مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية دراسة ميدانية على فروع المصرف التجاري السوري باللاذقية
اسم الكاتب: د. سامر قاسم
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/4654
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 16:23 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (37) العدد (2) 2015
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (37) No. (2) 2015

أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية
دراسة ميدانية على فروع المصرف التجاري السوري باللاذقية

الدكتور سامر قاسم*

(تاريخ الإيداع 10 / 3 / 2015. قُبِل للنشر في 16 / 4 / 2015)

□ ملخّص □

يهدف البحث إلى دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية، ولتحقيق أهداف البحث تمّ تطوير استبانة وتوزيعها على (201) عامل، وأعيد منها (183) استبانة، بنسبة استجابة بلغت (91.04%)، وبالاعتماد على تحليل الانحدار البسيط تمّ دراسة العلاقة بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية، وتوصل البحث للنتائج الآتية:

1- هناك علاقة ارتباط قوية وموجبة بين بعد الأجهزة المعدات وجودة الخدمة المصرفية، حيث تبين أنّ (79.7%) من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يفسره بعد الأجهزة والمعدات.

2- هناك علاقة ارتباط قوية وموجبة بين بعد الانترنت وجودة الخدمة المصرفية، حيث تبين أنّ (69.2%) من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يفسره بعد الانترنت.

3- هناك علاقة ارتباط قوية وموجبة بين بعد الاتصالات وجودة الخدمة المصرفية، حيث تبين أنّ (65.9%) من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يفسره بعد الاتصالات.

4- هناك علاقة ارتباط مقبولة وموجبة بين بعد كفاءة الموارد البشرية وجودة الخدمة المصرفية، حيث تبين أنّ (59.9%) من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يفسره كفاءة الموارد البشرية.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، جودة الخدمة المصرفية، المصرف التجاري السوري.

*أستاذ مساعد- قسم إدارة الأعمال- كلية الاقتصاد- جامعة تشرين- اللاذقية- سورية.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (37) العدد (2) 2015
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (37) No. (2) 2015

The Impact of Information Technology on Banking Service Quality

A Field Study on the Branches of the Commercial Bank of Syria- Latakia

Dr. Samer Kasem*

(Received 10 / 3 / 2015. Accepted 16 / 4 / 2015)

□ ABSTRACT □

The research aims to study the impact of information technology on the quality of banking services in the branches of the Commercial Bank of Syria province of Latakia. To achieve the objectives of the research, a questionnaire was developed and distributed to 201 workers, and (183) questionnaire were suitable to analyze, a response rate (91.04%), and based on applying simple regression to assess the relationship between the information technology and the quality of banking service dimensions, the research found the following results:

1- There is a strong and positive correlation between the hardware equipment and the quality of banking service, where it was found that (79.7%) of the discrepancy in the quality of banking services is explained after the equipment.

2- There is a strong and positive correlation between a online banking service and service quality, it was found that (69.2%) of the discrepancy in the quality of banking services is explained after the Internet.

3- There is a strong and positive correlation between communications and banking service quality, where it was found that (65.9%) of the discrepancy in the quality of banking services is explained after the communication.

4- There are acceptable and positive correlation between post-efficiency of human resources and banking service quality, where it was found that (59.9%) of the discrepancy in the quality of banking services is explained by the efficiency of human resources.

Keywords: Information Technology, Banking Services Quality, Commercial Bank of Syria.

***Associate Professor, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.**

مقدمة:

أحدثت التطورات التقنية التي شهدها العالم خلال العقود الأربعة من القرن الماضي تغيرات هامةً في مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسة، إذ أصبح ما يميز بيئة العمل في المنظمات المعاصرة مظاهر التقلب والتغير السريع والانفتاح، وتجاوز الحدود بين الدول والمجتمعات. ومن بين أهم هذه التطورات ما يسمى اليوم (تكنولوجيا المعلومات)، والتي أحدثت تغيرات هامة في بنية المنظمات من خلال استخدام أدواتها وعلى وجه الخصوص الحاسوب وشبكة المعلومات العالمية، ووسائل الاتصال المختلفة.

كما أصبح بإمكان العاملين جمع وخزن وإرسال ومعالجة واسترجاع البيانات والمعلومات، مما ولد دافعاً لعدد كبير من المنظمات على استخدام تكنولوجيا المعلومات كأصول استراتيجية لتحقيق ميزة تنافسية على مستوى الأسواق المحلية والعالمية.

وقد شهد القطاع المصرفي اهتماماً بالغاً في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة، بهدف الارتقاء بجودة الخدمات المصرفية، لتلبية حاجات ورغبات العملاء.

وتأسيساً على ما سبق، فإنّ البحث الحالي يسعى للتحقق من طبيعة العلاقة القائمة بين مستوى تكنولوجيا المعلومات المستخدم في المنظمات المصرفية (المصرف التجاري السوري باللاذقية نموذجاً)، وبين الأثر المترتب على جودة الخدمات المصرفية.

مشكلة البحث:

يعد القطاع المصرفي واحداً من أهم القطاعات الاقتصادية الحيوية في الاقتصاد الوطني لأي بلد، إذ يتعامل مع قاعدة عريضة من العملاء أفراداً ومنظمات، وقد تأثر القطاع المصرفي بما حدث من تطور في مجال تكنولوجيا المعلومات، وذلك لما ينطوي عليه من انجازات وابتكارات علمية كان لها أثراً فاعلاً في تحسين الخدمات المصرفية، مما ساهم إلى حد كبير في تطبيق آليات جديدة تتسم بالمرونة، وتسهل عملية التعامل المتبادل بين العملاء والإدارة المصرفية.

وانطلاقاً من ذلك، فإنّ مشكلة البحث تتمثل في ضعف إدراك إدارة المصرف التجاري السوري لعلاقة وتأثير جودة المعلومات التي تنتجها تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمات التي تقدمها للزبائن، وما لذلك من تأثير في حركة النشاط المصرفي. ويمكن تلخيص مشكلة البحث في التساؤل الآتي: ما تأثير أبعاد تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية؟ ويتفرع عن هذا التساؤل الأسئلة الفرعية الآتية:

1- ما تأثير بعد الأجهزة والمعدات على جودة الخدمات المصرفية؟

2- ما تأثير بعد الانترنت على جودة الخدمات المصرفية؟

3- ما تأثير بعد الاتصالات على جودة الخدمات المصرفية؟

4- ما تأثير بعد كفاءة الموارد البشرية على جودة الخدمات المصرفية؟

أهمية البحث وأهدافه:

تتمثل أهمية البحث في النقاط الآتية:

1- لتكنولوجيا المعلومات أهمية خاصة بالنسبة لمنظمات الأعمال، إذ أنّ المنافسة الحادة والتغير السريع في حاجات ورغبات العملاء دفع المنظمات للعمل على رفع مستوى كفاءة وفاعلية أدائها لتلبية طموحاتها في التميز والاستمرار.

2- لتكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية أثر كبير في زيادة قدرة المصارف على استقطاب أكبر عدد ممكن من العملاء لتحقيق أفضل ما يمكن من العوائد.

3- يمكن أن تسهم نتائج هذا البحث في وضع حلول للمشاكل والصعوبات التي تواجه المصارف من حيث جودة خدماتها في الحاضر والمستقبل.

كما يهدف البحث إلى:

1- توضيح مفهومي تكنولوجيا المعلومات، وجودة الخدمات المصرفية.

2- دراسة أثر أبعاد تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية من خلال:

أ- دراسة العلاقة بين بعد الأجهزة والمعدات وجودة الخدمات المصرفية.

ب- دراسة العلاقة بين بعد الانترنت وجودة الخدمات المصرفية.

ج- دراسة العلاقة بين بعد الاتصالات وجودة الخدمات المصرفية.

د- دراسة العلاقة بين بعد كفاءة الموارد البشرية وجودة الخدمات المصرفية.

فرضيات البحث:

1- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الأجهزة والمعدات، وجودة الخدمات المصرفية في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية.

2- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الانترنت، وجودة الخدمات المصرفية في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية.

3- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الاتصالات، وجودة الخدمات المصرفية في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية.

4- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد كفاءة الموارد البشرية، وجودة الخدمات المصرفية في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية.

منهجية البحث:

1- الجانب النظري: اعتمد الباحث المنهج الوصفي لوضع الإطار النظري للبحث بالاعتماد على الكتب والدوريات والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة بالبحث.

2- الجانب الميداني: اعتمد فيه الباحث على المنهج الوصفي والأدوات التحليلية من خلال تصميم قائمة استبيان لجمع البيانات الأولية عن مفردات عينة البحث، ومن ثم اختبار فرضيات البحث باستخدام الانحدار البسيط.

أداة البحث:

لتحقيق أغراض البحث وبعد الاطلاع على الدراسات العربية والأجنبية التي تتعلق بموضوع هذا البحث، قام الباحث بتصميم أداة البحث الموسوم بعنوان: "أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية على فروع المصرف التجاري السوري في محافظة اللاذقية". واشتملت الأداة على ثلاثة أقسام: تضمن القسم الأول معلومات عن المستقصى منهم شملت متغيرات (المسمى الوظيفي، المؤهل العلمي، الخبرة العملية). وتضمن القسم الثاني أبعاد تكنولوجيا المعلومات، والمتمثلة ببعد الأجهزة والمعدات، وبعد الانترنت، وبعد الاتصالات، وبعد كفاءة الموارد البشرية. وتضمن القسم الثالث أبعاد جودة الخدمة المصرفية، والمتمثلة بالملموسية، والاعتمادية، والاستجابة،

والثقة والأمان، والتعاطف. وتمّ توزيع الدرجات على الأسئلة المتعلقة بالقسمين الأول والثاني وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، وذلك بإعطاء الدرجة /5/ للإجابة دائماً، والدرجة /4/ للإجابة غالباً، والدرجة /3/ للإجابة أحياناً، والدرجة /2/ للإجابة نادراً، والدرجة /1/ للإجابة إطلاقاً، كما تمّ استخدام حزمة البرنامج SPSS للتحليل الإحصائي. وتمّ إخضاع هذه الاستبانة لاختبار الموثوقية من الناحية العلمية والإحصائية للتأكد من مدى صلاحيته، حيث تمّ عرضها على مجموعة من الأكاديميين لأخذ ملاحظتهم، وقد أجريت التعديلات اللازمة، كما تمّ اختبار ثبات أداة البحث باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، حيث بلغ معامل الثبات الكلي (0.851).

مجتمع البحث وعينته:

يشمل مجتمع البحث جميع العاملين الإداريين في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية، ويقدر عددهم بـ (423) عاملاً، وقد تمّ تحديد حجم العينة من العاملين بالاعتماد على قانون العينة الإحصائي الآتي:

$$n = \frac{p.q}{\frac{p.q}{N} + \frac{E^2}{Z^2}}$$

حيث : n : حجم عينة البحث.

N : حجم مجتمع البحث.

P : نسبة مئوية تتراوح قيمتها بين الصفر والواحد، وتمّ اعتماد $P = 0.5$

E : نسبة الخطأ المسموح به وهو غالباً يساوي $E = 0.05$

Z : الدرجة المعيارية وتساوي /1.96/ عند معامل ثقة : 95%

وبنتيجة تطبيق القانون بلغ حجم العينة من العاملين (201) عامل تمّ توزيع الاستمارات عليهم، وأعيد منهم (183) استمارة كاملة وصالحة للتحليل الإحصائي، وبنسبة استجابة بلغت (91.04%).

الدراسات السابقة:

1- دراسة (Neal Pollock, 2002) بعنوان: "تقييم أداء المعرفة وتكنولوجيا التي تستخدمها المنظمات العامة والخاصة"[1]. هدفت الدراسة إلى تقييم أداء إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات التي تستخدمها المنظمات العامة والخاصة، كما وهدفت إلى تقييم كلاً من الأداء الكلي لإدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات من أجل تحقيق نجاح ملحوظ ولتحسين أداء العمل ومخرجاته، وقد تمّ استخدام المنهج الوصفي التحليلي لأغراض البحث العملي، وقد أظهرت النتائج أنّ أداء إدارة تكنولوجيا المعلومات في المنظمات المدروسة لا يزال في بداياته وأنّ معظم جهودها في تحقيق أهدافها لا تزال في مستوى مؤسسة صغيرة الحجم، ولذلك أوصت الدراسة على ضرورة تدريب المستخدمين النهائيين لنظم تكنولوجيا المعلومات، وتشجيعهم على بناء مقاييس جديدة تحدد مدى جودة ودعم استراتيجية تكنولوجيا المعلومات لاحتياجات العمل الداخلي.

2- دراسة الخوالدة والحنيطي(2008) بعنوان: "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الإبداع الإداري في المنظمات العامة الأردنية"[2].هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الإبداع الإداري في المنظمات العامة الأردنية، ولتحقيق أهداف الدراسة تمّ تصميم استبانة وتوزيعها على أفراد العينة، والبالغ عددهم (289)، وقد تمّ استخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات، واستخدمت الأساليب

الإحصائية الوصفية لمعرفة تصورات أفراد العينة لأثر أبعاد تكنولوجيا المعلومات والإبداع الإداري، كما تمّ استخدام تحليل الانحدار لاختبار أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع وتحليل التباين الأحادي، وقد توصلت الدراسة للنتائج الآتية:

1- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد التالية (استخدام تكنولوجيا المعلومات، وطبيعة البرامج المستخدمة، ومدى ملاءمة معلومات النظام المستخدم، وتكامل المعلومات، وإنتاجية نظام المعلومات المستخدم، والتدريب)، والإبداع الإداري.

2- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية ما بين المتغيرات الديموغرافية والوظيفية والإبداع الإداري باستثناء متغير الخبرة العملية، كما أظهرت النتائج عدم وجود مثل تلك العلاقة ما بين هذه المتغيرات، واستخدام تكنولوجيا المعلومات باستثناء متغير الجنس.

3- دراسة حسين(2010) بعنوان: "تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية: دراسة تطبيقية في فندق السدير"[3]. هدفت الدراسة إلى تحديد أثر تكنولوجيا المعلومات بمستوى أداء الخدمة الفندقية، حيث طبق على عينة مكونة من (50) شخص من الأفراد العاملين في فندق السدير. استخدم البحث الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات اللازمة فضلاً عن المقابلات الشخصية، وقد استخدمت عدد من المؤشرات الإحصائية كالوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والارتباط، واختبارات F وt لبيان أثر المستقل في المتغير المعتمد. وتوصلت الدراسة إلى عدم إثبات صحة الفرضية التي تشير إلى وجود علاقة الأثر بين المتغيرين، وأشارت الدراسة إلى انخفاض مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات في الفندق، وانخفاض كفاءة مهارات الموارد البشرية لديها، وضعف الاعتماد على الشبكات الداخلية، وعدم وجود تعاون بين العاملين والمنظمة المبحوثة في بناء قواعد البيانات.

4- دراسة عبد الرزاق(2011) بعنوان: "استخدام تقانة المعلومات من أجل ضمان جودة الخدمة الصحية: حالة دراسية في عينة من مستشفيات مدينة بغداد"[4]. هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم أنواع تقانة المعلومات في المستشفيات المبحوثة، وإعطاء صورة واضحة عن جودة الخدمات الصحية وأبعادها، وتحديد وتحليل العلاقة بين تقانة المعلومات وجودة الخدمة الصحية. اعتمد البحث المنهج الوصفي للتعريف بمفهوم تقانة المعلومات وأنواعها، والمنهج التحليلي لاختبار الفرضيات، وكان من أهم نتائج الدراسة:

1- يكمن دور تقانة المعلومات في المنظمات الصحية باستخدام التقانات التشخيصية والتحليلية والعلاجية في تشخيص ومكافحة المرض من أجل تقديم أفضل مستوى من الخدمات.

2- إنّ استخدام تقانة المعلومات في الجانب الصحي يعد أمراً ضرورياً للمزايا التي تحققها من كفاءة الأداء، سرعة الإنجاز، والأرشفة الكفوءة.

3- إنّ توفر التقانات الصحية الحديثة في المستشفيات يؤثر في مستوى رضا المريض عن مدة جودة الخدمة الصحية المقدمة له وتوفيرها الوقت والجهد والمال.

4- يتعذر على الكثير من الأخصائيين في المستشفيات المبحوثة وضع الحلول للأمراض من دون الآخذ بالتقانة العلاجية الحديثة، والتوصل إلى العلاج المناسب للحالات المستعصية.

5- دراسة غالم وقريشي(2011) بعنوان: "دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات العملاء"[5]. هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات العملاء، وذلك من خلال التعريف بتكنولوجيا المعلومات، وإدارة علاقات العميل، والخطوات اللازمة لوضع إستراتيجية

إدارة علاقات العملاء الكترونياً، ومن ثم دراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات في إدارة علاقات العملاء. أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

1- إنّ استخدام المنظمات لتكنولوجيا المعلومات يمكنها من تفعيل عملية إدارة العلاقات مع زبائنها، ومن ثم بناء علاقات طويلة الأمد معهم.

2- تمكن تكنولوجيا المعلومات المنظمات من معرفة جميع احتياجات ورغبات العملاء ومن ثم تلبيتها.

3- إنّ أهمية تبني برنامج إدارة علاقات العملاء تظهر في أنها تمكن المنظمة من تحقيق نتائج مالية ملموسة من خلال الاستحواذ على مختلف تعاملات العميل والاحتفاظ به لفترة طويلة، والتزود بمعرفة العميل الضرورية التي تميز المنظمة.

4- إنّ تبني المنظمة لبرنامج إدارة علاقات العملاء يتطلب منها القيام بإعادة هندسة عمليات الأعمال في المنظمة بما يجعلها تركز على العميل وكيفية تعظيم المنفعة لديه.

5- إنّ ما يجعل إدارة علاقات العملاء ضرورية هو تبلور المبدأ المقبول على نطاق واسع لدى المنظمات هو أنّ كسب عميل جديد يكلف خمسة أضعاف الاحتفاظ بالعميل الحالي.

من خلال استطلاع الدراسات السابقة، نلاحظ أنّ الدراسة الحالية تتميز بأنها تتناول البيئة المصرفية بالتطبيق، ودراسة الأثر الذي يحدثه مستوى تطبيق تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة من وجهة نظر العاملين في هذه البيئة.

الإطار النظري للبحث:

أولاً: تكنولوجيا المعلومات:

إنّ الاتجاهات الحديثة لنظم المعلومات تؤكد على أهمية الدور الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات في مختلف المجالات والقطاعات، كما أصبحت جزءاً لا يتجزأ من أدوات الإدارة ومورداً أساسياً تعتمد عليه في تدعيم العملية الإدارية، إذ أنّ التحدي الحقيقي الذي يواجه المعنيين في المنظمات المعاصرة يتمثل في كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات كأداة استراتيجية في مواجهة التحديات الكبيرة ومواجهة التقدم التكنولوجي لضمان نجاح المنظمات واستمرارها في ظل بيئة تنافسية تتسم بالتعقيد السريع. ومن هذا المنطلق فقد تباينت آراء المختصين عن مفهوم تكنولوجيا المعلومات. فقد عرف (Griffen, 1999) تكنولوجيا المعلومات على أنها موارد المنظمة المستخدمة في إدارة العمليات الضرورية والقيام بمهامها الأساسية، وتتضمن أجهزة الحاسوب وأنظمة الاتصال وتشغيل البرمجيات، وغيرها وهي تمكن المديرين من استخدام المعلومات بشكل جيد[6]. في حين يرى (Turben, 2000) أنّ تكنولوجيا المعلومات هي الأجهزة والمعدات وقواعد البيانات والبرمجيات وشبكات الاتصال[7].

ويرى الطويل (2005) أنّ تكنولوجيا المعلومات هي أداة فاعلة لإنجاز وتطوير العمليات الإدارية في جميع المنظمات، وتتضمن مجموعة من الأجهزة والمعدات والبرمجيات والاتصالات والبعد البشري والتي يترتب على اعتمادها جمع البيانات الخاصة بنشاطات المنظمة ومعالجتها وخزن المعلومات وتجهيزها واسترجاعها وتحديثها بمرونة عالية وسرعة كبيرة[8].

وهناك مصطلح آخر مرتبط بتكنولوجيا المعلومات وهو (الأتمتة) التي تركز على وجود أهداف ومهام وأعمال يراد إنجازها عن طريق وسائل ومعدات وأجهزة مختلفة آلياً، وبدون الاعتماد على البعد البشري أو أن يستخدمها الإنسان من أجل إنجاز ما يريد بأقل الأوقات والتكاليف والجهود والحصول على أفضل المخرجات[9].

ويبين ياسين (2000) العلاقة بين نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات على أساس إنّ نظم المعلومات الإدارية تمثل تكامل العناصر الرئيسية لمنظمات الأعمال (الموارد البشرية، الاستراتيجية، ثقافة المنظمة، البيئة التنظيمية)، إذ إنّ نظم المعلومات الإدارية لها صلة مباشرة في تشكيل ثقافة المنظمة، وذلك لأنّ تكنولوجيا المعلومات تمثل في الواقع أحد المصادر التي تنهل منها الإدارة في تأسيس ثقافتها التنظيمية أو إعادة صياغة هذه الثقافة، ومن ثم يمكننا القول إنّ نمط ونوع تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المنظمة يعطينا إلى حد ما نمط ونوع الموارد البشرية التي تحتاج إليها المنظمة، ومن ناحية أخرى فإنها تؤثر في اختيار الإدارة لقراراتها وفي اختيار نوع نظم المعلومات ومستوى ثقافة المنظمة[10]. وتأسيساً على ما سبق، يمكن القول إنّ تكنولوجيا المعلومات هي:

1- الأجهزة والمعدات والبرمجيات وشبكات الاتصال التي تستخدم في إنجاز الأعمال بدقة عالية.

2- الأدوات التي تتسم بالقدرة على تجميع كميات هائلة من المعلومات وتحليلها وتنظيمها وتخزينها واسترجاعها عند الحاجة إليها بسرعة فائقة.

3- تهدف إلى تحقيق الاستفادة القصوى من المعلومات الضرورية التي تساعد المديرين في عملية اتخاذ القرارات في الوقت المناسب.

4- الاستفادة من الملاك البشري الكفؤ والقادر على استخدام المعدات والأجهزة لإنجاز الأعمال بدقة.

إنّ استخدام تكنولوجيا المعلومات قد ساهم في تحقيق أمور كثيرة منها تخفيض تكلفة الإنتاج، واستخدام طرائق حديثة في العمل، وتقديم منتجات وخدمات أفضل للزبائن، كما إنّ تكنولوجيا المعلومات تساعد الإدارة الإستراتيجية من خلال[11]:

1- تقدم تكنولوجيا المعلومات للمنظمات على اختلاف أنواعها وطبيعة أعمالها تطبيقات جاهزة يمكن الاستفادة منها في تحقيق الميزة التنافسية.

2- تدعم تكنولوجيا المعلومات التغيرات الاستراتيجية مثل إعادة هندسة الأعمال والسماح بتبني اللامركزية من خلال تأمين خطوط الاتصال السريع وتحقيق الانسيابية وتقليل الأزمنة اللازمة لتصميم المنتجات.

3- تأمين المعلومات الاستباقية في مجال الأعمال والأسواق والمنافسين والتغيرات الحاصلة في البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة.

ثانياً: تكنولوجيا الخدمات المصرفية:

يمثل التقدم التكنولوجي الركيزة الأساسية في تحديد وصياغة نمط عمل المنظمات، وتعد المصارف أحد القطاعات الرئيسة التي تأثرت بشكل كبير بالإنجازات العلمية لما تنطوي عليه هذه الانجازات من ابتكارات تؤثر في تحسين وتطوير العمل المصرفي وابتكار خدمات مصرفية جديدة لتحقيق مستوى أعلى من إشباع حاجات العملاء ورغباتهم، لذلك أدركت المصارف المعاصرة الترابط الوثيق بين نجاح المصارف وبين توظيف التكنولوجيا واستثمارها في تطوير قدرات ومهارات العاملين وخدمة العملاء من خلال التعرف على رغباتهم وحاجاتهم بما يحقق للمصرف ميزة تنافسية والمحافظة عليها. فضلاً عن كل ذلك، فإنّ تطور أنشطة المصارف كان بفضل التقدم العلمي والتكنولوجي السريع الذي يشهده العالم. الأمر الذي شجع المنظمات المصرفية على الآخذ بمبدأ تعدد الخدمات التي تقدمها للزبائن بعد أن كانت الخدمات التي تقدمها للزبائن تقليدية متمثلة بقبول الودائع ومنح القروض. لذا ظهرت خدمات مصرفية حديثة ومتطورة ترتب عليها تطور هائل في نظم وأساليب العمل لتواجه التنوع الكبير في الخدمات المقدمة للعملاء. ونتيجة لذلك توسعت المصارف في الاعتماد على الأجهزة والحواسيب الالكترونية وشبكة الاتصالات العالمية

(الانترنت) بهدف تحقيق أفضل خدمة ممكنة للمساعدة في اتخاذ القرارات عن طريق جمع المعلومات وتصنيفها وتبويبها واستخدام برامج متخصصة، إذ أصبح التحدي الحقيقي للمصارف يتمثل بإيجاد مجموعة من الخدمات التي تلبي احتياجات ورغبات العملاء وتفوق توقعاتهم باعتبارهم نقطة البدء في العمل المصرفي، وقد ساعد على ذلك التطور التكنولوجي الذي حققته نظم المعلومات المصرفية.

ومما تجدر الإشارة إليه، إنّ استخدام الأنظمة الإلكترونية في العمل المصرفي أمر لا بد منه من أجل التكيف مع متطلبات التطور، وضمان بقاء المصرف واستمراره مع التأكيد على أنّ المبالغة في استخدام مثل هذه الأنظمة قد يكلف المصرف مبالغ طائلة تنعكس سلباً على أرباحه[12].

ومن جانب آخر، فإنّ الكفاءة في أداء الخدمات المصرفية المختلفة تتوقف أساساً على كفاءة العاملين، والتي تتوقف بدورها على حسن اختيارهم وتدريبهم وإثارة دوافعهم مما يتطلب إيجاد الاستراتيجية المناسبة التي تحقق هدف المصرف في القدرة على المنافسة[13].

وكنتيجة لذلك، ظهرت تطبيقات متعددة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية ورفع كفاءتها، ومن هذه التطبيقات: البطاقات البلاستيكية، بطاقات الائتمان، بطاقات الدفع، البطاقات الائتمانية المضمونة، البطاقة الذكية، بطاقات المحلات التجارية، البطاقات الذهبية أو الفضية، خدمة المصرف المنزلية، التحويل الالكتروني للأموال، الصراف الآلي، التمويل الالكتروني للأموال عند نقطة المبيعات، التبادل الالكتروني للبيانات، الفروع المؤتمتة بالكامل، جودة الخدمات المصرفية.

ثالثاً: معايير جودة الخدمات المصرفية:

إنّ جودة الخدمة المصرفية تتعلق بقدرة المصرف على الإيفاء بتوقعات العميل أو التفوق عليها، ويمكن ملاحظة جودة الخدمة من خلال نتائج قياس الأداء، وهي 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 أنّ هناك تطور لجودة الخدمة المصرفية تحت مسمى الجودة القيمية التي تعرف بأنها: الجودة المبذولة لزيادة رضا العميل والاهتمام الدائم بتحسين جودة الخدمة المصرفية، وتقليل تكاليف رضا العميل.

إن لجودة الخدمة المصرفية التي تقدم للزبائن مستويات، وتتباين الآراء في مستوى هذه الجودة، إذ يمكن تمييز أربعة مستويات لجودة الخدمة المصرفية[14]:

1- الجودة المتوقعة: وتمثل الجودة التي يرى العملاء وجوب توفرها.

2- الجودة القياسية: وهي تلك الجودة التي تحدد بالمواصفات النوعية للخدمة.

3- الجودة الفعلية: وهي الجودة التي تؤدى بها الخدمة فعلاً، أي المتحققة فعلاً، وترتبط بالأداء.

4- الجودة المروجة للزبائن: وهي الجودة التي وعد بها العملاء من خلال الحملات الترويجية، وقد تماثل توقعات العميل أو لا.

إذاً تتطلب المنافسة الجادة بين مجهزي الخدمات المالية تحليلاً استراتيجياً لكل من تخفيض التكاليف وتحسين الإيرادات من أجل تحقيق المستوى 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 العاملين والعملاء مما يؤدي إلى زيادة ارتياح العميل من الخدمة وجعلها أسهل تحقيقاً.

وهناك آراء عديدة لأبعاد جودة الخدمة المصرفية، وقد ارتأ الباحث تحديد خمسة أبعاد مختلفة لها[15]:

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 زبائنها كمؤشر للجودة.

2- الاعتمادية: وتعبر عن قدرة المصرف من وجهة نظر العملاء على تقديم الخدمة في الوقت التي يطلبها العميل، وبدقة ترضي طموحه. كما تعبر 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 بأنها القدرة على تقديم وعود الخدمة بشكل موثوق ودقيق، أي إنّ المصرف يقدم خدماته بناءً على وعوده والعميل يرغب بالتعامل مع المصارف التي تحافظ على هذه الوعود، خصوصاً تلك التي تخص الميزات الجوهرية للخدمة.

3- الاستجابة: وهي القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات العملاء، والاستجابة لشكواهم، والعمل على حلها بسرعة وكفاءة، مما يقنع العملاء بأنها محل تقدير واحترام من قبل المصرف الذي يتعاملون معه، إضافة إلى ذلك فإن الاستجابة تعبر عن المبادة في تقديم الخدمة من قبل الموظفين بصدر رحب. وبمعنى أخر، كم ينتظر العميل ليحصل على الخدمة، ويركز هذا البعد على المجاملة واللطف، وتصل الاستجابة للعميل من خلال طول الوقت الذي ينتظره لتلقي المساعدة.

4- الثقة والأمان: وهو الاطمئنان من قبل العملاء بأنّ الخدمة المقدمة لهم تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك ومتضمناً أيضاً الاطمئنان النفسي والمادي، وتشمل أيضاً اللطف وقدرة المصرف ومستخدميه على بناء وكسب الثقة. وهذا البعد مهم للخدمات التي يدركها العميل، كالتي تتضمن مخاطرة عالية، أو الشعور بعدم التأكد بخصوص قدرته على تقييم منافعها أو مخرجاتها، والتي يمكن أن يتجسد من خلال ما يربط العميل بالمصرف مثل وسطاء الأوراق المالية ووكالات التأمين، حيث تعد الثقة بشكل عام بعداً أساسياً وهاماً للعلاقات التبادلية بين العميل ومقدم الخدمة، وبالتالي فهي تمثل الرغبة والاستعداد.

5- التعاطف: وهو ابداء روح الصداقة والحرص على العميل، وجعله يشعر بأهميته والرغبة في تلقي الخدمة حسب حاجاته. إنّ جوهر التفاعل العاطفي هو الوصول للعميل من خلال علاقته الشخصية والأبعاد حسب الطلب للخدمة، فالعميل يرغب بالشعور بأنه مفهوم على نحو جيد، ومهم من قبل المصرف الذي يحصل على الخدمة منه، والأفراد في المصارف الصغيرة غالباً يعرفون العملاء بأسمائهم ويبنون العلاقات التي تعكس المعرفة لمتطلبات وتفضيلات العميل الشخصية.

النتائج والمناقشة:

لاختبار فرضيات البحث تمّ الاعتماد على الانحدار البسيط، وفق الآتي:

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الأجهزة والمعدات، وجودة الخدمات المصرفية في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية.

الجدول (1) معاملا الارتباط والتحديد للعلاقة بين بعد الأجهزة والمعدات وجودة الخدمة المصرفية

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894a	.799	.793	.75799
The independent variable is: بعد الأجهزة والمعدات				

الجدول (2) اختبار معنوية نموذج الانحدار للعلاقة بين بعد الأجهزة والمعدات وجودة الخدمة المصرفية

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33.592	1	33.592	58.468	.000b
	Residual	103.992	181	.575		
	Total	137.585	182			
The independent variable is: بعد الأجهزة والمعدات						

الجدول (3) نتائج اختبار معنوية معاملات الانحدار للعلاقة بين بعد الأجهزة والمعدات وجودة الخدمة المصرفية

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.943	.166		11.714	.000
	بعد الأجهزة والمعدات	.447	.058	.894	7.646	.000
The dependent variable is ln: جودة الخدمة المصرفية						

يبين الجدول رقم (1) أن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.894) بين بعد الأجهزة المعدات وجودة الخدمة المصرفية، وهي تدل على أن هناك علاقة ارتباط قوية وطردية بينهما، أي كلما توفرت الأجهزة والمعدات المتمثلة بالحواسيب والبرامج والمكونات الالكترونية التي تساعد في معالجة وتخزين البيانات والمعلومات، أدى ذلك إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية، وتدل قيمة معامل التحديد على أن (79.7%) من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يتعلق ببعد الأجهزة والمعدات، مما يدل على أن هناك أثراً هاماً ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل في المتغير التابع.

كما نلاحظ من الجدول رقم (2) ثبات صلاحية النموذج استناداً إلى ارتفاع قيمة (F) المحسوبة والبالغة (58.468) عن قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجات حرية (1,181) والبالغة (3.84) وبالتالي فإن نموذج الاختبار صحيح ومقبول. كما نلاحظ من الجدول رقم (3) أن قيمة معامل *Beta* تساوي (0.894)، وبما أنها معنوية $P = 0.000 < \alpha = 0.05$ فإننا نرفض الفرضية الأولى ونقبل الفرضية البديلة، ونقر بوجود علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين بعد الأجهزة والمعدات، وجودة الخدمات المصرفية في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الانترنت، وجودة الخدمات المصرفية في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية.

الجدول (4) معاملا الارتباط والتحديد للعلاقة بين بعد الانترنت وجودة الخدمة المصرفية

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832a	.692	.687	.79848
The independent variable is:بعد الانترنت				

الجدول (5) اختبار معنوية نموذج الانحدار للعلاقة بين بعد الانترنت وجودة الخدمة المصرفية

ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.184	1	22.184	34.794	.000b
	Residual	115.401	181	.638		
	Total	137.585	182			
The independent variable is: بعد الانترنت						

الجدول (6) نتائج اختبار معنوية معاملات الانحدار للعلاقة بين بعد الانترنت وجودة الخدمة المصرفية

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.957	.208		9.386	.000
	بعد الانترنت	.417	.071	.832	5.899	.000
The dependent variable is ln:جودة الخدمة المصرفية						

يبين الجدول رقم (4) أن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.832) بين بعد الانترنت وجودة الخدمة المصرفية، وهي تدل على أن هناك علاقة ارتباط قوية وطردية بينهما، أي أنّ استخدام المصرف لشبكة الانترنت بما يؤمن سرعة الاستجابة لطلبات ورغبات العملاء يسهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية، وتدل قيمة معامل التحديد على أن (69.2%) من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يتعلق ببعد الانترنت، مما يدل على أن هناك أثراً هاماً ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل في المتغير التابع.

كما نلاحظ من الجدول رقم (5) ثبات صلاحية النموذج استناداً إلى ارتفاع قيمة (F) المحسوبة والبالغة (34.794) عن قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجات حرية (1,181) والبالغة (3.84). كما نلاحظ من الجدول رقم (6) أن قيمة معامل *Beta* تساوي (0.832)، وبما أنها معنوية $P = 0.000 < \alpha = 0.05$ فإننا نرفض الفرضية الثانية ونقبل الفرضية البديلة، ونقر بوجود علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين بعد الانترنت، وجودة الخدمات المصرفية في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية.

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الاتصالات وجودة الخدمات المصرفية في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية.

الجدول (7) معاملا الارتباط والتحديد للعلاقة بين بعد الاتصالات وجودة الخدمة المصرفية

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812a	.659	.654	.82824
The independent variable is:بعد الاتصالات				

الجدول (8) اختبار معنوية نموذج الانحدار للعلاقة بين بعد الاتصالات وجودة الخدمة المصرفية

ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.422	1	13.422	19.566	.000b
	Residual	124.163	181	.686		
	Total	137.585	182			
The independent variable is: بعد الاتصالات						

الجدول (9) نتائج اختبار معنوية معاملات الانحدار للعلاقة بين بعد الاتصالات وجودة الخدمة المصرفية

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.087	.245		8.522	.000
	بعد الاتصالات	.348	.079	.812	4.423	.000
The dependent variable is ln:جودة الخدمة المصرفية						

يبين الجدول رقم (7) أن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.812) بين بعد الاتصالات وجودة الخدمة المصرفية، وهي تدل على أن هناك علاقة ارتباط قوية وطردية بينهما، أي أنّ امتلاك المصرف لمنظومة شبكة للاتصالات الخارجية والداخلية لتلبية حاجة العملاء على اختلاف أنواعهم يسهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية، وتدل قيمة معامل التحديد على أن (65.9%) من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يتعلق ببعد الاتصالات، مما يدل على أن هناك أثراً هاماً ذا دلالة معنوية للمتغير المستقل في المتغير التابع.

كما نلاحظ من الجدول رقم (8) ثبات صلاحية النموذج استناداً إلى ارتفاع قيمة (F) المحسوبة والبالغة (19.566) عن قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجات حرية (1,181) والبالغة (3.84).

كما نلاحظ من الجدول رقم (9) أن قيمة معامل *Beta* تساوي (0.812)، وبما أنها معنوية $P = 0.000 < \alpha = 0.05$ فإننا نرفض الفرضية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة، ونقر بوجود علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين بعد الاتصالات، وجودة الخدمات المصرفية في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية.

الفرضية الرابعة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد كفاءة الموارد البشرية، وجودة الخدمات المصرفية في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية.

الجدول (10) معاملا الارتباط والتحديد للعلاقة بين بعد كفاءة الموارد البشرية وجودة الخدمة المصرفية

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774a	.599	.597	.23777
The independent variable is: بعد كفاءة الموارد البشرية				

الجدول (11) اختبار معنوية نموذج الانحدار للعلاقة بين بعد كفاءة الموارد البشرية وجودة الخدمة المصرفية

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.442	1	11.442	16.418	.000b
	Residual	126.143	181	.697		
	Total	137.585	182			
The independent variable is: بعد كفاءة الموارد البشرية						

الجدول (12) نتائج اختبار معنوية معاملات الانحدار للعلاقة بين بعد كفاءة الموارد البشرية وجودة الخدمة المصرفية

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.095	.264		7.923	.000
	بعد الموارد البشرية	.357	.088	.774	4.052	.000
The dependent variable is ln: جودة الخدمة المصرفية						

يبين الجدول رقم (10) أن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.774) بين بعد كفاءة الموارد البشرية وجودة الخدمة المصرفية، وهي تدل على أن هناك علاقة ارتباط مقبولة وطردية بينهما، أي أنّ امتلاك المصرف لكادر بشري يتمتع بالخبرة والمهارة اللازمة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات يسهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية، وتدل قيمة معامل التحديد على أن (59.9%) من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يتعلق ببعد كفاءة الموارد البشرية، مما يدل على أن هناك أثراً هاماً ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل في المتغير التابع.

كما نلاحظ من الجدول رقم (11) ثبات صلاحية النموذج استناداً إلى ارتفاع قيمة (F) المحسوبة والبالغة (16.418) عن قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجات حرية (1,181) والبالغة (3.84). كما نلاحظ من الجدول رقم (12) أن قيمة معامل *Beta* تساوي (0.774)، وبما أنها معنوية $P = 0.000 < \alpha = 0.05$ فإننا نرفض الفرضية الرابعة ونقبل الفرضية البديلة، ونقر بوجود علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين بعد كفاءة الموارد البشرية، وجودة الخدمات المصرفية في فروع المصرف التجاري السوري بمحافظة اللاذقية.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

تبين من خلال نتائج الانحدار البسيط للعلاقة بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات، وجودة الخدمة المصرفية مايلي:

1- هناك علاقة ارتباط قوية وموجبة بين بعد الأجهزة المعدات وجودة الخدمة المصرفية، أي كلما توفرت الأجهزة والمعدات المتمثلة بالحواسيب والبرامج والمكونات الالكترونية التي تساعد في معالجة وتخزين البيانات والمعلومات كلما أدى ذلك إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية، حيث تبين أنّ (79.7%) من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يفسره بعد الأجهزة والمعدات.

2- هناك علاقة ارتباط قوية وموجبة بين بعد الانترنت وجودة الخدمة المصرفية، أي أنّ استخدام المصرف لشبكة الانترنت بما يؤمن سرعة الاستجابة لطلبات ورغبات العملاء يسهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية، حيث تبين أنّ (69.2%) من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يفسره بعد الانترنت.

3- هناك علاقة ارتباط قوية وموجبة بين بعد الاتصالات وجودة الخدمة المصرفية، أي أنّ امتلاك المصرف لمنظومة شبكة للاتصالات الخارجية والداخلية لتلبية حاجة العملاء على اختلاف أنواعهم يسهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية، حيث تبين أنّ (65.9%) من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يفسره بعد الاتصالات.

4- هناك علاقة ارتباط مقبولة وموجبة بين بعد كفاءة الموارد البشرية وجودة الخدمة المصرفية، أي أنّ امتلاك المصرف لكادر بشري يتمتع بالخبرة والمهارة اللازمة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات يسهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية، حيث تبين أنّ (59.9%) من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية يفسره كفاءة الموارد البشرية.

التوصيات:

1- الاطلاع المستمر على آخر المستجدات التي تظهر في مجال التكنولوجيا المصرفية من تقنيات ومعدات وتجهيزات وذلك بغرض تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، وكذلك التعرف على الخدمات التي تقدمها المصارف المنافسة في الداخل والخارج.

2- ضرورة تبني خطط طويلة الآجل لمواكبة وإدخال تكنولوجيا المعلومات الحديثة في العمل المصرفي كاستخدام الصراف الآلي وشبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، وذلك بغرض إنجاز الخدمة المصرفية في الوقت المناسب وبأقل التكاليف، فضلاً عن استخدام الانترنت كوسيلة للإعلان عن الخدمات المصرفية الجديدة التي تقدمها المصارف التجارية، ومن خلال تنمية وعي العملاء وتشجيعهم على استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات كالصكوك الورقية، البطاقات الائتمانية، والنقود الالكترونية..الخ.

3- العمل على تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال استخدام أجهزة الاتصال الحديثة كالفاكس والبريد الالكتروني وغيرها، وتشجيع المصارف على استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات المتنوعة في تقديم الخدمات المصرفية.

4- تعميق وعي إدارة وعاملي المصرف التجاري السوري بأهمية موضوع تكنولوجيا المعلومات لما له من دور بارز في ظل التغيرات والظروف المختلفة التي يشهدها العالم من خلال الاطلاع على التجارب العالمية وما توصلت إليه في مجال تكنولوجيا المعلومات.

5- إشراك العاملين في المصرف التجاري السوري في دورات تدريبية متخصصة في تكنولوجيا المعلومات المصرفية، وأساليب تقديم الخدمة المصرفية واكتساب الخبرات اللازمة للنهوض والارتقاء بجودة الخدمة المصرفية المقدمة.

المراجع:

1- Pollock, Neal, *Knowledge management and information technology* (Know-IT Encyclopedia), 2002.

2- الخوالدة، رياض عبد الله؛ الحنيطي، محمد فاتح، *أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الإبداع الإداري في المنظمات العامة الأردنية*، مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد 35، العدد الثاني، الجامعة الأردنية، 2008، 320-342.

3- حسين، يسرى محمد، *تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية: دراسة تطبيقية في فندق السدير*، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الخامس والثمانون، الجامعة المستنصرية، العراق، 2010، 315-358.

4- عبد الرزاق، آلاء نبيل، *استخدام تقانة المعلومات من أجل ضمان جودة الخدمة الصحية: حالة دراسية على عينة من مستشفيات مدينة بغداد*، مجلة الإدارة والاقتصاد، السنة الرابعة والثلاثون، العدد التسعون، 2011، 281-298.

5- غالم، عبد الله؛ قريشي، محمد، *دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات العملاء*، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد العاشر، جامعة بسكرة، الجزائر، 2011، 133-158

6- Griffin, R.W., *Management, 6th ed. By Houghton Mifflin Co*, Boston, 1999, 673.

7- Turben, Afraim Miclean, *Ephraim, Information Technology for Management 2nd ed, Colfornia*, Vsa, 2000, 19.

8- الطويل، أكرم؛ ورشيد حكمت، *أثر تقانة المعلومات في إدارة المعرفة: دراسة ميدانية على عينة من الشركات في محافظة نينوى*، مجلة بحوث مستقبلية، العدد العاشر، 2005، 16.

9- نجم، عبود نجم، *إدارة العمليات والإنتاج والنظم والأساليب والاتجاهات الحديثة*، مكتبة الملك فهد، الرياض، السعودية، 2001، 764.

10- ياسين، سعد غالب، *تحليل وتصميم نظم المعلومات*، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2000، 64-68.

11- Obrien, J.A., *Introduction to Information System essential for Internet worked end erprise,* Lrwin Boston, 2000, 16.

12- قنديلجي، عامر ابراهيم؛ والسامرائي، إيمان فاضل، *تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها*، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص.91

13- البكري، ثامر ياسر، *التشغيل الذاتي للمعلومات في تسويق الخدمة المصرفية وإمكانات التطبيق في المصارف العراقية*، مجلة الرشيد المصرفي، العدد الثاني، 2001.

14- Payne, A. The essence of services marketing, prentice- Hall international, 2001, 181.

15- عبود، سالم محمد، *قياس أبعاد جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العملاء باستخدام مدخل الفجوات*، المجلة العراقية لبحوث التسويق وحماية المستهلك، المجلد السادس، العدد الأول، 2014، 103-126.

16- الرفاعي، عبد الهادي؛ طيوب، محمود، *مبادئ الإحصاء*، منشورات جامعة تشرين، اللاذقية، سورية، 2012.

17- جودة، محفوظ، *التحليل الإحصائي المتقدم باستخدام SPSS*، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008.