



## أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية

(دراسة ميدانية على فروع ووكالات المصرف التجاري الوطني ببنغازي)

د. عبد الله محمد كريم الفارسي

المؤسسة الوطنية للنفط

[Abdalla.kreim14@gmail.com](mailto:Abdalla.kreim14@gmail.com)

### المستخلص

تهدف هذه الدراسة إلى استعراض أثر "تكنولوجيا المعلومات"، علي "جودة الخدمة المصرفية"، في فروع ووكالات **المصرف التجاري الوطني** بمدينة بنغازي، ويظهر هذا الأثر جلياً من خلال تغيير شكل وكيفية تقديم الخدمات المصرفية من شكلها التقليدي المباشر بين كلاً من العميل والمصرف، واستخدام الشكل الإلكتروني الحديث المتطور مما يساعد علي تقليل تكاليف ووقت تقديم الخدمة المصرفية، من ثم الوصول إلي شريحة أكبر من العملاء، ولتحقيق هذا الغرض من الدراسة، والتي تسعى للتحقيق من طبيعة العلاقة القائمة بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات المنحصرة في "بعد الأجهزة والمعدات وبعد الانترنت وبعد الاتصالات وبعد كفاءة الموارد البشرية"، وأبعاد جودة الخدمة المصرفية التي نحصرتها بالدراسة في "الملموسية والاعتمادية والاستجابة والثقة والامان"، فقد تم تصميم استمارة استبيان، و وزعت علي عينة الدراسة، استخدمت الدراسة الاساليب الاحصائية لتحليل البيانات التي جمعت، مثل تحليل الانحدار البسيط، لذا تم دراسة العلاقة بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية، توصلت الدراسة من وجهة نظر المستهدفين إلي مجموعة من النتائج البناءة، ومن أهم هذه النتائج "يعمل مصرف التجاري الوطني بنغازي، باستمرار علي مواكبة التطورات التكنولوجية التي يشهدها العمل المصرفي، إلا أن استخداماتها تبقى محدودة، ولا ترقى إلي المستوي المطلوب إذ ما تم مقارنتها بما تشهدها الساحة المصرفية العالمية"، وأخيراً قدمت الدراسة بعض من **الاقتراحات "التوصيات"**، التي تبين أثر تكنولوجيا المعلومات علي جودة الخدمة المصرفية في فروع ووكالات المصرف التجاري الوطني بمدينة بنغازي.



لقد ادت التطورات التقنية التي شهدها العالم خلال العقود الأربعة من القرن الماضي تغييرات هامة في مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والمعرفية، إذ أصبح ما يميز العمل في المنظمات المعاصرة مظاهر التغير والتقلب السريع والانفتاح، ومن بين أهم هذه التطورات ما يسمى اليوم "تكنولوجيا المعلومات"، والتي أحدثت تغييرات هامة في كافة المنظمات العالمية وخاصة في المنظمات المصرفية، وذلك من خلال استخدام أدواتها وعلي وجه الخصوص الحاسوب وشبكة المعلومات العالمية ووسائل الاتصال بمختلف أنواعها، لذا شهد القطاع المصرفي في السنوات الأخيرة علي المستوى العالمي، تطوراً كبيراً من حيث الخدمات المصرفية المقدمة، والتي تختلف عن الخدمات التقليدية المعتادة، حيث تسعى المصارف جاهدة إلي خلق وابتكار وتقديم خدمات مصرفية جديدة، محاولة بذلك كسب رضا العملاء ونيل ثقتهم، حتي يتحقق ذلك وجب تحقيق جودة في الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف، حيث تعتبر الجودة المصرفية من أساسيات العمل المصرفي، لذا أصبحت المصارف تركز بصفة أساسية علي تحقيق جودة في خدماتها، وباعتبارها السلاح التنافسي الأكثر تحقيقاً للتميز والريادة، ولقد أدت تبني "تكنولوجيا المعلومات"، في المصارف إلي التأثير علي الخدمات المصرفية وتطويرها تماشياً مع التطورات السريعة في المجال المصرفي، لتظهر بذلك الصيرفة الإلكترونية، واستناداً علي ما سبق، فإن هذه الدراسة الحالية تسعى للتحقيق من طبيعة العلاقة القائمة بين مستوي "تكنولوجيا المعلومات"، المستخدمة في المنظمات المصرفية ونخص بذكر "المصرف التجاري الوطني بنغازي كنموذج"، وبين الأثر المترتب علي "جودة الخدمات المصرفية"، المقدمة.

#### مشكلة الدراسة:

يعد القطاع المصرفي بكل فئاتها واحداً من أهم القطاعات الاقتصادية الحيوية لأي بلد، لذا فإنه يتعامل مع قاعدة عريضة من العملاء، ولقد تأثر القطاع المصرفي بما حدث من تطور في مجال "تكنولوجيا المعلومات"، وتسهم تلك التكنولوجيا في تطبيق آليات جديدة تتسم بالمرونة، وتسهل كافة العمليات التبادلية بين العملاء "أفراداً ومنظمات"، والإدارة المصرفية، وانطلاقاً من هذا المفهوم، فإن مشكلة الدراسة تتمثل في ضعف إدارة "المصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي"، وفروعها ووكالاتها التابعة له، وتأثير جودة المعلومات التي تنتجها "تكنولوجيا المعلومات"، في جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف للزبائن، وما لذلك من تأثير في حركة النشاط المصرفي الفعال، ويمكن تلخيص مشكلة الدراسة البحثية في مجموعة من الاسئلة الفرعية الآتية:

1. ما تأثير بعد "الأجهزة والمعدات"، علي جودة الخدمات المصرفية؟.
2. ما تأثير بعد "الأنترنت"، علي جودة الخدمات المصرفية؟.
3. ما تأثير بعد "الاتصالات"، علي جودة الخدمات المصرفية؟.
4. ما تأثير بعد "كفاءة الموارد البشرية"، علي جودة الخدمات المصرفية؟.

#### أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلي تحقيق جملة من الأهداف التالية:

1. إبراز مفهومي "تكنولوجيا المعلومات"، و"جودة الخدمات المصرفية".





2. توضيح أثر "تكنولوجيا المعلومات"، ليس علي "جودة الخدمات المصرفية"، فقط، وإنما حتي علي طبيعة المعاملات المصرفية.
3. دراسة أثر أبعاد "تكنولوجيا المعلومات"، علي "جودة الخدمات المصرفية"، من خلال بعد "الأجهزة والمعدات"، وبعد "الإنترنت"، وبعد "الاتصالات"، بعد "كفاءة الموارد البشرية"، مع ابعاد "جودة الخدمات المصرفية"،.

#### أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

1. نتناول موضوعاً مهماً ألا وهو "تكنولوجيا المعلومات"، وعملية تبنيه وتطبيقه من قبل المصارف التجارية لتحسين جودة الخدمات المصرفية.
2. أهمية "تكنولوجيا المعلومات"، و "جودة الخدمات المصرفية"، وأثرهم الكبير في زيادة قدرات المصارف التجارية علي استقطاب أكبر عدد ممكن من العملاء لتحقيق أفضل عوائد الربحية.
3. تسهم نتائج هذه الدراسة في وضع حلول للمشاكل والصعوبات التي تواجه المصارف التجارية العامة والخاصة معاً من حيث جودة خدماتها المصرفية في الحاضر والمستقبل.

#### فرضيات الدراسة:

لقد تم تحديد الفرضيات في اربع نقاط رئيسية، تنحصر في الآتي:

1. ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد "الأجهزة والمعدات"، و "جودة الخدمات المصرفية"، في فروع وكالات المصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي.
2. ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد "الإنترنت"، و "جودة الخدمات المصرفية"، في فروع وكالات المصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي.
3. ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد "الاتصالات"، و "جودة الخدمات المصرفية"، في فروع وكالات المصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي.
4. ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد "كفاءة الموارد البشرية"، و "جودة الخدمات المصرفية"، في فروع وكالات المصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي.

#### منهجية الدراسة:

تتبنى هذه الدراسة المنهج الوصفي لتناول مفهوم "تكنولوجيا المعلومات"، وعملية تبنيه وتطبيقه من قبل المصارف التجارية الليبية لتحسين جودة الخدمات المصرفية، حيث تبدأ الدراسة بالمراجع التاريخية لأدبيات مفاهيم الخاصة ب"تكنولوجيا المعلومات"، و "جودة الخدمات المصرفية" في العالم بصفة عامة والعالم العربي بشكل خاص والدولة الليبية علي وجه الخصوص، ومن خلال هذه الدراسة سيتم الاعتماد علي الزيارات الميدانية من خلال استطلاع آراء الموظفين والعاملين، فضلاً من مسؤولي الجهات المصرفية ذات الاختصاص، لذا قامت "الدراسة"، بتصميم نموذج الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة للدراسة وتحويله الي معلومات بعد معالجتها، ويتضمن نموذج الاستبيان علي عدة تقسيمات، يتضمن القسم الأول علي بيانات تشمل علي مجموعة من المتغيرات وهي "المؤهل العلمي، الخبرة الوظيفية، المسمى الوظيفي"، أما القسم الثاني من نموذج

أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية - دراسة ميدانية على فروع ووكالات المصرف التجاري بنغازي  
د. عبد الله محمد كريم الفارسي  
المؤسسة الوطنية للنفط



الاستبيان فيتضمن علي مجموعة من الأسئلة المرتبطة بأبعاد "تكنولوجيا المعلومات"، والمتمثلة ببعد "الأجهزة والمعدات"، وبعد "الأنترنت"، وبعد "الاتصالات"، وبعد "كفاءة الموارد البشرية"، ويتضمن القسم الثالث من نموذج الاستبيان علي مجموعة من الاسئلة الدقيقة المتعلقة بأبعاد "جودة الخدمة المصرفية"، والمتمثلة "بالاعتمادية، والاستجابة، والملموسية، والأمان والثقة"، ولقد تم توزيع الدرجات علي الاسئلة المتعلقة بالقسمين "الثاني والثالث"، وفقاً لمقياس ليكرت (Likert scale)، الخماسي الأبعاد، ولقد طلب من الموظف المجيب أن يشير إلي درجة موافقته أو عدم موافقته علي السؤال بحيث يتراوح الجواب بين (دائماً)، وأعطي قيمة قدرها "5"، و(غالباً)، وأعطي قيمة قدرها "4"، و(أحياناً)، وأعطي قيمة قدرها "3"، و(نادراً)، وأعطي قيمة قدرها "2"، و(إطلاقاً)، وأعطي قيمة قدرها "1"، كما انه تم استخدام حزمة البرنامج "spss"، للتحليل الإحصائي، مع العلم بأنه تم إخضاع هذه الاستبيان لاختبار الموثوقية من الناحية العلمية والإحصائية للتأكد من مدي صلاحيته، حيث تم عرضها علي مجموعة من الأكاديميين المتخصصين لأخذ ملاحظتهم العلمية بالخصوص، ولقد أجريت "الدراسة"، التعديلات اللازمة، كما تم اختبار ثبات أداة الدراسة باستخدام معادلة "ألفا كرو نباخ"، حيث بلغ معامل الثبات الكلي "0.873".

مجتمع وعينة الدراسة:

يشمل مجتمع وعينة الدراسة، جميع الموظفين والعاملين الإداريين في المنطقة الإدارية بمصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي والتي تشمل (6)، فروع مصرفية، و(3)، وكالات بنكية، ويقدر عددهم الفعلي، بعدد (311)، موظفاً، وقد تم تحديد حجم العينة من الموظفين والعاملين الإداريين بالاعتماد علي قانون العينة الإحصائي المنحصرة في معادلة "روبرت ماسون"، الآتي:

$$N=M/[(S^2x(M-1)/PQ)]$$

حيث إن: قيمة قانون "روبرت ماسون"، N:

M: حجم المجتمع

S: الدرجة المعيارية المقابلة لمستوي الدلالة (0.95)، أي قسمة نسبة الخطأ (0.05 علي 1.96)،

P: نسبة توافر الخاصية وهي (0.05)،

Q: النسبة المتبقية من الخاصية وهي (0.05)،

ومن خلال تحليل وتطبيق معادلة "روبرت ماسون"، الإحصائي تبليح حجم العينة من الموظفين والعاملين الإداريين بالمصرف التجاري الوطني (172)، موظفاً، تم توزيع نماذج الاستبيان عليهم، وأعيد من نماذج الاستبيان (143)، استمارة كاملة وصالحة للتحليل الإحصائي، وبنسبة استجابة تصل إلي (83.14%)،

حدود الدراسة:

تم إعداد هذه الدراسة في ظل وجود اربع محددات أساسية وهي ..

1. الحدود الموضوعية: اقتصرت هذه الدراسة علي "أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة

المصرفية"، حيث اعتمدت "الدراسة"، علي بعض من الأبعاد العلمية التي تخص "تكنولوجيا

المعلومات"، وبعض من الأبعاد العلمية التي تتعلق "بجودة الخدمات المصرفية"،





2. الحدود المكانية: "فروع ووكالات المصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي"،
3. الحدود الزمانية: امتدت الدراسة العلمية ما بين "17 مارس 2017م وحتى 14 ابريل 2018م"،.
4. الحدود البشرية: وقد تضمنت الدراسة كلاً من المديرين ومساعدين المديرين ومدراء الوكالات ورؤساء الأقسام والموظفين العاملين بالمنطقة الشرقية ونخص بلدية بنغازي التي تشمل (6)، فروع مصرفية و(3)، وكالات بنكية،.

#### الدراسات السابقة:

لقد تعددت وتنوعت الدراسات التي تناولت جوانب هذا الموضوع، ومن أهمها:

1. بادر حسين (2010م)، في دراسة التي تحمل عنوان "تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحسين مستوى أداء الخدمة المصرفية"، وهدفت الدراسة إلي تحديد أثر تكنولوجيا المعلومات بمستوي أداء الخدمة المصرفية، حيث طبق علي عينة مكونة من "127"،. شخص من الأفراد العاملين في بنك البصرة، استخدم الدراسة الاستبيان كأداء رئيسية لجمع البيانات والمعلومات اللازمة فضلاً عن الملاحظات والمقابلات الشخصية، وقد استخدمت عدد من المؤشرات الإحصائية كالوسط الحسابي، والانحراف المعياري، واختبارات "F و T"، لبيان أثر المستقل في المتغير التابع، وتوصلت الدراسة إلي عدم إثبات صحة الفرضية التي تشير إلي وجود علاقة الأثر بين المتغيرين، وأشارت الدراسة إلي انخفاض مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات في المصرف، وانخفاض كفاءة مهارات الموارد البشرية لديها، وضعف الاعتماد علي الشبكات الداخلية.
2. قام كلاً من غالم وقريشي (2011م)، بدراسة بعنوان "دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات العملاء بالمصارف التجارية الخاصة"، وهدفت هذه الدراسة إلي التعرف علي الدور تلعبه تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات العملاء بالمصارف التجارية الجزائرية، وذلك من خلال التعرف بتكنولوجيا المعلومات، وإدارة علاقات العميل، والخطوات اللازمة لوضع استراتيجية إدارة علاقات العملاء إلكترونياً، ومن ثم دراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات في إدارة علاقات العملاء، من خلال ذلك أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:
  - ا. إن استخدام المنظمات لتكنولوجيا المعلومات يمكنها من تفعيل عملية إدارة العلاقات مع زبائنهم، ومن ثم بناء علاقات طويلة الأمد معهم.
  - ب. تمكن تكنولوجيا المعلومات المنظمات من معرفة جميع احتياجات ورغبات العملاء ومن ثم تلبيتها.
  - ت. إن أهمية تبني برنامج إدارة علاقات العملاء تظهر في أنها تمكن المنظمة من تحقيق نتائج مالية ملموسة من خلال الاستحواذ علي مختلف تعاملات العميل والاحتفاظ به لفترة طويلة، والتزود بمعرفة العميل الضرورية التي تميز المنظمة.
3. وفي دراسة قدمها شيروف (2010م)، عن موضوع بعنوان "أثر التسويق الإلكتروني علي جودة الخدمات المصرفية"، وهدفت "الدراسة"، من خلال هذه إلي تبين "أثر تطبيق مفهوم التسويق الإلكتروني علي جودة الخدمات المصرفية"،. حيث توصلت "الدراسة"، إلي وجود مجموعة من المشاكل المتعددة يصعب فيها تطبيق طرق وتقنيات الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بنفس الأسلوب



الذي يطبق في الدول المتقدمة، حيث أن تطبيقها في بعض المصارف بالجزائر مازال متأخراً ويقتصر على فئة قليلة من العملاء لحاجاتهم الضرورية لهذه الخدمة.

من خلال استطلاع الدراسات السابقة، نلاحظ أن الدراسة الحالية تتميز بأنها تتناول البيئة المصرفية بالتطبيق، ودراسة الأثر الذي يحدثه مستوي تطبيق تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الموظفين والعاملين الإداريين في هذه البيئة المصرفية.

#### الإطار النظري للدراسة:

##### مقدمة.

لقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات قوة مؤثرة تتحكم في مختلف نواحي الحياة، الأمر الذي أدى إلى ظهور عدد من المداخل والمفاهيم والأبعاد الحديثة لمواكبة تلك التطورات، مع تحقيق السرعة في التكيف والاستجابة لاستخدام تلك الخدمات المصرفية بكل أنواعها، لاسيما من أجل الارتقاء بمستوي الأهداف نحو الأفضل.

الخليفة التاريخية لشرح مفاهيم تكنولوجيا المعلومات وأهميته وخصائصه ومكوناته.

##### مقدمة.

إن التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات في العالم أدى إلى ظهور الاقتصاد المعلوماتي التي تشكل فيه المعلومات مورداً رئيسياً واستراتيجياً، ويتم دور هذه المعلومات بشكل تام إذ ما تم إيصال هذه المعلومات بالوسيلة والأداة اللازمة لذلك، ولهذا أصبح الفرد والمؤسسات يتجهون نحو اكتساب واستخدام تكنولوجيا المعلومات ومتابعة كل التطورات الحاصلة فيها.

أولاً: تعريف وتحديد مفهوم تكنولوجيا المعلومات.

تعرف تكنولوجيا المعلومات على أنها "التنظيم والاستخدام الفعال والمؤثر لمعرفة الإنسان وخبرته من خلال وسائل ذات كفاءة تطبيقية عالية، وتوجيه الاكتشافات والقوي الكامنة المحيطة بنا لغرض التطوير وتحقيق الأداء الأفضل"، (قنديلجي و السامرائي، 2002م، ص 20)،.

اما بشأن مفهوم تكنولوجيا المعلومات فهي عبارة عن "نطاق واسع من القدرات والمكونات أو العناصر المتنوعة المستخدمة في معالجة وتخزين وتوزيع البيانات بالإضافة إلى دورها في خلق المعرفة"، (ياسين، 2006م، ص 307)،.

ثانياً: أهمية تكنولوجيا المعلومات.

تبرز أهمية تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في مساهمتها الجادة لتعزيز عناصر الميزة التنافسية للمنظمات إذ تتوسع الأعمال، وتخفض التكاليف، وتحقق وفورات كبيرة في الجهد والوقت والمرونة العالية لتحديث وتطوير الأداء وتحقيق عوائد وموارد جديدة للمنظمة، وتحسين سرعة الاستجابة للزبائن، والتحسين المستمر للجودة وتكوين القاعدة التقنية لبناء نظم إدارة المعرفة في المنظمة، (Kleindle, 2001, p;27)،.

ثالثاً: خصائص تكنولوجيا المعلومات.

يمكن عدّ تكنولوجيا المعلومات بمثابة الأنظمة العملية والتكنولوجية والهندسية والإدارية المستخدمة في تناول معالجة المعلومات وتطبيقاتها، والحسابات الآلية وتفاعلها مع الإنسان والأجهزة، وكذلك الاقتصادية والثقافية





التي تتعلق بذلك، ويمكن تحديد أهم خصائص تكنولوجيا المعلومات بما يلي (الطائي والعبادي، 2009م، ص29):

1. تقليص المسافات: فالتكنولوجيا تجعل الأماكن إلكترونياً متجاورة.
2. تقليص المكان: حيث تنتج وسائل التخزين استيعاب حجماً هائلاً من المعلومات المخزونة التي يمكن التوصل إليها ببسر وسهولة.
3. تقليص الوقت: حيث أنه مع كل تطور تكنولوجي سيتناقص الوقت المطلوب للاستجابة للطلبات.
4. أقسام المهام الفكرية مع الآلة: وذلك نتيجة حدوث تفاعل بين الباحثين والنظام.
5. تزايد النظم الشبكية: حيث يمكن ربط النظم الداخلية مع بعضها البعض فضلاً عن إمكانية قيام الربط بين أنواع من النظم الداخلية المختلفة في نظام شبكي.
6. تطوير البيئة الإلكترونية فكراً: حيث إن التفاعل لوقت طويل مع نظم المعلومات في المستقبل سوف يسهم في تشكيل السلوك الفكري للأفراد.

رابعاً: مكونات تكنولوجيا المعلومات.

يشير (الصيرفي، 2009م، ص31)، إلى أن تكنولوجيا المعلومات تتكون من أربع مكونات فرعية وهي:

#### 1. المكونات المادية.

وتشمل المعدات المستخدمة لإدخال المعلومات و تخزينها ونقلها وتداولها واسترجاعها واستقبالها و بثها للمستفيدين، كما أنها تتضمن الحاسبة وما يرتبط بها من الأجهزة التي تضم (عدداً من الأشياء)، وحدة المعالجة المركزية (CPU)، واللوحة الأساسية والشاشة وغيرها وتسمى بالمكونات المادية، فتحسين ذاكرة الحاسوب، وقدراتها علي معالجة البيانات، وسرعتها تمثل مجالاً واسعاً للتطورات التكنولوجية الحديثة، ويعد العلماء والمهندسون في شركات الحاسبات والاتصالات مصدراً أساسياً لهذه التطورات الهائلة.

#### 2. البرمجيات.

وتعني برامج الحاسوب التي تعمل علي إدارة المكونات المادية وتشغيلها، كما تقوم بمختلف التطبيقات، ولأهميتها أصبحت التكنولوجيا أساسية لتشغيل الحاسوب كما في البرمجيات (Sun, Microsoft)، وتساهم البرمجيات في معالجة المعلومات وتسجيلها وتقديمها كمخرجات مفيدة لأداء العمل وإدارة العمليات، لذلك فهي تتضمن نظم التشغيل النهائية مثل معالج الكلمات وبرمجيات التطبيقات المرتبطة بمهام الأعمال المتخصصة، وتنقسم برمجيات الحاسوب بشكل عام علي الآتي: (قنديلجي و السامرائي، 2002م، ص32).

أ. برمجيات النظام: وتعد برمجيات النظام ضرورية لتشغيل الحاسوب وتنظيم علاقة وحداته

ببعضها ويضم هذا النوع من البرمجيات برامج التشغيل والتي هي عبارة عن سلسلة البرامج التي تعدّها الشركة المصنعة للحاسوب وتخزن فيها داخلياً، وتعدّ جزءاً لا يتجزأ من الحاسوب نفسه.

ب. برمجيات التأليف: وهي مجموعة البرامج التي تُعني بترجمة التعليمات والايعاظات المكتوبة بإحدى

لغات البرمجة ذات المستوي العالي إلي لغة الآلة.





ج. البرمجيات التطبيقية: وهي برامج معدة لتشغيل عمليات معينة ذات طبيعة نظمية إذ يمكن

تطبيقها مع تغييرات طفيفة، وتشتمل هذه البرامج على كافة التعليمات التي تحدد بصورة تسلسلية عمليات المعالجة اللازمة للبيانات وكيفية تنفيذها.

وتعدّ البرمجيات ضرورية جداً في أداء عمليات منظمات الأعمال، إذ تتوفر برمجيات خاصة بأساليب الرقابة الإحصائية للعمليات، وطرق التنبؤ بالطلب، وأساليب الترتيب الداخلي للمصنع واختيار مواقع المصنع والبرمجة الخطية، كما أنها تُعدّ ضرورية في مجالات صناعة عدة مثل التصميم بمساعدة الحاسوب، والتصنيع بمساعدة الحاسوب، وبذلك فإن أدوات البرمجيات تساعد في تقييم أمور العمل بسرعة وفاعلية كبيرة.

### 3. قواعد البيانات.

وهي عبارة عن مجموعة بيانات مرتبطة مع بعضها أو هي المعلومات المخزونة في أجهزة ووسائل خزن البيانات مثل مشغل الأقراص الصلبة للحاسبة والأقراص المرنة أو الأشرطة، وقواعد البيانات قد تكون متعلقة بسجلات المخزون في الشركة، والأوقات القياسية لأنواع مختلفة من العمليات وبيانات تتعلق بالتكاليف أو معلومات تخص احتياجات الزبائن وغيرها، لذا تقسم قواعد البيانات على أنواع عدة هي:

ا. قواعد البيانات على وفق مستخدمها، مثل القواعد الفردية التي يستخدمها فرد واحد مثل قواعد فردية تستخدم باسم مديري المعلومات الشخصية وقواعد المشاركة ويشارك في هذا النوع من القواعد العاملون في شركة أو مؤسسة معينة، والقواعد الموزعة وتشمل مجموعة حاسبات تخزن فيها البيانات في مواقع مختلفة، وترتبط مع بعضها بواسطة شبكة حواسيب الزبائن، وقواعد البيانات العامة.

ب. قواعد البيانات على وفق محتوياتها، وتشمل أربعة أنواع هي:

i. قواعد بيلوغرافية: وهي التي تشمل البيانات الوصفية الأساسية التي تعكس الفهرسة الوصفية والموضوعية.

ii. قواعد مرجعية: وهي تمثل مجاميع مهمة من المعلومات التي يحتاجها المستفيدون للإجابة عن استفساراتهم.

iii. قواعد رقمية وإحصائية.

iv. قواعد نصوص كاملة: وتشمل نصوص مصادر المعلومات المحوسبة كلها.

### 4. شبكات الاتصالات.

وهي المكون الأخير لتكنولوجيا المعلومات ويعتقد البعض أنها الأكثر أهمية فهي أدوات أو وسائل الاتصالات عن بعد مثل الهواتف، والفاكس، والألياف الضوئية، ومكوناتها الأخرى التي تكون الشبكات الإلكترونية التي مكنت مستخدمي أجهزة الحاسوب من الاتصال بأي موقع آخر، وتعد شبكة الأنترنت هي شبكة داخلية للشركة كما استخدمتها شركة جنرال إلكترونيك للأغراض الأمنية للربط بين مختلف النظم الإلكترونية للشركة، كما يمكن ربط عدة شركات بشبكة الكمبيوتر مثل الارتباط مع المجهزين والتي تعمل على أساس شبكة الإنترنت المفتوحة.





تعدُّ المصارف أحد أهم المؤسسات التي تقدم منتجات غير ملموسة وتمارس أنشطة تسويقية وتحاول التركيز علي خدماتها كمدخل لزيارة قدراتها التنافسية، ولخدمة عملاءها بأكثر كفاءة ومن أجل معرفة وفهم الخدمات المصرفية ومدى أهميتها في المصارف يجب توضيح مجموعة من العناصر والمتمثلة في تعريف ومفهوم الخدمات المصرفية وخصائصها وأنواعها ومعاييرها وابعادها.

#### أولاً: تعريف وتحديد مفهوم الخدمة المصرفية.

تعرف الخدمة المصرفية علي انها "تعامل مع شيء غير ملموس، والذي شراءه ليس بالضرورة أن ينتج عنه ملكية، بمعنى نقل مادي للشيء أو حيازته، لكن إنتاجه أو أثناء ذلك نحصل علي منافع أو فوائد"، (الضمور، 2005م، ص18)،.

اما بشأن مفهوم الخدمة المصرفية فهي عبارة عن "مجموعة من الخدمات التي تقدمها المصارف لعملائها عبر خدمات الإيداع والائتمان والاستثمار، وهي خدمات عديدة ومتنوعة وعادة ما ترتبط بالخدمات الرئيسية الثلاث المشار إليها وتشمل مجموعتين من الخدمات هما الخدمات المصرفية التقليدية، والخدمات غير التقليدية أو المستحدثة"، (أبو زيد، 1998م، ص447)،.

#### ثانياً: خصائص الخدمة المصرفية.

تتمثل جميع خصائص الخدمات المصرفية فيما يلي: (الطائي وآخرون، 2010م، ص129)،.

1. اللاملموسية: إن أبرز ما يميز الخدمة عن السلعة أنها غير ملموسة بمعنى أن ليس للخدمة وجود مادي، ومن الناحية العلمية فإن عمليتي الإنتاج والاستهلاك تحدثان في آن واحد، ويترتب عن خاصية اللاملموسية أي صعوبة معاينة أو فحص الخدمة قبل شرائها، بمعنى آخر أن المستفيد من الخدمة لن يكون قادر علي إصدار قرار الشراء أو إبداء رأي الخدمة.
2. التلازمية: وهي عبارة عن درجة الترابط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها، وتشير خاصية التلازمية إلي وجود علاقة مباشرة بين مزود الخدمة والمستفيد، حيث يتطلب الأمر غالباً حضور وتواجد المستفيد من الخدمة عند تقديمها وهذا ما يحقق لتسويق الخدمات ميزة خاصة، حيث يتم الانتاج وتسويق الخدمة في آن واحد، كما أن تواجد مقدم وطالب الخدمة معاً له تأثير علي نتائج المتوقعة من الخدمة.
3. عدم التماثل في طريقة تقديم الخدمة: تتميز الخدمات بخاصية التباين أو عدم التجانس طالما أنها تعتمد علي مهارة أو أسلوب أو كفاءة مزودها وزمان تقديمها، كم أن مزود الخدمة يقدم خدماته بطرق مختلفة اعتماداً علي ظروف معينة، وبذلك تتباين الخدمة المقدمة من قبل نفس الشخص أحياناً.
4. الزوال: تتعرض الخدمات للزوال والهلاك عند استخدامها، إضافة إلي عدم إمكانية تخزينها، فالخدمة تتلاشى بمجرد تقديمها.
5. الملكية: إن عدم انتقال الملكية يمثل خاصية مميزة للخدمات، فبالنسبة للسلع يمكن للمشتري أن يستخدم السلعة بشكل كامل وبإمكانه تخزينها واستهلاكها وبيعها في وقت لاحق، وعندما يدفع ثمنها





فإن المستهلك يمتلك السلعة، أما بالنسبة للخدمة فإن المستفيد قادر على الحصول عليها واستخدامها شخصياً لوقت محدد في كثير من الأحيان، وإن ما يدفعه لا يكون إلا لقاء المنفعة المباشرة التي يحصل عليها من الخدمة المقدمة إليه.

### ثالثاً: معايير جودة الخدمات المصرفية.

إن جودة الخدمات المصرفية تتعلق بقدرة المصرف على الإيفاء بتوقعات العميل أو التفوق عليها، ويمكن ملاحظة جودة الخدمة من خلال نتائج قياس الأداء، فهي عبارة عن مجموعة من الخصائص التي تؤثر في خصائص الخدمة المصرفية على الإيفاء بحاجات ورغبات العملاء، وأن تكون خالية من التلكؤ عند تقديمها لهم، أي أن التركيز يكون على رضا العميل، وهذا يعني أن هناك تطور لجودة الخدمة المصرفية تحت مسمى الجودة القيمة التي تعرف بأنها "هي الجودة المبذولة لزيادة رضا العميل والاهتمام الدائم بتحسين جودة الخدمة المصرفية، وتقليل تكاليف رضا العميل"، إذن فإن لجودة الخدمة المصرفية التي تقدم للزبائن مستويات، وتتباين الآراء في مستوى هذه الجودة، إذ يمكن تمييز أربعة مستويات لجودة الخدمة المصرفية، (Payne, 2001, p.181).

1. الجودة المتوقعة: وتمثل الجودة التي يرى العملاء وجوب توفرها.
2. الجودة القياسية: وهي تلك الجودة التي تحدد بالموصفات النوعية للخدمة.
3. الجودة الفعلية: وهي الجودة التي تؤدي بها الخدمة فعلاً، أي المتحققة فعلاً، وترتبط بالأداء.
4. الجودة المروجة للزبائن: وهي الجودة التي وعد بها العملاء من خلال الحملات الترويجية، وقد تمثل توقعات العميل أو لا.

إذا تتطلب المنافسة الجادة بين مهززي الخدمات المالية تحليلاً استراتيجياً لكل من تخفيض التكاليف وتحسين الإيرادات من أجل تحقيق المستوي الأفضل لتقديم الخدمات، فالسوق المعاصرة تتطلب المزيد من الخدمات التي تقدم بصورة متميزة، لذلك فإن تحسين الجودة يهدف إلى إدخال البهجة في نفس العميل بشكل يفوق توقعاته من المصرف، وهذا يعني ضرورة الإصغاء له والإبداع في تقديم الخدمة، والتفاعل بين العالمين والعملاء مما يؤدي إلى زيادة ارتياح العميل والعملاء مما يؤدي إلى زيادة ارتياح العميل من الخدمة وجعلها أسهل تحقيقاً.

### رابعاً: أبعاد جودة الخدمات المصرفية.

هناك آراء عديدة لأبعاد جودة الخدمة المصرفية، وقد اري "الباحث" تحديد أربعة أبعاد مختلفة:

1. الملموسية: وتمثل الجوانب المادية الملموسة المتعلقة بالخدمة، مثل مباني المصرف والتقنيات الحديثة المستخدمة فيه والتسهيلات الداخلية للأبنية والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة، ومظهر الموظفين وأسلوب الاتصال مع العملاء وغير ذلك، وغالباً ما تستخدم المصارف الملموسية لتحسين صورتها وتؤمن التواصل مع زبائنهم كمؤشر للجودة.
2. الاعتمادية: وتعبّر عن قدرة المصرف من وجهة نظر العملاء على تقديم الخدمة في الوقت التي يطلبها العميل، وبدقة ترضي طموحه، كما تعبّر عن مدى وفاء المصرف بالتزاماته تجاه العميل، وهذا البعد يعتبر من الأبعاد الأكثر ثباتاً، ويكون الأكثر أهمية في تحديد إدراكات جودة الخدمة عند العملاء، وتعرف الاعتمادية (عبود، 2014م، ص126) بأنها "القدرة على تقديم وعود الخدمة بشكل موثوق



ودقيق، أي إن المصرف يقدم خدماته بناءً علي وعوده والعميل يرغب بالتعامل مع المصارف التي تحافظ علي هذه الوعود، وخصوصاً تلك التي تخص الميزات الجوهرية للخدمة".

3. **الاستجابة:** وهي القدرة علي التعامل الفعال مع كل متطلبات العملاء، والاستجابة لشكواهم، والعمل علي حلها بسرعة وكفاءة، مما يقنع العملاء بأنها محل تقدير واحترام من قبل المصرف الذي يتعاملون معه، بإضافة إلي ذلك فإن الاستجابة تعبر عن المبادرة في تقديم الخدمة من قبل الموظفين بصدر رحب.

4. **الثقة والأمان:** وهو الاطمئنان من قبل العملاء، بأن الخدمة المقدمة لهم تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك ومتضمناً أيضاً الاطمئنان النفسي والمادي، وتشمل أيضاً اللطف وقدرة المصرف ومستخدميه علي بناء وكسب الثقة، وهذا البعد مهم للخدمات التي يدركها العميل، كالتالي تتضمن مخاطرة عالية أو الشعور بعدم التأكد بخصوص قدرته علي تقييم منافعها أو مخرجاتها، والتي يمكن أن يتجسد من خلال ما يربط العميل بالمصرف مثل وسطاء الأوراق المالية ووكالات التأمين.

#### الإطار العملي للدراسة:

##### مقدمة.

شهد العالم خلال السنوات الماضية، ولا يزال يشهد تطوراً سريعاً في أشكال تكنولوجيا المعلومات التي كان لها أثر علي النشاط الاقتصادي، فقد شمل هذا التطور جميع مجالات الحياة، وبصفة خاصة المصارف التجارية التي تشهد تحديات هائلة في العقدين الأخيرين من القرن الماضي وبداية القرن الحالي، فأصبحت المصارف تعمل في ظل بيئة متغيرة تحت تأثير عدة عوامل منها تكنولوجيا المعلومات، لذا بدأت المصارف الليبية إدراك أهمية تكنولوجيا المعلومات، والأخذ بمظاهرها والاستفادة منها، ولهذا تعمل جاهدة علي الالتحاق بركب المصارف المتطورة، فهي تسعى لإدخال خدمات إلكترونية جديدة للسوق المصرفي الليبي، واستحداث قنوات إلكترونية للاستفادة من هذه الخدمات..

**لتحقيق أهداف الدراسة** وتحليل البيانات التي تم تجميعها، تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، ومن بين هذه الأساليب الإحصائية أسلوب تحليل الانحدار البسيط، وقد بدأ الاستطلاع بمعرفة انتماء المستهدفين بالدراسة لأي مؤهل علمي ينتمون، ويظهر ذلك من خلال الجدول رقم (1)..

جدول رقم (1)، يبين نوع المؤهلات العلمية لعينة الدراسة.

النسبة التراكمية	النسبة %	التكرار	البيان
7.0	7.0	10	دكتوراه
20.3	13.3	19	ماجستير
74.1	<b>53.8</b>	77	بكالوريوس
100.0	25.9	37	دبلوم عالي
	100.0	143	المجموع

يتبين من الجدول رقم (1)، أن أغلبية العينة هم من حاملين البكالوريوس، تصل نسبتهم إلي (53.8%)..





جدول رقم (2)، يوضح المسميات الوظيفية لعينة الدراسة.

النسبة التراكمية	النسبة %	التكرار	البيان
0.7	0.7	1	مدير إدارة
4.9	4.2	6	مدير فرع
7.0	2.1	3	مدير وكالة
100.0	<b>93.0</b>	133	موظف
	100.0	143	المجموع

يتبين من الجدول رقم (2)، أن أغلبية العينة هم موظفون متخصصون في مجالات متنوعة في الاعمال المصرفية، تصل نسبتهم إلي (93%)،.

جدول رقم (3)، يوضح الخبرة العملية لعينة الدراسة.

النسبة التراكمية	النسبة %	التكرار	البيان
9.1	9.1	13	أقل من 5 سنوات.
42.0	<b>32.9</b>	47	من 5 سنوات إلي أقل من 10 سنوات.
61.5	<b>19.6</b>	28	من 10 سنوات إلي أقل من 15 سنوات.
86.7	<b>25.2</b>	36	من 15 سنة إلي أقل من 20 سنة.
93.7	7.0	10	من 20 سنة إلي أقل من 25 سنة.
100.0	6.3	9	أكثر من 25 سنة.
	100.0	143	المجموع

يتبين من الجدول رقم (3)، أن ما بنسبتهم (77.7%)، تقع خبرتهم ما بين (5)، سنوات إلي (20)، سنة، في مجال وظائفهم المتخصصة التي يشغلونها.

لاختبار فرضيات الدراسة، تم الاعتماد علي تحليل الانحدار البسيط، وذلك وفقاً إلي الآتي:

تشير الفرضية الأولى بأن: ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد "الأجهزة والمعدات"، و "جودة الخدمات المصرفية"، في فروع وكالات المصرف التجاري الوطني، ببلدية بنغازي.

جدول رقم (4)، يوضح معاملا الارتباط والتحديد للعلاقة بين بعد الأجهزة والمعدات وجودة الخدمة المصرفية.

Std. Error of the Estimate الخطأ التقديري	Adjusted R. Square تعديل معامل التحديد	R. Square معامل التحديد	R معامل الارتباط	Model نموذج
.56054	.198	.203	.451 <sup>a</sup>	1

The independent variable is (بعد الأجهزة والمعدات)

#### Model Summary



يبين الجدول رقم (4)، أن قيمة معامل الارتباط (0.451)، بين بعد الأجهزة والمعدات وجودة الخدمة المصرفية، وهي تدل علي أن هناك علاقة ارتباط ضعيفة وطردية بينهما، أي كلما توفرت الأجهزة والمعدات المتمثلة بالحاسوب والبرامج والمكونات الإلكترونية التي تساعد في معالجة وتخزين البيانات والمعلومات، أدى ذلك إلي تحسين جودة الخدمات المصرفية، وتدل قيمة معامل التحديد علي أن (20.3%)، من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يتعلق ببعد الأجهزة والمعدات، مما يدل علي أن هناك أثراً هاماً ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل في المتغير التابع.

لجدول رقم (5)، اختبار معنوية نموذج الانحدار للعلاقة بين الأجهزة والمعدات وجودة الخدمة المصرفية.

ANOVA<sup>b</sup>

Sig. مستوي الدالة	F المحسوبة	Mean Square متوسط المربعات	Df درجات الحرية	Sum of Squares مجموعة المربعات	Model نموذج
.000 <sup>a</sup>	36.000	11.311	1	11.311	(Regression), مجموعة مربعات الانحدار
		.314	141	44.303	(Residual), مجموعة مربعات البواقي
			142	55.615	(Total), المجموع

بعد الأجهزة والمعدات، (المتغير المستقل) The independent variable is

بعد جودة الخدمة المصرفية، (المتغير التابع) The dependent variable is

كما نلاحظ، من الجدول رقم (5)، ثبات صلاحية النموذج استناداً إلي ارتفاع قيمة (F)، المحسوبة والبالغة (36.000)، عن قيمتها الجدولية عند مستوي دلالة (0.05)، ودرجات الحرية (1,141)، والبالغة (3.8415)، وبالتالي فإن نموذج الاختبار صحيح ومقبول.

الجدول رقم (6)، نتائج اختبار معنوية معاملات الانحدار للعلاقة بين الأجهزة والمعدات وجودة الخدمة المصرفية،

Coefficients<sup>a</sup>

Sig. مستوي الدالة	T قيمة دالة الاختبار	Standardized Coefficients المعاملات القياسية	Unstandardized Coefficients المعاملات الغير القياسية		Model نموذج
		Beta بيتا	Std. Error	B	
.366	.908	-	.503	.457	(Constant)
.000	6.000	.451	.181	1.088	بعد الأجهزة والمعدات

The dependent variable is ln: بعد جودة الخدمة المصرفية



أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية - دراسة ميدانية على فروع ووكالات المصرف التجاري بنغازي  
د. عبد الله محمد كريمة الفارسي  
المؤسسة الوطنية للنفط



كما نلاحظ، من الجدول رقم (6)، أن قيمة معامل **Beta** تساوي (0.451)، وبما أنها معنوية ( $P=0.000 <$ ) فإننا نرفض الفرضية الأولى ونقبل الفرضية البديلة، ونقر بوجود علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين الأجهزة والمعدات وبعد جودة الخدمات المصرفية في فروع ووكالات المصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي.

اما بشأن الفرضية الثانية فقولنا بأن: ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد "الأنترنت"، و "جودة الخدمات المصرفية"، في فروع ووكالات المصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي.

جدول رقم (7)، يوضح معاملا الارتباط والتحديد للعلاقة بين بعد الأنترنت وجودة الخدمة المصرفية.

Std. Error of the Estimate الخطأ التقديري	Adjusted R. Square تعديل معامل التحديد	R. Square معامل التحديد	R معامل الارتباط	Model نموذج
60509.	065.	072.	<sup>a</sup> 268.	1
The independent variable is (المتغير المستقل) بعد الأنترنت				

#### Model Summary

يبين الجدول رقم (7)، أن قيمة معامل الارتباط (0.268)، بين بعد الأنترنت وجودة الخدمات المصرفية، وهي تدل علي أن هناك علاقة ارتباط ضعيفة وطردية بينهما، أي أن استخدام المصرف لشبكة الأنترنت بما يؤمن سرعة الاستجابة لطلبات ورغبات العملاء يسهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية، وتدل قيمة معامل التحديد علي أن (7.2%)، من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يتعلق ببعد الأنترنت، مما يدل علي أن هناك أثراً هاماً ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل في المتغير التابع.

الجدول رقم (8)، اختبار معنوية نموذج الانحدار للعلاقة بين الأنترنت وجودة الخدمة المصرفية.

#### ANOVA<sup>b</sup>

Sig. مستوي الدالة	F المحسوبة	Mean Square متوسط المربعات	Df درجات الحرية	Sum of Squares مجموعة المربعات	Model نموذج
.001 <sup>a</sup>	10.896	3.939	1	3.939	(Regression), مجموعة مربعات الانحدار
		.366	141	51.625	(Residual), مجموعة مربعات البواقي
			142	55.615	(Total), المجموع
The independent variable is (المتغير المستقل) بعد الأنترنت					
The dependent variable is (المتغير التابع) بعد جودة الخدمة المصرفية					





كما نلاحظ، من الجدول رقم (8)، ثبات صلاحية النموذج استناداً إلى ارتفاع قيمة (F)، المحسوبة والبالغة (10.896)، عن قيمتها الجدولية عند مستوي دلالة (0.05)، ودرجات الحرية (1,141)، والبالغة (3.8415)، وبالتالي فإن نموذج الاختبار صحيح ومقبول.

الجدول رقم (9)، نتائج اختبار معنوية معاملات الانحدار للعلاقة بين الأنترنت وجودة الخدمة المصرفية،

#### Coefficients<sup>a</sup>

Sig. مستوي الدالة	T قيمة دالة الاختبار	Standardized Coefficients المعاملات القياسية	Unstandardized Coefficients المعاملات الغير القياسية		Model نموذج
		Beta بيتا	Std. Error	B	
.000	11.639	-	.233	2.712	(Constant)
.001	3.301	.268	.204	0.673	بعد الأنترنت

The dependent variable is ln: بعد جودة الخدمة المصرفية

كما نلاحظ، من الجدول رقم (9)، أن قيمة معامل Beta تساوي (0.268)، وبما أنها معنوية ( $P=0.000 < \alpha=0.05$ )، فإننا نرفض الفرضية الثانية ونقبل الفرضية البديلة، ونقر بوجود علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين الأنترنت وبعد جودة الخدمات المصرفية في فروع وكالات المصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي.

اما بخصوص الفرضية الثالثة التي تقول بأن: ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد "الاتصالات"، و "جودة الخدمات المصرفية"، في فروع وكالات المصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي.

جدول رقم (10)، يوضح معاملا الارتباط والتحديد للعلاقة بين بعد الاتصالات وجودة الخدمة المصرفية.

Std. Error of the Estimate الخطأ التقديري	Adjusted R. Square تعديل معامل التحديد	R. Square معامل التحديد	R معامل الارتباط	Model نموذج
.60245	.073	.080	.283 <sup>a</sup>	1

The independent variable is ( بعد الاتصالات

#### Model Summary

يبين الجدول رقم (10)، أن قيمة معامل الارتباط (0.283)، بين بعد الاتصالات وجودة الخدمة المصرفية، وهي تدل علي أن هناك علاقة ارتباط ضعيفة وطردية بينهما، أي أن امتلاك المصرف لمنظومة شبكة للاتصالات الخارجية والداخلية لتلبية حاجة العملاء علي اختلاف انواعهم يسهم في تحسين جودة الخدمات





المصرفية، وتدل قيمة معامل التحديد علي أن (8%)، من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يتعلق  
ببعد الاتصالات، مما يدل علي أن هناك أثراً هاماً ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل في المتغير التابع.

الجدول رقم (11)، اختبار معنوية نموذج الانحدار للعلاقة بين الاتصالات وجودة الخدمة  
المصرفية،.

#### ANOVA<sup>b</sup>

Sig. مستوي الدالة	F المحسوبة	Mean Square متوسط المربعات	Df درجات الحرية	Sum of Squares مجموعه المربعات	Model نموذج
.001 <sup>a</sup>	12.233	4.440	1	4.440	(Regression), مجموعه مربعات الانحدار
		.363	141	51.175	(Residual), مجموعه مربعات البواقي
			142	55.615	(Total), المجموع
<p><b>a.</b> The independent variable is (المتغير المستقل): بعد الاتصالات</p> <p><b>b.</b> The dependent variable is (المتغير التابع): بعد جودة الخدمة المصرفية</p>					

كما نلاحظ، من الجدول رقم (11)، ثبات صلاحية النموذج استناداً إلي ارتفاع قيمة (F)، المحسوبة وبالغة  
(12.233)، عن قيمتها الجدولية عند مستوي دلالة (0.05)، ودرجات الحرية (1,141)، وبالغة (3.8415)،  
وبالتالي فإن نموذج الاختبار صحيح ومقبول.

الجدول رقم (12)، نتائج اختبار معنوية معاملات الانحدار للعلاقة بين الاتصالات وجودة الخدمة المصرفية،

#### Coefficients<sup>a</sup>

Sig. مستوي الدالة	T قيمة دالة الاختبار	Standardized Coefficients المعاملات القياسية	Unstandardized Coefficients المعاملات الغير القياسية		Model نموذج
		Beta بيتا	Std. Error	B	
.000	17.474	-	.166	2.908	(Constant)
.001	3.498	.283	.222	.777	بعد الاتصالات
The dependent variable is ln: بعد جودة الخدمة المصرفية					







كما نلاحظ، من الجدول رقم (12)، أن قيمة معامل **Beta** تساوي (0.283)، وبما أنها معنوية ( $P=0.000 <$ )، فإننا نرفض الفرضية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة، ونقر بوجود علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين الاتصالات وبعد جودة الخدمات المصرفية في فروع وكالات المصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي.

اما ما يتعلق بالفرضية الرابعة التي تزعم بأن: ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد كفاءة الموارد البشرية، و "جودة الخدمات المصرفية"، في فروع وكالات المصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي.

جدول رقم (13)، يوضح معاملا الارتباط والتحديد للعلاقة بين بعد كفاءة الموارد البشرية وجودة الخدمة المصرفية.

Std. Error of the Estimate	Adjusted R. Square	R. Square	R	Model
الخطأ التقديري	تعديل معامل التحديد	معامل التحديد	معامل الارتباط	نموذج
.59005	.111	.117	.343 <sup>a</sup>	1
The independent variable is ( بعد كفاءة الموارد البشرية)				

#### Model Summary

يبين الجدول رقم (13)، أن قيمة معامل الارتباط (0.343)، بين بعد كفاءة الموارد البشرية وجودة الخدمة المصرفية، وهي تدل علي أن هناك علاقة ارتباط ضعيفة وطردية بينهما، أي أن امتلاك المصرف لكوادر بشرية يتمتع بالخبرة والمهارة اللازمة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات يسهم في جودة الخدمات المصرفية، وتدل قيمة معامل التحديد علي أن (11.7%)، من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يتعلق ببعد كفاءة الموارد البشرية، مما يدل علي أن هناك أثراً هاماً ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل في المتغير التابع.

الجدول رقم (14)، اختبار معنوية نموذج الانحدار للعلاقة بين كفاءة الموارد البشرية

وجودة الخدمة المصرفية،.

#### ANOVA<sup>b</sup>

Sig.	F	Mean Square	Df	Sum of Squares	Model
مستوى الدالة	المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموعة المربعات	نموذج
.000 <sup>a</sup>	18.739	6.524	1	6.524	مجموعة مربعات الانحدار
		.348	141	49.091	مجموعة مربعات البواقي
			142	55.615	المجموع

a. The independent variable is (المتغير المستقل) بعد كفاءة الموارد البشرية،

b. The dependent variable is (المتغير التابع) بعد جودة الخدمة المصرفية،



أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية - دراسة ميدانية على فروع ووكالات المصرف التجاري بنغازي  
د. عبد الله محمد كريم الفارسي  
المؤسسة الوطنية للنفط



كما نلاحظ، من الجدول رقم (14)، ثبات صلاحية النموذج استناداً إلى ارتفاع قيمة (F)، المحسوبة وبالغة (18.739)، عن قيمتها الجدولية عند مستوي دلالة (0.05)، ودرجات الحرية (1,141)، وبالغة (3.8415)، وبالتالي فإن نموذج الاختبار صحيح ومقبول.

الجدول رقم (15)، نتائج اختبار معنوية معاملات الانحدار للعلاقة بين كفاءة الموارد البشرية وجودة الخدمة المصرفية،

#### Coefficients<sup>a</sup>

Sig. مستوي الدالة	T قيمة دالة الاختبار	Standardized Coefficients المعاملات القياسية	Unstandardized Coefficients المعاملات الغير القياسية		Model نموذج
		Beta بيتا	Std. Error	B	
.000	3.777	-	.429	1.620	(Constant)
.000	4.329	.343	.136	0.588	بعد كفاءة الموارد البشرية

The dependent variable is ln: بعد جودة الخدمة المصرفية

كما نلاحظ، من الجدول رقم (15)، أن قيمة معامل Beta تساوي (0.343)، وبما أنها معنوية ( $P=0.000 < \alpha=0.05$ )، فإننا نرفض الفرضية الرابعة ونقبل الفرضية البديلة، ونقر بوجود علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين كفاءة الموارد البشرية وبعد جودة الخدمات المصرفية في فروع ووكالات المصرف التجاري الوطني ببلدية بنغازي.

#### النتائج:

1. يعمل مصرف التجاري الوطني بنغازي، باستمرار علي مواكبة التطورات التكنولوجية التي يشهدها العمل المصرفي، إلا أن استخداماتها تبقى محدودة، ولا ترقى إلي المستوي المطلوب إذ ما تم مقارنتها بما تشهدها الساحة المصرفية العالمية.
2. يوفر المصرف التجاري الوطني بنغازي، مجموعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية، والتي تعتمد بأدرجة الأولى علي تكنولوجيا المعلومات منها علي سبيل المثال "الخدمات المصرفية عبر الصرافات الآلية"، وهو تبعاً لذلك يوفر لعملائه عدد من البطاقات المصرفية، والتي تختلف خصائصها حسب حاجاتهم المختلفة.
3. يدرك عملاء مصرف التجاري الوطني بنغازي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة، وبالتالي فهم يعتبرون أن استخدام تكنولوجيا المعلومات في المصرف عامل مهم في استمرار تعاملهم معه، وهذا ما يؤدي الي رضا العملاء علي مستوي جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية بمختلف ابعادها "الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الثقة، والأمان"، بدرجة متوسطة وهذا ما يدفع المصرف علي ضرورة العمل علي تحسين جودة خدماته أكثر.





4. يتبين من خلال نتائج الانحدار البسيط بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات، وجودة الخدمة المصرفية ما يلي:

- أ. هناك علاقة ارتباط ضعيفة وموجبة بين كلاً من "بعد الأجهزة والمعدات"، و"جودة الخدمة المصرفية"، أي كلما توفرت الأجهزة والمعدات المتمثلة بالحواسيب والبرامج والمكونات الإلكترونية التي تساعد في معالجة وتخزين البيانات والمعلومات، كلما أدى ذلك إلي تحسين جودة الخدمات المصرفية، حيث تبين أن "20.3%"، من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يفسره "بعد الأجهزة والمعدات".
- ب. هناك علاقة ارتباط ضعيفة وموجبة بين كلاً من "بعد الانترنت"، و"جودة الخدمة المصرفية"، أي أن استخدام المصرف لشبكة الانترنت بما يؤمن سرعة الاستجابة لطلبات ورغبات العملاء يسهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية، حيث تبين أن "7.2%"، من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يفسره "بعد الانترنت".
- ت. هناك علاقة ارتباط ضعيفة وموجبة بين كلاً من "بعد الاتصالات"، و"جودة الخدمة المصرفية"، أي أن امتلاك المصرف لمنظومة شبكة للاتصالات الخارجية والداخلية لتلبية حاجات العملاء علي اختلاف أنواعهم، يسهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية، حيث أن "8%"، من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يفسره "بعد الاتصالات".
- ث. هناك علاقة ارتباط ضعيفة وموجبة بين كلاً من "بعد كفاءة الموارد البشرية"، و"جودة الخدمة المصرفية"، أي أن امتلاك المصرف لكادر بشري يتمتع بالخبرة والمهارة اللازمة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات، يسهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية، حيث أن "11.7%"، من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يفسره "بعد كفاءة الموارد البشرية".

#### التوصيات:

1. الاطلاع المستمر علي آخر المستجدات التي تظهر في مجال التكنولوجيا المصرفية، من تقنيات ومعدات وتجهيزات، وذلك بغرض تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء، وكذلك التعرف علي الخدمات التي تقدمها المصارف المنافسة في الخارج والداخل، لذا يتطلب من إدارة المصارف دعم الاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات الحديثة لمواكبة التطورات التكنولوجية العالمية، ولضمان بقاءه في السوق المصرفية.
2. تعميق وعي إدارة وعاملي المصارف، بأهمية موضوع تكنولوجيا المعلومات، لما له من دور بارز وفعال في ظل التغيرات والظروف المختلفة التي يشهدها العالم من خلال الاطلاع علي التجارب العالمية، وما توصلت إليه في مجال تكنولوجيا المعلومات، وعدم الاكتفاء بعدد محدود من الخدمات الإلكترونية، لذا يجب تنوع خدماته الإلكترونية وابتكار خدمات إلكترونية جديدة، والاستفادة من خبرات المصارف المنافسة.
3. ضرورة تبني خطط طويلة الأجل لمواكبة وإدخال تكنولوجيا المعلومات الحديثة في العمل المصرفي كاستخدام الصرافة الآلية وشبكة المعلومات الدولية "الانترنت"، وذلك بغرض إنجاز الخدمة المصرفية في الوقت المناسب وبأقل التكاليف والجهد، فضلاً عن استخدام "الانترنت"، كوسيلة للإعلان عن الخدمات المصرفية الجديدة التي تقدمها المصارف التجارية، ومن خلال تنمية وعي العملاء وتشجيعهم علي استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات كالبطاقات الائتمانية والصكوك الورقية السياحية والعلاجية والنقود الإلكترونية.





4. العمل علي إيجاد منظومة تشريعية واضحة ومتكاملة من شأنها إزالة القيود وتشجيع القطاع المصرفي من أجل توظيف تكنولوجيا المعلومات ومواكبة التطورات الدولية والإقليمية الحاصلة في قطاع المصارف، مع اشراك العالمين في دورات تدريبية متخصصة في تكنولوجيا المعلومات المصرفية، وأساليب تقديم الخدمة المصرفية، واكتساب الخبرات اللازمة للنهوض والارتقاء بجودة الخدمة المصرفية المقدمة.





## المراجع

" قائمة المصادر الغربية"،.

أولاً: "الكتب العربية"،.

1. أبوزيد، الدسوقي (1998م)، "إدارة البنوك 'النظرية والتطبيق'"، (القاهرة: دار الثقافة العربية، الطبعة الرابعة)،.
2. الصيرفي، محمد (2009م)، "إدارة تكنولوجيا المعلومات"، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي)،.
3. الضمور، هاني (2005م)، "تسويق الخدمات"، (عمان: دار وائل للنشر، الطبعة الثالثة)،.
4. الطائي، حميد وآخرون (2010م)، "التسويق الحديث 'مدخل شامل'"، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر)،.
5. الطائي، يوسف والعبادي، هاشم (2009م)، "التسويق الإلكتروني"، (عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع)،.
6. قنديلجي، عامر والسامرائي، أيمن (2002م)، "تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها"، (عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع)،.

ثانياً: "الدراسات والدوريات"،.

1. حسين، يسري، (2010م)، "تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحسين مستوى أداء الخدمة المصرفية"، دراسة تطبيقه في مصرف البصرة، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الخامس والثمانون، الجامعة المستنصرية، العراق،.
2. شيروف، فضيلة (2010م)، "أثر التسويق الإلكتروني علي جودة الخدمات المصرفية"، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة،.
3. طرطار، أحمد وحليمي، سارة (2010م)، "جودة الخدمات المصرفية كآلية، لتفعيل الميزة التنافسية للبنك"، مداخلة الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات"، جامعة منثوري قسنطينة.
4. غالم، عبدالله وقريشي، فاتح (2011م)، "دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات العملاء بالمصارف التجارية الخاصة"، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد العاشر، جامعة بسكرة، الجزائر،.

" قائمة المصادر الأجنبية"،.

أولاً: "الكتب الأجنبية"،.

1. Kleindle, B, A. (2001), "Strategic Electronic Marketing", Ohio: South College Publishing.
2. Payne, A. (2001), "The essence of Services Marketing", Prentice – Hall International.



---

## Impact of Information Technology on Quality of Banking Service

### Field study on branches of the National Commercial Bank Benghazi

#### Abstract

The aim of this study is to review the impact of information technology on the quality of banking services in the branches and agencies of the National Commercial Bank in Benghazi. This effect is evident by changing the form and manner of providing banking services from their traditional direct form between the client and the bank. Modern electronic format helps to reduce the cost and time of providing banking services, and then reach a larger segment of customers, and to achieve this purpose of the study, which seeks to investigate the nature of the relationship between the dimensions of information technology confined to "after the equipment and after "After the communication and after the efficiency of human resources", and the dimensions of quality of banking service, which were limited to study in the "concrete, reliability and responsiveness and" confidence and safety", a questionnaire was designed and distributed to the study sample, the study used statistical methods to analyze data collected, In order to study the relationship between the dimensions of information technology and the quality of banking services, the study reached from the point of view of the target group to a set of constructive results. The most important of these results, "Finally, the study presented some of the suggestions," Recommendations", which show the impact of information technology on the quality of banking services in the branches and agencies of the National Commercial Bank

In the city of Benghazi



استمارة استبيان

1. بيانات عن المشاركين في الدراسة،.

أ. المؤهل العلمي :

- دكتوراه.  
ماجستير.  
بكالوريوس.  
دبلوم عالي.


ب. الخبرة الوظيفية :

- اقل من 5 سنوات.  
من 5 سنوات إلي أقل من 10 سنوات.  
من 10 سنوات إلي أقل من 15 سنة.  
من 15 سنة إلي أقل من 20 سنة.  
من 20 سنة إلي أقل من 25 سنة.  
أكثر من 25 سنة.


ت. المسمى الوظيفي :

- مدير إدارة.  
مدير فرع.  
مدير وكالة.  
موظف.


2. أبعاد تكنولوجيا المعلومات،.

" المتمثلة في،، بعد الأجهزة والمعدات، بعد الأنترنت، بعد الاتصالات، بعد كفاء الموارد البشرية "،.

إطلاقاً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً	العبرة
					1. يمتلك المصرف أجهزة تكنولوجية حديثة متطورة..
					2. عدم الاستخدام الامثل للأجهزة التكنولوجية المتطورة من قبل الموارد البشرية بفعالية تؤدي إلي أبطاء الإجراءات المكتبية وأرسالها.
					3. عدم إتقان المعدات الملاحقة الإلكترونية المتطورة تؤدي إلي الوقوع في إخطاء فادحة أثناء تنفيذ العمليات المصرفية.





					4. يساهم الاستخدام الامثل للأجهزة والمعدات إلي تخفيض الإخطاء المرتكبة من قبل الموارد البشرية أثناء تنفيذ الاعمال المصرفية.
					5. عدم الاستفادة من فوائد الأجهزة التكنولوجية والمعدات المتطورة تؤدي إلي زيادة التكاليف وهدر للوقت وتحقيق خسائر هائلة.
					6. تساهم الأجهزة والمعدات المتطورة التكنولوجية في زيادة مرونة العمليات المصرفية.
					7. عدم المعرفة الجيدة لميزات المتعددة للأنترنت واستخدامها يؤدي إلي خسائر هائلة مادية ومالية ومعرفته للأعمال المصرفية.
					8. يمتلك المصرف عدد كافي من الصرافات الآلية لتلبية خدمات واحتياجات العملاء.
					9. يتم التواصل مع المصرف بواسطة خدمات شبكة الأنترنت تؤدي إلي تسهيل العمل الداخلي وتحقيق المنفعة المصرفية.
					10. التواصل مع المصرف من خلال الاتصالات الالكترونية المنحصرة في البريد الإلكتروني وخدمات النقال والنشرات الإلكترونية المنبثقة من الموقع الإلكتروني الذي يتم تحديثها بصورة مستمرة.

### 3. أبعاد جودة الخدمة المصرفية.

" المتمثلة في،، الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، الأمان والثقة ".

أ. الاعتمادية،،.

إطلاقاً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً	العبارة
					1. تساهم الصرافات الآلية العملاء علي عدم التقيد بمواعيد العمل الرسمية للمصرف.
					2. يساهم الانتشار الجغرافي للصرافات الآلية علي زيادة عملاء المصرف.
					3. تسمح البطاقات المصرفية المعتمدة من المصرف بتوفير خدمات متنوعة للعملاء " سحب الأموال، تسديد قيمة المشتريات "،.







					4. يقوم المصرف بإصدار نشرات الكترونية تضم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطه.
					5. يقدم الموقع الإلكتروني للمصرف خدمات مصرفية تتلاءم واحتياجات العملاء مع تحديثها باستمرار.

## ب. الاستجابة،،،.

إطلاقاً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً	العبرة
					6. تساعد الصرافات الآلية في التقليل من زمن الحصول علي الخدمة المصرفية.
					7. يعمل المصرف بإصلاح إعطاب الصرافات الآلية بسرعة.
					8. يعمل المصرف علي حل مشاكل المعاملات المصرفية الإلكترونية بإتقان.
					9. يعطي المصرف ردود سريعة علي طلبات العملاء عن طريق البريد الإلكتروني.
					10. يعمل المصرف علي تقديم الحلول المناسبة والمعلومات لكافة الأسئلة المتعلقة بالعلوم الإدارية المصرفية الحديثة والمتطورة.

## ت. الملموسية،،،.

إطلاقاً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً	العبرة
					11. يمكن الدخول إلي الموقع الإلكتروني للمصرف بسرعة والتعامل معه بطريقة أكثر علمية والرد والتعليق علي المقترحات المعروضة بأسلوب علمي دقيق.
					12. الاستقبال المناسبة من قبل موظفي المصرف وتقديم خدمات الضيافة للعملاء، أثناء اجراءات المعاملات المصرفية.
					13. من السهل الوصول إلي ما يحتاجه العميل من خدمات مصرفية من خلال الاستخدام الجيد للتقنيات الحديثة المستخدمة من قبل المصرف.





					14. المظهر الحسن للموظفين المصرف، والابتسامة والمعاملة الريفعة، وتسويق خدماتهم المصرفية.
					15. الاسلوب والتعامل الجيد والمنطق المناسب من قبل الموظفين للعملاء، والتعامل معهم وتقديم أفضل التسهيلات المصرفية بكل إتقان وسهولة.

ث. الأمان والثقة،،.

إطلاقاً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً	العبارة
					16. هناك شعور بالأمان في إتمام المعاملات المصرفية عبر الصرافات الآلية.
					17. الشعور بالثقة لحفظ المصرف للمعلومات الشخصية المتعلقة بالعملاء بالموقع الإلكتروني الخاص بالمصرف.
					18. وضوح ومصداقية المعلومات التي يقدمها المصرف عن خدمات المصرفية علي الموقع الإلكتروني.
					19. الثقة في الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها المصرف.
					20. الأمان من قبل المصرف علي المعلومات الشخصية عبر البريد الإلكتروني والموقع الإلكتروني.

الشكر للجميع ...

مع تحياتي  
الدكتور .. عبدالله كريم



الملحق الثاني،،

شكر و تقدير

يتقدم الباحث بفائق الشكر والتقدير لكل من قدم أي مساعدة ساهمت في إنجاز هذا البحث العلمي المتواضع، وأخص بالذكر جميع المستجوبين الذين قبلوا تعبئة الاستبانة رغم الظروف الصعبة وغير المشجعة التي تمر بها بلادي الحبيبة، والشكر موصولاً إلي مجموعة من الاساتذة المتخصصين في مجال العلوم الإدارية وعلم الاجماع وهم محكمين نموذج الاستبانة، لقد طلب منهم ابداء الراي حول نموذج الاستبيان، سواء بالحذف او التعديل او الاضافة، وهم

1. البرفسور الدكتور .. محمد فرح عبدالحليم، جامعة النيلين .. الخرطوم "متقاعد"

2. الاستاذ الدكتور .. الصديق بوسنييه، جامعة بنغازي .. بنغازي

3. الاستاذ الدكتور .. سمير مرقص، جامعة القاهرة .. القاهرة "متقاعد"

لهم جميعاً حبي واحترامي،.

مع تحياتي

الدكتور .. عبدالله كريم

