مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: دور خصائص نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي (دراسة ميدانية على المصارف العقارية في الساحل السوري)
اسم الكاتب: حسن تفاحه
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/5582
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 21:49 +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.

دور خصائص نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي (دراسة ميدانية على المصارف العقارية في الساحل السوري)

حسن تفاحه*

(تاريخ الإيداع 27 / 1 / 2021. قُبِل للنشر في 22 / 3 / 2021)

□ ملخّص □

يهدف البحث إلى تحديد دور خصائص نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي في فروع المصارف العقارية في الساحل السوري.

اتَّبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي في دراسته، ومجموعة طرائق منها الاعتماد على البيانات الثَّانوية، والأوليَّة من خلال استبانة تمَّ تطويرها من خلال اطلاع الباحث على الأدبيات المنشورة، وتكوَّن مجتمع البحث من العاملين في مستوى الإدارة العليا والوسطى في فروع المصارف العقارية، وثم تمَّ الاعتماد على برنامج الـ SPSS كأداة لتحليل البيانات المتوَّفرة.

توصلت الدراسة إلى أنه لا يحقق المصرف العقاري زيادة في حجم الحصة السوقية، ولا تحرص إدارة المصرف على تقديم المعلومات للعاملين التي تساعدهم في أعمالهم في الوقت الذي يحتاجونه.

وأوصت الدراسة بأنه يجب أن يحقق المصرف زيادة في حجم الحصة السوقية، وذلك من خلال زيادة الاهتمام بنظم المعلومات التسويقية، ويجب أن تحرص إدارة المصرف على تقديم المعلومات التي تساعد العاملين في أعمالهم في الوقت الذي يحتاجونه، وذلك لأنه يحسن من أدائهم وهذا ينعكس على أداء المصرف بشكل عام.

الكلمات المفتاحية: نظم المعلومات المصرفية، الدقة والصدق عند تقديم المعلومة، سهولة الوصول للمعلومة، توقيت المعلومة، كمال المعلومة، الأداء المصرفي.

*ماجستير – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين – اللاذقية – سورية.

The Effect of the Characteristics of Banking Information Systems in Improving Banking Performance (A field study on real estate banks on the Syrian coast)

Hasan A Toffaha*

(Received 27 / 1 / 2021. Accepted 22 / 3 / 2021)

□ ABSTRACT □

The aim of the research is to determine the role of the characteristics of banking information systems in improving banking performance in real estate bank branches in the Syrian coast.

The researcher followed the descriptive and analytical approach in his study, and a set of methods, including relying on secondary data, and primary through a questionnaire that was developed through the researcher's access to the published literature, and the research community consisted of workers at the upper and middle management levels in the real estate bank branches, and then the SPSS program was relied upon as a tool for analysis Available data.

The study found that the real estate bank does not achieve an increase in the size of the market share, and the bank's management is not keen to provide information to workers that help them in their work at the time they need.

The study recommended that the bank should achieve an increase in the size of the market share, by increasing interest in marketing information systems, and the bank's management must be keen to provide information that helps workers in their work at the time they need, because it improves their performance and this is reflected in the performance The bank in general.

Key Words: Banking Information Systems, Accuracy and honesty when providing information, ease of access to information, timing of information, completeness of information, banking performance.

* **Master- Faculty Of Economics- University Of Tishreen- Lattakia- Syria.**

مقدمة:

يلعب الجهاز المصرفي في أي بلد دوراً هاماً في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، نظراً لكونه عنصر رئيسي في تعزيز الثقة بسياسة الدولة الإقتصادية ورعايته للمصالح الاقتصادية، وكلما كان الجهاز المصرفي سليماً كلما دل ذلك على تعافي الاقتصاد، مشكلاً بذلك عاملاً مشجعاً على جذب الاستثمارات والأعمال، ولكي ينجح الجهاز المصرفي بمهامه لا بد من اعتماد أسلوب ومنهج علمي سليم لبناء وتصميم نظام معلومات فعال ومرن، يتيح الحصول على المعلومات وتنظيم عملية استخدامها وذلك يعد من أهم واجبات إدارة المصرف، وإن اشتداد المنافسة والتحديات التي تواجه المنظمات المصرفية اليوم أصبحت كثيرة، لذا ينبغي التنبه إلى دور المعلومات في المنظمة، باعتبارها مورداً هاماً من الموارد الإستراتيجية التي لا يمكن الاستغناء عنها، ولا يمكن أداء أي عملية في المنظمة دون الاعتماد عليها، لما لها من دور هام في تحديد فعالية وكفاءة المنظمة، هذه الأخيرة اتجهت بدورها إلى تصميم وبناء نظم معلومات تتميز بالكفاءة بهدف توفير معلومات ذات جودة عالية، لضمان وصولها صحيحة وموثوقة إلى كافة المستويات الإدارية بالشكل الملائم وفي الوقت المناسب.

المراجعة الأدبيّة:

وفيها يعرض الباحث موجز عن الدِّراسات السَّابقة الَّتي تناولت هذه العلاقة.

الدِّراسات العربية:

1ـ دراسة (قاسم والعلي، 2012) وهي بعنوان:

"**أثر تقانة المعلومات في تطوير نظم عمليات المصارف العامة في سورية**"

هدفت الدراسة: إلى بيان دور تقانة المعلومات في تطوير العمل في المصارف الحكومية في سورية، وكان ذلك من خلال اختبار العلاقة بين استخدام تقانة المعلومات وفعالية نظم العمليات في المصارف العامة، وهل يمكن للتكنولوجيا الحالية المستخدمة أن تلبي متطلبات البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات، ومدى قدرة النظم والتعليمات السائدة على تحقيق الفعالية لتكنولوجيا المعلومات المتبلورة في تبسيط إجراءات العمل وتيسيرها.

خلصت الدراسة: إلى أن تقانة المعلومات تؤدي دوراً مهماً في زيادة الأداء وتحسينه في الممارسة العملية، من خلال زيادة مرونة العمل المصرفي وتسريعه والتقليل من الأخطاء المرتكبة. كما دّلت النتائج على عدم وجود أطر مؤهلة ضمن المصرف تتعامل مع النظم والبرامج بشكل سليم، كما أن التدريب على استخدام هذه الأنظمة غير كافي. ولوحظ أيضاً عدم وجود كثير من العوائق التي تواجه بناء نظم معلومات فعالة ومتطورة في المصارف العامة في سورية. كما تبين أن هناك توافقاً بين نظم المعلومات المصرفية المستخدمة في المصارف العامة في سورية والتطورات على الصعيد المحلي والعالمي.

2ـ دراسة (نوه، 2014) وهي بعنوان:

"**نحو تفعيل دور نظام المعلومات في المصارف للرفع من مستوى أدائها جامعة قاصدي مرباح ـ ورقلة، الجزائر**".

هدفت الدراسة: إلى بيان مدى تفعيل نظام المعلومات في المؤسسات البنكية الجزائرية للرفع من مستوى أدائها بنك الفلاحة والتنمية الريفية، من خلال عينة من المصارف في ولاية الوادي وتشمل القرض الشعبي الجزائري والبنك الوطني الجزائري.

خلصت الدراسة: إلى نتائج كان منها احتياج نظام المعلومات في المصارف المدروسة إلى التحسين والتطوير، التدريب على نظام المعلومات لا يشمل جميع الموظفين، نظام المعلومات الفعال يرفع من محددات الأداء البنكي.

3ـ دراسة (دلوم وبحري، 2017) وهي بعنوان:

"**دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية: دراسة تطبيقية بوكالة القرض الشعبي الجزائري، المسيلة**".

هدفت الدراسة: بيان العلاقة بين نظم المعلومات المصرفية وجودة الخدمة المصرفية، وتحديد النماذج السائدة لقياس جودة الخدمة المصرفية.

خلصت الدراسة: إلى وجود دور قوي لنظام المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية، وأن أهم بعد لخصائص نظم المعلومات المصرفية هو خصائص المعلومات واحتلت المرتبة الأولى بنسبة 73.94% بدرجة مرتفعة.

الدراسات الأجنبية:

1ـ دراسة (Georgescua and Jefleab, 2013) وهي بعنوان:

"The particularity of the banking information system, Romania".

"**خصوصية نظم المعلومات المصرفية، رومانيا**".

هدفت الدراسة: إلى التأكيد على السمات المميزة لنظم المعلومات المصرفية من منظور تكاملي متعدد التخصصات، بما في ذلك العناصر المتصلة بالتنمية الاقتصادية والمعلوماتية وأيضاً الإدارة التنظيمية والتسويق والشؤون الدولية المطبقة في سياق المؤسسات المصرفية عن طريق تحديد أسباب وجودها والتطورات والافاق.

وخلصت الدراسة: إلى أن الأنشطة المصرفية عالية التعقيد في نقل المعلومات، وهي أنشطة السداد والتسويات المصرفية على الآليات المحددة في بنية نظام المدفوعات الالكترونية الرومانية.

2- دراسة (Jwaseim, 2018): وهي بعنوان:

"The impact of the using of information technology on the performance of private banks".

"**أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على اداء المصارف الخاصة**".

هدفت الدراسة: إلى التعرف على أبعاد تكنولوجيا المعلومات في عدد من المصارف الخاصة في محافظة الديوانية وقياس استخدام تكنولوجيا المعلومات في هذه المصارف ومدى مساهمتها في تحسين الأداء.

وخلصت الدراسة: إلى اتجاه المصارف عينة البحث لاستخدام برامج الحاسب وتقنياته الحديثة لتقديم أفضل الخدمات للعملاء في أسرع وقت ممكن، وسعي الإدارات المصرفية إلى الاعتماد على شبكة الإنترنت والتقنيات الحديثة ومحاولة تبني تطبيق التجارة الإلكترونية، وإن زيادة اهتمام المصارف بتكنولوجيا المعلومات يساهم بشكل كبير في تحقيق أفضل أداء مصرفي وأفضل مركز تنافسي.

مشكلة البحث:

تتعرض منظمات الأعمال إلى تغييرات متسارعة في بيئتها المحيطة في مختلف القطاعات الاقتصادية عمومًا، والقطاع المصرفي خصوصًا، نتيجة لتطور وسائل الاتصالات، والثورة التكنولوجية، وارتفاع حدة المنافسة، والتغيير في أساليب وإجراءات العمل، وارتفاع جودة الخدمة المقدمة للعملاء، والتغيير في حاجات العملاء وتوقعاتهم وقد فرضت هذه العوامل على المصارف الاعتماد على أحدث المعلومات والإستفادة منها بإدارة هذه المنظمة الخدمية بأفضل ما يمكن، ومما سبق يمكن تلخيص مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس الآتي:

ما هو دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي للمصارف العقارية في الساحل السوري؟

وعن هذا التساؤل تنبثق التساؤلات الأتية:

ـ ما هو دور الدقة والصدق عند تقديم المعلومة في تحسين الأداء المصرفي للمصارف العقارية في الساحل السوري؟
ـ ما هو دور سهولة الوصول للمعلومة في تحسين الأداء المصرفي للمصارف العقارية في الساحل السوري؟
ـ ما هو دور توقيت المعلومة في تحسين الأداء المصرفي للمصارف العقارية في الساحل السوري؟
ـ ما هو دور كمال المعلومة في تحسين الأداء المصرفي للمصارف العقارية في الساحل السوري؟

أهمية البحث وأهدافه :

تأتي أهمية **البحث من الناحية النظرية** كونها تتطرق إلى موضوعين أساسيين ومهمين وهما خصائص نظم المعلومات، والأداء المصرفي؛ لما لهما من دور في تحقيق قيمة مضافة للمصارف محل الدراسة، وترجع أهمية البحث **من الناحية العملية** لأهمية القطاع المصرفي في الإقتصاد وأهمية المعلومات وقيمتها في المصارف للقيام بأهدافها بما يحقق لها أعلى عائد وأقل تكلفة بما فيه إرضاء العملاء وتقديم الخدمات المطلوبة بالوقت والجودة والسعر المناسب، وتقديم مجموعة من التوصيات قد يكون لها دور في تحسين الأداء.

أهداف البحث:

تتمثل أهداف البحث في:

ـ تحديد دور خصائص نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي.
ـ تحديد دور الدقة والصدق عند تقديم المعلومة في تحسين الأداء المصرفي.
ـ تحديد دور سهولة الوصول للمعلومة في تحسين الأداء المصرفي.
ـ تحديد دور توقيت المعلومة في تحسين الأداء المصرفي.
ـ تحديد دور كمال المعلومة في تحسين الأداء المصرفي.

فرضيات البحث :

فرضيَّة البحث الرَّئيسة: ينطلق البحث من فرضيَّة رئيسة مفادها **لا توجد علاقة معنوية بين خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في فروع المصارف العقارية في الساحل السوري.**

حيث يمكن اشتقاق الفرضيَّات الفرعيَّة الآتية:

1ـ <u>الفرضيَّة الفرعيَّة الأولى</u>: لا توجد علاقة معنوية بين الدقة والصدق عند تقديم المعلومة إحدى خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في المصارف محل الدَّراسة

2ـ <u>الفرضيَّة الفرعيَّة الثَّانية</u>: لا توجد علاقة معنوية بين سهولة الوصول للمعلومة إحدى خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في المصارف محل الدَّراسة

<u>3ـ الفرضيَّة الفرعيَّة الثالثة</u>: لا توجد علاقة معنوية بين توقيت المعلومة إحدى خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في المصارف محل الدَّراسة

<u>4ـ الفرضيَّة الفرعيَّة الرابعة:</u> لا توجد علاقة معنوية بين كمال المعلومة إحدى خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في المصارف محل الدَّراسة.

منهجية البحث :

اتَّبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي في دراسته، ومجموعة طرائق منها الاعتماد على البيانات الثَّانوية، والأوليَّة من خلال استبانة تمَّ تطويرها من خلال اطلاع الباحث على الأدبيات المنشورة، وتكوَّن مجتمع البحث من العاملين في مستوى الإدارة العليا والوسطى في فروع المصارف العقارية، وثم تمَّ الاعتماد على برنامج الـ SPSS كأداة لتحليل البيانات المتوَّفرة.

مجتمع وعينة البحث :

يتمثل مجتمع البحث بالعاملين في مستوى الإدارة العليا والوسطى في دوائر المصارف العقارية في الساحل السوري، حيث قام الباحث بتوزيع الاستبانة على (129) موظفاً من مجتمع البحث، استردّ منها (125) استبانة، كان من بينها (2) استبانة غير صالحة للتحليل، وبذلك أصبح عدد الاستبانات الصالحة للتحليل هو (123) استبانة.

حدود البحث :

حدود زمانيَّة: فترة توزيع الاستبانة في شهر تشرين الثاني 2020.

حدود مكانيَّة: دوائر المصارف العقارية في الساحل السوري.

<u>الإطار النظري:</u>

مفهوم النظام:

يعرف بأنه مجموعة من العناصر أو الأجزاء التي تتفاعل وتتكامل مع بعضها البعض ومع البيئة المحيطة بها وتحكمها آليات عمل مضبوطة بغرض تحقيق هدف أو أهداف محددة (مراد، 2010، ص3). **وفي تعريف آخر:** هو مجموعة من الأجزاء والمكونات المتفاعلة مع بعضها البعض لتحقيق غرض معين (ميا وآخرون، 2008، ص79).

مفهوم نظام المعلومات المصرفي:

يعرف بأنه النظام الذي يجمع الاحتياجات من البيانات والمعلومات، وتستخدم عناصره المادية والبشرية والبرمجية، في تجميع وخزن وتحليل واسترجاع وتوزيع المعلومات لخدمة الأعمال الإدارية والوفاء باحتياجاتها في المواعيد المحددة والجودة والشمول المطلوبين (اسبر، 2009، ص120). **كما يعرف بأنه:** مجموعة مكونات مترابطة تعمل مع بعضها البعض على جمع ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات لدعم اتخاذ القرارات والتنسيق والرقابة والتحليل في المصرف(الصرن، 2014، ص132). **ويعرفه الباحث بأنه عبارة عن مجموعة من العناصر المادية وغير المادية والأفراد والإجراءات التي تقوم بمعالجة البيانات المصرفية المدخلة لها وتحولها إلى معلومات تفيد في تحسين الأداء المصرفي وتقديم الخدمات المصرفية.**

خصائص نظام المعلومات المصرفي:

يتصف نظام المعلومات بمجموعة من الخصائص بوجودها، تعطي للنظام مصداقية واعتمادية أعلى، تمكن المستفيدين من الحصول على معلومات دقيقة وصادقة وشاملة، بسهولة وفي الوقت المناسب ومن أهم هذه الخصائص ما يأتي (ذيب، 2012، ص80):

- **الدقة والصدق عند تقديم المعلومة:** والمثال الواضح هنا هو تزويد العملاء بمعلومات دقيقة عن أسعار الفائدة والعمولات التي يحصلها البنك، أو تقديم البيانات اللازمة لدائرة الضرائب.
- **كمال المعلومة:** أي توفير معلومات تامة وغير مجزأة أو متحيزة دون حذف أو إضافة غير مبررة.

●**توقيت المعلومة:** أي أن تصل في الوقت المناسب للجهة الطالبة، حيث عنصر الوقت مهم في كثير من العمليات، وهذا لا يعني إيصالها قبل موعدها بوقت كبير قد يعرضها للإهمال والنسيان، كما أن وصولها في وقت متأخر قد يفقدها قيمتها.

●**سهولة الوصول للمعلومة:** يمكن أن يكون مقدار الجهد المبذول مؤشراً على سهولة الوصول للمعلومات.

●**سعة الانتشار:** وهو عدد الجهات أو الشرائح، التي يمكن أن تصلها المعلومات والتقارير وكذلك تنوع قنوات إيصالها.

أهمية نظام المعلومات المصرفي:

تزداد أهمية نظام المعلومات في العصر الحديث الذي يطلق عليه عصر المعلوماتية ويعود ذلك للأسباب الآتية (دلوم وبحري، 2017، ص17-18):

●انتشار المعلومات بشكل لم تشهده البشرية سابقاً، وتعدد الوسائل التقنية المستخدمة .

●تطور وسائل الاتصالات الالكترونية مما سهل عملية نقل المعلومات عبر المسافات البعيدة.

●تطور صناعة الحاسبات الالكترونية التي ساعدت على تخزين كم كبير من المعلومات وسهلت الوصول إليها بسرعة.

●تطور التسويق المصرفي واعتماده على وسائل الاتصالات الحديثة كالإنترنت .

إن مخرجات نظم المعلومات الإدارية التي ترد إلى المديرين في المصرف، تساعدهم في تحقيق الأهداف القصيرة والمتوسطة والطويلة الأجل، وفي صنع القرارات الرشيدة وتجنب الوقوع في الأخطاء، **كما أن نظام المعلومات الجيد يعطي للمصرف ميزة تنافسية في السوق الاقتصادية، لأنه يمد الإدارة بالقدرة على التنبؤ بسياسات المنافسين واستخدام الاستراتيجيات المنافسة في الأوقات المناسبة.**

أنواع نظم المعلومات المصرفية:

تشمل نظم المعلومات المصرفية على عدة أنواع كل نوع منها يؤدي وظيفة تخص المجال الذي ينتمي إليه، وقد قسمت بحسب المجالات الوظيفية المتخصصة في المصارف إلى:

1- نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية:

يعرف على أنه: ذلك النظام الذي يختص بجمع البيانات المتعلقة بالمصرف من حيث الأنشطة الخدمية والإنتاجية المتنوعة، والعلاقات بينه وبين البيئة الخارجية، ومعالجتها ونقل المعلومات إلى مراكز صنع القرار وفق الاحتياجات والتوقيت المطلوب (عبد الحميد، 2000، ص192).

ويتكون نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية، مثله مثل نظم المعلومات الوظيفية الأخرى، من المدخلات والعمليات والمخرجات والتغذية العكسية (ذيب، 2012، ص82-83):

»»**المدخلات** : وتأتي من مصدرين:

1) البيئة الداخلية للنظام وتتألف من:

❖ **التنبؤ بالطلب:** وتمثل تقديرات الطلب المتوقع على خدمات المصرف، من خلال النتائج التي هي حصيلة دراسة السوق والمستهلكين.

❖ **نظام معالجة البيانات:** يختص بجمع البيانات والمعلومات المرافقة لإنجاز العمليات اليومية للمصرف مثل فتح حساب، السحب، والإيداع وغيرها، ويتم تسجيل وتوثيق هذه العمليات في سجلات خاصة بالمصرف، ويقوم هذا النظام بإدخال البيانات المدونة في هذه السجلات إلى ملفات، علما بأن هذه البيانات تحتاج إلى تحليل وفرز وترتيب لكي يسهل فهمها من قبل المستخدمين النهائيين.

❖ **الطاقة الإنتاجية لإنجاز الخدمات:** تعد بيانات الطاقة الإنتاجية ضرورية لنظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية، لأنه من الضروري أن تكون الطاقة المتاحة كافية وقادرة على تمكين المصرف من إشباع الطلب الحالي والمستقبلي في الوقت المناسب والكمية المناسبة.

❖ **نظام بحوث صناعة الخدمة المصرفية:** يختص هذا النظام بالقيام بالدراسات والبحوث على عملاء المصرف من خلال القيام بالبحوث الرسمية الموجهة لخدمة هدف محدد تسعى إدارة المصرف لتحقيقه.

❖ **القوى البشرية:** إن مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية هي المعلومات المعبرة عن واقع العنصر البشري في المصرف وخاصة مدى توفر العنصر البشري المؤهل والمدرب والقادر على إنجاز الخدمة المصرفية ذات الجودة العالية ضمن الوقت المناسب وبمعايير دولية.

2) مدخلات البيئة الخارجية وتتألف من:

❖ **مخابرات صناعة الخدمة المصرفية:** يختص بجمع البيانات السرية عن المصارف المنافسة مثل معرفة المركز المالي، التسهيلات التي يقدمها للعملاء، مواصفات الجودة لخدمته المصرفية... الخ.

❖ **التشريعات والقوانين والعوامل الاقتصادية والسياسية والاجتماعية:** سيما وأن المصرف لا يستطيع أن يؤثر أو يغير في هذه العوامل، بل يجب أن يتكيف مع هذه العوامل ويقلل من مخاطرها عليه، أو استغلال الفرص التي قد ترافق هذه العوامل.

»»»**العمليات:** والمقصود بذلك تحويل البيانات إلى معلومات لها معنى، ومن هذه العمليات الجمع والفرز والترتيب والتصنيف والحساب والتخزين... الخ

»»»**المخرجات:** إن مخرجات نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية، تصدر على شكل تقارير ومعلومات توجه هذه لخدمة نظم فرعية في المصرف ومنها:

نظام صناعة الخدمة المصرفية ،نظام الرقابة على الجودة ،نظام الرقابة على التكاليف.

»»» **التغذية العكسية:** عن طريق التغذية العكسية يمكن تصحيح الأخطاء والانحرافات وتقيم الأداء، بالإضافة إلى أن مخرجات نظام معلومات إنتاج الخدمة المصرفية هي مدخلات لنظم فرعية أخرى.

2- نظام معلومات الموارد البشرية:

يعرف بأنه ذلك النظام الذي يتولى تزويد الإدارة بمعلومات شاملة ودقيقة عن إدارة الموارد البشرية، بما في ذلك تقديم تقارير معلومات تتضمن مؤشرات تحليلية لأداء العاملين في المصرف، كما يمكن **تعريفه** على أنه: تركيبة من الأفراد والمعدات والإجراءات المصممة، بغرض تجميع وتحليل وتقييم وتوزيع معلومات دقيقة وسريعة، واتخاذ القرارات في كافة المجالات المتعلقة بإدارة العنصر البشري في المصرف (دلوم وبحري، 2017، ص18).

ويتكون نظام معلومات الموارد البشرية من (اسبر، 2009، ص122):

❖ **المدخلات** وتأتي من مصدرين:

بيئة المصرف الداخلية والمكونة مما يلي:

- نظام الرواتب والأجور في المصرف ويختص بجمع البيانات التي تتعلق بالرواتب والأجور.
- نظام شؤون العاملين بالمصرف: مثل التعيين والإجازات العادية والمرضية والنقل والترقية .
- نظام السجلات المصرفية: وهي عبارة عن قاعدة بيانات حول متطلبات كل وظيفة والمهام التي سيقوم بها شاغل الوظيفة.
- نظام التدريب المصرفي: جمع البيانات عن عملية التدريب وأساليبه وتقنياته، واحتياجات المصرف من التدريب.

بيئة المصرف الخارجية والمكونة من: العوامل الاقتصادية والسياسية والتشريعات والقوانين والنقابات العمالية، ومكاتب العمل.

❖ **العمليات:** وتشمل على عمليات تسجيل بيانات الموارد البشرية وترتيبها وتصنيفها وتحديثها ومعالجتها وتخزينها واستعادتها.

❖ **المخرجات هي:** جداول وتقارير تفصيلية ، تشمل ما يلي:

- معلومات عن الموظفين الحاليين من حيث متوسط العمر والجنس، ومعدل الشهادات والقدم الوظيفي.
- معلومات عن احتياجات المصرف من التدريب، ونوعية التدريب الذي يحتاجونه والمدربين واختصاصاتهم والوسائل التدريبية.
- معلومات عن احتياجات المصرف من الموظفين بالفئات المختلفة.

❖ **التغذية العكسية:** وهي مخرجات نظم المعلومات التي تصبح مدخلات لنفس النظام أو لنظم أخرى كمخرجات نظام الرواتب والأجور، هي مدخلات لنظام المعلومات المالي.

3- نظام معلومات التسويق المصرفي:

الأنشطة المتكاملة التي تجري من أجل دراسة سوق الخدمة المصرفية، وبخاصة عملاء المصرف الحاليين والمرتقبين للتعرف على رغباتهم المتميزة والمتطورة، والعمل على إشباع هذه الرغبات والحاجات بأقصى كفاية ممكنة وذلك من خلال تقديم أفضل مزيج من الخدمات المصرفية بأقل تكلفة ممكنة (عبد الحميد، 2000، ص197).

ونظام المعلومات التسويقي له أربع مكونات رئيسية هي (ذيب، 2012، ص84):

❖ **المدخلات:** الخدمات المرغوبة من قبل العملاء بالإضافة للبيانات عن المصارف المنافسة وبيانات عن الظروف الاقتصادية والقانونية...

❖ **العمليات:** وتشمل على عمليات تسجيل بيانات التسويق، وترتيبها، وتخزينها، وتحديثها، واستعادتها وتخزينها، وعرضها للمستفدين، ويتم ذلك بالاستعانة بالحاسب الآلي والبرمجيات والأفراد.

❖ **المخرجات:** إن مخرجات هذا النظام توجه عادة لخدمة عناصر المزيج التسويقي المصرفي وتتكون من:

المنتج المصرفي: يتميز المنتج المصرفي أو الخدمة المصرفية بأنها غير ملموسة ولا يمكن تخزينها واستعمالها وقت الحاجة إليها، مما يجعل عملية وضع المعايير والمواصفات لها صعبة وعلينا أن ندرك بأن العميل ينظر إلى الخدمة المصرفية من خلال اعتبارات معينة مثل، الصدق الثقة، الأمان، الوفاء بالوعود، تقديم الخدمة بالوقت المحدد، الجودة، سهولة التعامل، الحصول على الخدمة بسرعة... الخ.

الترويج: بعد جمع البيانات عن العملاء الحاليين والمرتقبين ومعرفة دوافعهم ورغباتهم وبعد معالجة هذه البيانات وتحويلها إلى معلومات، يتم وضع السياسات الترويجية التي تسعى إلى جذب انتباه العميل وإعلامه بخدمات المصرف، وذلك من خلال عدة وسائل أهمها: الإعلان والبيع الشخصي والإعلام.

التسعير: وهو عملية تحديد السعر الذي تباع به الخدمة، وتعد عملية تسعير الخدمة المصرفية عملية معقدة، لأن الخدمة هي شيء غير ملموس وبالتالي يصعب قياسها، وعادة يتم التسعير على أساس التكلفة أو على أساس الطلب.

قنوات توزيع الخدمات المصرفية: غالبا ما يتم تقديم الخدمة المصرفية من خلال فروع المصرف في مختلف المناطق لكن لابد من التنويه إلى انتشار الوسائل الحديثة لتقديم الخدمات التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل: أنظمة الصراف الآلي، والتعامل البنكي من خلال الحاسوب، وخدمات البنك الهاتفي، وأنظمة الدفع الإلكتروني، والبطاقة البنكية.

❖ **التغذية العكسية:** حيث إن مخرجات نظام معلومات التسويق تستخدم كمدخلات لنظام معلومات الإنتاج والتمويل والموارد البشرية، وفي هذا الصدد نرى أن نظام معلومات التسويق له دور كبير في توفير البيانات والمعلومات اللازمة لعملية صنع القرارات الاستثمارية، لأن دراسة السوق ومعرفة الفرص المتاحة يتم على أساسها تحديد حجم ونوعية الخدمات التي يجب أن تقدمها المصارف، ومن ثم وضع الخطط المالية والموازنات العامة التي ترصد لهذه الخدمات والمشاريع... الخ، التي تساهم مجتمعة في عملية ترشيد صنع القرارات.

4- نظام المعلومات الائتماني:

يمثل نظام المعلومات الائتماني الجهاز العصبي للمصارف، ليس فقط لتحقيق التكامل، والترابط، والاتصال الفعال بين أجهزة البحث والدراسة والتحليل واتخاذ القرار في العمليات الائتمانية المقدمة للمصرف، بل أيضا للأهمية القصوى للمعلومات التي يتيحها هذا النظام لإدارة المصرف ككل في موازنة قراراتهم والحفاظ على موارد المصرف، فضلاً عما يتيحه نظام المعلومات الائتماني للمصرف من قدرات خاصة على مواجهة ظاهرة الديون المتعثرة والقضاء على أسبابها قبل أن تنشأ، ووقاية المصرف من أخطارها قبل أن تنتشر وتشخيص أوضاعها واقتراح الحل الناجح لها **ويعرف** نظام المعلومات الائتماني بأنه: ذلك النظام الفرعي بالمصرف الذي تسند إليه عملية تحديد، وتجميع، وفرز وتصنيف، وتشغيل، وتحليل كافة البيانات التي تكون إدارة المصرف بشكل عام أو نشاط الائتمان بشكل خاص في حاجة إليها، واستخلاص المعلومات الفعالة منها، وإرسالها إلى متخذ القرار بالشكل الذي يتفق مع احتياجاته وبالشمول، والنوعية المطلوبة، وبالتوقيت المناسب (الخضيري، 1997، ص237-240).

<u>الأداء المصرفي:</u>

مفهوم الأداء المصرفي:

يعرَّف الأداء بأنه: انعكاس قدرة منظمة الأعمال وقابليتها لتحقيق أهدافها (Eccles, 1991, p131) **ويعرف** الأداء المصرفي بأنه: انعكاس لكيفية استخدام المصرف للموارد المالية والبشرية، واستغلالها بالصورة التي تجعله قادرا على تحقيق أهدافه، ومن ثم فإن الأداء هو حاصل تفاعل عنصرين أساسيين هما: الطريقة في استخدام الموارد؛ أي الكفاءة، والنتائج المتحققة من ذلك الاستخدام؛ أي الفعالية (عثماني وتومي، 2018، ص18). **ويعرِّف** (الربيعي وراضي، 2012، ص145) الأداء المصرفي على أنه: المخرجات (النتائج) المتحققة فعلياً قياساً بالأهداف التي يسعى المصرف إلى تحقيقها.

مفهوم الفعالية: تعد الفعالية الصفة الأساسية التي تحدد مدى تحقيق المنظمة لأهدافها وبالتالي تقدم مبرراً لوجود المنظمة واستمراريتها، ويختلف الباحثون في تحديد تعريف للفعالية حسب المدارس التي ينتمي إليها كل منهم ويعتبر (Barnard, 1974) أول من حاول تقديم تعريف للفعالية حيث **عرفها** بأنها: تحقيق الهدف المحدد، معتمداً على عنصر الهدف كمؤشر رئيسي للفعالية إذ عدَّ أن فعالية أي نشاط مقترنة بمدى النجاح الذي أقيم من أجله هذا النشاط (النوري، 2016، ص48). و**تعرف** الفعالية بأنها: القدرة على تحقيق أهداف المنظمة من خلال حسن أداء الأنشطة المناسبة، بمعنى حسن أداء العاملين وفرق العمل والمديرين لما يجب أن يؤدى لتحقيق الأهداف. ويرى الباحث (بن واضح، 2014، ص94).

وتحسب الفعالية بالعلاقة: (الفعالية = النتائج المحققة / النتائج المتوقعة).

مفهوم الكفاءة: ارتبط مفهوم الكفاءة في الفكر الاقتصادي بالمشكلة الاقتصادية الأساسية، والمتمثلة في كيفية تخصيص الموارد المحدودة والمتاحة للمجتمع **وتعرف** الكفاءة بأنها: إنجاز الكثير بأقل ما يمكن، أي العمل على تقليل

الموارد المستخدمة، سواءً كانت هذه الموارد بشرية أم مادية أم مالية، وكذلك العمل على تقليل الهدر والعطل في الطاقة الإنتاجية (قريشي، 2006، ص8). وتعرف الكفاءة المصرفي بأنها: تكون المنظمة المصرفية ذات كفاءة إذا استطاعت توجيه الموارد الاقتصادية المتاحة لها نحو تحقيق أكبر قدر ممكن من العوائد بأقل قدر ممكن من الهدر، أي التحكم الناجح في طاقاتها المادية والبشرية هذا من جهة، وتحقيقها للحجم الأمثل وعرضها لتشكيلة واسعة من المنتجات المالية من جهة أخرى (رايس وفاطمة الزهراء، 2012، ص61).

وتحسب الكفاءة بالعلاقة الآتية: الكفاءة = (قيمة المخرجات / قيمة المدخلات).

قياس الأداء:

بحسب دراسة الباحث (Woodburn, 2004) إن الغرض من قياس الأداء هو تحسين النتائج المالية في المؤسسات، ولكن لا توفِّر قياس النتائج المالية وحدها ما يكفي من المعلومات المناسبة للمساعدة المباشرة في عملية اتخاذ القرارات التي من شأنها تحقيق تحسين الأَداء (Woodburn, 2004, P: 63). ويعرفه بعض الباحثين أمثال (Epstein & Youthas) بأَنه المقياس الصحيح الذي يتحدد من خلال جمع جميع العوامل المؤثرة في التقدم نحو الهدف، وقياس قدرة كل واحد منها على حدة ثم القياس التجميعي لها ثم قياس النتيجة الصحيحة، وبحيث يكون ذلك القياس قياساً شاملاً للعمليات الحسابية والاجتماعية والشخصية وغيرها من جوانب العمل (Epstein & Youthas, 2007, P: 6). ويرى الباحثان (O'Sullivan & Abela) بأَن قياس الأَداء هو تقييم العلاقة بين الأَنشطة التسويقية وأَداء الأعمال (O'Sullivan & Abela, 2007, P: 80). ومن وجهة نظر (العزاوي والناظر، 2009) إن عملية قياس الأَداء هي عملية أَساسية، حيث كثُرت تعاريف قياسه طبقاً لطبيعة المؤسسة أو الجهة المقيمة بالشكل الذي يتناسب مع أهدافها، ولكن هناك اختلاف بين مفهوم قياس الأداء وبعض المفاهيم المترجمة من اللغة الإنجليزية إلى العربية، والتي يتم استعمالها للدلالة على نفس المفهوم والمتمثلة بـ:

قياس الأداء performance measurement وهو مقارنة الأَداء المحقق بالمعايير الموضوعة.

تقييم الأداء performance Assessment تحديد مستوى الأَداء المحقق هل هو جيد أم ضعيف وإعطاء الأداء قيمة.

تقويم الأداء performance Appraisal تعزيز نقاط القوة أو معالجة نقاط الضعف في الأَداء المحقق (العزاوي والناظر، 2009، ص10). فقياس الأَداء يمكن أَنْ يعبر عنه على أَنه التعبير عن فعالية وكفاءة الأنشطة ويوضح (Viara, Alexei Papova &) أَن لتحليل وقياس الأَداء الدور المهم في ترجمة أَهداف المؤسسة إلى حقائق (Sharpanskykh, 2010, P: 505). ومن وجهة نظر الباحث (Mills, 2010) إن قياس الأَداء هو التحديد الكمي للإجراءات والمخرجات باستعمال مقاييس الأَداء (Mills, 2010, P: 33). ونظراً لأَهمية قياس الأَداء ودوره الهام في قياس كفاءة عمل المؤسسة تناولته العديد من الدراسات؛ فحسب دراسة قام بها الباحث (da Gama (B), 2011) يُعد قياس الأداء مصدر اهتمام كبير، ويبقى مسألة حيويَّة في العديد من المؤسسات، إذ يُعد إحدى أَولويات البحث الَّتي تم إنشاؤها خلال العقد الماضي، وتستند في الغالب مثل هذه الفائدة على الفرص الَّتي تزيد مسألة تعزيز التسويق وأَداء المؤسسات، ويضيف مصداقيَّة لعمل المنظمة (da Gama (B), 2011, P: 645). **ويرى الباحث بأَن قياس الأَداء من العمليات الهامة سواءً على مستوى العامل أَو المصرف، ويعرِّفه بأَنَّه طريقة محدَّدة لتقييم المدخلات، والمخرجات ومختلف العمليات المتعلِّقة بالإنتاج والأفراد، في المصارف على اختلاف أنواعها، فعملية القياس هي عملية سابقة لقياس النتائج المستقبلية المتوقع الحصول عليها، بينما التقييم عملية لاحقة لعملية القياس، وهي عملية تطبق على النتائج التي تم الحصول عليها.**

مساهمة نظم المعلومات المصرفية الفعالة في الرفع من مستوى الأداء في المصارف:

تعمل المصارف من خلال تفعيل نظم المعلومات على تحقيق الأداء المستهدف في ظل بيئة تتميز بالتنافسية والصراع. لا شك أن وجود نظام للمعلومات يساهم في أداء المنظمة، ولكي يتم قياس انعكاس نظم المعلومات على المنظمة يجب متابعة أدائها فبعد الاستثمار في نظم المعلومات تعمل المنظمة على التحقق من الوصول إلى أهدافها أما إذا عجزت عن تحقيق الأداء الأمثل فهذا يشير إلى عدم فعالية نظم المعلومات، فعند استخدام نظم المعلومات بالشكل المطلوب يعمل على رفع الأداء، أما إذا لم يتحسن الأداء قد يكون لسوء استخدام نظم المعلومات دور في ذلك.

ويمكن تقسيم أثر نظم المعلومات على أداء المنظمة إلى (ذيب، 2012):

- **أثر مباشر على الأداء المصرفي:** ويظهر هذا من خلال التطور المستمر في المنتجات والسلع والخدمات المقدمة من طرف المصرف وينتج عنه زيادة في العوائد والأرباح المحققة.
- **أثر غير مباشر على الأداء المصرفي:** وهذا من خلال أثر نظم المعلومات على رؤية المصرف واستراتيجيته المستقبلية لزيادة العوائد وتقليل التكاليف وزيادة ثقة العملاء.

النتائج والمناقشة:

<u>أداة الدراسة</u>: لتحقيق أغراض دراسته قام الباحث باستخدام أدوات منهجية بغية الحصول على البيانات اللّازمة لإتمام بحثه؛ فقد اعتمد على الملاحظة وقوائم الاستقصاء والمقابلات الشخصية، واستخدم الاستبانات الإلكترونية والورقية مع عدد من أفراد عينة البحث، وقد اعتمد الباحث على مقياس ليكرت الخماسي في محاولة منه للحصول على بيانات تتعلق بدور خصائص نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي من خلال 23 عبارة.

<u>اختبار ثبات وصدق المقياس</u>:استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات المقاييس (غدير، 2012، ص234-246)، حيث تمّ حساب معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات جميع عبارات الاستبانة معاً كما هو موضّح بالجدول رقم (1)، وحساب ثبات متغيّرات الدّراسة كلّ على حدة كما هو موضّح بالجدول رقم (2).

ويُظهر الجدول (1) أنّ قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ الكلّية يساوي 0.866 (معامل ثبات جيد) وهي أكبر من 0.60، وهذا يدلّ على أنّ جميع العبارات تتمتع بثبات جيّد ولا داعي لحذف أيّة عبارة.

الجدول(1) معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبانة

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	23

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

<u>معامل ثبات متغيرات الدراسة كلّ على حدة:</u> كما قام الباحث بحساب معامل الثبات ألفا كرونباخ لمتغيّرات الدراسة كلّ على حدة وكانت النتائج كالآتي:

الجدول (2) معامل ألفا كرونباخ لكل متغيّر على حدة

المتغير	Cronbach's Alpha	N of Items
الدقة والصدق عند تقديم المعلومة	.643	4

سهولة الوصول للمعلومة	.655	4
توقيت المعلومة	.609	4
كمال المعلومة	.632	5
الأداء المصرفي	.769	6

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

وجد الباحث من خلال الجدول (2) أنّ قيمة معامل ألفا كرونباخ للعبارات المستخدمة في قياس كل متغير على حدة كانت جميعها أكبر من 0.60، وهذا يدلّ على ثبات مقبول للبيانات وصلاحيتها للدراسة ولا داعي لحذف أيّة عبارة من العبارات.

مقياس الصّدق (الاتّساق الداخلي لفقرات الاستبانة): حيث قام الباحث بدراسة علاقة طرفيّات عدّة في الدّراسة مع طرف أساسيّ كالمتوسّط الإجمالي (غدير، 2012، P، 247 – 248)، واختبار تلك العلاقات؛ حيث كانت العلاقات الناتجة معنوية أي ذات دلالة إحصائية؛ وكان ذلك مؤشّراً على صدق المقياس. Sig = p = 0.000 < α =0.01، وبذلك يكون الباحث قد تأكّد من صدق وثبات فقرات الاستبانة، وأصبحت الاستبانة صالحة للتطبيق على عيّنة الدّراسة الأساسيّة.

اختبار الفرضيّات:

قام الباحث بحساب الإحصائيات الوصفية لكل عبارة من عبارات الاستبانة وذلك لمعرفة متوسط إجابات أفراد العينة حيث تبيّن من خلال الجدول (3) أنّ قيمة احتمال الدلالة (sig =0.000) أصغر من مستوى الدلالة (0.05) لجميع العبارات، وبالتالي يمكن للباحث الاعتداد بقيمة المتوسط المحسوب، وتبين أن أقل متوسط حسابي لإجابات أفراد العينة هو 2.15 والمتعلق بقياس الدقة والصدق عند تقديم المعلومة وهو أقل من متوسّط الحياد 3، والذي يبين أنّه لا تعمل إدارة المصرف على تحقيق العدالة والمساواة في حصول العاملين على المعلومات فيما بينهم، وأقل متوسط حسابي لإجابات أفراد العينة هو 2.84 المتعلق بتوقيت المعلومة وهو أقل من متوسط الحياد 3، والذي يبين أن إدارة المصرف لا تحرص على تقديم المعلومات التي تساعدهم في أعمالهم في الوقت الذي يحتاجونه، وأقل متوسط حسابي لإجابات أفراد العينة هو 2.71 والمتعلق بقياس كمال المعلومات وهو أقل من متوسط الحياد 3، والذي يبين أن المعلومات المقدمة لا تكون تفصيلية ولا يتم تطويعها ومعالجتها مما يعظم الاستفادة منها، وأقل متوسط حسابي لإجابات أفراد العينة هو 2.34 والمتعلق بقياس الأداء المصرفي وهو أقل من متوسط الحياد 3، والذي يبين أن المصرف لا يحقق زيادة في حجم حصته السوقية وفق إجابات أفراد العينة.

الجدول (3) الإحصائيات الوصفية الخاصّة ببنود الاستبانة

One-Sample Statistics						
البعد	**عبارات الاستبانة**	**N**	**Mean**	**Std. Deviation**	**Std. Error Mean**	**sig**
الدقة والصدق عند تقديم المعلومة	تعمل إدارة المصرف على تحقيق العدالة والمساواة في حصول العاملين على المعلومات فيما بينهم	123	2.15	.418	.038	.000
	إن المعلومات التي تقدمها إدارة المصرف صادقة وتطابق معطيات الواقع شكلاً ومضموناً	123	3.85	.765	.069	.000

	إن خلو المعلومات التي أحصل عليها من الأخطاء تساهم في جودة القرارات	123	3.63	.943	.085	.000
	إن دقة المعلومات تجنب القرارات الخاطئة فتقلل من التكلفة والهدر في الوقت	123	4.13	.511	.046	.000
سهولة الوصول للمعلومة	تزودنا إدارة المصرف بالمعلومات وتنشرها بشكل دوري ومنتظم	123	3.50	1.066	.096	.000
	تستخدم إدارة المصرف أساليب تقنية للتواصل معنا وتزويدنا بالمعلومات.	123	3.91	.820	.074	.000
	أتواصل مع زملائي في العمل ونتبادل المعلومات والخبرات.	123	3.85	.765	.069	.000
	تزودنا إدارة المصرف بالمعلومات الحديثة والمطورة.	123	3.63	.943	.085	.000
توقيت المعلومة	أحصل على المعلومات في الوقت المناسب من خلال قنوات الاتصال المناسبة.	123	3.67	.538	.049	.000
	تحرص إدارة المصرف على تقديم المعلومات التي تساعدنا في أعمالنا في الوقت الذي نحتاجه.	123	2.84	.824	.074	.000
	تمكنني المعلومات التي أحصل عليها من إنجاز أعمالي بسرعة ودقة.	123	3.55	.791	.071	.000
	تزيل إدارة المصرف كافة العقبات التي تعيق عملية تبادل المعلومات بين العملاء بأقصى توقيت.	123	3.57	.840	.076	.000
كمال المعلومة	تقدم إدارة المصرف المعلومات بطريقة متناسقة ضمن معايير موحدة	123	3.92	.816	.074	.000
	تكون المعلومات المقدمة قابلة للاستخدام من قبل أكثر من موظف	123	3.85	.765	.069	.000
	يتم تقديم المعلومات بشكل يسهل فهمه وخالية من الغموض	123	3.63	.943	.085	.000
	تكون المعلومات المقدمة تفصيلية يتم تطويعها ومعالجتها مما يعظم الاستفادة منها	123	2.71	.837	.075	.000
	تكون المعلومات المقدمة مختصرة	123	3.63	.943	.085	.000

الأداء المصرفي	يحقق مصرفي معدلاً عالياً للعائد على الاستثمار.	123	3.63	.853	.077	.000
	يحقق مصرفي معدلاً عالياً للعائد على الأصول.	123	3.99	.326	.029	.000
	يحقق مصرفي معدلاً عالياً للعائد على حقوق الملكية.	123	4.00	.405	.037	.000
	يحقق مصرفي زيادة في حجم المبيعات.	123	3.90	.834	.075	.000
	يحقق مصرفي زيادة في حجم الحصة السوقية.	123	2.34	.818	.074	.000
	يحقق مصرفي زيادة في حجم الأرباح.	123	3.63	.943	.085	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

بعد ذلك قام الباحث باختبار الفرضية الرئيسة والفرضيات المتفرّعة عنها:

الفرضية الرئيسة للبحث:

فرضية العدم Ho: لا توجد علاقة معنوية بين خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في المصارف محل الدَّراسة.

الفرضية البديلة H1: توجد علاقة معنوية بين خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في المصارف محل الدَّراسة، ويتفرع عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

1- الفرضيَّة الفرعيَّة الأولى: لا توجد علاقة معنوية بين الدقة والصدق عند تقديم المعلومة إحدى خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في المصارف محل الدَّراسة.

2- الفرضيَّة الفرعيَّة الثَّانية: لا توجد علاقة معنوية بين سهولة الوصول للمعلومة إحدى خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في المصارف محل الدَّراسة.

3- الفرضيَّة الفرعيَّة الثالثة: لا توجد علاقة معنوية بين توقيت المعلومة إحدى خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في المصارف محل الدَّراسة.

4- الفرضيَّة الفرعيَّة الرابعة: لا توجد علاقة معنوية بين كمال المعلومة إحدى خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في المصارف محل الدَّراسة.

- **نتيجة اختبار الفرضيات الفرعية الأولى والثانية والثالثة والرابعة التي تنص على ما سبق** ، ولاختبار هذه الفرضية استخدم الباحث تحليل الانحدار الخطي، حيث أظهر الجدول رقم (4) ما يلي:

الجدول (4) معامل ارتباط بيرسون بين خصائص نظم المعلومات المصرفية والأداء المصرفي

Correlations						
		الدقة والصدق عند تقديم المعلومة	**سهولة الوصول للمعلومة**	**توقيت المعلومة**	**كمال المعلومة**	**الأداء المصرفي**
الدقة والصدق عند تقديم المعلومة	Pearson Correlation	1	.664**	.739**	.791**	.688**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	123	123	123	123	123
سهولة الوصول للمعلومة	Pearson Correlation	.664**	1	.594**	.841**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	123	123	123	123	123
توقيت المعلومة	Pearson Correlation	.739**	.594**	1	.716**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	123	123	123	123	123
كمال المعلومة	Pearson Correlation	.791**	.841**	.716**	1	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	123	123	123	123	123
الأداء المصرفي	Pearson Correlation	.688**	.713**	.672**	.790**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	123	123	123	123	123

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

أظهر الجدول رقم (4) أَنَّ هناك علاقة معنوية بين خصائص نظم المعلومات المصرفي (الدقة والصدق عند تقديم المعلومة، سهولة الوصول للمعلومة، توقيت المعلومة، كمال المعلومة) وتحسين الأداء المصرفي، حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون على التوالي (0.688، 0.713، 0.672، 0.790) وهو يدلّ على ارتباط جيد وطردي بين خصائص نظم المعلومات المصرفي وتحسين الأداء المصرفي، كما بلغ معامل التحديد على التوالي (0.474، 0.509، 0.451، 0.625) وهو يدل على أن (47.4%، 50.9%، 45.1%، 62.5%) من التغيرات في الأداء المصرفي تتبع لتغيرات خصائص نظم المعلومات (الدقة والصدق عند تقديم المعلومة، سهولة الوصول للمعلومة، توقيت المعلومة، كمال المعلومة) على التوالي؛ وبما أنّ $Sig = p = 0.000 < \alpha = 0.05$، **فإنّ الباحث يرفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة معنوية بين (الدقة والصدق عند تقديم المعلومة، سهولة الوصول للمعلومة، توقيت المعلومة، كمال المعلومة) وتحسين الأداء المصرفي في المصارف محل الدَّراسة؛ ويقبل الفرضية البديلة التي تقول بوجود علاقة معنوية.**

<u>نتيجة اختبار الفرضية الرئيسة التي تنص على:</u> لا توجد علاقة معنوية بين خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في المصارف محل الدَّراسة، فبعد أن قام الباحث باختبار الفرضيات الأربعة الفرعية، قام باختبار الفرضية الرئيسة، حيث أظهر الجدول رقم (5) ما يلي:

الجدول رقم (5): اختبار الفرضية الرئيسة.

Correlations			
		خصائص نظم المعلومات المصرفية	**الأداء المصرفي**
خصائص نظم المعلومات المصرفية	Pearson Correlation	1	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	123	123
الأداء المصرفي	Pearson Correlation	.807**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	123	123

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

يتضح من الجدول السابق أن معامل الارتباط بلغ 0.807، وهذا يدل على وجود ارتباط بين خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي، وهذا الارتباط طردي وقوي، كما بلغ معامل التحديد 0.651 وهو يدل على أن 65.1% من التغيرات في الأداء المصرفي تتبع للتغيرات في خصائص نظم المعلومات المصرفية مما يعني أن هناك دور لخصائص نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي، وبما أن Sig= P= 0.000 < a=0.05، فهذا يدل على أن الارتباط معنوي، **وبالتالي يتم رفض فرضية العدم التي تنص على عدم وجود علاقة معنوية بين خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في المصارف محل الدَّراسة، ويتم قبول الفرضية البديلة التي تقول بوجود علاقة معنوية.**

وكما هو واضح من الجدول (6)، فقد بلغ متوسّط إجابات أفراد العيّنة لمتغيّر الأداء المصرفي 3.58، وهو يدلّ على أن المصرف يحقق معدلاً عالياً للعائد على الاستثمار، ويحقق معدلاً عالياً للعائد على الأصول، ويحقق معدلاً عالياً للعائد على حقوق الملكية، ويحقق زيادة في حجم المبيعات، ويحقق زيادة في حجم الأرباح، ولكنه لا يحقق زيادة في حجم الحصة السوقية وفق إجابات أفراد العينة.

الجدول (6) متوسط إجابات أفراد العينة على كل بعد

One-Sample Statistics					
البعد	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	sig
الدقة والصدق عند تقديم المعلومة	123	3.44	.317	.029	.000
سهولة الوصول للمعلومة	123	3.72	.635	.057	.000
توقيت المعلومة	123	3.41	.409	.037	.000
كمال المعلومة	123	3.55	.521	.047	.000
الأداء المصرفي	123	3.58	.383	.034	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

وكنتيجة لاختبار الفرضيات تمكّن الباحث من الوصول لعدد من النتائج أهمّها:

1- يوجد علاقة معنوية بين خصائص نظم المعلومات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي، حيث كان الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع ارتباط طردي وقوي، وبلغت قيمته (0.807)؛ في حين بلغت قيمة معامل التحديد (0.651) وهذا يظهر وجود دور لخصائص نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي.

2- لا تحرص إدارة المصرف على تقديم المعلومات التي تساعد العمال في أعمالهم في الوقت الذي يحتاجونه.

3- إن المعلومات المقدمة غير تفصيلية ولا يتم تطويعها ومعالجتها مما يقلل الاستفادة منها.

4- إدارة المصرف لا تعمل على تحقيق العدالة والمساواة في حصول العاملين على المعلومات فيما بينهم.

5- تساعد نظم المعلومات المصرفية في تحسين أداء المصارف العقارية فمن خلالها يتم اتخاذ القرارات بشكل أفضل وأداء الأعمال بشكل أسرع ومن خلالها يتم التوصل إلى حلول للمشاكل والمعوقات.

6- لا يحقق المصرف العقاري زيادة في حجم الحصة السوقية.

7- تساعد نظم المعلومات المصارف في السيطرة على الأسواق، من خلال الحصول على المعلومات من الأسواق بما يخص احتياجاتها لذلك تسعى المصارف لاستعمال نظم المعلومات للحفاظ على مكانتها وتلبية مطالب السوق والسيطرة عليه.

5- استخدام المصارف للتكنولوجيا ونظم المعلومات يسهم في الرفع من أدائها وزيادة ربحيتها والتخلص من الأنشطة الغير ضرورية مما يقلل التكاليف.

9- نظم المعلومات تزود الإدارة بمعلومات تساهم في رفع مستوى أداء القرارات المتخذة من الإدارة ويزيد من سرعة النشاط والمرونة التنظيمية.

التوصيات:

يوصي الباحث بالآتي:

1- يجب أن يحقق المصرف زيادة في الاهتمام بنظم المعلومات التسويقية من أجل زيادة حجم الحصة السوقية.

2- يجب أن تحرص إدارة المصرف على تقديم المعلومات التي تساعد العاملين في أعمالهم في الوقت الذي يحتاجونه، وذلك لأنه يحسن من أدائهم وهذا ينعكس على أداء المصرف بشكل عام.

3- يجب أن تمكن المعلومات التي يحصل عليها العامل من إنجاز أعماله بسرعة ودقة، وذلك بالشكل الذي يحسن من مستوى أداء العاملين وإنجازهم وبالتالي تحسين أداء المصرف.

4- يجب أن تكون المعلومات المقدمة تفصيلية ويتم تطويعها ومعالجتها بالشكل الذي يعظم الاستفادة منها.

5- على إدارة المصرف أن تعمل على تحقيق العدالة والمساواة في حصول العاملين على المعلومات فيما بينهم، لأن ذلك يحقق تكافؤ الفرص بين العاملين في تحسين أدائهم وبالتالي تحسين أداء المصرف.

6- يوصي الباحث بالانطلاق من حيث توصل الباحثون الآخرون في مجال أداء المصارف، وإجراء دراسات تتعلق بنظم المعلومات المصرفية والأداء المصرفي مثل دراسة واقع نظام المعلومات المصرفية وتأثيره على الأداء العام، ودور نظام المعلومات المصرفية في تحسين جودة القرارات.

References:

1. Abdel-Hamid, Abdel-Muttalib, *Comprehensive Banks, Their Operations and Administration*. Alexandria, Egypt, 2000.
2. Al-Azzawi, Najm; Al-Naazir, Malik. *Evaluating the performance of the faculty member at the Middle East University for Graduate Studies in the light of sustainable development*. Messila University, Algeria, 2009.
3. Benouhid, El Hachemi, *The Impact of External Environment Variables on the Performance of Algerian Economic Institutions*. PhD Thesis in Economic Sciences, Faculty of Economic and Business Sciences and Management Sciences, Ferhat Abbas Setif University 1, Algeria, 2014.
4. Daloum, Rizika; Bahri, Nadia**.** *Banking service: an applied study of the Algerian People's loan Agency*. M'sila. Unpublished MA thesis, Mohamed Boudiaf University, M'sila, Democratic Republic of Algeria, 2017.
5. Da Gama, A. P. *An expanded model of marketing performance*. Marketing Intelligence & Planning, Vol. 29, No. 7, 2011, P 645 .
6. Deeb, Hussein, *The Effectiveness of Banking Information Systems in Managing Credit Failure Cases*. Master Thesis, Qasdi Merbah University - Ouargla, Algeria, 2012.
7. Eccles, Robert. G. *The Performance Measurement Manifesto*. Harvard Business Review, Vol. 69, No. 1, 1991, 131-137.
8. Esber, Lama Faisal, *a proposed approach to raise banking efficiency and effectiveness from the perspective of Total Quality Management - Field Study on Governmental Banks in the Syrian Arab Republic.* Master Thesis, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria, 2009.
9. Epstein, M; Youthas, K. *Evaluating the Effectiveness of Internet Marketing Initiatives*. Management accounting guideline, Vol, 1. No, 7, 2007, P 6.
10. Georgescua, M; Jefleab, V. *The particularity of the banking information system*. Romania, 2013.
11. GHADEER, B, GH. *Advanced data analysis using 20 IBM SPSS Statistics*. first edition, Syria, Aleppo, 2012.
12. Jwaseim, Muaamal Hussein. *The impact of the using of information technology on the performance of private banks, Field Study on Sample in Diwaniya Governorate,* Journal University of Kerbala , Vol. 16, No.4, 2018, 76-101.
13. Al-Khudairi, Mohsen Ahmed. *Troubled Debts: The Phenomenon, the Reasons, and the Treatment (An Integrated Approach to Deal with Delinquent Clients in Paying Debt)s.* 1st Edition, Itrac Publishing and Distribution, Cairo, Egypt, 1997.
14. Mills, H. *An investigation of the marketing performance measurement practices of South African organizations***.** Unpublished Masters in Commerce Thesis: University of Stellenbosch, 2010, p33.
15. Mourad, Marmi. *The Importance of Management Information Systems as a Tool for Environmental Analysis in Algerian Small and Medium Enterprises*. Master Thesis, Ferhat Abbas University - Setif, Algeria, 2010.
16. Mia, Ali; Sheikh Deeb, Salah; Hamada, Abdullah. *Management Information Systems.* Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria, 2008.
17. Noh, Walid Mortada. *Activating the role of the information system in banks to raise the level of their performance*. Algeria, 2014.
18. Al-Nouri, Sourea. *Organizational Climate and Its Relation to Organizational Effectiveness: A Case Study of the Riad Setif Mills Company in Tikrit*. Master Thesis,

Faculty of Social Sciences and Humanities, University of Martyr Hama Lakhdar - El-Oued, Algeria, 2016.

19. Othmani, Abdel Fattah; Toumi, Hussein. *The Role of Banking Marketing in Improving the Performance of Commercial Banks in Light of the Growing Financial Globalization: A Case Study of the Bank for Agriculture and Rural Development*. Master Thesis, Faculty of Economic and Commercial Sciences, University of El-Araby El-Tebessa, Algeria, 2018.

20. O'Sullivan, D; Abela, A.V. *Marketing performance measurement ability and firm performance*. Journal of Marketing. Vol.71, No. 10, 2007, 79-93.

21. Popova, V; Sharpanskykh, A. *Modeling organizational performance indicators.* Information Systems Journal, Vol. 35, No. 1, 2010, P 505.

22. Qasim, Abdul Razzaq; Al-Ali, Ahmed. *The impact of information Technology on Developing Public Banking Operations systems in Syria*. Damascus University Journal of Economic and legal sciences, Vol (28), no (1), 2012.

23. Qureshi, Mohamed Al-Joumoui. *Measuring Economic Efficiency in Banking Institutions: A theoretical and field study of Algerian banks during the period 1994-2003*. PhD thesis in economic sciences specializing in money and finance, University of Algiers, 2006.

24. Al-Rubaie, Muhsin Governor; Radi, Hamad Abdul Mohsen. *Banking Governance and its Impact on Performance and Risk*. 1st Edition, Dar Al-Yazouri for Publishing and Distribution, Jordan, 2012.

25. Rice, Hedah; Fatima Zahraa, Noy. *Measuring Banking Efficiency Using the Random Cost Limit Model: A Case Study of Algerian Banks (2004-2008).* Journal of Al-Quds Open University for Research and Studies, Vol (1), No (26), 2012, 55-84 .

26. Al-Sarran, Raad Hassan. *The Globalization of Banking Services Quality*. Dar Al Warraq, Amman, Jordan, 2007.

27. Woodburn, D. *Engaging marketing performance measurement, Measuring Business Excellence.* the Journal of Organizational Performance Management, Vol. 8, No. 4, 2004, p63.