

وظائف عدد من تقنيات المعلومات ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية: دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في عدد من المصارف الأهلية في مدينة دهوك

أ.م. ششان عبدالرحمن جميل، قسم إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة دهوك، دهوك، إقليم كردستان، العراق
أ.م.د. فارس محمد فؤاد، قسم إدارة التسويق، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة دهوك، دهوك، إقليم كردستان، العراق
م.م. رونانك محمد خالد عمر، قسم الامراض والاحياء المجهرية، كلية الطب البيطري، جامعة دهوك، دهوك، إقليم كردستان، العراق

الملخص

يهدف هذا البحث الى معرفة دور تقنيات المعلومات بوظائفها الاربعة (الحصول على المعلومات، المعالجة، الخزن، الارسال) بوصفها متغيرا مستقلا في جودة الخدمة المصرفية بابعادها الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف) بوصفها متغيرا معتمدا. ومن اجل تحقيق هذا الهدف تم تصميم استبيان وتم توزيعها على عينة من العاملين في المصارف الاهلية في مدينة دهوك. وقد اعتمد الباحثون على استخدام الاسلوب الاحصائي الوصفي والتحليلي للوصول الى البيانات ومعالجتها باستخدام برنامج (SPSS V.26). واطهرت الدراسة مجموعة من الاستنتاجات والمقترحات، ومنها ان زيادة الاهتمام بوظائف تقنيات المعلومات يزيد من امكانية المصارف الاهلية المبوخته في تحسين وتطوير جودة خدماتها المصرفية من خلال تزويد المصارف بالاقتراحات المبدعة واكتساب المعرفة والعمل باستمرار في تطويرها. وفي ضوء الاستنتاجات، تمت صياغة عدد من المقترحات، من اهمها على المصارف الاهلية المبوخته توفير البرمجيات الحديثة والامكانيات المادية والسعي الدائم لازالة العوائق التي تعيق او تبسط تطبيق عملية تقنية المعلومات، وتدريب العاملين بشكل مستمر على التعامل مع الالات والمعدات واستخدامها بكفاءة.

الكلمات البالة: تقنيات المعلومات - جودة الخدمة المصرفية.

المقدمة

شهد العالم تقدماً هائلاً في مجال تقنيات المعلومات وجودة الخدمات المصرفية وظهرت العالم المزيد من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي جعلت العالم قرية صغيرة، ونتيجة لهذه التطورات نجد أن المصارف الأهلية قدمت مبادرات كثيرة تهدف الى التعامل مع هذه التطورات من اجل فتح ابواب عديدة لتحسين جودة الخدمات المصرفية باعتبارها السلاح التنافسي الأكثر تحدياً للتميز. تشمل تقنيات المعلومات جميع التكنولوجيات المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني وكما يمثل اندماج ثلاثي الأطراف بين الالكترونيات الدقيقة والحواسيب ووسائط الاتصالات الحديثة التي تشمل جميع الأجهزة والنظم والبرمجيات المتعلقة بتداول المعلومات البيا، لذلك يمكن للمصارف الاهلية استخدام تقنيات المعلومات كمعيار مفيد لمعرفة درجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء للخدمة في المصارف الاهلية. وعليه تعد تقنيات المعلومات فرصة للتطور الاقتصادي والمعرفي الذي يتيح بتشكيل قاعدة واضحة للإزدهار الاقتصادي في الدولة بشكل عام والبنوك التجارية بشكل خاص. ومن المعروف أن بيئة الاعمال تختلف من مكان لآخر فضلا عن المنافسة بين المصارف الاهلية، لذلك يسعى هذا البحث الى معرفة دور تقنيات المعلومات في تقديم وتحسين الخدمات للعملاء لرفع مستوى الخدمة وزيادة الربحية وبقاء المصرف واستمراره في ظل البيئة المتغيرة. البحث الحالي يتناول أربعة محاور: في المحور الأول تم الاشارة الى منهجية البحث، وفي المحور الثاني تناولنا الجانب النظري للدراسة، وتم استعراض الجانب العملي في المحور الثالث، وفي المحور الرابع اختتمت بالاستنتاجات والمقترحات.

1. منهجية البحث

1.1. مشكلة البحث

تواجه المصارف الاهلية كثير من التحديات والصعوبات في تسيير اعمالها وذلك بسبب المنافسة الشديدة بين المصارف من حيث نوعية وجودة الخدمات المصرفية المقدمة الى العملاء، إذ تستخدم المصارف الاهلية جودة الخدمات المصرفية كسلاح تنافسي من أجل تمييز منتجاتها عن المصارف الاهلية الأخرى (الطاهر وبن عبدالله، 2019: 76). بالاضافة الى ذلك، إن اخواق ورغبات وطلبات العملاء متغيرة أي تتغير بشكل مستمر وهذا يضع المصارف الاهلية في موقف غامض (جميل، 2021: 184). لذلك فان تقنيات المعلومات هي وسيلة يمكن استخدامها في المصارف التجارية لمواكبة التطورات الحاصلة في مجال الصيرفة فضلا عن مواجهة الصعوبات والتحديات في تسيير اعمالها لضمان تحقيق الاهداف المراد تحقيقها (الجبوري، 2016: 150). لا سيما هناك قصور في استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنوك التجارية وهذا يؤثر سلبا على جودة

الخدمات المصرفية (التومي، 2017: 18). وتكمن مشكلة البحث من خلال التساؤل الرئيسي الآتي: هل تدرك المصارف الاهلية في مدينة دهوك أهمية تقنيات المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية؟ وينطلق من السؤال الرئيسي عدد من الأسئلة الفرعية ومنها:

1. هل هناك تصور واضح لدى العاملين في المصارف المبحوثة عن مفهوم تقنيات المعلومات وجودة الخدمات المصرفية؟
2. ما هي طبيعة علاقات الارتباط بين تقنيات المعلومات وعملية جودة الخدمات المصرفية على المستوى الكلي وعلى مستوى الأبعاد لعينة البحث؟
3. هل يوجد تأثير لوظائف تقنيات المعلومات على عملية تحسين جودة الخدمات المصرفية لدى عينة البحث؟

1.2. أهمية البحث

تأتي أهمية الدراسة من خلال عرض أهمية دور تقنيات المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية على وفق ما يأتي:

1. **الأهمية النظرية:** تستمد هذا البحث أهميته من خلال تناول وظائف تقنيات المعلومات كمتغير مستقل، وجودة الخدمات المصرفية كمتغير تابع والذين لهما دور مهم في بقاء واستمرار وتحقيق الاداء المتميز في المصارف، وكما تسهم هذا البحث الى معرفة أهمية تقنيات المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية في المصارف الاهلية، وكذلك محاولة تقليص الفجوة العلمية الموجودة في الدراسات السابقة، بالإضافة الى ذلك يعد هذا البحث مرجعا ماليا واستراتيجيا وتسويقيا مهما للمكتبات وللباحثين في المجال المصارف. فضلا عن وجود العديد من الدراسات السابقة والتي تخص الموضوع الحالي.

2. **الأهمية الميدانية:** تظهر الأهمية الميدانية من خلال الجانب الميداني وقد يتوصل اليه البحث من استنتاجات ومقترحات تستفاد منها المصارف قيد البحث حاليا او مستقبلاً للعمل بها.

1.3. أهداف البحث

يهدف البحث الى بيان الدور الذي تلعبه تقنيات المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية لدى المصارف الاهلية في مركز مدينة دهوك كهيئة للدراسة، ويتفرع من الهدف الرئيسي عدد من الأهداف الفرعية ومنها:

1. تحديد إطار نظري للدراسة نستعرض فيه مفهوم تقنيات المعلومات و جودة الخدمات المصرفية.
2. تحديد طبيعة العلاقات بين تقنيات المعلومات و جودة الخدمات المصرفية على المستوى الكلي وعلى مستوى الأبعاد لعينة البحث.
3. إظهار أثر تحليل تقنيات المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية بشكل خاص لدى عينة البحث.

1.4. فرضيات ومخطط البحث

1. **فرضيات البحث:** يسعى الباحثون لأثبات مدى صحة الفرضيات البحث وكالاتي:

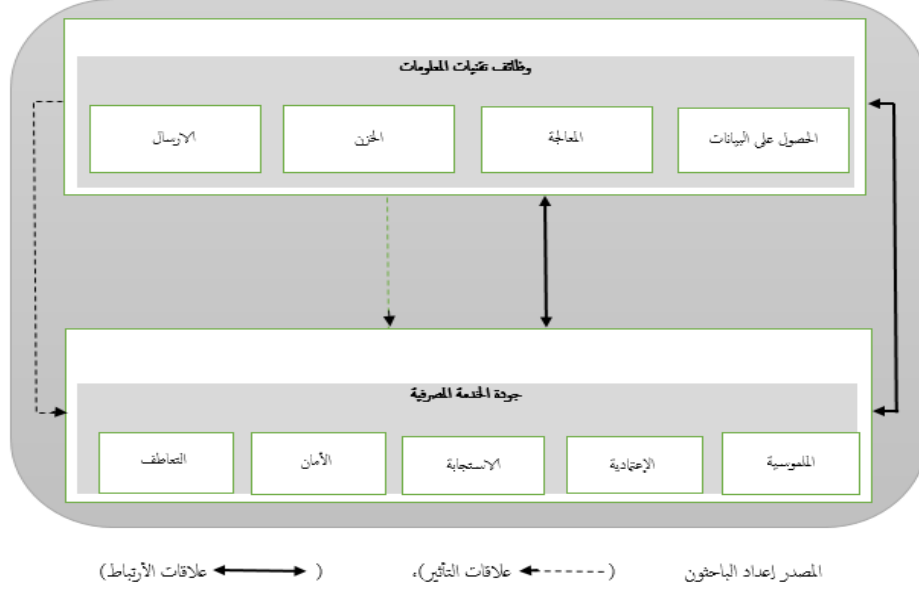
الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين وظائف تقنيات المعلومات المتمثلة بـ (الحصول على البيانات، المعالجة، الخزن، والارسال) وجودة الخدمات المصرفية المتمثلة بـ (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف) على المستوى الكلي وعلى مستوى الأبعاد لدى العاملين في المصارف الاهلية في مدينة دهوك.

الفرضية الثانية: يوجد تأثير معنوي ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين وظائف تقنيات المعلومات المتمثلة بـ (الحصول على البيانات، المعالجة، الخزن، والارسال) واجمالي جودة الخدمات المصرفية المتمثلة بـ (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف) على المستوى الكلي وعلى مستوى الوظائف لدى العاملين في المصارف الاهلية قيد البحث.

الفرضية الثالثة: تتباين وظائف تقنيات المعلومات في تأثيرها من حيث الأهمية في جودة الخدمة المصرفية لدى العاملين في المصارف الاهلية قيد البحث.

2. المخطط الفرضي للبحث:

تتطلب المعالجة المنهجية لمشكلة البحث وفرضياته في ضوء إطاره النظري تصميم مخطط افتراضي يعبر عن دور وظائف تقنيات المعلومات المتمثلة بـ (الحصول على البيانات، المعالجة، الخزن، والارسال) بوصفها متغيرات مستقلة في تحسين جودة الخدمات المصرفية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف) بوصفها متغيراً معتمداً وكما هو موضح في الشكل (1) كالآتي:



الشكل (1) المخطط الافتراضي للبحث

2.1. أساليب جمع البيانات

استند الباحثون في الجانب النظري على أهم النتائج التي توصل إليها الكتاب والباحثون حول وظائف تقنيات المعلومات وجودة الخدمات المصرفية. أما الجانب العملي، فقد تم الاعتماد على استمارة الاستبيان، والتي تعتبر أداة رئيسية في جمع البيانات بناءً على مقياس (Five-Points Likert) والذي يتألف من (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) لتحليل البيانات. إذ تحتوي استمارة الاستبيان في هذا البحث على ثلاثة محاور، في المحور الأول تمت الإشارة إلى معلومات حول المجيبين على سبيل المثال الجنس والعمر ومستوى العلمي ومدّة الخدمة وعدد الدورات التدريبية في مجال المصرف. ويتضمن المحور الثاني على وظائف تقنيات المعلومات وتم تبني فقرات هذا المحور جزئياً من استمارة استبانة لدراسة جمعة (2018). ويحتوي المحور الثالث والآخر من استمارة الاستبانة على ابعاد جودة الخدمات المصرفية وتم تبني فقرات هذا المحور جزئياً من استمارة استبانة لدراسة نسبية (2019).

2.2. اختبارات استبانة الاستبانة

1. **الصدق الظاهري:** وتم اختبار الصدق الظاهري لاستبانة الاستبانة من قبل عديد من الخبراء في مجال ادارته الاعمال وادارة المصارف لتأكيد مدى امكانيتها على قياس متغيرات البحث ومدى ملائمتها لفرضيات البحث وأهدافه، وكما مثبت في الملحق رقم (1).

2. **اختبار كرونباخ الفا:** اعتمد الباحثون على مقياس (Cornbach's Alpha) لقياس صدق وثبات استبانة الاستبانة، حيث أنه أحد الأساليب المفضلة في حساب ثبات استبانة الاستبانة للعبارة الوصفية والموضوعية، ويتحقق الثبات عندما تكون قيمة معامل الثبات المحسوبة لعبارة الاستبانة وابعادها اعلى من القيمة المعيارية لمعامل الثبات والبالغة (0.60) في الدراسات الانسانية والتي تم استخراج قيم الثبات من خلال البرامج الاحصائي (SPSS)، وكانت نتائج هذا التحليل كما موضحه في الجدول (1) والذي تشير نتائجه الى الاتي:

❖ ان معامل الثبات وعلى المستوى الكلي وبطريقة الفا كرونباخ لكافة عبارات الاستبانة بلغ (0.98)، وهي قيمة عالية قياساً بالقيمة المعيارية لمعامل الثبات والتي تبلغ (0.60) للدراسات الانسانية.

❖ اما على مستوى متغير تقنيات المعلومات، فقد سجلت اعلى قيمة للمعامل لدى عبارات بعد العمليات والتي بلغت (98).

❖ اما على مستوى متغير جودة الخدمة المصرفية، فقد سجلت اعلى قيمة للمعامل لدى عبارات بعد الاستجابة والتي بلغت (98).

الجدول (1): معاملات الثبات الفا كرونباخ لمتغيرات البحث وابعاده

المتغير	الابعاد	عدد العبارات	قيمة معامل كرونباخ الفا
تقنيات المعلومات	الحصول على البيانات	4	97.8
	المعالجة	4	98
	الخزن	4	97.8
	الارسال	3	97.8
جودة الخدمة المصرفية	المؤشر الكلي لابعاد تقنيات المعلومات	15	97.6
	اللموسية	4	97.9
	الاعتمادية	4	97.7
	الاستجابة	4	98
	الامان	4	97.8
	التعاطف	4	97.8
	المؤشر الكلي لابعاد جودة الخدمات المصرفية	20	97.6
	المؤشر الكلي لجميع عبارات الاستبانة	35	98

المصدر: اعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج البرمجية SPSS

2.3 مجتمع البحث وعينته

يتحدد مجتمع البحث بالمصارف الاهلية في مدينة دهوك. وتقدم مجموعة من الخدمات من اجل تحقيق متطلبات العملاء. وبالنسبة لعينة البحث، يكتسب اختياره اهمية كبيرة في الوقت الحاضر، لذلك فانه اختيرت من مستويين؛ المستوى الاول تمثل باختيار المصارف الاهلية قيد البحث والمستوى الثاني تمثل بتحديد الافراد المجهيين. بما يتعلق بالمصارف الاهلية المبحوثة، فقد استهدف الباحثون كل المصارف الاهلية في مركز مدينة دهوك، الا ان خمسة مصارف اهلية فقط قامت بالاستجابة وهي مصرف (كوردستان الاسلامي الدولي للاستثمار والتنمية (KIB)، مصرف الإقليم التجاري (RT Bank)، مصرف جيهان للاستثمار والتمويل الاسلامي، مصرف العراق الأول الإسلامي للاستثمار والتمويل، مصرف الشرق الاوسط العراقي للاستثمار). اما بالنسبة للافراد المجهيين، فقد تم اختيار العاملين في المصارف الاهلية المبحوثة، اذ بلغت عدد الاستمارات الموزعة (60) استماراً على افراد عينة البحث واعيد منها (49) استماراً صالحة للتحليل وبمعدل الاستجابة (81.6%).

2.4 الأساليب الإحصائية :

استخدم الباحثون برنامج (SPSS, V26) لوصف وتشخيص متغيرات البحث باستخدام مجموعة من الأدوات الإحصائية معبراً عنها بالطرق التالية (التوزيعات التكرارية، والنسب المئوية، والاوراط الحاسوبية، والانحرافات المعيارية، ومعامل الارتباط البسيط، ومعامل الانحدار البسيط، ومعامل الانحدار التدريجي).

3. الأطار النظري للبحث

3.1 تقنيات المعلومات

3.1.1 المفهوم

يتحقق تحسين جودة الخدمات المصرفية عندما يتزايد اعتماد المصارف على تقنيات المعلومات بكل أنواعها، فكلما قامت المصارف في الوقت الحالي بالاعتماد على التكنولوجيا كلما أدى ذلك الى إستمراريتها او نجاحها وبالتالي تطورها، واطهرت في الأونة الأخيرة تطورات سريعة في كافة نواحي الحياة وأبرز هذه التطورات هي الديناميكية التي عرفها المجال التكنولوجي خاصة الديناميكية المتعلقة بمعالجة المعلومات وبها أو بما أصبح يعرف بتقنيات المعلومات، و يتعلق مفهوم تقنيات المعلومات كل نظم وأدوات الحاسوب التي

تتعامل مع إستبان الرمزية المعقدة من المعرفة أو من القدرات الأدراكية الذهنية في حقول تحسين جودة الخدمات المصرفية ولهذا السبب تشكل تقنيات المعلومات مظلة شاملة لكل علاقات التكنولوجيا بمعطيات الفكر الأنساني إذ يختلف الكتاب والباحثين في تعريفهم لتقنية المعلومات في كتاباتهم ودراساتهم حسب خلفياتهم العلمية وتوجهاتهم الفكرية.

حيث يعرف (الهواسي والبرزنجي، 2014: 19) تقنيات المعلومات أنها تلك التقنيات التي يتم استخدامها في جمع وتخزين ومعالجة وتناقل عمليات التحليل والتصنيف والأستخلاص للمعلومات وتحويل الاستفادة منها من قبل المستفيدين بكل الطرائق مع ضمان النجاح بالدقة والسرعة والتوقيت الدقيق.

ويشير (جمعة، 2017: 9) إلى أن تقنيات المعلومات هي كافة (التقنيات والحاسبات والبرمجيات والاتصالات) المستخدمة من قبل المنظمة في جمع المعلومات اللازمة لإنجاز أنشطتها المختلفة بهدف رفع كفاءتها وفعاليتها لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة بالتمايز والنمو والتطور.

وحسب (غضاب، 2021: 108) فإن تقنيات المعلومات هي عبارة عن أجهزة ومعدات وبرمجيات وخبرات تقوم على اساس تحويل البيانات التي تم جمعها ومعالجتها بإجراء عمليات الترتيب والتصنيف والتبويب وغيرها من العمليات والمعالجات التي يتم فيها تحويل البيانات إلى معلومات لمعالجة شتى المواقف التي تواجه المنظمة.

ويرى الباحثون بأن تقنيات المعلومات هي كافة الأجهزة والبرمجيات والخدمات المرتبطة بإنشاء وتخزين البيانات والحصول عليها لأتخاذ قرارات رشيدة تحقق الكفاءة والفاعلية للوصول إلى الأهداف التي تصبو إليها المنظمة.

3.1.2 أهمية تقنيات المعلومات في المصارف

تنبع أهمية تقنيات المعلومات من البيئة الحديثة التي فرضت على جميع منظمات الأعمال والأخص الخدمية ومنها المصارف أن تعمل على تطوير أعمالها التقليدية وتحويلها إلى أعمال إلكترونية تنسجم مع الأدوات والأساليب التي تضمنها الثقافة الحديثة حيث يصبح أداء الأعمال بشكل مباشر بين المصرف وطالب الخدمة وتبرز أهمية تقنية المعلومات في المصارف بما يلي: (حسين و سعيد، 2020: 345)

1. تحسين قدرة المصرف على تحديد أداءها الإستراتيجي من خلال التميز وسرعة تقديم الخدمة المصرفية.
2. تطوير إمكانية القيادات والأفراد العاملين على تطبيق التقنية في أداء أعمالهم.
3. تعزيز إمكانية المصرف في الإبداع و الابتكار وتزيد قدرتها على إنجاز الأعمال وسرعة تنفيذها.
4. إختصار الوقت والمساحة في تنظيم وتبويب بيانات ومعلومات المنظمة، بالإضافة إلى سرعة إسترجاع البيانات

وفي ذات السياق يشير (عبدواوي، 2016 : 45) تظهر أهمية تقنيات المعلومات في المصارف في الآتي:

1. تساعد المصارف في ممارسة أعمالهم اليومية وبسرعة الأمر الذي أدى الى تحسين جودة الخدمات المصرفية
2. تحويل الأموال إلكترونياً .
3. تقليل العمل الورقي للعمليات بين المصارف مثل أجهزة الصراف الآلي وخدمات الموقع الإلكتروني.

ووفق (إساعيل، 2011: 32) يمكن قياس تأثير الوسائل التقنية وتقنيات المعلومات على الجهاز المصرفي عموماً والمصارف التجارية بوجه خاص من خلال

الآتي:

1. قياس تأثير تقنيات المعلومات على طبيعة ونوعية الخدمات التي تقدمها المصارف التجارية.
2. قياس مدى توفر الوسائل التقنية الملائمة لتشغيل البيانات إلكترونياً وإنتاج المعلومات في المصارف.
3. قياس مدى الوسائل التقنية وتقنيات المعلومات في تحقيق التكامل والترابط بين الأقسام والإدارات المختلفة في المصارف ومدى إسهامها في تعزيز التوجه نحو بناء النظم المتكاملة للمعلومات .

4. قياس مدى تأثير تقنيات المعلومات على وظائف الإدارة المختلفة (التخطيط، الرقابة، اتخاذ القرارات) وذلك من خلال ما تقدمه من معلومات تتوافق وتتلاءم مع معايير جودة المعلومات.

3.1.3 وظائف تقنية المعلومات في المصارف

يتفق (Andrson & post, 2000, 122) و (يونس، 2007: 25) أن تقنيات المعلومات تختص بجملة من الوظائف ويمكن إختزال هذه الوظائف في العمليات الأساسية الآتية:

1. **الحصول على البيانات:** تعد هذه الوظيفة هي الأولى التي توفرها تقنيات المعلومات من خلال تجميع البيانات، وتتضمن الحصول على البيانات الخاصة بعمليات المصرف وإعدادها للمعالجة من خلال إدخال البيانات وتسجيلها وتحريها وتعد الدقة والجودة من المعايير المهمة في عملية إدخال البيانات حيث يتوقف عليها دقة وجودة المخرجات.
2. **المعالجة:** يقصد بها إجراء العمليات الحسابية والمنطقية المختلفة على البيانات وتحويلها إلى معلومات، وتشمل المعالجة على عمليات متعددة كمعالجة المعلومات والكلمات والوثائق المستندة إلى النص بما في ذلك التقارير والأخبار والمراسلات ومعالجة الصور والأصوات.
3. **الخزن:** يعد الخزن المكون الأساسي لنظام المعلومات، فالخزن عبارة عن نشاط تحفظ من خلاله البيانات والمعلومات بشكل منظم لأستخدامها كمخرجات حين يحتاجها المستخدم. وإن الخزن يساعد الحواسيب على المحافظة على البيانات والمعلومات لأستخدامها في وقت لاحق.
4. **الإرسال:** يقصد به إرسال المعلومات من موقع إلى آخر وذلك بإستخدام واعتماد أوساط مختلفة كالأقمار الصناعية والألياف الضوئية وغير ذلك.

3.2 جودة الخدمة المصرفية

3.2.1 المفهوم

تعمل المصارف على تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال قيامها بإستخدام تقنيات المعلومات لتخفيض التكاليف وكسب المزيد من العملاء وتوفير فرصة لنقل المعلومات، والمصارف الذين يستخدمون تقنيات المعلومات بإمكانهم كسر الحواجز المكانية والزمنية ولهم إمكانية فتح أسواق جديدة (شرف، 2009: 59).

وهناك وجهات نظر مختلفة بين الكتاب والباحثين في تحديد مفهوم جودة الخدمة المصرفية بسبب تعدد التعاريف التي تناولت تحسين جودة الخدمات المصرفية.

إذ يشير (الصميدعي، 2010: 91) بأن جودة الخدمات المصرفية هي مقدرة المصارف على تلبية وإرضاء حاجة العملاء الحقيقية.

ومن وجهة نظر (سلطان والربيعة، 2020: 325) فإن جودة الخدمة المصرفية هي التميز والتفرد في تقديم الخدمة المصرفية وإن تكون قادرة على تلبية كل إحتياجات العملاء وأن تكون مواصفاتها متطابقة مع ما يطلبه العميل.

ووفق (محمود و البصري، 2021: 43) فإن جودة الخدمة المصرفية هي مستوى الأداء المقدم من قبل المصرف والمعبر عنه بنوعية متميزة من الخدمات تحمل معايير ومواصفات محددة ومخطط لها من قبل الإدارة والعاملين تلتنقي أو تفوق توقعات العملاء بما يضمن حالة من الأشباع للحاجات والرغبات والتوقعات بناء على المدركات الحسية والنفسية من جانب العملاء.

وفي نظر الباحثين فإن جودة الخدمة المصرفية هي مجموعة من الأنشطة التي يقوم بها المصرف بشكل متميز بهدف تقديم خدمات تلبي إحتياجات وتوقعات العملاء لغرض تحقق الرضا لديهم مقابل الحصول على إيرادات مالية.

3.2.2 أهمية جودة الخدمات المصرفية

تمتلك جودة الخدمات المصرفية أهمية لكل من المصرف والعملاء لاسيما من خلال تقديم خدمات متميزة من قبل المصرف للعملاء تتمثل بإشباع حاجات ورغبات العملاء وتحقيق الرضا لديهم.

حيث يبين (أحمد، 2019: 4324) أن أهمية جودة الخدمات المصرفية تكمن في الآتي:

1. تخفيض تكاليف الخدمات المصرفية.
2. تساعد على تلبية رغبات عملاء المصرف.
3. تسهم في زيادة فاعلية وكفاءة العاملين في المصرف.
4. تساعد على جذب عملاء جدد.

و ينظر (عبدالرضا، 2022: 267) إلى أن أهمية جودة الخدمة المصرفية تظهر من خلال الآتي:

1. تمثل قيمة إستراتيجية وأن دراستها تساعد المصرف على الاحتفاظ بعملاءها وجعلهم راضين.
2. جذب عملاء جدد وتطوير العلاقات بين المصرف والعملاء.
3. تعزيز وتحسين سمعة المصرف.
4. تحسين الأداء المصرفي وفق توقعات العملاء.
5. تحقيق ميزة تنافسية متميزة مقارنة بالمنظمات المالية الأخرى.

3.2.3 أبعاد جودة الخدمة المصرفية

يتفق أغلب الكتاب والباحثين ومنهم (الكركي، 2010: 12) و (Lovelock & Wirtz, 2011: 406) و (Kotler & Keller, 2012: 306) و (حسون و خلف، 2021: 136) و (عبدالرضا، 2022: 267) على إيجاد مجموعة من أبعاد جودة الخدمة المصرفية لقياس جودة الخدمات المصرفية وهي (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) وفيما يلي عرض للأبعاد الخمسة:

1. **الملموسية:** وهي الجوانب المادية المتعلقة بالخدمة مثل مباني المصارف والتقنيات الحديثة المستخدمة فيها والتسهيلات الداخلية للابنية والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة ومظهر الموظفين. و (الكركي، 2010: 12)
2. **الاعتمادية:** وتعني درجة التزام المصرف نحو العملاء، وهذا يعني أن المصرف سوف يزود العملاء بخدمة موثوقة تمثل قدرته على تقديم الخدمة بشكل موثوق ودقيق وحرص إدارة المصرف على الوفاء بالتزاماتها نحو العملاء في الأوقات المحددة. (حسون و خلف، 2021: 136)
3. **الاستجابة:** تشير إلى سرعة إستجابة مقدمي الخدمة المصرفية في التقديم المتميز للخدمات إلى العملاء وتعزز هذه العملية عن طريق الملائمة والتعاطف والأحتراف في الخدمات المصرفية وبالتالي فهي تشير إلى رغبة وإستعداد العاملين في تقديم الخدمة ومساعدة العملاء والرد على إستفساراتهم. (عبدالرضا، 2022: 267)
4. **الأمان:** ويعني معرفة ومعاملة العاملين وقدرتهم على جعل العميل يحس بالثقة والأمان، وايضا مقدار توفر أجهزة السلامة والأمان والإجراءات المرتبطة بها حفاظا على ممتلكات العملاء. فلا يمكن للعميل أن يقوم بإيداع أمواله وممتلكاته في مصرف يزداد فيه حالات الغش والسرقة. (حمد و حجاد، 2018: 153)
5. **التعاطف:** وهي الجودة المتعلقة بالتفاعل بين العاملين في المصرف و العملاء الناتج عن اللقاء بينهم وحسن إستقبال شكواي ومقترحات العملاء. (أحمد، 2019: 435).

3.3 العلاقة النظرية بين متغيرات البحث

هناك العديد من الدراسات حول موضوع تقنيات المعلومات وجودة الخدمة المصرفية باستخدام مناهج وطرق ونتائج مختلفة وفي دول مختلفة. ما يميز هذا البحث عن البحوث الأخرى هي ربط وظائف تقنيات المعلومات المتمثلة بـ (الحصول على المعلومات، المعالجة، الخزن، الإرسال) بأبعاد جودة الخدمة المصرفية المتمثلة بـ (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف)، بينما اقتصرت البحوث السابقة على ربط وظائف أخرى من تقنيات المعلومات بجودة الخدمة المصرفية وايضا هناك عدد قليل من البحوث التي اجريت في العراق حول هذا الموضوع. وهناك بعض الدراسات التي تم اجرائها من قبل الباحثين في مختلف دول العالم وكالاتي:

اشارت النتائج التي اجريت في الجزائر بعنوان ("دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة البنكية") بوجود علاقة ارتباط معنوية قوية موجبة بين تقنيات المعلومات وجودة الخدمة المصرفية (مغربي، 2019: 65). اجريت دراسة اخرى في الجزائر بعنوان ("تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية للبنك الاسلامي") وتبين ان لدى تقنيات المعلومات اسهام في تطور مستوى الانشطة المصرفية من خلال نوعية الخدمات المقدمة الى العملاء (العونية، 2019: 310). كما اجريت دراسة اخرى في ليبيا بعنوان ("اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة الخدمة المصرفية للبنوك التجارية اللبية") ان لتكنولوجيا المعلومات اثر معنوي ذو دلالة احصائية على جودة الخدمة المصرفية (التومي، 2017: 208). واكدت دراسة (تيناوي، 2019: 98-95) التي اجريت في سوريا بعنوان ("دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات (Syriatel & MTN)") بان هناك علاقة ارتباط وتأثير معنوية موجبة ذو دلالة احصائية بين استخدام تقنيات المعلومات وجودة الخدمة المصرفية سواء على مستوى الكلي او على مستوى الجزئي. كما اضافت دراسة (الجبوري، 2016: 147) التي اجريت في العراق بعنوان ("دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين الاداء المصرفي") بان هناك دور لتقنيات المعلومات في تحسين الاداء المصرفي اي تحسن جودة الخدمة المصرفية. كما اجريت دراسة اخرى في فلسطين بعنوان ("اثر تقانة المعلومات على جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العاملين") ايضا اظهرت ان هناك اثر ذو دلالة احصائية بين تقنية المعلومات وجودة الخدمة المصرفية (أبو عجمو، 2020: 296).

الدراسات اعلاه تشير الى ان تقنيات المعلومات لها دور كبير وبارز في تحسين وتطوير جودة الخدمة المصرفية. وكذلك استنتجنا من خلال الدراسات السابقة ما يلي: أدت التطورات التقنية السريعة والحاجة الماسة والمتزايدة لها إلى رغبة العملاء في سرعة إنجاز الأعمال والحصول على الخدمات بصورة أكثر تطوراً وبدقة عالية ومع قصور الإدارة التقليدية للإستجابة لتلك الرغبات، حيث دعت تقنيات المعلومات إلى ضرورة إعادة النظر في نظم وأساليب إدارة الخدمات ومنها المصرفية، حيث أسهمت بشكل كبير في إحداث تغييرات واسعة كسرعة الأنجاز و تحسين جودة الخدمات.

وتعتمد المصارف تقانة المعلومات لتحسين الكفاءة والفاعلية والعمل على تقديم خدمات متميزة وذات جودة بغية تعزيز موقفها التنافسي في ظل بيئة الأعمال التي تتصف بعدم التأكد وسرعة تغييرها وشدة تعقيدها.

وفي ذات السياق باتت المعلومة قوة وسلاحاً تنافسياً في ظل ثورة المعلومات وأصبح الأستثمار في المعلومات من قبل المصارف من خلال إستخدام تقنيات المعلومات السبيل الناجع لتقديم خدمات ذات جودة عالية للعملاء وميزة تنافسية يبحث عنها العملاء لأشباع حاجاتهم ورغباتهم سعياً لتحقيق الرضا والولاء لديهم وبالتالي كسب المزيد من العملاء والأحتفاظ بهم الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق إيرادات مالية عالية تحقق للمصرف البقاء والنمو في ميدان المنافسة.

وتعد جودة الخدمات المصرفية المبنية على تقنيات المعلومات أحد الإستراتيجيات التي تعتمدها المصارف في العصر الحالي في خضم المنافسة الحادة لتحقيق السمعة وإستدامتها والتي أصبحت من الأهداف الإستراتيجية التي تصبو المصرف تحقيقها والتي يمكن من خلالها الوصول إلى الريادة في عالم المال والأعمال.

4. الاطار العملي للبحث

4.1 وصف أفراد عينة البحث

تتناول هذه الفقرة وصف الخصائص الشخصية لأفراد عينة البحث، وان الخصائص الشخصية هي الركيزة الاساسية في تحقيق أحد متطلبات البحث العلمي والتعرف على الفروق بين متغيرات البحث على وفق تلك الخصائص، كما هو مبين في الجدول (2) حيث بينت أن (57.1%) من أفراد عينة البحث من الذكور ونسبة الإناث (42.9%). أما شأن متغير العمر فقد اتضح أن الفئة العمرية الأكثر ظهوراً في البحث كانت الفئة الثانية (25 - 45 سنة) والتي مثلت نسبة (69.4%) من مجموع أفراد عينة البحث.

كما يتضح من الجدول ادناه إن غالبية افراد عينة البحث حاصلين على شهادة بكالوريوس حيث بلغ نسبتهم (51%) ويدل هذا على ان قراراتهم تجاه متغيرات البحث غالبا ما تكون قرارات عقلانية وموزونة. كما يبين الجدول ايضا أن الأفراد الذين تبلغ مدة خدمتهم في المصارف الاهلية المبحوثة (5 – 15 سنة) هم الذين شكلوا النسبة الاعلى في هذا البحث وبلغت هذه النسبة (46.9%) من إجمالي أفراد عينة البحث. كما يتبين من النسب الواردة في الجدول ان نسبة (28.6%) من افراد عينة البحث خضعوا بصورة متساوية لفتي (4 – 6 دورة) و (أكثر من 6 دورة) في مجال العمل المصرف.

الجدول (2) توزيع الافراد المبحوثين وفقا لخصائصهم الفردية:

النسبة %	العدد	توزيع الأفراد المبحوثين حسب	
57.1	28	ذكر	الجنس
42.9	21	أثى	
14.3	7	اقل من 25 سنة	الفئات العمرية
69.4	34	25 – 45 سنة	
16.3	8	أكثر من 45 سنة	
16.3	8	دراسات عليا	التحصيل الدراسي
51	25	بكالوريوس	
18.4	9	دبلوم معهد	
14.3	7	اعدادية فأقل	
22.4	11	اقل من 5 سنة	مدة الخدمة
46.9	23	5 – 15 سنة	
30.7	15	أكثر من 15 سنة	
4.1	2	بلا دورة	عدد الدورات التدريبية في مجال المصرف
38.7	19	1 – 3 دورة	
28.6	14	4 – 6 دورة	
28.6	14	أكثر من 6 دورات	

المصدر: إعداد الباحثون بالاعتماد على مخرجات البرمجة الإحصائية (SPSS).

4.2 وصف وتشخيص متغيرات البحث

تم وصف المتغيرات المعتمدة في البحث على مستوى المصارف الاهلية في مدينة دهوك في عينة البحث وكما يلي:

4.2.1 وصف وتشخيص وظائف تقنيات المعلومات

تتناول هذه الفقرة وصف مؤشرات ووظائف تقنيات المعلومات التي تم الإشارة إليها في الجانب النظري والمعتمدة في أنموذج البحث وبالشكل التالي:

1. الحصول على المعلومات: يتضح من النتائج الواردة في الجدول (3) الى ان اجابات المبحوثين حول هذا البعد من خلال مؤشراتها (X1 – X4) تميل باتجاه الاتفاق وبنسبة (79.58%) من تلك الاجابات وبوسط حسابي (3.97) وانحراف معياري (0.7) بالمقابل بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذه البعد (5.1%) وهذا يدل على أن المصارف الاهلية قيد البحث محتمة بالحصول على المعلومات وذلك من اجل اتخاذ قرارات سليمة تخدم المصرف. كما هو موضح في

الجدول (3) إن أعلى نسبة اتفاق لعينة البحث كانت على المؤشر (X 2) الذي يدل إلى ان المصارف الاهلية المبحوثة يستخدمون الاستراتيجيات من اجل جمع البيانات، وبلغت نسبة الاتفاق على هذا المؤشر (87.7%) من إجابات المبحوثين وبوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (0.6). في حين أقل نسبة اتفاق كانت على المؤشر (X 4) الذي يدل إلى أن المصارف الاهلية المبحوثة يقومون بجمع البيانات من المصادرها الاولية، وقد بلغت هذه النسبة (69.4%) من اجابات المبحوثين وبلغ وسط حسابي (3.81) وانحراف معياري (0.8).

2. المعالجة: اظهر الجدول (3) ان اجابات المبحوثين حول هذا البعد من خلال مؤشراتها (X5 - X8) تميل باتجاه الاتفاق وبنسبة (69.38%) من تلك الاجابات وبوسط حسابي (3.85) وانحراف معياري (0.82) بالمقابل بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذه البعد (8.68%) وهذا يدل على أن المصارف الاهلية المبحوثة قادرة على معالجة البيانات المتاحة بسهولة وملمية ومتطلبات جميع اقسام المصرف. كما هو موضح في الجدول (3) إن أعلى نسبة اتفاق لعينة البحث كانت على المؤشر (X 6) الذي يدل إلى ان المصارف الاهلية المبحوثة لديهم قدرة عالية على معالجة البيانات وتحويلها الى المعلومات من خلال انظمة المعلومات خاصة بهم، وبلغت نسبة الاتفاق على هذا المؤشر (75.5%) من إجابات المبحوثين وبوسط حسابي (4.02) وانحراف معياري (0.8). في حين أقل نسبة اتفاق كانت على المؤشر (X 7) الذي يدل إلى أن المصارف الاهلية المبحوثة تستعين بالمكاتب المتخصصة لمعالجة البيانات، وقد بلغت هذه النسبة (59.2%) من اجابات المبحوثين وبلغ وسط حسابي (3.63) وانحراف معياري (0.9).

3. الخزن: تشير النتائج الواردة في الجدول (3) الى ان اجابات المبحوثين حول هذا البعد من خلال مؤشراتها (X9 - X12) تميل باتجاه الاتفاق وبنسبة (76.55%) من تلك الاجابات وبوسط حسابي (3.96) وانحراف معياري (0.8) بالمقابل بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذه البعد (7.15%) وهذا يدل على أن المصارف الاهلية المبحوثة تمتلك انظمة معلومات ذو كفاءة عالية لخزن البيانات وتحديثها وتجديدها والمتسمة ايضا بالسرية والامان. كما يشير معطيات الجدول (3) إن أعلى نسبة الاتفاق لعينة البحث كانت على المؤشر (X 10) وهذا يدل على ان المصارف الاهلية المبحوثة تمتلك نظام فيها الامان والسرية في خزن البيانات والمعلومات، وبلغت نسبة الاتفاق على هذا المؤشر (81.7%) من إجابات المبحوثين وبوسط حسابي (4.12) وانحراف معياري (0.7). في حين أقل نسبة اتفاق كانت على المؤشر (X 11) الذي يدل إلى أن المصارف الاهلية المبحوثة لديها معلومات مخزونة في قاعدة البيانات تتصف بالتكامل، وقد بلغت هذه النسبة (69.4%) من اجابات المبحوثين وبلغ وسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (0.8).

4. الارسال: تتضح من النتائج الواردة في الجدول (3) الى ان اجابات المبحوثين حول هذا البعد من خلال مؤشراتها (X13 - X15) تميل باتجاه الاتفاق وبنسبة (76.2%) من تلك الاجابات وبوسط حسابي (3.94) وانحراف معياري (0.83) بالمقابل بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذه البعد (8.87%) وهذا يدل على أن المصارف الاهلية قيد البحث يستخدمون الانترنت في ارسال البيانات والمعلومات بدقة ووضوح وبدون التأخير الى الجهات مطلوبة. كما يشير الجدول ايضا إن المؤشر (X 13) اسهم بأعلى نسبة اتفاق والذي يدل إلى ان المصارف الاهلية المبحوثة تمتلك نظام له قدرة على ارسال البيانات والمعلومات بدقة ووضوح، والتي بلغ اسهامها (77.6%) من إجابات المبحوثين وبوسط حسابي (4) وانحراف معياري (0.9). في حين أقل نسبة اتفاق كانت على المؤشر (X 14) الذي يدل إلى أن المصارف الاهلية المبحوثة تقوم بارسال البيانات والمعلومات بدون تأخير، وقد بلغت هذه النسبة (73.5%) من اجابات المبحوثين وبلغ وسط حسابي (3.83) وانحراف معياري (0.8).

الجدول (3): التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والاوراسل الحسائية والانحرافات المعيارية لوظائف تقنيات المعلومات

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقاييس الاستجابة								الرمز	اعداد تقنيات المعلومات	
		غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق				
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%			
0.7	3.97	0	0	6.1	3	12.2	6	59.2	29	22.4	11	X 1

0.6	4.08	0	0	2	1	10.2	5	65.3	32	22.4	11	X 2	البيانات الحصول على
0.7	4.04	0	0	4.1	2	16.3	8	51	25	28.6	14	X 3	
0.8	3.81	0	0	8.2	4	22.4	11	49	24	20.4	10	X 4	
0.7	3.97	0		5.1		15.28		56.13		23.45		المعدل	
				5.1				79.58				المجموع	
0.8	3.95	0	0	8.2	4	16.3	8	46.9	23	28.6	14	X 5	المعالجة
0.8	4.02	0	0	8.2	4	16.3	8	46.9	23	28.6	14	X 6	
0.9	3.63	0	0	12.2	6	28.6	14	42.9	21	16.3	8	X 7	
0.8	3.81	0	0	6.1	3	26.5	13	46.9	23	20.4	10	X 8	
0.82	3.85	0		8.68		21.93		45.9		23.48		المعدل	
				8.68				69.38				المجموع	
0.9	4.14	0	0	8.2	4	12.2	6	38.8	19	40.8	20	X 9	الجزن
0.7	4.12	0	0	2	1	16.3	8	49	24	32.7	16	X10	
0.8	3.79	0	0	8.2	4	22.4	11	51	25	18.4	9	X11	
0.8	3.81	0	0	10.2	5	14.3	7	59.2	29	16.3	8	X12	
0.8	3.96	0		7.15		16.3		49.5		27.05		المعدل	
				7.15				76.55				المجموع	
0.9	4	0	0	10.2	5	12.2	6	44.9	22	32.7	16	X13	الإرسال
0.8	3.83	0	0	8.2	4	18.4	9	55.1	27	18.4	9	X14	
0.8	4	0	0	8.2	4	14.3	7	46.9	23	30.6	15	X15	
0.83	3.94	0		8.87		14.97		48.97		27.23		المعدل	
				8.87				76.2				المجموع	
0.78	3.93	المؤشر الكلي لابعاد تقنيات المعلومات											

مصدر: إعداد الباحثون بالاعتماد على مخرجات البرمجة الإحصائية (SPSS).

4.2.2 وصف وتشخيص ابعاد جودة الخدمة المصرفية

تتناول هذه الفقرة وصف مؤشرات ابعاد جودة الخدمة المصرفية التي تم الإشارة إليها في الجانب النظري والمعمدة في نموذج البحث وبالشكل التالي:

1. الملموسية: تشير النتائج الواردة في الجدول (4) الى ان اجابات المبحوثين حول هذا البعد من خلال مؤشراتها (Y1 - Y4) تميل باتجاه الاتفاق ونسبة (74.98 %) من تلك الاجابات وبوسط حسابي (3.90) وبانحراف معياري (0.78) بالمقابل بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذه البعد (5.6 %) وهذا يدل على أن المصارف الاهلية المبحوثة تمتلك اجمحة حديثة تعمل بشكل جيد وتاخذ بعين الاعتبار مسألة الموقع المصرف. كما هو موضح في الجدول (4) إن أعلى نسبة اتفاق لعينة البحث كانت على المؤشر (Y 2) الذي يدل إلى ان موظفي المصارف الاهلية المبحوثة يتمتعون بالاناقة واللباقة في التعامل مع الزبائن، وبلغت نسبة الاتفاق على هذا المؤشر (79.5 %) من إجابات المبحوثين وبوسط حسابي (4) وانحراف معياري (0.7). في حين أقل نسبة اتفاق كانت على

المؤشر (Y 1) الذي يشير إلى أن موقع المصارف الاهلية المبحوثة يتمتع بموقع ملائم وسهل الوصول اليه، وقد بلغت هذه النسبة (71.4%) من اجابات المبحوثين وبلغ وسط حسائي (3.85) وانحراف معياري (0.81).

2. الاعتمادية: يلاحظ من نتائج الوصف لهذا البعد والمذكور في الجدول (4) الى ان اجابات المبحوثين حول هذا البعد من خلال مؤشراتها (Y5 – Y8) تميل باتجاه الاتفاق وبنسبة (74.48%) من تلك الاجابات وبوسط حسائي (3.88) وانحراف معياري (0.85) بالمقابل بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذه البعد (8.68%) وهذا يدل على أن المصارف الاهلية المبحوثة تهتم بالاعتمادية في تقديم الخدمات الى العملاء. ويبين الجدول ايضا بان المؤشر (Y 8) اسهم بأعلى نسبة اتفاق لعينة البحث والذي يدل إلى ان المصارف الاهلية المبحوثة تحرص على متابعة عمليات الزبائن في كافة الاوقات، وبلغت نسبة الاتفاق على هذا المؤشر (73.4%) من اجابات المبحوثين وبوسط حسائي (3.93) وانحراف معياري (0.85). في حين كان للمؤشر (Y 7) اقل مستوى من الاسهام في تعزيز نسبة الاتفاق على مستوى هذا البعد والذي يشير إلى أن المصارف الاهلية المبحوثة تحاول تجنب الاخطاء عند تقديم الكشوفات الى العملاء، وقد بلغت هذه النسبة (69.4%) من اجابات المبحوثين وبلغ وسط حسائي (3.77) وانحراف معياري (0.87).

3. الاستجابة: تظهر النتائج الواردة في الجدول (4) ان اجابات المبحوثين حول هذا البعد من خلال مؤشراتها (Y9 – Y12) تميل باتجاه الاتفاق وبنسبة (73.5%) من تلك الاجابات وبوسط حسائي (3.83) وانحراف معياري (0.89) في حين بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذه البعد (10.18%) وهذا يدل على أن هناك استجابة من قبل المصارف الاهلية المبحوثة تجاه العملاء. ويشير الجدول ايضا بان المؤشر (Y 10) اسهم بأعلى نسبة اتفاق لعينة البحث والذي يدل إلى ان المصارف الاهلية المبحوثة يعتبر تعاون مع العملاء واجب اساسي للمصرف، وبلغت نسبة الاتفاق على هذا المؤشر (81.7%) من اجابات المبحوثين وبوسط حسائي (4.08) وانحراف معياري (0.83). في حين كان للمؤشر (Y 11) اقل مستوى من الاسهام في تعزيز نسبة الاتفاق على مستوى هذا البعد والذي يشير إلى أن المصارف الاهلية المبحوثة يتوفر استجابة سريعة لشكاوي الزبائن، وقد بلغت هذه النسبة (67.4%) من اجابات المبحوثين وبلغ وسط حسائي (3.69) وانحراف معياري (0.89).

4. الامان: تظهر النتائج الواردة في الجدول (4) ان اجابات المبحوثين حول هذا البعد من خلال مؤشراتها (Y13 – Y16) تميل باتجاه الاتفاق وبنسبة (81.1%) من تلك الاجابات وبوسط حسائي (3.98) وانحراف معياري (0.79) في حين بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذه البعد (6.65%) وهذا يدل على أن المصارف الاهلية المبحوثة تتميز بدرجة عالية من الامان والسرية في تعاملهم مع العملاء. ويشير الجدول ايضا بان المؤشر (Y 13) اسهم بأعلى نسبة اتفاق لعينة البحث والذي يدل إلى ان العملاء يشعرون بالثقة والامان في تعاملهم مع المصارف الاهلية المبحوثة، وبلغت نسبة الاتفاق على هذا المؤشر (81.6%) من اجابات المبحوثين وبوسط حسائي (4.02) وانحراف معياري (0.74). في حين كان للمؤشر (Y 15) اقل مستوى من الاسهام في تعزيز نسبة الاتفاق على مستوى هذا البعد والذي يشير إلى أن المصارف الاهلية المبحوثة تمتلك المعرفة الكافية للاجابة عن اسئلة العملاء، وقد بلغت هذه النسبة (79.6%) من اجابات المبحوثين وبلغ وسط حسائي (3.91) وانحراف معياري (0.81).

5. التعاطف: يتبين من النتائج الواردة في الجدول (4) ان اجابات المبحوثين حول هذا البعد من خلال مؤشراتها (Y17 – Y20) تميل باتجاه الاتفاق وبنسبة (76.5%) من تلك الاجابات وبوسط حسائي (3.94) وانحراف معياري (0.88) في حين بلغت نسبة عدم الاتفاق على مؤشرات هذه البعد (6.15%) وهذا يدل على أن موظفوا المصارف الاهلية المبحوثة يتمتعون بروح الصداقة والحرص على العميل واشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجاته. وكما اظهر الجدول ايضا بأن المؤشر (Y17) و (Y18) اسهما بشكل متساوي بأعلى نسبة اتفاق والذي يشير الى ان المصارف الاهلية المبحوثة يقدر ظروف العملاء وحسن التعامل مع الزبون، والتي بلغ اسهامها (77.5%) وبوسط حسائي (4) وانحراف معياري (0.88) و (0.79) متتاليا. في حين كان للمؤشر (Y 20) اقل مستوى من الاسهام في تعزيز نسبة الاتفاق على مستوى هذا البعد والذي يشير إلى أن موظفوا المصارف الاهلية المبحوثة يعرفون احتياجات العملاء ويسعون لتحقيقها، وقد بلغت هذه النسبة (75.5%) من اجابات المبحوثين وبلغ وسط حسائي (3.85) وانحراف معياري (0.7).

الجدول (4): التوزيعات التكرارية والنسب المتوية والايواساط الحسابية والانحرافات المعيارية لابعاد جودة الخدمة المصرفية:

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقاييس الاستجابة										الرمز	جودة الخدمة المصرفية
		غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة			
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
0.81	3.85	0	0	6.1	3	22.4	11	51	25	20.4	10	Y 1	الموسمية
0.7	4	0	0	2	1	18.4	9	57.1	28	22.4	11	Y 2	
0.74	3.89	0	0	4.1	2	20.4	10	57.1	28	18.4	9	Y 3	
0.9	3.87	0	0	10.2	5	16.3	8	49	24	24.5	12	Y 4	
0.78	3.90	0		5.6		19.38		53.55		21.43		المعدل	المجموع
				5.6				74.98					
0.82	3.89	0	0	8.2	4	14.3	7	57.1	28	20.4	10	Y 5	الاعتدالية
0.88	3.91	0	0	10.2	5	12.2	6	53.1	26	24.5	12	Y 6	
0.87	3.77	0	0	10.2	5	20.4	10	51	25	18.4	9	Y 7	
0.85	3.93	0	0	6.1	3	20.4	10	46.9	23	26.5	13	Y 8	
0.85	3.88	0		8.68		16.83		52.03		22.45		المعدل	المجموع
				8.68				74.48					
1.01	3.81	2	1	12.2	6	12.2	6	49	24	24.5	12	Y 9	الاستجابة
0.83	4.08	0	0	6.1	3	12.2	6	49	24	32.7	16	Y10	
0.89	3.69	2	1	8.2	4	22.4	11	53.1	26	14.3	7	Y11	
0.84	3.77	0	0	10.2	5	18.4	9	55.1	27	16.3	8	Y12	
0.89	3.83	1		9.18		16.3		51.55		21.95		المعدل	المجموع
				10.18				73.5					
0.74	4.02	0	0	4.1	2	14.3	7	57.1	28	24.5	12	Y13	الامان
0.8	3.97	0	0	8.2	4	8.2	4	61.2	30	22.4	11	Y14	
0.81	3.91	0	0	8.2	4	12.2	6	59.2	29	20.4	10	Y15	
0.81	4	0	0	6.1	3	14.3	7	53.1	26	26.5	13	Y16	
0.79	3.98	0		6.65		12.25		57.65		23.45		المعدل	المجموع
				6.65				81.1					
0.88	4	0	0	8.2	4	14.3	7	46.9	23	30.6	15	Y17	التعاطف
0.79	4	0	0	4.1	2	18.4	9	51	25	26.5	13	Y18	
0.86	3.91	0	0	8.2	4	16.3	8	51	25	24.5	12	Y19	
0.7	3.85	0	0	4.1	2	20.4	10	61.2	30	14.3	7	Y20	
0.80	3.94	0		6.15		17.35		52.53		23.98		المعدل	المجموع
				6.15				76.5					
0.82	3.90	المؤشر الكلي لابعاد جودة الخدمة المصرفية											

المصدر: إعداد الباحثون بالاعتماد على مخرجات البرمجة الإحصائية (SPSS).

4.3 اختبار فروض البحث

من اجل اختبار فرضيات البحث تم استخدام علاقة الارتباط والامر بين وظائف تقنيات المعلومات وابعاد جودة الخدمة المصرفية وكالاتي:

4.3.1 تحليل علاقات الارتباط بين وظائف تقنيات المعلومات وابعاد جودة الخدمة المصرفية.

تركز هذه الفقرة على اختبار الفرضية الاولى والتي تشير الى وجود علاقة ارتباط معنوية بين وظائف تقنيات المعلومات المتمثلة ب (الحصول على البيانات، المعالجة، الخزن، الارسال) وابعاد جودة الخدمة المصرفية المتمثلة ب (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف) على المستوى الكلي وعلى مستوى الابعاد لدى عاملين في المصارف الاهلية المبحوثة في مدينة دهوك ويتبين من معطيات الجدول (5) الى وجود علاقة ارتباط احصائية ذات دلالة معنوية موجبة بين المؤشر الكلي لابعاد تقنيات المعلومات والمؤشر الكلي لابعاد جودة الخدمة المصرفية اذ بلغت درجة الارتباط (0.908) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.01)، مما يعني ارتباط وظائف تقنيات المعلومات ارتباطاً وثيقاً ومهماً في تحسين جودة الخدمة المصرفية.

الجدول (5): علاقات الارتباط بين ابعاد تقنيات لمعلومات وجودة الخدمة المصرفية.

المؤشر الكلي	ابعاد جودة الخدمة المصرفية					المتغير التابع
	التعاطف	الامان	الاستجابة	الاعتمادية	الملموسية	المتغير المستقل وظائف تقنيات المعلومات
0.884**	0.824**	0.840**	0.738**	0.852**	0.821**	الحصول على البيانات
0.767**	0.634**	0.747**	0.701**	0.786**	0.655**	المعالجة
0.853**	0.751**	0.833**	0.741**	0.848**	0.751**	الخزن
0.863**	0.812**	0.788**	0.776**	0.822**	0.771**	الارسال
0.908**	0.815**	0.865**	0.798**	0.892**	0.808**	المؤشر الكلي

(**) معنوي عند مستوى 0.01

المصدر: إعداد الباحثون بالاعتماد على مخرجات البرمجة الإحصائية (SPSS).

كما تشير معطيات الجدول (5) بان اقوى علاقة كان بين متغيري (الحصول على المعلومات) كأحد وظائف تقنيات المعلومات و(الاعتمادية) كأحد ابعاد جودة الخدمة المصرفية، اذ بلغت درجة الارتباط (0.852) وعند مستوى (0.01)، في حين اقل قوة لعلاقة الارتباط كان بين متغيري (المعالجة) و(التعاطف) بدرجة ارتباط (0.634) وعند مستوى (0.01). ويشير الجدول الى ان هناك علاقة ارتباط معنوية موجبة بين جميع وظائف تقنيات المعلومات وابعاد جودة الخدمة المصرفية. لنا يمكن قبول الفرضية الاولى للبحث والتي تنص توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية عند مستوى (0.05) بين تقنيات المعلومات المتمثلة ب (الحصول على البيانات، المعالجة، الخزن، والارسال) وجودة الخدمات المصرفية المتمثلة ب (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الامان، والتعاطف) على المستوى الكلي وعلى مستوى الابعاد لدى العاملين في المصارف الاهلية في مركز مدينة دهوك.

4.3.2 تحليل علاقات الامر بين وظائف تقنيات المعلومات وابعاد جودة الخدمة المصرفية.

يوضح الجدول (6) تاثير وظائف تقنيات المعلومات المعتمدة في البحث بوصفها متغيرا مستقلا في تحسين جودة الخدمة المصرفية بوصفها متغيرا معتمدا، اذ تشير معطيات الجدول المذكور الى ان المؤشر الكلي لوظائف تقنيات المعلومات تؤثر معنويا في جودة الخدمة المصرفية، ويمكن الاستدلال على ذلك من خلال المؤشر الكلي لقيمة F المحسوبة البالغة (221.334) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.047) عند درجتى حرية (1 و 47) مما يعني قوة معنوية النموذج عند مستوى (0.05) وكذلك الدرجة المعنوية (Significant) البالغة (0.000). وهذا ما يؤكد ايضا معامل التحديد (R^2) البالغة (0.825) ويدل ذلك على ان وظائف تقنيات المعلومات يفسر

تقريباً (83%) من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية، والنسبة المتبقية البالغة تقريباً (17%) من التغيرات في جودة الخدمة المصرفية تعود الى متغيرات اخرى غير داخلية في نموذج البحث.

الجدول (6): علاقات التأثير بين وظائف تقنيات المعلومات وابعاد جودة الخدمات المصرفية

وظائف تقنيات المعلومات					المتغير المستقل	المتغير التابع	جودة الخدمة المصرفية
المؤشر الكلي	الارسال	الخزن	المعالجة	الحصول على البيانات			
0.913	0.742	0.788	0.715	0.904	B		
0.825	0.746	0.727	0.588	0.782	R ²		
221.334	137.695	125.357	67.201	168.42	F Test		
14.877	11.734	11.196	8.198	12.967	T Test		
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Significant		

المصدر: إعداد الباحثون بالاعتماد على مخرجات البرمجة الإحصائية (SPSS).

$$F \text{ الجدولية} = 4.047 \quad T \text{ الجدولية} = 1.67 \quad P \leq 0.05 \quad N = 49 \quad df(1, 47)$$

وتم اختبار التأثير على المستوى وظائف تقنيات المعلومات في اجمالي جودة الخدمة المصرفية وبين الجدول (6) إلى:

- وجود تأثير معنوي للحصول على البيانات في جودة الخدمة المصرفية، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (168.42) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.047) عند درجتي حرية (1, 47) وبلغ معامل التحديد (R²) (0.782) والذي يشير إلى أن إسهام الحصول على المعلومات في التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية يبلغ حوالي (78%)، والنسبة المتبقية تعود الى متغيرات عشوائية اخرى.
- وجود تأثير معنوي للمعالجة في جودة الخدمة المصرفية، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (67.201) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.047) عند درجتي حرية (1, 47) وبلغ معامل التحديد (R²) (0.588) والذي يشير إلى أن إسهام المعالجة في التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية يبلغ حوالي (59%)، والنسبة المتبقية تعود الى متغيرات عشوائية اخرى.
- وجود تأثير معنوي للخزن في جودة الخدمة المصرفية، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (125.357) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.047) عند درجتي حرية (1, 47) وبلغ معامل التحديد (R²) (0.727) والذي يشير إلى أن إسهام الخزن في التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية يبلغ حوالي (73%)، والنسبة المتبقية تعود الى متغيرات عشوائية اخرى.
- وجود تأثير معنوي للارسال في جودة الخدمة المصرفية، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (137.695) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.047) عند درجتي حرية (1, 47) وبلغ معامل التحديد (R²) (0.746) والذي يشير إلى أن إسهام الخزن في التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية يبلغ حوالي (75%)، والنسبة المتبقية تعود الى متغيرات عشوائية اخرى.

وتشير معطيات الجدول (6) ان اعلى قيمة (T Test) كانت لبعده الحصول على البيانات في الجودة الخدمة المصرفية حيث بلغت (12.967) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.67)، واقل بعد تسجيلها كان من نصيب المعالجة حيث بلغت (8.198) وهي ايضا أكبر من قيمة الجدولية البالغة (1.67). كما يلاحظ الجدول (6) ان اعلى قيمة (B) كانت لبعده الحصول على المعلومات وهذا يشير الى ان له اثر ايجابي وهم على جودة الخدمة المصرفية حيث ان الارتفاع في نسبة جودة الخدمة المصرفية

بوحددة واحدة يؤدي الى زيادة في تحسین جودة الخدمة المصرفية بنسبة (0.904)، وقل بعد تسجيلا كانت من نصيب المعالجة، اذ بلغ (0.715) لها ايضا اثر ايجابي ومهم على جودة الخدمة المصرفية، وهذه النتائج تتوافق مع بعض الدراسات السابقة لكل من (مغربي، 2019: 65؛ العونية، 2019: 310؛ التوي، 2017: 208؛ تيناوي، 2019: 98-95؛ الجبوري، 2016: 147؛ أبو عجمة، 2020: 296). وبهذا تتحقق الفرضية الثانية والتي تنص بوجود تأثير معنوي ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين وظائف تقنيات المعلومات الممتثلة بـ (الحصول على البيانات، المعالجة، الخزن، والارسال) واجمالي جودة الخدمات المصرفية الممتثلة بـ (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف) على المستوى الكلي وعلى مستوى الابعاد لدى العاملين في المصارف الاهلية قيد البحث.

كما يظهر في الجدول (7) ان أكثر بعد تأثيرا في جودة الخدمة المصرفية كانت الحصول على البيانات، اذ بلغ Mean Square (16.226) ومعامل Beta (0.884). في حين اقل بعد تأثيرا كانت المعالجة، اذ بلغ Mean Square (12.217) ومعامل Beta (0.767).

الجدول (7) بيان أكثر بعد تأثيراً على جودة الخدمة المصرفية (Steep Weise)

Beta	Mean Square	ابعاد تقنيات المعلومات	الترتيب حسب التأثير
0.884	16.226	الحصول على المعلومات	1
0.863	15.478	الارسال	2
0.853	15.100	الخزن	3
0.767	12.217	المعالجة	4

المصدر: إعداد الباحثون بالاعتماد على مخرجات البرمجة الإحصائية (SPSS).

من خلال الجدول (7) توصل الباحثون الى قبول الفرضية الثالثة للبحث والتي تنص على الأتي تتباين وظائف تقنيات المعلومات في تأثيرها من حيث الاهمية والحجم في جودة الخدمة المصرفية لدى العاملين في المصارف الاهلية قيد البحث.

5. الاستنتاجات والمقترحات

تم التوصل الى جملة من الاستنتاجات والمقترحات وكالاتي:

5.1 الاستنتاجات

1. اظهرت النتائج ان ابعاد تقنية المعلومات تلعب دورا ايجابيا وفعالا في نجاح اي منظمة، وذلك من خلال تمكين المنظمة من تحقيق الابداع والابتكار والمعرفة وكذلك بناء علاقات جيدة مع العملاء من خلال تحقيق أهدافهم بطريقة أسرع، وكل ذلك يساعد المصارف على تحسین جودة الخدمة المصرفية.
2. اتضح من خلال الجانب العملي ان اغلب العاملين في المصارف الاهلية المبحوثة في مدينة دهوك يعتمدون على ابعاد تقنيات المعلومات من اجل تحقيق جودة الخدمة المصرفية وذلك من خلال الاتي:
 - أ. توضح النتائج في الداسة الحالية الى ان اجابات عينة البحث حول اجمالي ابعاد تكنولوجيا المعلومات تميل باتجاه الاتفاق. وكما اشار البحث ان بعد الحصول على البيانات سجلت بالمرتبة الاولى من حيث القبول، وان اقل بعد تسجيلا من حيث القبول كان من نصيب المعالجة، وهذا يشير على الاهتمام الواضح للعاملين في المصارف الاهلية المبحوثة بابعاد تقنيات المعلومات في ادارة مصارفهم.
 - ب. تشير النتائج ايضا ان اجابات عينة المبحوثين تجاه ابعاد جودة الخدمة المصرفية تميل باتجاه الاتفاق. وكما اشار البحث ان بعد الامان جاء بالمرتبة الاولى من حيث القبول، في حين سجل بعد الاستجابة اقل بعد تسجيلا من حيث القبول، وهذا يشير على ان عينة البحث يهتمون بابعاد جودة الخدمة المصرفية.

ج. ؤوءء علافة ارءباء معنوءة موءبة ذاء ءلااة اءصاءفة عنء مسءوءى ($a=0.01$) بفن وظائف ؤقنفاء المءلوماء وابعاء الموءءة المءرففة، وان اقوى هءه العلاقاء كانء ما بفن (الءصول على المءلوماء) و (الاعءماءة)، مما ففسءءء من ذلك ان فزاءة الاءءام بابعاء ؤقنفاء المءلوماء ففزء من امكانفة ؤءسفن وءءوءر ؤوءة المءرففة فف المءارف الاءهلفة المءوءة.

ء. فوءء ؤأء معنوف لوظائف ؤقنفاء المءلوماء على ؤوءة المءرففة، وقء ؤصل بعء الءصول على المءلوماء على المءرءة الاولى، بفنا ؤصل الارسال على المءرءة الءائفة، وءصل الءزن على المءرءة الءائفة، والمعالءة ؤاءء المءرءة الاءفرءة من ؤفء الءأفر.

3. ففسءءء الباءءون من الءناءء المءكورة ان فزاءة الاءءام بابعاء ؤقنفاء المءلوماء ففزء من امكانفة المءارف الاءهلفة المءوءة فف ؤءسفن وءءوءر ؤوءة ؤءماءها المءرففة. اف ان ؤقنفاء المءلوماء ؤزوء المءارف بانءءة وءءوءر انظمءه الءقنفة لءوءء المءلوماء لءانءف الءرار. علاوءة عن ذلك، فءكم العملاء على المءرففة من ؤلال الاءاء الصءفء للءءمة والءفاعل بفن مءءم المءرففة والعمفل. لءلك ؤءء ؤقنفاء العملفاء مءءاء الءوصول إلى ؤءسفن وءءوءر ؤوءة المءرففة فف المءارف الاءهلفة المءوءة.

5.2 المقءراء

ءوصل البءء إلى مءوءة من المقءراء واهمها ما فلف:

1. من الءرورف لاءارة المءارف المءوءة أن ؤأء بعفن الاعءءار مسالة وظائف ؤقنفاء المءلوماء المءءلة ب (الءصول على المءلوماء، الارسال، الءزن، المءالءة) والاءءام بمءءلف عملفاءها الفرءفة فف اءارة مءارفهم لان وظائف ؤقنفاء المءلوماء لها ءور مهم وكبفر فف ؤءسفن وءءوءر ؤوءة المءرففة.
2. على اءارة المءارف الاءهلفة المءوءة ان ؤكون فعالة وءواكب الءفرءاء البفئفة من اجل المءافسة والبقاء فف السوء لان سوء العمل فءءاء إلى ؤءوءر ءأم ومسءر لءنال رضا عملفاءها.
3. كذلك على المءارف المءوءة ؤوفر البرمءفاء الءءفة والامكاناء الماءفة والسعمف الءائم لازالة العوائء الءف ؤعفق او ؤبطء ؤءففق عملفة ؤقنفة المءلوماء، وءءرفب العاملفن بشكل مسءر على الءعامل مع الاءاء والمءءاء واءءءاءها بكفاءة، والقفااس المءنظم لءعمل على ؤءسفن ؤوءة المءرففة والءفاظ على سرفة ؤمء العملفاء المءرففة.
4. ففءء الباءءون على اءارة المءارف المءوءة بضرورة الاءءام بعء المءالءة بشكل أكثر ؤونها سءءل اقل بعء من بفن وظائف ؤقنفاء المءلوماء. وهكذا الءال بءصوص الاءءءابة والءف سءل اقل بعء من ابعاء ؤوءة المءرففة.
5. كما فوصف الباءءون للءراءاء المسءقبلفة ؤوسفع ؤم مءمء وعفنة البءء وءللل ؤناءء اءاء عملها لءءسفن الءوءة المءرففة. او البءء عن مءفرءاء اءرف على سبفل المءال (الءسوءق الرقفف، الوعمف المءرفف، القفااءة الفقءة) ؤونها من المءفرءاء الءءفة والءف لم ؤءءل فف انموءء البءء والءف من الممكن ان ؤؤءر فمءافا على المءارف، اء ؤمكءها من ؤءسفن ؤوءة ؤءماءها المءرففة.

قائمة المءارف

أولاء المءارف العربفة

أ. الرساءل والاطارء الجامعة

1. اساعفل، عاء اءمء، (2011). ؤصائص نظم المءلوماء وأءرها فف ؤءءء ؤفار المءافسة الاسءراءفءف فف الاءارءفن العلفا والوسءف: ءراءة ؤءفقففة على المءارف الءارءفة فف قءاع ؤرة. رسالة ماعسءفر، قسم اءارة الاعمال، ؤفة الءءارة، الجامعة الاسلامفة ؤرة، فلسطين.
2. ؤنابوف، عمار مءء زهفر، (2019). ءور اسءءاء ؤءلوءفءا المءلوماء فف ؤءسفن ؤوءة المءرففة المءءمة فف شركاء الاءصالات (Syriatel & MTN). رسالة ماعسءفر، الجامعة الاءءراءفة السورفة، المءهورفة العربفة السورفة.
3. شرف، فضفلة، (2009). أءر الءسوءق الاءءرونف على ؤوءة المءرففة قسنءفنة، رسالة ماعسءفر، جامعة ؤءورف. فلسطين.
4. عبءاوف، هءاء، (2016). مساهمة فف ؤءءء ءور ؤءلوءفءا المءلوماء والاءصالات فف اكءساب المؤسسة مفة ؤنافسفة. اطروءة ءءوراء، جامعة مءء ؤءفر-بسكرة، المءهورفة الءارءفة الءفءراءفة الشءبفة.
5. الءركف، وسام مءء ناصر، (2010). ؤوءة المءرففة وأءرها على ؤءقفالمءزة الءنافسفة فف فلسطين من وءمة نظر الاءارءفن والزبانن. رسالة ماعسءفر، جامعة الءللل، ؤفة الءراءاء العلفا والبءء العلمف. فلسطين.
6. مفرف، ابراهم، (2019). ءور ؤءلوءفءا المءلوماء فف ؤءسفن ؤوءة المءرففة البنكفة، ءراءة ؤالة لبنك الفلاءة والءءمفة الرففة "وكالة بسكرة". رسالة ماعسءفر، قسم العلوم الاءءفاءة، ؤفة العلوم الاءءفاءة والءءارة وعلوم الءسفر، جامعة مءء ؤءفر بسكرة، المءهورفة الءارءفة الءفءراءفة الشءبفة.
7. نسمة، ؤمرة، (2019). أءر ؤوءة المءرففة فف فزاءة الولاء الءون: ءراءة مءاءفة لبنك الءءمفة المءلفة BDL. رسالة ماعسءفر، جامعة مءء ؤءفر، بسكرة، المءهورفة الءارءفة الءفءراءفة الشءبفة.

8. يونس، أنفال فيصل، (2007). تأثير أنظمة المعلومات على الاستراتيجية تطوير المنتج. رسالة ماجستير، الكلية النفسية الادارية، بغداد-العراق.

ب. الدراسات

1. أبو عجم، حسام كامل سليم، (2020). أثر ثقافة المعلومات على جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العاملين في البنوك الوطنية في قطاع غزة. مجلة جامعة الاستقلال للابحاث، 5 (2).
2. احمد، خضير احمد، (2019). جودة الخدمات المصرفية ودورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة: دراسة استطلاعية على عملاء المصارف في مدينة بغداد، مجلة اقتصاد المال والاعمال، 3 (1).
3. النوي، معمر محمد امبيا، (2017). اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة الخدمة المصرفية للبنوك التجارية اليبية: دراسة ميدانية. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، 8 (3).
4. الجبوري، احسان علي مبارك، (2016). دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين الاداء المصرفي: بحث في عينة من المصارف الخاصة العراقية. مجلة كلية مدينة العلم الجامعة، كلية مدينة العلم الجامعة، 8 (2).
5. جمعة، محمود حسن، (2017). تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحقيق ريادة المنظمات: دراسة تطبيقية في شركة دياي للصناعات الكهربائية، مجلة جامعة حبان العلمية، 1 (1).
6. جمعة، محمود حسن، (2018). تكنولوجيا المعلومات ودورها في تطوير الاداء الاستراتيجي: دراسة تطبيقية في وزارة الاعمار والاسكان والبلديات والاشغال العامة – جمهورية العراق. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الجزائر 3 ابراهيم سلطان شيبوط، الجزائر، 18 (11).
7. جميل، شقان عبدالرحمن، (2021). أنماط التحالفات الاستراتيجية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة استطلاعية لآراء عينة من المديرين في عدد من الشركات ومكاتب السياحة والسفر في مدينة دهوك. مجلة جامعة دهوك، 24 (2).
8. حسون، هالة عيدان وخلف، وحيد جبر، (2021). أبعاد جودة الخدمة المصرفية في المصارف التجارية والاسلامية العراقية: دراسة مقارنة، مجلة الادارة والاقتصاد، (133).
9. حسين، محمد عباس وسعيد، سناء عبدالرحمن، (2020). دور تقنيات المعلومات والاتصالات في تعزيز القيادة الرادية: دراسة تحليلية في مديرية بلدية الحر الكربلاء المقدسة، مجلة تكتريت للعلوم الادارية والاقتصادية، 16 (1)، ج1.
10. حمد، عامر علي وحجاد، احمد جدعان، (2018). دور خصائص المنظمة المتعلمة في تعزيز جودة الخدمة المصرفية: دراسة تحليلية في عينة من المصارف الاهلية في محافظة كركوك، مجلة جامعة كركوك للعلوم الادارية والاقتصادية، (1) 8.
11. سلطان، سعد علي والريبي، خلود هادي، (2020). أثر تنوع البرامج التدريبية في تحقيق جودة الخدمة المصرفية: بحث تطبيقي على عينة من المصارف العراقية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، (61).
12. الطاهر، عمر علي بأكر وبعبدالله، نزار، (2019). أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء "دراسة ميدانية: المصارف التجارية بمحافظة الدرب- المملكة العربية السعودية. المجلة العربية للنشر العلمي، المملكة العربية السعودية، (14).
13. عبدالرضا، مصطفى سلام، (2022). راس المال الفكري ودوره في تعزيز جودة الخدمة المصرفية بحث استطلاعي لعينة من زبائن مصرف بغداد التجاري، مجلة كلية التراث الجامعة، (34).
14. العونية، بن زكورة، (2019). تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية للبنك الاسلامي: دراسة حالة للبنك الجزائري، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة باتنة، 20 (2).
15. غضاب، حسن عودة، (2021). دور ثقافة المعلومات وانعكاسها على الادارة السياحية: دراسة تطبيقية لآراء عينة من العاملين لعدد من الشركات السياحية في محافظة بغداد، مجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية، 29 (9).
16. محمود، أزهار راعب والبصري، عبدالرضا شفيق، (2021). تأثير المزيج الترويجي على جودة الخدمة المصرفية: دراسة تحليلية في المصارف الاهلية. مجلة كلية دجلة الجامعة، 4 (5).

ت. الكتب

1. الصميدعي، محمود جاسم و يوسف، ردينة عثمان، (2010). تسويق الخدمات. الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الاردن.
2. الهوامي، محمود حسن والبرنجي، حيدر شاكر، (2017). تكنولوجيا وانظمة المعلومات في المنظمات المعاصرة، الطبعة الثانية، السبسيان للطباعة والنشر والتوزيع، بغداد-العراق.

ثانيا: المصادر الاجنبية

1. Anderson and Post, (2000). Management information system, 4th ed prentice hall, New Jersey.
2. Kotler, Philip and Keller, Kevin lana, (2012). Marketing Management 13th ed, Pearson Education, U.S.A.
3. Ovelock, Christopher and Wirtz Jochen, (2011). Technology strategy 7th ed, Pearson education, New Jersey, U.S.A.

الملحق (1)

قائمة بإسهام المحكمين لاستمارة الاستبانة (حسب اللقب العلمي)

ت	السادة المحكمين	اللقب العلمي	الاختصاص الدقيق	مكان العمل
1	د. درمان سليمان صادق	استاذ	إدارة التسويق	كلية الادارة والاقتصاد - جامعة دهوك
2	د. خيرري علي اوسو	استاذ	إدارة التسويق	المديرية العامة للسياحة – في محافظة دهوك
3	د. هادي خليل اساعيل	استاذ	نظم المعلومات الادارية	جامعة دهوك التقنية
4	د. نسرين محمد طاهر السعدي	استاذ مساعد	إدارة المالية	كلية الادارة والاقتصاد - جامعة دهوك
5	د. نزار عيسى صديق	مدرس	إدارة التسويق	كلية الادارة والاقتصاد - جامعة دهوك

الملحق (2)



أقليم كردستان – العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة دهوك

م / نموذج الاستبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

نضع بين أيديكم استبياناً خاصاً بإنجاز البحث الموسوم ((وظائف عدد من تقنيات المعلومات ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية: دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في عدد من المصارف الأهلية في مدينة دهوك)). ونرجو مساهمتكم في إنجاز هذا البحث العلمي من خلال ما تتصفون به من دقة وموضوعية التي تعكس اهتمامكم وحرصكم الأكيد للوصول إلى النتائج صحيحة تخدم المجتمع وتدعم مسيرة البحث العلمي الهادف إلى تحسين مستوى التعليم، كما نرجو تفضلكم مشكورين بتقويم فقرات الاستبانة وبما ترونه مناسباً لكل عبارة.

راجين تعاونكم مع التقدير

الباحثون

أولاً: بيانات تعريفية:

1. الجنس: () ذكر () انثى
2. العمر: () اقل من 25 سنة، () 25 - 45 سنة، () أكثر من 45 سنة
3. المستوى العلمي: () دراسات عليا، () بكالوريوس، () دبلوم معهد، () إعدادية فأقل
4. مدة الخدمة: () اقل من 5 سنوات، () 5 - 15 سنة، () أكثر من 15 سنة
5. عدد الدورات التدريبية في مجال المصرف: () بلا دورة، () 1-3 دورة، () 4-6 دورة، () أكثر من 6 دورات

ثانياً: تقنيات المعلومات:

ت	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
	أ. الحصول على البيانات					
1	يتم الحصول على البيانات في مصرفنا من المصادر الداخلية والخارجية معا.					

					يستخدم مصرفنا الاستمارات لغرض جمع البيانات.	2
					التقارير الدورية هي احد الاساليب المتبعة لجمع البيانات في مصرفنا.	3
					يتم جمع البيانات في مصرفنا من مصادرها الاولية.	4
ب. المعالجة						
					قواعد البيانات المتوفرة في مصرفنا كافية لتلبية متطلبات جميع اقسام المصرف.	5
					يتسم في مصرفنا نظام المعلومات بالقدرة العالية على معالجة البيانات وتحويلها الى معلومات مفيدة.	6
					يتم في مصرفنا الاستعانة بالمكاتب المتخصصة لمعالجة البيانات.	7
					تعالج البيانات المتاحة بسهولة في مصرفنا.	8
ت. الخزن						
					يملك مصرفنا نظام المعلومات قاعدة كفاءة لخزن البيانات والمعلومات.	9
					يتوفر في مصرفنا نظام شروط الامان والسرية.	10
					تتسم المعلومات المخزونة في قاعدة بيانات مصرفنا بالتكامل.	11
					يتم باستمرار تحديث وتجديد المعلومات المخزونة في مصرفنا.	12
ث. الارسال						
					يتسم النظام في مصرفنا بقدرة على ارسال المعلومات بكل دقة ووضوح.	13
					يتم في مصرفنا إرسال البيانات والمعلومات بدون تأخير.	14
					يستخدم الانترنت في مصرفنا بشكل اساسي في ارسال البيانات والمعلومات.	15

ثالثا: جودة الخدمات المصرفية:

ت	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
أ. الملموسية						
16	يتمتع مصرفنا بموقع ملائم ويسهل الوصول إليه بسرعة.					
17	يتمتع موظفو مصرفنا بالأناقة واللباقة في التعامل مع الزبائن.					
18	يملك مصرفنا أجهزة حديثة ذات تقنيات عالية.					
19	أجهزة الصراف الآلي في مصرفنا تعمل بشكل جيد والسيولة متوفرة عند الحاجة.					
ب. الاعتمادية						
20	يهم مصرفنا بالوفاء بالتزاماته في مواعيدها المحددة فيما يتعلق بتقديم الخدمات المصرفية.					

					يكن للزبائن الاعتماد على موظفي مصرفنا في جميع عملياتهم.	21
					يحاول مصرفنا تجنب الأخطاء عند تقديم الكشوف.	22
					يحرص مصرفنا على متابعة عمليات الزبائن في كل وقت.	23
ت. الاستجابة						
					يقوم مصرفنا بإعلام الزبون عن الوقت المناسب لتقديم الخدمة.	24
					يعتبر تعاون موظفي مصرفنا مع الزبائن واجب أساسي للمصرف.	25
					الاستجابة السريعة في مصرفنا لشكاوي الزبائن او استفساراتهم ضرورة ملحة.	26
					يتوفر في مصرفنا الرد الفوري للحالات الطارئة للزبائن.	27
ث. الامان						
					يشعر الزبون بالأمان في تعامله مع مصرفنا.	28
					تم المعاملات في مصرفنا بدرجة كبيرة من الأمان والسرية.	29
					يملك مصرفنا المعرفة الكافية للإجابة عن أسئلة الزبائن.	30
					يوفر مصرفنا الحماية التامة داخله وخارجه من طرف أعوان الامن	31
ج. التعاطف						
					يقدر مصرفنا ظروف الزبائن وتبدي ادارته عناية كبيرة بهم.	32
					يملك مصرفنا الروح المرحة والصدقة في التعامل مع الزبون.	33
					يصغي الموظفون في مصرفنا لمشاكل الزبائن باهتمام.	34
					يعرف الموظفون في المصرف احتياجات الزبون ويسعون لتحقيقها.	35