحة الكشوفات الدورية للزبائن بالتفاصيل المطلوبة المتوافقة مع خصوصيات كل زبون.

ب. اعطاء مدراء الفروع المرونة في معالجة اسعار الخدمة المقدمة.

جـ. السماح للزبائن باختيار الارقام الرمزية الخاصة بهم عند فتح الحسابات بالمصرف.

د. اتاحة تسهيلات للاطفال اثناء زيارة الاباء للمصرف. (البرزنجي وعلوان ، (2004) ، ص58)

هـ. وضع صراف الي (ATM) قريبا من موظف الشباك لاعطاء الفرصة امام الزبون لاختيار البديل الافضل منهما.

و. جعل الضيافة داخل المصرف في متناول يد الزبائن.

و مجموعة من المستلزمات التي تسهم في ان يكون المصرف سريعا ومتميزا في تقديم الخدمة المصرفية وهي:

1. المكان

يفترض ان تتوافق الجوانب المادية للمصرف مع خدمات سريعة، وان يكون نظيفا من الداخل والخارج، وهناك تخطيط دقيق لوضع الطاولات وانسيابية السير، فضلا عن وجوب عدم جعل الطوابير طويلة.

2. العاملون

يفترض ان يكون ملاك المصرف من ذوي الخبرة في ادائهم للعمل وان يكون عددهم كافيا لاداء العمل.

3. المعدات

يفترض ان تكون معدات المصرف حديثة مثل الكومبيوتر، والانترنت ، والصراف الالي، والدوائر التلفزيونية المغلقة...الخ. (مصطفى ، (2004) ، ص95)

4. مواد الاتصال

على المصرف ان يبين مواد الاتصال به كالنصوص والصور .

5. الرموز

يجب ان يختار المصرف اسما ورمزا يبين خدمته المتميزة والسريعة.

أنموذج الفجوة للخدمة المصرفية المقدمة

طور مقياساً يهدف للوصول الى فهم توقعات وادراكات الزبائن حول ضرورة تقديم جودة عالية من الخدمات للزبائن بالاعتماد على معايير الجودة الخمسة (العناصر الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، التأكيد، التعاطف) لغرض قياس الفجوة بين الخدمة المتوقعة والمقدمة .

والفجوة = الخدمة المتوقعة – الخدمة المقدمة (المدركة)

على وفق هذا المقياس توجد هناك خمس فجوات يمكن ملاحظتها بين الخدمة المصرفية المقدمة من قبل المصارف وبين الخدمة المتوقعة من قبل الزبائن والتي تلبي حاجاتهم ورغباتهم وهذه الفجوات هي :

الفجوة (1): وتمثل الاختلاف بين توقعات الزبائن وادراك ادارة المصرف لهذه التوقعات.

الفجوة (2): عبارة عن الفجوة بين ادارك ادارة المصرف لتوقعات الزبائن ومواصفات الخدمة المصرفية التي تم تصميمها على وفق ذلك.

الفجوة (3):عبارة عن الفجوة بين مواصفات الخدمة وبين الخدمة المصرفية المقدمة فعلا.

الفجوة (4): عبارة عن الفجوة بين الخدمة المقدمة وبين ما وعدت به ادارة المصرف اعلاميا او من خلال اعلاناتها.

الفجوة (5): عبارة عن الاختلاف او الانحراف في جودة الخدمة المقدمة لزبون عن الخدمة المتوقعة.

ويرى الباحث بأن هذه الفجوات يمكن تسميتها بمشكلات الجودة التي تسهم في وجود فارق بين توقعات ورغبات الزبائن بمستوى الخدمة من ناحية وبين تقييماتهم للاداء الفعلي لها من ناحية اخرى. وان المنافسة الحادة وزيادة توقعات الزبائن ادت الى خلق مناخ عمل تحتل فيه جودة الخدمة المصرفية مرتبة في غاية الاهمية كمتغير استراتيجي لتحسين درجة رضا الزبائن ومن ثم تحسين ربحية المصرف، ويمكننا القول بان حجر الزاوية لمفهوم جودة الخدمة المصرفية هو زبون المصرف نفسه، وان العمل على الزبائن والحفاظ عليهم يساعد المصرف على البقاء والاستمرار في الاجل الطويل وتحقيق الربح في الاجل القصير.(ملكاوي وعداسي ، (1988) ، ، ص28)

خامساً: معايير جودة الخدمة المصرفية

اتفق كل ان للجودة عشرة معايير رئيسة يبني عليها الزبون توقعاته وادراكاته والحكم بموجبها على جودة الخدمة المقدمة .

وتم اعتماد هذه المعايير الخمسة في الجانب الميداني كمتغيرات لجودة الخدمة المصرفية لدراستنا الحالية ووفق التسميات (الاعتمادية، الاستجابة، الامان، الجوانب الملموسة، اليات التعامل) وادناه عرض مركز لهذه المعايير:

1. الإعتمادية

تعد من المعايير الخمسة الاكثر ثباتا والاكثر اهمية في تحديد ادراكات جودة الخدمة عند الزبائن، وتعرف الاعتمادية بانها الايفاء والالتزام بتقديم الخدمة باعتماد ووثوق عاليين ، أي انجاز ما هو صحيح منذ البداية في مجال التسليم والخدمة وحل المشكلات والتسعير، وتعد الاعتمادية من العوامل الجوهرية في صناعة الخدمات المصرفية، فالمصارف بحاجة لان تكون مدركة لتوقعات الزبائن حول الاعتمادية وان اهمية الاعتمادية في الخدمات المصرفية هي اكثر من معرفة التوقعات وتلبيتها، بل ان اخفاق المصرف بتقديم خدماته باعتمادية عالية يعني تدني مجال القبول

(التسامح) لدى الزبائن، ومن ثم يعني ذلك ارتفاع مستويات الخدمة المصرفية المطلوبة (جودة ، (2001) ، ص87).

2. الاستجابة

يقصد بالاستجابة الرغبة في المساعدة، والاستجابة هي وجود الارادة لمساعدة الزبائن وتزويدهم فورا بالخدمة ويركز هذا البعد على المجاملة واللطف والاصل في التعامل مع طلبات الزبون من الاسئلة، والشكاوى ، والمشكلات، وفي خدمة المواجهة حيث الموازنة بين الاستجابة والاحداث التي ترافقها والتي يمكن ان تؤدي الى التكيفية، فهناك تشابه قوي بين سلوك الزبون في خدمة المواجهة الحاسمة وبعد الاستجابة لجودة الخدمة، وتصل الاستجابة للزبون من خلال طول الوقت الذي ينتظره لتلقي المساعدة (اجابات الاسئلة، الاهتمام بالمشاكل وكذلك المرونة والقدرة على تقديم خدمة الايصاء لاحتياجات الزبون) ومن اجل التفوق ببعد الاستجابة يجب على المصرف ان يكون واثقا من صورة المعالجة لتسليم الخدمة ومعالجة الطلبات من نقطة رؤية الزبون اكثر منها من نقطة رؤية المصرف، المعايير الخاصة بالسرعة والمدة المحددة التي تعكس رؤية المصرف للاجراءات الداخلية المطلوبة والتي ربما تختلف كثيرا عن متطلبات الزبون للسرعة والمدة المحددة (حداد ، 1998 ، ص112).

3. الثقة والتوكيد (الأمان)

تستخدم مؤشرا يعبر عن درجة الشعور بالأمان والثقة في الخدمة المقدمة ومن يقدمها، أي يتعلق بمدى المخاطر المدركة لنتائج تلقي الخدمة من هذه المنظمة او من مقدمها او كليهما وان اداء المصرف وعدم الحاق ضرر بالزبون والتعامل بوضوح يؤدي الى كسب ثقة الزبون بالمصرف الذي يتعامل معه (الشراح ، 2003 ، ص77)

4. الجوانب الملموسة

تصوير الخدمة ماديا، وتعرف الملموسية بوصفها مظهرا خارجيا للتسهيلات المادية والمستلزمات والاشخاص ومواد الاتصال، كل هذه تزودنا بايضاح مادي وتصور للزبون عن الخدمة، ولا سيما الزبون الجديد الذي سيستخدمها في تقييم

الجودة، وصناعات الخدمة التي تركز على الملموسية في استراتيجياتها تتضمن خدمات المطاعم والفنادق والمصارف وغيرها. وغالبا ما تستخدم المصارف الملموسية لتحسين صورتها وتؤمن التواصل ومؤشر للجودة للزبون، واغلب المصارف تضم الملموسية مع الابعاد الاخرى لخلق او ابتداع استراتيجية جودة الخدمة للمصرف الى ان بعد الملوسية اقل اهمية من حيث الوزن النسبي للابعاد الخمسة على العكس من الاعتمادية التي تعد اكثر اهمية.

5. آليات التعامل (اللباقة والكياسة)

قدرة مقدم الخدمة على ان يكون على قدر من الاحترام والادب، وان يتسم بالمعاملة الودية مع الزبون، ومن ثم فان هذا المعيار يشير الى المودة والاحترام بين مقدم الخدمة والزبون، وتتجسد في المصارف بالقدرة على التفاعل وخلق علاقات شراكة استراتيجية مع الزبائن والخدمة حسب طلب الزبون (أبو نبعة ومسعد ، 1998 ، العدد(74)).

المبحث الثالث : الجانب العملي

يسعى هذا المبحث الى عرض النتائج اعتمادا على بعض الاساليب والادوات الاحصائية لمتغيرات الدراسة وفقراتها، والمتمثلة بالتوزيع التكراري والنسب المئوية وشدة الاجابة في كل متغير والاوساط الحسابية للمتغيرات وفقراتها لغرض تحديد مستوى اجابة كل منها والانحراف المعياري لقياس مديات تشتت القيم عن اوساطها الحسابية وكانت النتائج على النحو الاتي :

أولا : وصف متغيرات مكونات تكنولوجيا المعلومات في المصارف الحكومية وتشخيصها.

1. الأجهزة والمعدات

يوضح الجدول (17) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية وقيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري وشدة الاجابة لفقرات متغيرات تكنولوجيا المعلومات اذ يتفق (79.64%) من افراد(عينة الدراسة) في المصارف الحكومية الى ضرورة استخدام الاجهزة والمعدات في المصرف، وقد حصل هذا المؤشر على انحراف معياري (0.74) ووسط حسابي مقداره (3.98).

وعند ارجاع هذا المؤشر الى عناصره الاساسية (متغيرات الاجهزة والمعدات) نجد ما ياتي :

ا – يرى (92.89%) من أفراد (عينة الدراسة) بان استخدام الحاسوب يؤدي الى تخفيض كلفة انجاز الخدمة المصرفية، وقد حصل هذا المؤشر على انحراف معياري قدره (0.48) ووسط حسابي مقداره (4.64) وهو أعلى من الوسط الفرضي.

ب – يجد (83.11%) من الأفراد (عينة الدراسة) بان المصارف الحكومية تستخدم وسائل الهاتف والتلكس في انجاز الخدمة المصرفية، بينما كانت نسبة الأفراد الذين يجدون العكس حوالي (18.23%). وجاء هذا المؤشر بانحراف معياري مقداره (.88)ووسط حسابي مقداره (4.16) وهو اعلى من الوسط الفرضي.

ج – يتفق (92.89%) من افراد (عينة الدراسة) بان استخدام الحاسوب يساهم في تحسين وتطوير الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن، وقد حصل هذا المؤشر على انحراف معياري مقداره (0.48) ووسط حسابي بمقدار (4.64) وهو اعلى من الوسط الفرضي.

د – حصلت الفقرة (X4) والتي تنص بان المصارف الحكومية عينة الدراسة تشجع على استخدام شبكة الانترنت في تقديم الخدمات المصرفية اذ يتفق حوالي (87.11%) على ذلك، وقد حصل هذا المؤشر على انحراف معياري بمقدار (0.83) ووسط حسابي بمقدار (4.36) وهو اعلى من الوسط الفرضي.

هـ – يجد (42.22%) من عينة الدراسة بان الاجهزة والمعدات المتعلقة بالمعلومات والمتوفرة في المصرف تكفي لاداء العمل المصرفي، وقد حصل هذا المؤشر على انحراف معياري قدره (1.05) ووسط حسابي بمقدار (2.11) وهو اقل من الوسط الفرضي، وتفسير ذلك بان الاجهزة والمعدات الموجودة حاليا في المصارف الحكومية لا تكفي لاداء العمل المصرفي.

الجدول (17)

التوزيع التكراري والنسب المئوية والاوساط الحسابية والانحراف المعياري وشدة الاجابة لبعد الأجهزة والمعدات

المتغيرات	مقياس الإجابة										الوسط الحسابي*	الانحراف المعياري*	شدة الإجابة%
	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة				
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			
X1	29	64.4	16	35.6	–	–	–	–	–	–	4.64	0.48	92.89
X2	18	40.0	19	42.2	5	11.1	3	6.7	–	–	4.16	0.88	83.11
X3	29	64.4	16	35.6	–	–	–	–	–	–	4.64	0.48	92.89
X4	23	51.1	17	37.8	4	8.9	–	–	1	2.2	4.36	0.83	87.11
X5	–	–	6	13.3	9	20.0	14	31.1	16	35.6	2.11	1.05	42.22
المؤشر الكلي											3.98	0.74	79.64

المصدر : – اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية

الوسط الفرضي=1+2+3+4+5/ 5 = 3

*** الوسط الحسابي : تقسيم درجات الكلية لفقرات المقياس**

***الانحراف المعياري :** اختبارات الدلالة الإحصائية (X^2) و(T) و(F)

2.البرامجيات

من اجل التعرف على مدى قدرة المصارف الحكومية في توفير الوسائل والتعليمات التي من خلالها تدار بها اجهزة الحاسوب والسيطرة الكاملة على المعلومات والجدول (18) يبين آراء افراد (عينة الدراسة) واجاباتهم.

إذ تشير النسبة (55.20%) الى وجود اتفاق بين افراد عينة الدراسة بضرورة اهتمام ادارة المصرف بجودة البرامجيات المستخدمة، في حين نجد ان (42.01%) من الافراد (عينة الدراسة) اشاروا الى عدم اهتمام ادارة المصرف بالبرامجيات، وقد جاء كل ذلك بانحراف معياري مقداره(1.17) ووسط حسابي بمقدار (2.76). وهو اقل من الوسط الفرضي, مما يدل على ان المصارف الحكومية لا تعطي اهمية لجودة البرامجيات المستخدمة لانجاز الخدمة المصرفية .

وعند ارجاع هذا المؤشر الى عناصره الاساسية (متغيرات البرامجيات) نجد ما ياتي:

ا – يتفق حوالي (55.11 %) من افراد (عينة الدراسة) على ان البرامجيات المستخدمة من قبل ادارة المصرف تمكن من التبادل المرن للبيانات والمعلومات بين المصرف والمصارف الاخرى، بينما لا يتفق حوالي (44.89 %) منهم على هذه الفقرة، وقد حصل هذا المؤشر على انحراف معياري قدره (1.07) ووسط حسابي بمقدار (2.76) وهو اقل من الوسط الفرضي، وتفسير ذلك بان المصارف الحكومية لا تتوفر لديها برامجيات خاصة بالعمل المصرفي.

ب – حصلت الفقرة (X7) التي تنص على ان هناك جهات معينة تزود ادارة المصرف بالبرامجيات اذ حصل هذا المؤشر على اتفاق حوالي (58.67 %) بانحراف معياري بمقدار (1.25) ووسط حسابي بمقدار (2.93)، وهو اقل من الوسط الفرضي. مما يدل على ان المصارف الحكومية لا تعتمد على جهات معينة تزودها بالبرامجيات لغرض انجاز الخدمات المصرفية.

ج – يرى (40.44 %) من افراد (عينة الدراسة) بان البرامجيات المستخدمة من قبل المصرف تعد من افضل واحدث البرامجيات المتوافرة في الاسواق، بينما نجد ما نسبته (59.56 %) منهم ان ادارة المصرف لا تمتلك مثل هذه البرامجيات. وقد حصل هذا المؤشر على انحراف معياري قدره (1.12) ووسط حسابي بمقدار (2.02)، وهو اقل من

الوسط الفرضي وهذا يعني ان البرامجيات التي تعتمد عليها المصارف الحكومية لا تعد من أفضل البرامجيات المتوافرة في الأسواق .

د – يجد (70.22 %) من (عينة الدراسة) بان إدارة المصرف تسعى الى تهيئة المتطلبات اللازمة لاستخدام البرامجيات في أنجاز أعمالها المختلفة، وقد جاء هذا المؤشر بانحراف معياري (1.16) ووسط حسابي بمقدار (3.51) مما يدل على ان المصارف الحكومية تسعى الى حد ما الى تهيئة المتطلبات اللازمة لاستخدام البرامجيات في انجاز الاعمال المصرفية.

هـ – حصلت الفقرة (X10) التي مفادها بان ادارة المصرف تستخدم برامج قادرة على تبويب وتحليل المعلومات التي تحتاج اليها في العمل المصرفي على اتفاق حوالي (51.56 %) من افراد (عينة الدراسة) وقد حصل هذا المؤشر على انحراف معياري (1.25) ووسط حسابي بمقدار (2.58). وهو اقل من الوسط الفرضي وتفسير ذلك بان المصارف الحكومية تستخدم برامج محدودة الكفاءة في تبويب وتحليل المعلومات التي تحتاج اليها في العمل المصرفي.

الجدول (18)

التوزيع التكراري والنسبة المئوية والاوساط الحسابية والانحراف المعياري وشدة الاجابة لبعد البرامجيات

المتغيرات	مقياس الإجابة										الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	شدة الاجابة%
	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة				
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			
X6	2	4.4	10	22.2	13	28.9	15	33.3	5	11.1	2.76	1.07	55.11
X7	5	11.1	12	26.7	9	20.0	13	28.9	6	13.3	2.93	1.25	58.67
X8	2	4.4	4	8.9	4	8.9	18	40.0	17	37.8	2.02	1.12	40.44
X9	8	17.8	21	46.7	4	8.9	10	22.2	2	4.4	3.51	1.16	70.22
X10	2	4.4	12	26.7	7	15.6	13	28.9	11	24.4	2.58	1.25	51.55
المؤشر الكلي											2.76	1.17	55.20

المصدر : – اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية

3. الاتصالات

تضمنت استمارة (المدراء) في المصارف الحكومية، اربع اسئلة كان الهدف من ورائها هو معرفة الوسائل المرتبطة مع بعضها لتحقيق الاتصال اللازم لنقل البيانات والمعلومات بين اقسام المصرف والمصارف الاخرى المتمثلة بـ (الحاسوب، الانترنت، الهاتف، التلكس، الفاكس، البريد الالكتروني والجدول (19) يبين اراء (عينة الدراسة) في تلك الفقرات اذ بلغت الاهمية النسبية لهذا البعد (55.22 %) وقد حصل هذا المؤشر على انحراف معياري (1.37) ووسط حسابي بمقدار (2.76). وهو اقل من الوسط الفرضي، مما يدل على ان ادوات تكنولوجيا المعلومات المستخدمة من قبل المصارف الحكومية هي دون المستوى المطلوب.

وعند ارجاع هذا المؤشر الى عناصره الاساسية (متغيرات الاتصالات) نجد ما ياتي :

ا – يرى (54.22 %) من افراد (عينة الدراسة) بان ادارة المصرف تستخدم وسائل الاتصال لنقل البيانات والمعلومات بين اقسام المصرف، وقد حصل هذا المؤشر على انحراف معياري بمقدار (1.34) ووسط حسابي (2.71). وهي اقل من الوسط الفرضي ،وتفسير ذلك بان وسائل الاتصال المستخدمة لنقل البيانات والمعلومات دون المستوى المطلوب.

ب – يتفق حوالي(60 %) من الافراد بان ادارة المصرف تستخدم وسائل الاتصال لنقل البيانات والمعلومات بين المصرف وفروع المصارف الاخرى، وقد حصل هذا المؤشر بانحراف معياري قدره (1.38) ووسط حسابي بمقدار (3) وهذا يعني ان ادارة المصرف تستخدم الى حد ما وسائل الاتصال لنقل البيانات والمعلومات بين المصرف وفروع المصارف الاخرى.

ج – يجد حوالي (48.44%) من الافراد بان ادارة المصرف تستخدم وسائل اتصال حديثة في تقديم الخدمات المصرفية للزبائن وقد حصل هذا المؤشر على انحراف معياري قدره (1.32) ووسط حسابي بمقدار (2.42) وهو اقل من الوسط الفرضي وتفسير ذلك بان المصارف الحكومية لا تستخدم وسائل اتصال حديثة لانجاز الخدمات المصرفية.

د – حصلت الفقرة (X14) التي مفادها بان ادارة المصرف تهتم بتحديث اجهزة ومعدات الاتصال المتوافرة لديها على اتفاق (58.22 %) من افراد عينة الدارسة وجاء ذلك بانحراف معياري(1.44) ووسط حسابي بمقدار (2.91). وهي اقل من الوسط الفرضي،

مما يدل على ان المصارف الحكومية تهتم الى حد ما بتحديث اجهزة ومعدات الاتصال المتوافرة لديها .

الجدول ( )

التوزيع التكراري والنسبة المئوية والاوساط الحسابية والانحراف المعياري وشدة الاجابة لبعد الاتصالات

المتغيرات	مقياس الاجابة										الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	شدة الاجابة%
	اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة				
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			
X11	5	11.1	10	22.2	7	15.6	13	28.9	10	22.2	2.71	1.34	54.22
X12	8	17.8	11	24.4	6	13.3	13	28.9	7	15.6	3	1.38	60
X13	5	11.1	6	13.3	4	8.9	18	40.0	12	26.7	2.42	1.32	48.44
X14	9	20.0	9	20.0	4	8.9	15	33.3	8	17.8	2.91	1.44	58.22
المؤشر الكلي											2.76	1.37	55.22

المصدر : - اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية.

اداء المصارف

يستعرض هذا المبحث تشخيصا" مفصلا" لإبعاد جودة الخدمة التي تم الإشارة إليها في الجانب النظري المعتمد في أنموذج الدراسة المتمثلة بـ (الاعتمادية, الاستجابية, الثقة والتوكيد, التعاطف, الملموسية) وفيما يأتي وصفا" و تشخيصا" لهذه الإبعاد وفقا" لما أسفرت عنه نتائج الاستبيان الميداني عن مستوى المنظمات المصرفية قيد الدراسة وعن النحو الأتي:-

يشير الجدول إلى التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية للمتغيرات (X1—X25) التي نعدها رموزا" إحصائية لمكونات إبعاد جودة الخدمة,إذ يركز الباحث في تفسير النتائج عن ذكر كل بعد من إبعاد جودة الخدمة بدا" بالمعدل العام ومرورا" الحد الأدنى و الحد الأعلى الذي يحضى باتفاق إفراد العينة وتعزيز الإجابات بأسلوب تحليل المضمون, وانتهاء بتدرج باقي الأسئلة عن التوالي, وعن النحو الآتي:-

تفسير نتائج الاعتمادية:-

تشير نتائج الجدول (1-1-3) الخاص ببعد الاعتمادية إلى إن نسبة (.77) من إجابات إفراد العينة متفقون على إن المصارف تعتمد هذا البعد, وبانحراف المعياري مقداره (.24), وما يدعم هذا المعلومات الواردة في الفقرة (5-3) المتضمنة أسلوب تحليل المضمون, وبالتحديد نمو مؤشر رأس المال للمنظمات المصرفية المبحوثة ونمو مؤشري الودائع والاستثمارات إذ بينت تلك المعلومات توافر متغيرات الدراسة الخاصة ببعد الاعتمادية في تلك المنظمات. إذ تأرجحت الأوساط لفقرات الاعتمادية التي تمثل إجابة إفراد العينة الدراسة عن الأسئلة المعتمدة لقياس بعد الاعتمادية ، ما بين قيمة الحد الأدنى المتمثل بالإجابة عن السؤال(5) المتعلق بان هناك تسهيلات يقدمها المصرف لزبائنه البالغ(.71)و الحد الأعلى (.84)للسؤال الأول مما يدل على حرص الإدارات المصرفية على انجاز الخدمة المصرفية بشكل صحيح من أول مرة, و بانحراف معياري على التوالي(.19, .23), ومن خلال مقارنة أوساط الإجابة للأسئلة(2-3-4),التي تقيس(إفراد المنظمات المصرفية متفقون عن إن المصارف توفر معلومات دقيقة ومنظمة عن الزبائن يمكن الرجوع إليها بسهولة, يشعر الزبون بان مصلحته هدفا" أساسيا" تسعى الإدارة إلى تحقيقيه , التزام الإدارة المصرفية بحل مشكلات الحصول على الخدمة) يتضح أنها أعلى من الوسط الفرضي البالغة (.5) عن مقياس الإجابة النسبية إحدى عشر رتبة إذ بلغت الأوساط (.82, .73, .74),) وبانحرافات معيارية بلغت عن التوالي(.22, .19, .20).

1- تفسير نتائج الاستجابية:-

بينت نتائج التحليل الإحصائي لعنصر (الاستجابية) ومتغيراته الارتفاع النسبي أو الانخفاض النسبي للوسط الحسابي لمتغيراته، إذ بلغ الوسط الحسابي الموزون العام له (.75) وبانحراف معياري مقداره (.23) ،وما يدعم هذا المعلومات الواردة في الفقرة (5-3) المتضمنة أسلوب تحليل المضمون, وبالتحديد في نمو مؤشر الودائع للمنظمات المصرفية المبحوثة وان نمو مؤشري رأس المال والاحتياطيات إذ بينت تلك المعلومات توافر متغيرات الدراسة الخاصة ببعد الاستجابية في تلك

المنظمات. إذ ناهزت الأوساط الحسابية لمتغيراته التي تمثل الإجابة لإفراد العينة الدراسة عن الأسئلة المعتمدة لقياس بعد الاستجابية ، ما بين قيمة الحد الأدنى المتمثل بالإجابة عن السؤال (2) المتعلق بـ(يستجيب المصرف بسرعة عند طلب الخدمة المصرفية البالغة (73.) والحد الأعلى (78.) للسؤال الثالث عن انتشار فرع المصرف في القطر بشكل يغطي حاجة الزبائن ،بانحراف معياري عن التوالي (20. ,21.) ومن خلال مقارنة أوساط الإجابة للأسئلة (1-4-5)يتضح أنها أعلى من الوسط الفرضي البالغة (5.) عن مقياس الإجابة النسبية إحدى عشرة رتبة إذ بلغت الأوساط الحسابية(73., 75.,77.).وبانحرافات معيارية بلغت على التوالي (20., 20.,21.) مثلما في الجدول (1-1-3) الذي يبين توافق أفراد العينة حول مضمونة هذا المكون.

2- تفسير نتائج الثقة والتوكيد:-

تشير نسبة (80.) الوسط أحسابي الموزون الكلي الخاص بالثقة و التوكيد من إجابات الإفراد المبحوثين إلى وجود درجة عالية من لانسجام والتوافق في إجابات العينة بانحراف معياري له (24.) وما يدعم هذا المعلومات الواردة في الفقرة (5-3) المتضمنة أسلوب تحليل المضمون, والدليل شهادة مراقب الحسابات الختامية وتوقيعه عن إعداد كشف الدخل وحساب الميزانية في التقرير السنوي لسنوات التحليل ولكل مصرف.بالإضافة إلى نمو مؤشري الودائع والاستثمارات للمنظمات المصرفية المبحوثة, إذ بينت تلك المعلومات توافر متغيرات الدراسة الخاصة ببعد الثقة والتوكيد في تلك المنظمات. إذ كانت مكونات هذا البعد على التوالي (5,4,3,2,1) وهي التي تقيس (يتميز المصرف بالمحافظة عن دقة الحسابات والكشوفات المالية ,و يتحلى العاملون في المصرف بالأمانة الشخصية في معاملاتهم , يتمتع موظفي المصرف بمهارة وكفاءة عالية في تقديم الخدمة المصرفية , يتميز المصرف بدقة الإنجاز وعدم ارتكاب الأخطاء , مستوى أمان وسرية المصرف في تعاملاته مع الزبائن) حصلت على أوساط حسابية موزونة (85. ,82. ,78. .73, .82,) وبانحرافات معيارية بلغت على التوالي(22. ,22. ,21. ,20.

,22.) وبموازنة الأوساط مع الوسط الفرضي نجد أنها أعلى من الوسط الفرضي مما يدلل عن تجانس إجابات إفراد العينة .

3- . تفسير نتائج التعاطف:-

توضح نتائج التحليل الإحصائي الوارد في الجدول (1-1-3) مقدار الوسط الحسابي الموزون العام له(.77) وبانحراف معياري مقداره (.23), وما يدعم هذا المعلومات الواردة في الفقرة (5-3) المتضمنة أسلوب تحليل المضمون, وينعكس بنمو مؤشري الودائع والاستثمارات للمنظمات المصرفية المبحوثة فضلا عن نمو مؤشر رأس المال إذ بينت تلك المعلومات توافر متغيرات الدراسة الخاصة ببعد التعاطف في تلك المنظمات ولكن دون مستوى الطموح, إذ ناهزت أوساط الإجابة لمتغيراته التي تمثل آراء إفراد عينة الدراسة عن الأسئلة المعتمدة لقياس بعد التعاطف ، ما بين قيمة الحد الأدنى المتمثل بالإجابة عن السؤال (4) المتعلق ملائمة التجهيزات والتقنيات الحديثة لتقديم الخدمة البالغة (.66) والحد الأعلى (.99) للسؤال الأول عن هناك علاقة طيبة بين الزبائن وموظفي المصرف ،بانحراف معياري عن التوالي (.18 , .27). ومن خلال مقارنة الأوساط الحسابية للإجابة إفراد العينة عن(2 ,3 ,5)يتضح أنها أعلى من الوسط الفرضي البالغة (.5) عن مقياس الإجابة النسبية إحدى عشر رتبة إذ بلغت الأوساط الحسابية (.76 ,.71 ,.72) وبانحرافات معيارية بلغت على التوالي (.20 , .19 , .19) و الجدول (1-1-3) يبين توافق أفراد العينة حول مضمونة هذا المكون.

4- تفسير نتائج الملموسية:-

تشير نسبة (.73) الوسط الحسابي الموزون الخاص بالملموسية من إجابات الإفراد المبحوثين إلى إن يتميز العاملون في المصرف بالأناقة والمظهر اللائق فقد بلغ الانحراف المعياري (.20) , وما يدعم هذا المعلومات الواردة في الفقرة (3-5) المتضمنة أسلوب تحليل المضمون, وبالتحديد في نمو مؤشر رأس المال للمنظمات المصرفية المبحوثة, إذ بينت تلك المعلومات توافر متغيرات الدراسة الخاصة ببعد الملموسية كالسعي إلى امتلاك بنايات ذات تصاميم حديثة و تجهيز

الكوادر الإدارية بالحاسبات الالكترونية في تلك المنظمات وهو ليس بالمستوى المطلوب ويلاحظ إن نسبة الوسط الحسابي الموزون (73 0)إن أفراد المنظمات المصرفية متفقون عن إن المصارف تسعى لتوفير وسائل الراحة للزبون عند الانتظار للحصول عن الخدمة , ومن خلال ملاحظة الجدول المذكور (1-1-3) نجد إن الفقرات (4,3 5,) التي تقيس (المظهر العام والأثاث و الديكور في المصرف جذاب , التقنيات و الأجهزة في المصرف هي بمستوى يفوق المصارف الأخرى , يتمتع المصرف بتوفير وسائل الراحة للعاملين من اجل تقديم الخدمة للزبون) إذ بلغت الأوساط لاستجابات أفراد العينة للفقرات المذكورة أعلاه (67 . 65, . , 66.) وبانحرافات معيارية بلغت عن التوالي (19. ,17. , 8 1 .).إذ تشير إلى إن الأوساط الحسابية أعلاه اكبر من الوسط الفرضي البالغة (. 50) , وعلية تعد الفقرات واضحة بشكل مميز بالنسبة لإفراد العينة البحث ، مما يدلل عن وجود مدى ملائم من الانسجام والتوافق في إجابات الإفراد المبحوثين .

التوزيعات التكرارية و الأوساط و الانحراف المعياري لإبعاد جودة الخدمة المصرفية

أبعاد جودة الخدمة	مقياس الإجابة النسبي الاستجابة الايجابية 0000000000000000000000000000000000000000 عدم التأكد 0000000000000000000000000000000000000000 الاستجابة السلبية											المؤشرات الإحصائية	
الاعتمادية	**1**	**0.9**	**0.8**	**0.7**	**0.6**	**0.5**	**0.4**	**0.3**	**0.2**	**0.1**	**0.0**	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
X1	12	10	7	6	4	0	0	0	1	0	0	.84*	.23
X2	8	12	10	5	3	0	1	0	0	1	0	.82	.22
X3	7	9	5	5	5	5	2	0	0	2	0	.73	.19
X4	6	8	7	6	6	2	5	0	0	0	0	.74	.20
X5	13	6	6	5	5	2	0	0	2	1	0	.71**	.19
المعدل												**.77**	**.24**
الاستجابية													
X6	5	8	7	10	0	5	3	1	0	1	0	.73**	.20
X7	8	7	7	5	4	5	1	1	0	2	0	.73	.20
X8	9	7	5	10	5	3	0	0	1	0	0	.78*	.21
X9	7	7	6	8	6	5	0	0	1	0	0	.75	.20
X10	10	5	7	10	3	2	1	0	1	1	0	.77	.21
المعدل												**.75**	**.23**
الثقة													
X11	15	8	9	5	1	1	0	0	0	1	0	.85*	.22
X12	10	11	10	2	4	2	0	0	0	1	0	.82	.22
X13	6	11	4	10	7	1	0	0	0	1	0	.78	.21
X14	3	11	4	10	6	5	0	0	0	1	0	.73**	.20
X15	14	8	5	6	5	0	0	1	0	1	0	.82	.22
المعدل												**.80**	**.24**
التعاطف													
X16	11	12	3	10	2	1	0	0	0	0	1	.99*	.27
X17	6	8	8	10	4	2	0	1	0	0	1	.76	.20
X18	9	7	6	4	1	4	1	5	2	0	1	.71	.19
X19	5	4	6	8	2	5	4	2	3	1	0	.66**	.18
X20	6	8	6	5	7	5	0	1	0	2	0	.72	.19
المعدل												**.77**	**.23**
الملموسية													
X21	8	5	8	6	4	5	3	0	0	1	0	.73*	.20
X22	5	8	8	7	7	1	2	0	1	1	0	.73	.20
X23	4	8	7	7	5	3	2	1	2	1	0	.70	.19
X24	4	6	4	10	6	3	2	0	1	2	2	.65**	.17
X25	3	6	5	10	7	4	1	0	1	3	0	.66	.18
المعدل												**.69**	**.20**
المجاميع	194	200	160	180	109	71	28	13	16	24	5	**.63**	**.15**

المبحث الرابع : الاستنتاجات والتوصيات

بعد ان تم اكمال البحث من جانبيه النظري والتطبيقي لابد له من استنتاجات وتوصيات مهمة تعرضها الباحثة في ثنايا هذا الفصل وقد قسمته على مبحثين هما : -

اولا : الاستنتاجات

1 - أوضحت نتائج التحليل وجود علاقة ارتباط معنوية بين تكنولوجيا المعلومات وتحسين جودة الخدمات المصرفية..

2 - كشفت نتائج الانحدار عن وجود علاقة تأثير معنوية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفيه.

3 - أظهرت المؤشرات الاحصائيه وجود فروقات احصائيه بين السمات الشخصية للعاملين وأبعاد تكنولوجيا المعلومات.

4 - أظهرت المؤشرات الإحصائية تباين أبعاد تكنولوجيا المعلومات من حيث اولوياتها في تأثير أبعاد تحسين جودة الخدمات المصرفية.

ثانيا : التوصيات

1. القيام بأجراء دراسات ميدانية بين فترة وأخرى للتعرف على أخر المستجدات التي تظهر في مجال التكنولوجيا المصرفيه لغرض تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن وكذلك التعرف على الخدمات التي تقدمها المصارف المنافسة في الداخل والخارج.
2. ضرورة تبني خطط طويلة الأجل لإدخال تكنولوجيا المعلومات الحديثة في العمل المصرفي كاستخدام الصراف الآلي وشبكة الانترنت وغيرها لغرض إنجاز الخدمة المصرفية في الوقت المناسب وبأقل التكاليف.
3. اهتمام إدارة المصارف وعلى وجه الخصوص الاهلية منها بتحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال استخدام اجهزة الاتصال الحديثة كالفاكس والبريد الالكتروني وغيرها.
4. ضرورة اهتمام إدارة المصرف باستخدام شبكات الانترانت والاكسترانت بين المصارف في إنجاز العمل المصرفي.

5. تشجيع الزبائن على استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات المتنوعة في الحصول على الخدمات المصرفية.
6. ضرورة استخدام الانترنت كوسيلة في تقديم الخدمات المصرفية الجديدة التي يقدمها المصرف ودفع الزبائن والعاملين في التعامل بالصكوك الورقة والبطاقات الائتمانية والنقود الالكترونية من خلال تنمية وعي الزبائن وتشجيعهم عى استخدام ادوات تكنولوجيا المعلومات.

المصادر

1- أثير عبد الأمير المشهداني ، (2002) ، " **نظام الحافز وأثره في الأداء المصرفي** " ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال ،كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة القادسية ،(غير منشورة) .

2- تيسير محمد شحادة العفيشات ، (2001) ، "**الجودة ورضا الزبون واثرهما في تحديد الاستراتيجيات التسويقية للخدمة المصرفية**" ، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة الموصل ، (غير منشورة) .

3- حسين لازم الزيدي ، (2004) ، "**إمكانية تطبيق الصيرفة الالكترونية في البيئة العراقية**"، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد ،(غير منشورة).

4- داؤد سالم الصباغ ، (2002) ، "**متطلبات إدارة الجودة الشاملة وأثرها في أبعاد محتوى استراتيجية الإنتاج والعمليات**" ، رسالة ماجستير في الإدارة الصناعية ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة الموصل ،(غير منشورة) .

5- سمير كامل الخطيب ، (2002) ، "**دور المقارنة المرجعية في تحسين الأداء ألمنظمي**" ، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، (غير منشورة) .

6- فضل محمد إبراهيم المحمودي ، (1998) ، "**تجزئة السوق وأثرها في سياسة تسويق الخدمة المصرفية**" ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية، (غير منشورة) .

7- فائزة عمر محجوب ، (1999) ، "**المخاطرة الاستراتيجية وأثرها في الأداء المالي**" ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ،(غير منشورة).

8- عباس صالح الصوفي ، (1999) ، "**اتجاهات القيادات الإدارية نحو تطبيق إدارة الجودة الشاملة**" ، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، (غير منشورة) .

9- عبد السلام إبراهيم عبيد ، (2003) ، "**فلسفة إدارة الجودة الشاملة (TQM) وأثرها في الأداء الاستراتيجي (منظور استراتيجي لتحليل عوامل النجاح الحرجة (CSF))**"، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد ،(غير منشورة) .

10- عائدة عبد الحسين حسن ، (2004) ، "**علاقة إدراك الخطر بالمتغيرات التنظيمية وأثرها في أداء المنظمة**" ، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، (غير منشورة) .

11- محيي الدين القطب ، (1996) ، "**التحليل الستراتيجي وأثره في قياس الأداء المالي**" ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، (غير منشورة) .

12- ماجدة الحكيم ، (2003) ، "**متطلبات تطوير فاعلية نظام تقييم الأداء الصناعي**" ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة الموصل ،(غير منشورة).

13- هادي طوالبة ، (1999) ، "**اثر تطبيق المواصفة القياسية ISO 9002 على الأداء**" ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، (غير منشورة).

14- آمال البرزنجي ، ونوفل علوان ، (2004) ، بناء وتطبيق نموذج لإدارة الجودة الشاملة للنهوض بالمؤسسات التعليمية في العراق ، **مجلة كلية الإدارة والاقتصاد** ، الجامعة المستنصرية ، العدد (51) ، أيار

15- احمد السيد مصطفى ، (2004) ، إدارة الجودة الشاملة كمدخل للتنافسية في الصناعة المصرفية، **مجلة أفاق اقتصادية** ، العدد (97) ، المجلد (25) .
16- احمد ملكاوي ، وحسن عداسي ، (1988) ، قياس مدى تأثر كفاءة البنوك في الأردن بمقومات هياكلها التنظيمية ، **مجلة دراسات العلوم الإدارية** ، الجامعة الأردنية ، العدد (2)، المجلد (115).
17- إبراهيم ناصر جودة ، (2001) ، إدارة الجودة الشاملة في المصارف ، **مجلة الدراسات المالية والمصرفية** ، العدد (2) ، المجلد (9) .
18- تيد ، (1994) ، بناء القاعدة الأساسية للقيادة اللازمة للجودة ، **مجلة الدراسات العلوم المالية والمصرفية** ، العدد (2) ، المجلد (2) ، إعداد إدارة البحوث والدراسات .
19- جورج حداد ، (1998) ، أخبار المصارف اللبنانية ، **مجلة اتحاد المصارف العربية** ، عدد خاص (213) ، المجلد (18) ، مجلة شهرية تصدر عن اتحاد المصارف العربية .
20- رمضان الشراح ، (2003) ، الأداء الاقتصادي والمالي للجهاز المصرفي الكويتي وفقا لمفهوم إدارة الجودة الشاملة ، **مجلة الإداري** ، العدد (95) .
21- ريمون عودة ، وسمير حنا ، (1998) ، أخبار المصارف اللبنانية ، **مجلة اتحاد المصارف العربية** ، عدد خاص (213) ، المجلد (18) ، مجلة شهرية تصدر عن اتحاد المصارف العربية.
22- سعد الشماع ،وأكرم الطويل ، وحكمت رشيد ،ونوفل الشهواني، (2001) ، دراسة موقفية لإمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في قطاع بحثي ، **مجلة تنمية الرافدين** ، جامعة الموصل ، العدد (66) ، المجلد 23/4 .
23- سليمان حسين البشتاوي ، (2004) ، إطار عملي لجمع المقاييس المحاسبية المالية وغير المالية (التشغيلية) للأداء في ضوء المنافسة وعصر المعلوماتية ، **مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية** ، جامعة دمشق ، العدد (1) ، المجلد (20) .
24- سعد العنزي ، ونغم حسين نعمة ، (2001) ، اثر رأس المال الفكري في أداء المنظمة، **مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية** ، العدد (28) ، المجلد (1) ، جامعة بغداد .
25- عبد العزيز أبو نبعة ، وفوزية مسعد ، (1998) ، إدارة الجودة الشاملة ، **مجلة الإداري**، العدد(74) .
26- عز الدين كامل أمين مصطفى ، (2001) ، الصيرفة الالكترونية ، **مجلة المصرفي** ، المجلد (26) .

بسم الله الرحمن الرحيم

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
كلية الامام الكاظم(ع)
قسم العلوم المالية والمصرفية

م/ إستبانة

الأستاذ الفاضل الدكتور ..... المحترم.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ...

تروم الباحثة أجراء بحثها الموسوم بـ(دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير جودة الخدمة المصرفية) وقد وجدت الباحثة فيكم الخبرة والدراية الواسعة في هذا المجال فإنها ترجو بيان رأيكم عن كل فقرة من فقرات الاستبانة.

ولكم الشكر والامتنان

أولا :

بيانات عامة

العنوان الوظيفي : ☐ **مدير قسم** ☐ **موظف**

الجنس : ☐ **ذكر** ☐ **أنثى**

العمر : ☐ **اقل من 30** ☐ **30- اقل 40** ☐ **40- اقل 50** ☐ **50 فأكثر**

المؤهل العلمي : ☐ **اعدادية** ☐ **معهد** ☐ **بكلوريوس** ☐ **دبلوم عالي** ☐ **ماجستير** ☐ **دكتوراه**

عدد سنوات الخدمة: ☐ **اقل من 5** ☐ **5 - اقل من 10** ☐ **10 - اقل من 15** ☐ **15- اقل من 20** ☐ **20 فأكثر**

ثانيا: بيانات متعلقة بتكنولوجيا المعلومات

الأجهزة و المعدات وتعني المعدات والأجهزة المستخدمة لادخال البيانات وخزنها واسترجاعها عند الطلب						
الأسئلة		اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1	يؤدي إستخدام الحاسوب إلى تخفيض كلفة إنجاز الخدمة الكلية ية					
2	تستخدم إدارة المصرف أجهزة الهاتف و التلكس الفاكس في إنجاز الخدمة الكلية ية					
3	ساهم استخدام الحاسوب في تحسين و تطوير الخدمات الكلية ية المقدمة للزبائن					
4	تشجيع إدارة المصرف على استخدام شبكة الإنترنت في تقديم الخدمات الصرفية					
5	الأجهزة و المعدات المتوافرة في المصرف تكفي لأداء العمل الكلية ي					

البرامجيات : تمثل الوسائل والتعليمات التي تدار بها أجهزة الحاسوب والسيطرة الكاملة علي المعلومات						
الأسئلة		اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1	البرامجيات المستخدمة تمكن من التبادل المرن للبيانات و المعلومات بين المصرف و المصارف الأخرى					
2	هناك جهات داخلية و خارجية تزود إدارة المصرف بالبرامجيات					
3	البرامجيات المستخدمة من أفضل و أحدث البرامجيات					

	المتوافرة في الأسواق					
4	تسعى إدارة المصرف إلى تهيئة المتطلبات اللازمة لإستخدام البرامجيات في أنجاز أعمالها المختلفة					
5	تستخدم إدارة المصرف برامج قادرة على تبويب و تلخيص وتحليل المعلومات التي تحتاج إليها في العمل الكلية ي					

الاتصالات : مجموعة من الوسائل المرتبطة مع بعضها لتحقيق الإتصال اللازم لنقل البيانات و المعلومات بين أقسام المصرف و المصارف الأخرى المتمثلة بـ (الحاسوب , الانترنت , الهاتف , التلكس , الفاكس , البريد الالكتروني)						
ت	**الأسئلة**	**اتفق بشدة**	**اتفق**	**محايد**	**لا اتفق**	**لا اتفق بشدة**
1	تستخدم إدارة المصرف وسائل الاتصال لنقل البيانات و المعلومات بين أقسام المصرف					
2	تستخدم إدارة المصرف وسائل الاتصال لنقل البيانات و المعلومات بين المصرف و فروع المصارف الأخرى					
3	تهتم إدارة المصرف بتحديث أجهزة و معدات الاتصال المتوافرة لديها					
4	تستخدم إدارة المصرف وسائل الإتصال في تقديم الخدمات الكلية ية للزبائن					

ثالثا: الفقرات المتعلقة بالجودة المصرفية

الاعتمادية: إمكانية المصرف والعاملين فيه على إنجاز وأداء الخدمة ألمصرفيه بصورة دقيقه وصحيحة .						
	الأسئلة	أتفق بشدة	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة
1	تؤدي الخدمة المصرفية بما هو متوقع عن سمعة و شهرة المصرف					
2	يسعى المصرف إلى إنجاز الخدمة في الوقت المناسب					
3	يحرص المصرف على تقديم خدمات مصرفية متنوعة للزبائن					
4	الخدمات التي يقدمها المصرف تلبي حاجات و رغبات الزبائن					

الإستجابية : و هي مدى استجابة و استعداد العاملين على تقديم الخدمة بالشكل الذي يحقق رغبات الزبائن						
	الأسئلة	أتفق بشدة	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة
1	يبادر العاملون في المصرف على تقديم الخدمات المصرفية إلى الزبائن					
2	تقدم الخدمات المصرفية إلى الزبائن بالأوقات التي يرغبون فيها					
3	يستجيب العاملون لطلبات الزبائن بسرعة					
4	يسعى العاملون في المصرف إلى تقديم أفضل ما يمكن من الخدمات المصرفية إلى الزبائن					

سهولة الوصول و الحصول على الخدمة : و يقصد بها إمكانية الزبون في الحصول على الخدمة بسهولة و يسر في المكان و الزمان المناسبين						
	الأسئلة	أتفق بشدة	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة
1	تتسم الإجراءات المعتمدة في تقديم الخدمة المصرفية بالسهولة					
2	يتميز المصرف باستخدام تكنولوجيا المعلومات في تقديم الخدمات المصرفية					
3	يحتل موقع المصرف مكاناً إستراتيجياً بالنسبة للزبائن					