



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة كربلاء  
كلية الإدارة والاقتصاد  
قسم العلوم المالية والمصرفية

(تصميم برنامج محوسب  
لتقييم جودة الخدمة المصرفية  
من وجهتي نظر المديرين والزبائن)

دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية  
رسالة مقدمة الى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة كربلاء  
وهي جزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في قسم العلوم المالية والمصرفية  
تقدم بها الطالب

حيدر محمد كريم الدحيدحاوي

بإشراف

الاستاذ المساعد الدكتور أكرم محسن الياسري



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ  
وَالْمُؤْمِنُونَ

وَسَتُرَدُّونَ اِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيَبْيُحِكُمُكُمْ يَوْمَ  
كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

صَدَقَ اللّٰهُ الْعَلِيِّ الْعَظِيْمِ

(سورة التوبة آية 105)

## إقرار الاستاذ المشرف

أشهد أن إعداد الدراسة الموسومة بـ ((تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية, من جهتي نظر المديرين والزبائن/دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية)) للطالب ( حيدر محمد كريم الدحيدحاوي)) قد جرى بإشرافي في كلية الإدارة والاقتصاد/ جامعة كربلاء، وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية.

أ.م.د. اكرم محسن الياسري

2013/ /

توصية رئيس لجنة الدراسات العليا

بناءً على توصية المشرف والخبير العلمي أرشح هذه الدراسة للمناقشة.

أ.م.د مهدي سهر غيلان الجبوري

رئيس لجنة الدراسات العليا

2013 / /

## إقرار المشرف اللغوي

أشهد بأن الدراسة الموسومة بـ ((تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية, من جهتي نظر المديرين والزبائن/دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية)) للطالب (حيدر محمد كريم الدحيدحاوي) ، قد تمت مراجعتها من الناحية اللغوية، وتصحيح ما ورد فيها من أخطاء لغوية، وتعبيرية وبذلك أصبحت الدراسة مؤهلة للمناقشة بقدر تعلق الأمر بسلامة الأسلوب وصحة التعبير.

أ.م.د. حيدر كريم الجمالي  
كلية الآداب / جامعة الكوفة  
2013 / /

## إقرار لجنة المناقشة

نشهد - نحن أعضاء لجنة المناقشة - بأننا قد اطلعنا على الدراسة الموسومة بـ ((تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية, من جهتي نظر المديرين والزبائن)) لطالب الماجستير (حيدر محمد كريم الدحيدحاوي) ،

وقد ناقشنا الطالب في محتوياتها وفي ما له علاقة بها وهي جديرة بالقبول لنيل درجة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية بتقدير ( ).

التوقيع  
الاستاذ الدكتور  
عبد السلام لفتة سعيد  
عضواً

التوقيع  
الاستاذ الدكتور  
عبد الحسين حبيب الطائي  
رئيس اللجنة

التوقيع  
الاستاذ المساعد الدكتور  
اكرم محسن الياسري  
عضواً ومشرفاً

التوقيع  
الاستاذ المساعد الدكتور  
عباس كاظم الدعيمي  
عضواً

## الاهداء

اداءً لجزءٍ يسيرٍ من حقه الشريف علينا أهدي هذا الجهد  
المتواضع

الى مقام سيدي ومولاي المصطفى الامجد ابي القاسم محمد(ص)  
الى.. من كانوا معي بعقولهم وقلوبهم و  
وقتهم الثمين وجاهدوا وتعبوا وبذلوا الغالي  
والثمين من اجل اخراج هذا الجهد والدية الكرام اطال الله عمريهما  
الى.. اخوتي واخواتي الذين اشدُّ بهم ازري  
الى.. زوجتي وبناتي (ملاك ورسل)  
الى.. ابناء العم والخال لما ابدوه لي من دعمٍ  
الى.. كل من كان له فضل في اخراج هذا الجهد

الباحث

## الشكر والعرفان

الحمد لله الذي خلق الإنسان وعلمه الحكمة والبيان وأمره بالعدل والإحسان، وأفضل الصلاة وأتم السلام على سيد الأنام محمد وعلى اله وصحبه السادة الكرام.

وبعد ، فتقتضي الأمانة العلمية والأخلاقية أن اتقدم بالشكر الجزيل الى أستاذي الفاضل الدكتور أكرم محسن الياسري لتفضله بالإشراف على هذه الرسالة، ولما بذله من جهود فاضلة ومقترحات قيمة والتي أثمرت إيجاباً فيما قدمت، وفقه الله وجزاه عني وعن طلبة العلم خير الجزاء.

كذلك أشكر وأتني على عمادة كلية الإدارة والاقتصاد متمثلة بالأستاذ الدكتور (علاء فرحان طالب) عميد كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة كربلاء لدعمه ورعايته الأبوية الكريمة للطلبة، فجزاه الله عني خير الجزاء.

كما أتقدم بوافر الشكر والاحترام إلى رئيس قسم العلوم المالية والمصرفية جامعة كربلاء الأستاذ المساعد الدكتور حيدر يونس الموسوي ولا يسعني الا اتقدم بالشكر الى الاستاذ الدكتور عواد الخالدي والاستاذ الدكتور عبد الحسين حبيب والاستاذ المساعد الدكتور مهدي سهر غيلان معاون العميد للشؤون العلمية والاستاذ المساعد الدكتور عباس كاظم الدعي معاون الاداري.

وأتوجه بالشكر الجزيل إلى السادة رئيس لجنة المناقشة وأعضائها لقبولهم مناقشة رسالتي.

ولا يفوتني أن أشكر رئيس قسم العلوم المالية والمصرفية جامعة الكوفة الاستاذ الدكتور رضا صاحب ابو حمد واساتذة القسم الافضل كل من: الدكتور محمد علي والدكتور حسن كريم والأساتذة علي سماكة, غسان دوش, حسنين فيصل , حيدر جواد, حسن شاكر والست زينب.

وידعونني واجب العرفان في تقديم الشكر الجزيل إلى المدرس علي عبد الحسين الفضل الذي لم يتوان في مساعدتي في أحلك الظروف.

وأقدم شكري وامتناني إلى الأستاذ الدكتور مؤيد الساعدي رئيس قسم المحاسبة المعهد التقني المسيب، لما قدّمه لي من معلومات أغنت رسالتي فجزاه الله عني أفضل الجزاء، وكذلك أتقدم بالشكر والعرفان الى ملاك الادارة العامة لكل من مصرفي الرشيد والرافدين وبالأخص (د.سهام محمد عبد, ملاك شمس الدين و نغم زكي ).

وأتقدم بالشكر والعرفان إلى زملاء الدراسة (مؤيد, محمد, مصطفى, عباس, زينب , نور, هبة, , سرى ), ويلزمني واجب الوفاء ان اتقدم بالشكر الى(محمد فنوخ و محمد خيرى وحيدر الدلفي) والى م.م لمياء علي ابراهيم وفق الله الجميع.

وفي ختام شكري هذا أوجّه اعتزازي واعتذاري إلى كل من غاب عن العقل لكنه في القلب حاضر ممن كان له دور في إتمام رسالتي هذه ومدّ لي يد العون ولو بكلمة, والاخ محمد عادل المبرمج لما ابداه لي من مساعدة لظهور الجهد على اتم وجه.

والحمد لله رب العالمين أولاً وآخراً

## المستخلص

## Abstract

تهدف الدراسة إلى تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية يمكن استخدامه من قبل جهات عدة منها: سواء اكانت الادارات المصرفية بمستوياتها المختلفة أو المستثمرين والجهات ذات العلاقة الاخرى, إذ يهدف البرنامج الى تشخيص حالة الضعف في الاداء التي تم تأشيرها عن طريق المعايضة الميدانية في المصارف العراقية قبل الشروع بالدراسة, وعدم وجود مقاييس برمجية لتشخيص حالات الخلل وقياس جودة الخدمة المصرفية تمهيداً لمعالجتها.

تم الاعتماد على المعايير التي حصلت على أعلى نسبة إتفاق بين الكتاب والباحثين وهي (الاعتمادية, الاستجابة, التعاطف, الموثوقية, الملموسية), عن طريق إستمارتيّ إستبانة اعدتا لهذا الغرض تضمنت كل منها (30) سؤالاً بواقع ستة أسئلة لكل معيار صيغت على وفق مقياس Likert الخماسي, ووجهت الاستمارة الاولى إلى المديرين ورؤساء الاقسام والموظفين من ذوي الخبرة في المصارف عينة الدراسة عددهم (148) مديراً (28) منهم في مرحلة الاختبار و (120) في

مرحلة التنفيذ، ووجهت الاستمارة الثانية إلى زبائن المصارف عينة الدراسة البالغ عددهم (240) زبوناً (30) منهم في مرحلة الاختبار و (210) في مرحلة التنفيذ.

تم إختبار البرنامج في مصرفين من مصارف القطاع الحكومي إذ وجد أن هناك تباين في آراء مديري المصارف عينة الاختبار فيما يتعلق بتطبيق جودة الخدمة المصرفية.

وتم تنفيذ البرنامج في ستة مصارف عراقية حكومية وخاصة، إذ وجد أن غالبية الآراء كانت متقاربة من وجهتي نظر المديرين والزبائن.

توصلت الدراسة الى عدد من الاستنتاجات منها:

- إن النتائج المستخرجة من برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية تطابق النتائج المستخرجة وفقاً للمعادلات الاحصائية المطبقة في عملية إختبار البرنامج، وبذلك يمكن إستخدام البرنامج بدلاً من المعادلات الاحصائية ويحقق نتائج دقيقة وذات كفاءة وفاعلية عالية وخالية من إحتتمالات الخطأ.
- يُعد البرنامج تقنية متاحة بين أيدي المستخدمين تتسم بالسهولة والوضوح في عملية تقييم وتشخيص جودة الخدمة المصرفية.

وتوصلت الدراسة الى عدة توصيات منها:

- نقترح على البنك المركزي العراقي والادارات العامة في مصرفي الرافدين والرشيد بتعميم البرنامج على إدارات الفروع وجعله برنامج عام لتقييم جودة الخدمة المصرفية.
- ضرورة فتح دورات تدريبية للموظفين للعمل على التقنيات المحوسبة الحديثة لغرض تحول العمليات المصرفية من الورقية إلى الالكترونية وهذا يزيد من كفاءة تلك العمليات ويقلل من الجهد والوقت والكلف المبذولة ويرفع من مستوى جودة الخدمة المصرفية.

## قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	الاهداء
ب	الشكر والعرفان
ج	المستخلص
د	قائمة المحتويات
هـ - و	قائمة الجداول
ز-ح	قائمة الاشكال
ط	قائمة الملاحق
2-1	المقدمة
65 -3	الفصل الاول : الاطار النظري للدراسة (التقنيات المحوسبة وجودة الخدمة المصرفية)
32-4	المبحث الاول : التقنيات المحوسبة
66-33	المبحث الثاني: جودة الخدمة المصرفية
91-67	الفصل الثاني : (منهجية الدراسة وبعض الدراسات السابقة)

75-68	المبحث الاول : منهجية الدراسة
80-76	المبحث الثاني: وصف عينة الدراسة
91-81	المبحث الثالث: بعض الدراسات السابقة
142-91	الفصل الثالث : الاطار الميداني للدراسة
101-93	المبحث الاول : طريقة تثبيت برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية
112-102	المبحث الثاني : دليل إستخدام برنامج جودة الخدمة المصرفية
127-113	المبحث الثالث: اختبار برنامج جودة الخدمة المصرفية
142-128	المبحث الرابع: تنفيذ برنامج جودة الخدمة المصرفية واختبار فرضيات الدراسة
148-144	الفصل الرابع: (الاستنتاجات والتوصيات)
146-144	المبحث الاول: الاستنتاجات
148-147	المبحث الثاني : التوصيات
163-150	المصادر
	الملاحق

### قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
11-10	تسلسل الاجيال التي مر بها تطور الحاسوب	1
13-12	تسلسل الاجيال المتعاقبة لتطور البرمجيات	2
24	خصائص المعلومات المطلوبة على وفق المستويات الادارية	3
25	تلخيص لتطور الاجراءات المحوسبة	4
37	مراحل تطور الجودة	5
48	انواع الخدمات المالية	6
61	وجهات النظر ونسب الاتفاق على معايير جودة الخدمة	7
74	المقابلات الشخصية مع اداريون في مصرفي الرافدين والرشيد الرئيسيين	8
75	وصف لمصرف الرافدين الرئيسي الذي تم اختبار البرنامج فيه	9
76	وصف لمصرف الرشيد الرئيسي الذي تم اختبار البرنامج فيه	10
77	وصف لمصرف الرافدين فرع العباس الذي تم تنفيذ البرنامج فيه	11
77	وصف لمصرف الرشيد الفرع التجاري الذي تم تنفيذ البرنامج فيه	12
78	وصف المصرف العراقي للتجارة فرع النجف الذي تم تنفيذ البرنامج فيه	13
78	وصف لمصرف بغداد فرع كربلاء الذي تم تنفيذ البرنامج فيه	14
79	وصف لمصرف المنصور فرع النجف الذي تم تنفيذ البرنامج فيه	15

79	وصف لمصرف الخليج فرع النجف الذي تم تنفيذ البرنامج فيه	16
83-80	بعض الدراسات العربية السابقة التي تخص النظم المحوسبة	17
85-84	بعض الدراسات الاجنبية السابقة التي تخص النظم المحوسبة	18
88-85	بعض الدراسات العربية السابقة التي تخص الجودة	19
90-88	بعض الدراسات الاجنبية السابقة التي تخص الجودة	20
113-112	نتائج اختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري مصرف الرافدين الرئيسي	21
114	تفاصيل نتائج اختبار كل معيار من معايير جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري مصرف الرافدين الرئيسي	22
116-115	نتائج اختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زبائن مصرف الرافدين الرئيسي	23
117	تفاصيل نتائج اختبار كل معيار من معايير جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زبائن مصرف الرافدين الرئيسي	24
119-118	نتائج اختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري مصرف الرشيد الرئيسي	25
120	تفاصيل نتائج اختبار كل معيار من معايير جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري مصرف الرشيد الرئيسي	26
122-121	نتائج اختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زبائن مصرف الرشيد الرئيسي	27
123	تفاصيل نتائج اختبار كل معيار من معايير جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زبائن مصرف الرشيد الرئيسي	28
124	النتيجة النهائية لاختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبائن وللمصرفين (الرافدين والرشيد)	29
125	نتائج اختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن وللمصرفين (الرافدين والرشيد)	30
128	نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاع الحكومي	31
129	نتائج اختبار الفرضيات (1, 2, 3) على وفق قيمة z المحسوبة وقيمة z الجدولية في عينة من مصارف القطاع الحكومي	32
133	نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاع الخاص	33
134	نتائج اختبار الفرضيات (4, 5, 6) على وفق قيمة z المحسوبة وقيمة z الجدولية في عينة من مصارف القطاع الخاص	34
138	نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاعين الحكومي والخاص مجتمعة.	35
139	نتائج اختبار الفرضيات (7, 8) على وفق قيمة z المحسوبة وقيمة z الجدولية في عينة من مصارف القطاعين الحكومي والخاص .	36

## قائمة الاشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
1	العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة	8
2	تصوير مفصل لأنواع البرمجيات	15
3	تصوير لادوات تكنولوجيا المعلومات	17
4	مكونات النظام	20
5	تصوير مفصل لأنواع نظم المعلومات الادارية المحوسبة وعلاقتها بالمستويات الادارية	23
6	مراحل بناء نظم المعلومات المحوسبة	27
7	مفهوم الجودة من وجهة نظر (Russell & Taylor).	35
8	مراحل تطبيق الجودة	40
9	جودة التصميم	42
10	جودة الملائمة	43
11	جودة الاداء	44
12	العوامل المؤثرة على ادارة الجودة	45
13	مراحل تطور الخدمات	49
14	خصائص الخدمات	52
15	الخدمات هي عمليات	53
16	مفهوم جودة الخدمة	54
17	نموذج جودة الخدمة	59
18	معايير جودة الخدمة	62
19	المخطط الاجرائي للدراسة	70
20	النافذة الاولى لدخول برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية	100
21	نافذة اختيار نوع المصارف التي سيجرى تقييمها	101
22	عملية اضافة المصارف المراد تقييم الجودة فيها	102
23	اختيار الجهة التي سيتم تقييم الجودة من قبلها	103
24	اجابات معيار الاعتمادية من وجهة نظر المديرين	104
25	اجابات معيار الاستجابة من وجهة نظر المديرين	105
26	اجابات معيار التعاطف من وجهة نظر المديرين	105
27	اجابات معيار الموثوقية من وجهة نظر المديرين	106
28	اجابات معيار الملموسية من وجهة نظر المديرين	106
29	اجابات معيار الاعتمادية من وجهة نظر الزبائن	106
30	اجابات معيار الاستجابة من وجهة نظر الزبائن	108
31	اجابات معيار التعاطف من وجهة نظر الزبائن	108
32	اجابات معيار الموثوقية من وجهة نظر الزبائن	109
33	اجابات معيار الملموسية من وجهة نظر الزبائن	109
34	المخطط والنتائج لتفاصيل المعايير والنتيجة النهائية من جهتي النظر المديرين والزبائن.	110
35	نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من جهتي نظر المديرين والزبائن المصرف الاول (1)	132

132	مصرف الرافدين فرع العباس نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن المصرف الثاني (2)	36
133	المصرف العراقي للتجارة نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن المصرف الثالث (3)	37
137	مصرف الرشيد الفرع التجاري نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن المصرف الرابع (4)	38
137	مصرف بغداد فرع كربلاء نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن المصرف الخامس (5)	39
137	مصرف الخليج فرع النجف نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن المصرف السادس	40
139	(6) مصرف المنصور فرع النجف نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر مديري وزبائن المصارف وعلى مستوى القطاعين الحكومي والخاص.	41

### قائمة الملاحق

ت	اسم الملحق
1	الخبراء و المحكمون
2	السادة الخبراء الاحصائيين
3	استمارة استبانة المديرين
4	استمارة استبانة الزبائن
5	المذكرة الداخلية التي اصدرتها الادارة العامة لمصرف الرشيد لغرض تقييم الجودة لأحد فروعها استجابة لطلب الباحث
6	كتب تسهيل المهمة التي زودت الادارة العامة الباحث بها.

## المقدمة

## Introduction

كانت وما زالت بيئة الأعمال المصرفية تشهد الكثير من التغيرات منذ ثلاثة عقود، وذلك نتيجة للعديد من العوامل التي يمكن تلخيصها بإزالة الحواجز والقيود الدولية على تنقل رؤوس الأموال والاستثمارات، بالإضافة إلى العديد من الاتفاقات والتكتلات الاقتصادية التي تهدف إلى تنشيط وتسهيل التبادل التجاري بين البلدان، وقد ترافق هذا كله مع حركة سريعة من التطور في مجال استخدام الحاسب الآلي والاتصال وتكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها في مختلف الميادين ومن أهمها الميدان المصرفي، الأمر الذي أدى إلى وجود سباق بين مختلف المنظمات والشركات للحصول على آخر مخرجات هذه التكنولوجيا وتطبيقاتها في القطاع المصرفي، هذا كله أدى إلى زيادة حدة المنافسة التي لم تعد تقليدية، ففي السابق كانت المنافسة المصرفية تتمثل بعدد الخدمات المصرفية ونوعها التي يقدمها المصرف، أما الآن ومع التطور التكنولوجي الكبير في القطاع المصرفي، والرغبة الشديدة لدى المنظمات المصرفية لاكتساب النظم والبرامج المحوسبة ساهمت بشكل فعال في الانتشار الواسع لنظم المعلومات، ويساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات الزبائن والمنظمات والشركات الأخرى في صنع المعلومات وتخزينها واسترجاعها ونشرها في أي شكل أو صورة، ومما لا شك فيه إن استخدام تكنولوجيا المعلومات في جميع الأنشطة الانسانية يعمل على تسريع العمليات وزيادة المعرفة ورفع كفاءتها من حيث الدقة والسرعة، لذا لا بد من التركيز على القطاع المصرفي للعمل على أساس تكنولوجيا المعلومات، لما يحتلته القطاع المصرفي من أهمية داخل الاقتصاد، ونظرا لما نجده الآن من ضعف في النشاط المصرفي لا بد من زرع بذرة أولى نحو تطبيق جودة الخدمة المصرفية والتشجيع عليها ونشر ثقافتها لدى الإدارات والعاملين في المصارف، والمتجلي الآن هو عدم وجود برامج خاصة تساعد على نشر تلك الثقافة أو تعمل على توسيع نظريات جودة الخدمة إذ أن البرمجيات المتوافرة هي برمجيات إحصائية عامة تحتاج إلى مختص إحصائي للعمل عليها لذا لا بد من العمل على توفير برمجيات تكون مختصة للأعمال المصرفية ولتقييم جودة الخدمات المصرفية ومن هذا المنطلق يمكننا القول إن دراستنا هذه هي جزء من الجهود الذي يهدف إلى تحقيق الجودة في الخدمات المصرفية في البيئة العراقية وتكون قابلة من خلال حوسبتها إلى التعميم لغرض التعامل معها على المستوى الدولي، ومن أجل تحقيق ذلك تضمنت الدراسة أربعة فصول، الفصل الأول تناول الجانب النظري وتكون من مبحثين، الأول: تناول التقنيات المحوسبة، وتناول الثاني جودة الخدمة المصرفية لغرض توضيح المعايير الخاصة بجودة الخدمة المصرفية بوصفها العمود الأساس للدراسة، وجاء الفصل الثاني بثلاثة مباحث، تناول الأول منهجية الدراسة، وخصص الثاني، لوصف عينة الدراسة، وإهتم الثالث، ببعض الدراسات السابقة الخاصة بنظم المعلومات وجودة الخدمة المصرفية، وجاء الفصل الثالث بأربعة مباحث: تناول الأول، طريقة تثبيت برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية، وتناول الثاني دليل استخدام برنامج تقييم جودة الخدمات المصرفية، وتناول الثالث عملية إختبار برنامج تقييم جودة الخدمات المصرفية، وتناول الرابع تنفيذ برنامج جودة الخدمات المصرفية، أما فيما يتصل بالفصل الرابع: فقد قسم إلى مبحثين المبحث الأول خصص للأستنتاجات والمبحث الثاني تناول التوصيات)).

# الفصل الاول

(الاطار المفاهيمي للدراسة)

(البرمجيات المحوسبة و جودة الخدمات المصرفية )

## تمهيد...

يتطلب الإطار النظري لهذه الدراسة مراجعة الأفكار والآراء عند الباحثين الأكاديميين وذوي الاختصاص بمجال نظم المعلومات, إدارة الإنتاج والعمليات والتسويق المصرفي, لغرض الوقوف على المرتكزات الأساسية النظرية وتحديد متغيرات الدراسة بالشكل الذي يساعد الباحث على صياغة التصورات الفكرية الواضحة الخاصة بالدراسة, إذ نجد أن التقدم التكنولوجي والعمل على أسس النظم المحوسبة يُعد أحد القوى الرئيسية التي لها أثر هام في تحديد نمط عمل المنظمات وصياغتها وعلى وجه الخصوص المصارف حيث تُعد من القطاعات الرئيسية المتأثرة بالتطورات التكنولوجية وذلك لما تنطوي عليه هذه التطورات من إبتكارات جديدة في تقديم الخدمات والعمل على أساس جودة الخدمة المصرفية, لتحقيق مستويات أعلى لإشباع حاجات الزبائن ورضائهم, لذلك أدركت المصارف في الوقت الحالي الترابط الوثيق بين نجاح المصرف وبين توجهه الإبداعي في مجال توظيف التكنولوجيا واستثمارها في تطوير قدرات ومهارات العاملين, وخدمة الزبائن عن طريق التعرف على رغباتهم وحاجاتهم بما يحقق للمصرف الميزة التنافسية المتفوقة, وكسب ولاء المزيد من الزبائن وما يعود من ذلك بالأرباح على المصرف وحياسة الحصة السوقية الأكبر, وعلى أساس ما تقدم يمكن تقسيم الفصل على مبحثين لغرض الالمام بجميع فقراته وتناول التقنيات المحوسبة وجودة الخدمات المصرفية بشكل مفصل وكما يأتي :

المبحث الاول: التقنيات المحوسبة.

المبحث الثاني: جودة الخدمة المصرفية.

## المبحث الاول

### التقنيات المحوسبة

### (Computerize Technique)

التقنيات المحوسبة هي جزءاً من تقنية المعلومات, وقد إزدادت أهميتها في يومنا هذا لأنها تُعد أحد الموارد المتاحة للمديرين لتشكيل المنظمة إلى جانب الموارد البشرية, الموارد المالية, المواد الخام و الآلات, وهناك الكثير من المنظمات إستحدثت منصب رئيس قسم تقنيات المعلومات والذي يوازي عدة مناصب أخرى مثل رئيس قسم المالية ورئيس قسم العمليات.

لذلك فإن التقنيات المحوسبة في الوقت الحاضر هي إحدى ظواهر المجتمع التي لا غنى عنها، وخصوصاً في عصر العولمة التي يعيشها العالم وبعد أن أصبح العالم قرية كونية صغيرة متصلة ومتواصلة مع بعضها الآخر، يؤثر ما يحدث في جزء منه على الجزء الآخر، فإن التقنيات المحوسبة هي ضرورة من ضرورات التقدم الاقتصادي وتطوره، فظهرت مفاهيم جديدة منذ مطلع الثمانينات من القرن المنصرم بالتطور السريع في صناعة الحواسيب، وازداد خلال التسعينات ظهور الحواسيب الشخصية، والتطور الهائل في لغات البرمجة الحديثة، وكان لشركة Microsoft الفضل في صناعة البرمجيات وعن طريق نظم التشغيل مثل Windows مع البرامج المساعدة مثل Office، وغيرها من البرمجيات. ولتغطية مفهوم التقنيات المحوسبة والوقوف على مفهومها بشكل واضح لا بد من توضيح مفاهيم كل من تكنولوجيا المعلومات، نظم المعلومات الإدارية المحوسبة وتكنولوجيا العمل المصرفي وكما يأتي:

### **اولاً: تكنولوجيا المعلومات.**

#### **ثانياً: نظم المعلومات الإدارية المحوسبة.**

#### **ثالثاً: تكنولوجيا العمل المصرفي.**

### **اولاً : تكنولوجيا المعلومات**

### **(Information Technology)**

يشهد العالم تطوراً متسارعاً في شتى مناحي الحياة لعل من أبرز تجلياته الثورة العلمية في نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات، والاتصالات، التي تبدو تطبيقاتها جلية في مختلف أنماط الحياة والأنشطة، مما سهل من عملية الاتصال وتبادل الخبرات والمعلومات وأصبح العالم قرية صغيرة ( AI-Rewashed. Et al (2012:374)، واستخدام تقنيات الاتصال الحديثة كشبكة الاتصالات العالمية (World Wide Web) (www) ( للتعرف على آراء الزبائن حول منتجات المنظمة والاختذ بملاحظاتهم تفيد المنظمة في تعزيز مركزها التنافسي في السوق من خلال تقديم منتجات ذات جودة تحقق رضا الزبون ( Pipek & Won, 2002:40). إن هذه الثورة التكنولوجية تتطلب تعليم العاملين بالمهارات الضرورية التي تنمي تفكيرهم الإبداعي بما يمكنهم من التعامل مع الكم الهائل من المعلومات وتحليلها ومقارنتها وتقويمها لإنتاج أفكار جديدة، ولغرض الخروج بفكرة واضحة لمفهوم تكنولوجيا المعلومات لا بد ان نستعرض هنا بعض المفاهيم ذات العلاقة أو المرتبطة به التي من خلالها يتم تحديد مفهوم دقيق لتكنولوجيا المعلومات كالاتي:

### **(Technology)**

### **1- التكنولوجيا:**

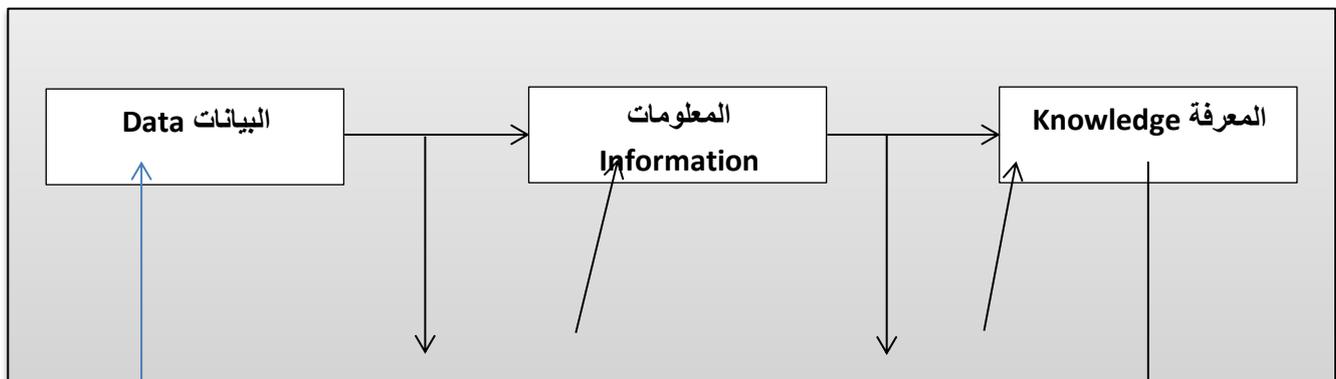
نجد أن كلمة ( Technology ) هي كلمة مشتقة من اللغة الإغريقية والمؤلفة من مقطعين الأول (Techno) والذي يعني الفن أو الحرفة والثاني (Logy) الذي يعني مجالات الدراسة والعلم، إذ تشمل التكنولوجيا على مدى واسع من خدمات وتطبيقات وتكنولوجيا الاتصال والإعلام مثل الحواسيب الشخصية والفيديو والأقراص المدمجة والهواتف النقالة والانترنت (النحراوي، 2009 : 147)، ومن هنا عرف

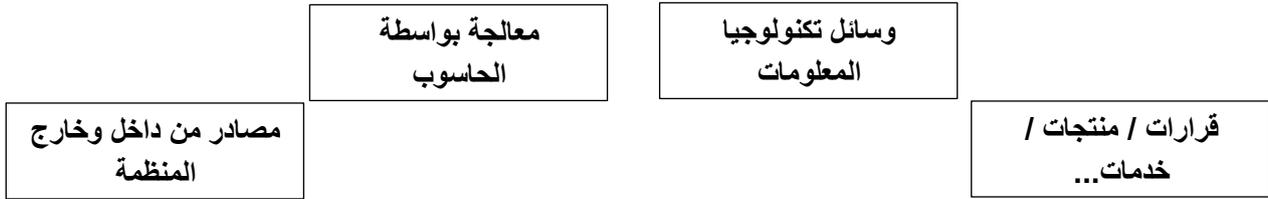
(Hellriegel et al.2001:393) التكنولوجيا بأنها (الأدوات، الإجراءات، الوسائل، التقنيات، الآلات، المكانن) المستخدمة لتحويل المدخلات (الأشياء، المواد، المعلومات) الى مخرجات متمثلة بالسلع أو الخدمات, في حين عرفها (قنديلجي والسامرائي,2002:35) بأنها التنظيم والاستخدام الفاعل والمؤثر لمعرفة الإنسان وخبرته من خلال وسائل ذات كفاءة تطبيقية عالية، وتوجيه الاكتشافات والقوى الكامنة المحيطة بنا لغرض التطوير وتحقيق الأداء الأفضل, اما(النجار ،2007: 3) فوصفها بأنها واحدة من أهم الأدوات التي يستخدمها المدير لمواجهة التحديات ووضع الاستراتيجيات سواء في وضع التجهيزات المادية لإتمام نشاط المدخلات والمعالجة والمخرجات أو في برمجيات الحاسوب التي تراقب وتعمل على تعاون المكونات المادية في نظام المعلومات, اما فيما يتصل بـ (Mckean,2012:38) فيشير إلى التكنولوجيا على أنها استخدام التقنيات الحديثة في تنفيذ مهام المنظمة وفي رسم الاستراتيجيات المستقبلية من اجل تحقيق اهداف المنظمة.

## (Information)

## -2 المعلومات:

إن العصر الحالي هو عصر المعلومات إذ تكون فيه القوة لمن يمتلك المعلومات, إذ لا تجد عملاً ناجحاً وشعاره (ما لا تعرفه لا يضررك) بل ان الاعمال الناجحة تعمل ضمن شعار (ما لا تعرفه يمكن ان يكون مصدراً للقوة التنافسية)(Stephen .et al ,2007:4), وعلى أساس ذلك يرى (Benson &Tribe, 2008:7-8) بأن التنافس يكون في المعلومات فالمنظمة الناجحة هي التي تملك أكبر قدر من المعلومات إذ نرى بأن كلمة معلومات مشتقة من كلمة علم وترجع الى كلمة معلم أي الأثر الذي يستدل به على الطريق, أما فيما يتصل بـ(قنديلجي والجنابي,2008: 30) فقد أوضحنا بأن مصطلح المعلومات مرتبط بمصطلح البيانات من جهة, وبمصطلح المعرفة من جهة اخرى, وإن المعرفة هي الحصيلة المهمة والنهائية لاستخدام المعلومات من قبل متخذي القرارات والمستخدمين الاخرين, الذين يحولون المعلومات الى المعرفة, وعمل مثمر يخدمهم ويخدم مجتمعاتهم, وكما موضح في الشكل (1), وقبل الولوج في تعريف المعلومات لابد من ذكر تعريف للبيانات حيث تعتبر البيانات هي المصدر الاساس للمعلومات لذلك عرفها (Benson&Tribe,2009:8) بأنها عبارة عن تيارات غير مجهزة من الحقائق وتكون على شكل رموز غير مفهومة من قبل المستخدم,(Garner,2012:25) فعندما تتم معالجة تلك البيانات تصبح بصورة تمكن المستخدم من تحديد الهدف والتخطيط للوصول الى ذلك الهدف, أما فيما يتصل بالمعلومات فلها عدة تعاريف حيث عرفها(Janacek &Lemmon,2011:12) بأنها البيانات التي قومت ونظمت وفسرت سواء على شكل جداول او على شكل رسوم بيانية او مصفوفات بحيث اصبحت مفيدة وذات معنى فيما يتصل بالمستخدم, وبين (Hardcastle,2011:7) بأن المعلومات هي البيانات التي تم تجهيزها حيث تكون ذات معنى وهذا يتطلب عدة عمليات لإنتاج المعلومات بالصورة المفيدة التي تنطوي على جمع البيانات ومن ثم إخضاعها لعمليات التحول من أجل خلق المعلومات ومن ثم تكوين المعرفة , وكما موضحة في الشكل (1) الذي يبين العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة من علمية الحصول على البيانات ومعالجتها وتحويلها الى معلومات وكيفية تكوين المعرفة لغرض اتخاذ القرارات الصائبة من قبل المديرين.





شكل (1) العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة

المصدر: (قنديليجي, عامر ابراهيم والجنابي, علاء الدين " نظم المعلومات الادارية" دار الميسرة للنشر والتوزيع, ط3, 2008: 31).

يتضح لنا من الشكل السابق بان المعلومات يتم الحصول عليها من مصادر خارجية ومصادر داخلية في المنظمة, وكما هو الحال فيما يتصل بمدخلات البرنامج الخاص بنا حيث تكون المصادر الداخلية هم المديرون والموظفين من ذوي الخبرة اما المصادر الخارجية فهم الزبائن (زبائن المصرف) ومن ثم تدخل تلك البيانات في عمليات تحويل من خلال الحاسوب وتكون مخرجاتها المعلومات وبعد ذلك يتم استخدام ادوات تكنولوجيا المعلومات لغرض اتخاذ القرارات المناسبة كما هو الحال فيما يتصل في برنامجنا إذ يتم الحصول على البيانات من المديرين والزبائن ويتم تحويلها بواسطة عمليات عديدة بالحاسوب ومن خلال ادوات التكنولوجيا يتم الحصول على المعلومات بشكل مفيد من قبل المستخدمين.

وعلى أساس ما تقدم نستطيع ان نعرف المعلومات بأنها عبارة عن افكار او رؤى او احداث تمت ترجمتها بواسطة الحاسوب من خلال ادوات مادية وغير مادية حيث أصبحت ذات معنى وتفيد في اتخاذ القرارات وأيضا لغرض مواجهة الاحداث او الاستفادة منها لغرض معين إذ انها تمكن المستخدم من شق طريقه من الضياع أي هي عملية ترتيب البيانات بطريقة تصبح منظور للاستدلال.

وعند الجمع بين المفاهيم السابقة لكل من التكنولوجيا والمعلومات يصبح واضح لدينا مفهوم تكنولوجيا المعلومات حيث عرف (Slack. et al,1998:282) تكنولوجيا المعلومات بأنها الوسائل التي تستخدم لجمع وخرن وتحليل ومعالجة وتوزيع المعلومات وشبكات الاتصال, اما (Loudon&Loudon,2004:14) فأشار الى انها المكونات المادية (Hardware) وغير المادية (Software) للحاسوب والبيانات (Data) وتقنيات الخزن وحفظ البيانات والمعلومات كموارد لتكنولوجيا المعلومات للمنظمات, ووصفها (Gupta&Malik,2005:311) بأنها مجموعة الأجهزة المادية والبرمجيات والاتصالات وإدارة قواعد البيانات وتكنولوجيا معالجة المعلومات الأخرى التي تستخدم جهاز الحاسوب والتي تعتمد على أنظمة المعلومات, في حين يرى (الطائي والعبادي, 2009: 51) بان تكنولوجيا المعلومات عبارة عن انطلاقة واسعة من القدرات والعناصر المختلفة في خزن ومعالجة البيانات واسترجاع وتوزيع المعلومات, ومن هذا المنطلق يرى الباحث إن تكنولوجيا المعلومات تعني دراسة وتصميم وتطوير وتنفيذ ودعم الإدارة المرتكزة على الحاسوب ونظم المعلومات وخاصة التطبيقات والبرمجيات والأجهزة في اتخاذ القرارات من خلال استخدام ادوات التكنولوجيا في صنع المعلومات والاستفادة منها في اتخاذ القرارات المناسبة.

### (IT tools)

### 3- ادوات تكنولوجيا المعلومات:

تشتمل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مدى واسع من خدمات وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال والاعلام والمعلومات, حيث شهدت المنظمات تطوراً هائلاً وسريعاً في المدة الأخيرة، وذلك بسبب تطور

تكنولوجيا المعلومات وحاجة المستفيدين من أفراد ومنظمات إلى وسائل حديثة يمكن استخدامها في الحصول على ما تحتاج إليه من معلومات(النحراوي, 2009: 148) ومن بين أهم هذه الأدوات والوسائل هي:

### 1-3- الحاسوب: (Computer)

يعرف الحاسوب بأنه جهاز أو آلة تتكون من عدد من الوحدات المستقلة التي يمكن تصنيفها على أنها وحدات ادخال (التي تعمل على ادخال البيانات للحاسوب) ووحدة المعالجة المركزية تؤدي إلى تجهيز المعلومات من خلال معالجة البيانات بواسطة البرمجيات الخاصة والعامة والذاكرة الداخلية والخارجية أما فيما يتصل بالذاكرة الداخلية والخارجية فتتم الاستفادة منها في التخزين المؤقت والدائم للمعلومات ووحدات الاخراج تعمل على إظهار النتائج بالشكل الذي يحتاجه المستخدم (Hardcastle,2011:9).

### - المراحل التطويرية للحاسوب: (The Developmental Stages of the Computer)

اتفق اغلب الكتاب والباحثين ومن بينهم (قنديلجي والجنابي, 2008: 277-283) (العاني, 2009: 88-90), و(Obrien & Marakas,2010:10) بأن تطور الحاسوب والنظام الحاسوبي قد مر بخمسة اجيال يمكن توضيحها في الجدول(1).

جدول (1) تسلسل الاجيال التي مر بها تطور الحاسوب.

الجيل	الفترة	مواصفات الجيل
الجيل الاول	(1940- 1959)	1- وفي عام 1948 انتجت شركة IBM اول حاسوب عرف باسم(IBM 604) استخدم البطاقات المثقبة في ادخال البيانات واسترجاعها من خلال وحدة بطاقات خاصة , واستمرت شركة IBM في انتاج هذا الحاسوب حتى عام 1960. 2- وفي عام 1951 تم تطوير اول حاسوب الكتروني لخدمة الاغراض التجارية ومعالجة المعلومات العامة لمصلحة مكتب التعداد السكاني في الولايات المتحدة الامريكية اطلق عليه اسم يونيفاك.
الجيل الثاني	(1959-1964)	1- استخدام الترانزيستورات بدلا من الصمامات المفرغة في بنائها. 2- تتميز حواسيب هذا الجيل على حواسيب الجيل الاول بزيادة سرعة تنفيذها للعمليات وصغر حجمها وقلة تكلفتها. 3- تطورت وازدادت قدرتها ووسائط تخزينها(الخرن الداخلي والخرن المساعد), اضافة الى سهولة استخدامها. 4- واخيرا فأن استخدام الترانزيستور قد ادى الى انخفاض تكلفة اجهزة الحاسوب الى حد كبير , مما ساعد الى انتشارها.
الجيل الثالث	(1964- 1970)	1- انها اصغر حجما , حيث ان طول الدائرة المبنية على شريحة سيليكون لا يتجاوز البوصة. 2- واقل استهلاك للطاقة الكهربائية واكثر سرعة. 3- كذلك فقد امتازت حواسيب هذا الجيل بصغر حجمها مقارنة مع حواسيب الاجيال السابقة وخفة وزنها وقلة كلفتها. 4- دقة اداء حواسيب هذا الجيل مقارنة بحواسيب الجيلين السابقين. 5- سرعتها في انجاز العمليات بالإضافة الى قدرتها التخزينية الكبيرة.
الجيل الرابع	(1970-1980)	1- التطورات الكبيرة سواء على مستوى المكونات المادية للحاسوب (Hardware) او على مستوى البرمجيات(Software) فقد تطورت صناعة المكونات والاجهزة والمواد الالكترونية بشكل كبير.

- 2- اصبح بالإمكان وضع الاف من الدوائر الالكترونية على شريحة واحدة صغيرة من السليكون (Silicon) لا تتجاوز مساحتها السنتيمتر المربع الواحد, والذي فاق عدة الاف من الترانزسترات على نفس الشريحة مما ادى الى انتاج حواسيب اصغر حجما واكثر سرعة واكبر قدرة من ذي قبل.
- 3- رافق هذا التطور تقدم وتنوع واضح في البرمجيات ايضا مما ادى الى ارتفاع ملحوظ في اساليب التعامل بين حاسوب وآخر, مما ادى الى تطور آخر في نظم شبكات الحاسوب.
- 4- من التطورات المهمة في هذا الجيل من الحواسيب ظهور ما يسمى بالمعالجات المايكروية (Microcomputer) في منتصف السبعينات, التي تحتوي على وحدة الحساب ووحدة التحكم في الحاسوب.
- 5- على اساس ما تقدم فقد تميزت حواسيب هذا الجيل بشكل عام بتطور اساليب صناعتها وبرمجتها وصغر حجمها وزيادة سرعتها وقدرتها التخزينية وزيادة طاقة وحدات الادخال والاخراج وامكانياتها وقلة تكلفتها.

(1990-1980)

الجيل الخامس

- 1- تطور الحواسيب المايكروية وظهور حواسيب صغيرة الحجم التي يكثر استخدامها في المنظمات والشركات صغيرة الحجم او في المكاتب من قبل شخص واحد لذا سمي بالحاسوب الشخصي (Personal Computer).
- 2- وقد رافق ذلك تطور آخر في انظمة المعالجة, وتطبيق ما يسمى بنظم ادارة قواعد البيانات (Database Management System) والذي يسعى الى مساعدة المديرين في اتخاذ القرارات, عن طريق جعل البيانات التفصيلية اللازمة جاهزة للاستعمال, وتسهيل عملية تبادل المعلومات بين المنظمات, عن طريق نظم المعلومات الادارية.
- 3- وفي اتجاه آخر, فقد جرى تطوير حواسيب عملاقة ذات قدرات هائلة للقيام بالعمليات الحسابية والمنطقية تصل الى اكثر من (500) مليون عملية حسابية في الثانية الواحدة, وتميز هذا النوع من الحواسيب امكانياتها الهائلة في معالجة العمليات الحسابية الرقمية الضخمة, التي تتطلب الدقة والتكرار, والتي تتطلب وقتا طويلا اذا جرى حلها بواسطة الحواسيب العادية.
- 4- تطوير حواسيب لها قدرات متطورة لمعالجة المسائل اللارقمية, والتي تقع ضمن تطبيقات الذكاء الصناعي ويعتمد هذا الذكاء على مبدا امكانية محاكاة دماغ الانسان.
- 5- وبالإضافة مجالات تطبيقات نظم الذكاء الصناعي والانظمة الخبيرة فقد ظهرت تكنولوجيا معالجة الصوت والانسان الالي وحل المشكلات واللغة الطبيعية.

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات المذكورة.

## ( Software )

## 3-2- البرمجيات :

ادى التعقيد المتزايد في بيئة الاعمال الى ظهور مجموعة واسعة من البرمجيات المصممة لمساعدة الاعمال بأنواعها كافة وتستمد قيمتها من توفير المعلومات (Benson&Tribe,2009:8), وهذا يعني ان المفهوم البسيط للبرمجيات (العاني,2009: 125) هو مجموعة من الاوامر التي تكتب بواسطة المبرمج لعمل التوافق بين الانسان والماكنة او الحاسوب, هذا المفهوم للبرمجيات بدأ يتوسع شيئا فشيئا ليشمل مدى اوسع واشمل وخصوصا للتطور الذي رافق الحواسيب من حيث المعدات المادية والبرمجية, أما (تعلم, 2011: 84) فقد عرف البرمجيات بأنها كافة المكونات غير المادية التي يعتمد عليها الحاسب الالي التي تشتمل على النظم والبرمجيات الاساسية والمطلوبة التي تجعل من الحاسب شيئا مفيدا .

### 1-2-3- التطور التاريخي للبرمجيات: (The Historical Development of the Software)

البرمجيات حديثة العهد بمفهومها الجديد وتطورها السريع وهي كذلك تمتد الى تاريخ قديم حيث كانت البدايات منذ مئات السنين. وفيما يأتي تصور للأجيال التي مر بها التسلسل التاريخي للبرمجيات (العاني, 2009: 127-129) وكما في الجدول (2).

جدول (2) تسلسل الاجيال المتعاقبة لتطور البرمجيات

صفات الجيل	الجيل
استخدمت هذه اللغة في بداية الخمسينات (1950) وهي لغة الماكينة او أوطى مستوى للبرمجة وان جميع الاوامر والبيانات هنا تعطي بالصدر والواحد وهي لا تحتاج الى مترجم لتجميع البيانات حيث تدخل الاوامر عن طريق مفاتيح الادخال الامامية لنظام الحاسوب ومن اهم مواصفات هذه اللغة انها تكتب وتنفذ بشكل كفوء وسريع حيث تنفذ بشكل مباشر من قبل وحدة المعالجة المركزية اضافة الى ان هذه اللغة تنفذ بدون تفاعل مع المستخدم.	الجيل الاول للبرمجيات
استخدمت هذه اللغة في منتصف الخمسينات وهي لغة التجميع وهذه اللغة تستخدم الرموز لتمثيل البيانات والاوامر وترتبط هذه اللغة مع لغة الماكينة ومع الهيكلية الداخلية لنظام الحاسوب وتسمى لغة المستوى الواطى لارتباطها الوثيق بلغة الماكينة في بادئ الامر احتوت هذه اللغة على العمليات الحسابية الاساسية ثم التطور الامر ليشمل وظائف كثيرة وتطبيقات واسعة.	الجيل الثاني للبرمجيات
استخدمت هذه اللغة في بداية الستينات وهي لغة برمجية يكون التعامل بها مع المستخدم وهي تعتبر بدايات لغة المستوى العالي, ومن الامثلة على هذه اللغة هي فورتران وكوبول وباسكال وسي وهي تستخدم لخدمة تطبيقات واعمال كثيرة, كل لغة من هذه اللغات تحتاج الى مترجم خاص بها.	الجيل الثالث للبرمجيات
استخدمت هذه اللغة مع بداية السبعينات وهي لغة برمجية يكون التعامل معها اسهل بالنسبة للمستخدم وتقترب اكثر من اللغات الطبيعية وهي تعتبر من لغات المستوى العالي , حيث صممت هذه اللغات لتقلل الجهد والوقت والكلفة والتطوير او انتاج البرامج.	الجيل الرابع للبرمجيات
استخدمت هذه اللغة في بداية التسعينات وهي لغة برمجية يكون التعامل بها اسهل بكثير مع المستخدم, وهي تعتمد على برمجة القيود حيث ان العلاقات بين المتغيرات تكون على شكل قيود بدل من الخوارزميات والبرامج, ومن هذه اللغات الجافا ولغات البرمجة المرئية ولغات (net) ولغات (#) ولغات الموبايل وغيرها.	الجيل الخامس للبرمجيات
لو نظرنا الى التطور الذي رافق لغات البرمجة سواء من ناحية البرمجة او من ناحية قواعد البيانات وظهر لغات تدمج بين الاثنين, والتوجهات الحديثة تروم الى جعل الحاسوب يقوم بعملياته كافة بمجرد ادخال الاوامر, وما ادخلت من برامج في معالج الصوت والكلام دليل على ذلك فربما يصل الحاسوب الى التعامل مع اللغات الطبيعية بشكل مباشر.	الجيل القادم

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات المذكورة.

### (Types of Software)

### 2-2-3 أنواع البرمجيات:

اتفق اغلب الكتاب والباحثين ومن بينهم (Stair&Reynolds,2008:128-129), (Brown. et al ), (2009:48-50), (جرادات والعجلوني, 2009: 16-17), (قنديلجي والجنابي, 2009:295-296), (مكليود وشيل, 2009:384-389), (الزعبى وآخرون, 2011:26-27), (Hardcastle,2011:13) ان البرمجيات تقسم على نوعين رئيسيين هما:-

#### (Operating System Software )

#### 3-2-2-1 برمجيات نظم التشغيل:

هي مجموعة البرامج التي تتخاطب مباشرة مع وحدات الحاسوب المادية (Hardware). وهناك نوعان من نظم التشغيل ، هما: نظام الدوس Dos، وهي اختصار لعبارة Disk Operating System، وهو أقدم نظام أنتجته شركة المايكروسوفت، وهذا النظام يتطلب إدخال أوامر للحصول على النتائج المطلوبة، وقامت الشركة بتطوير نظام جديد لا يحتاج إلى حفظ الأوامر وتذكرها للحصول على المعلومة المطلوبة، اما النظام الثاني هو نظام النوافذ (Windows)، الذي يسهل عملية التعامل مع الحاسوب من خلال اختيار الأوامر المعروضة على شكل "أيقونات" (Icons). وتعتبر برامج التحكم في أجهزة وشبكات الاتصال وبرامج التحكم في وسائط التخزين من أنواع هذه البرمجيات، ويقوم بتطوير هذا النوع من برمجيات النظم مبرمجون مختصون في علوم الحاسوب وهندسة البرمجيات وهندسة الحاسوب. وتقسم برمجيات نظم التشغيل الى:

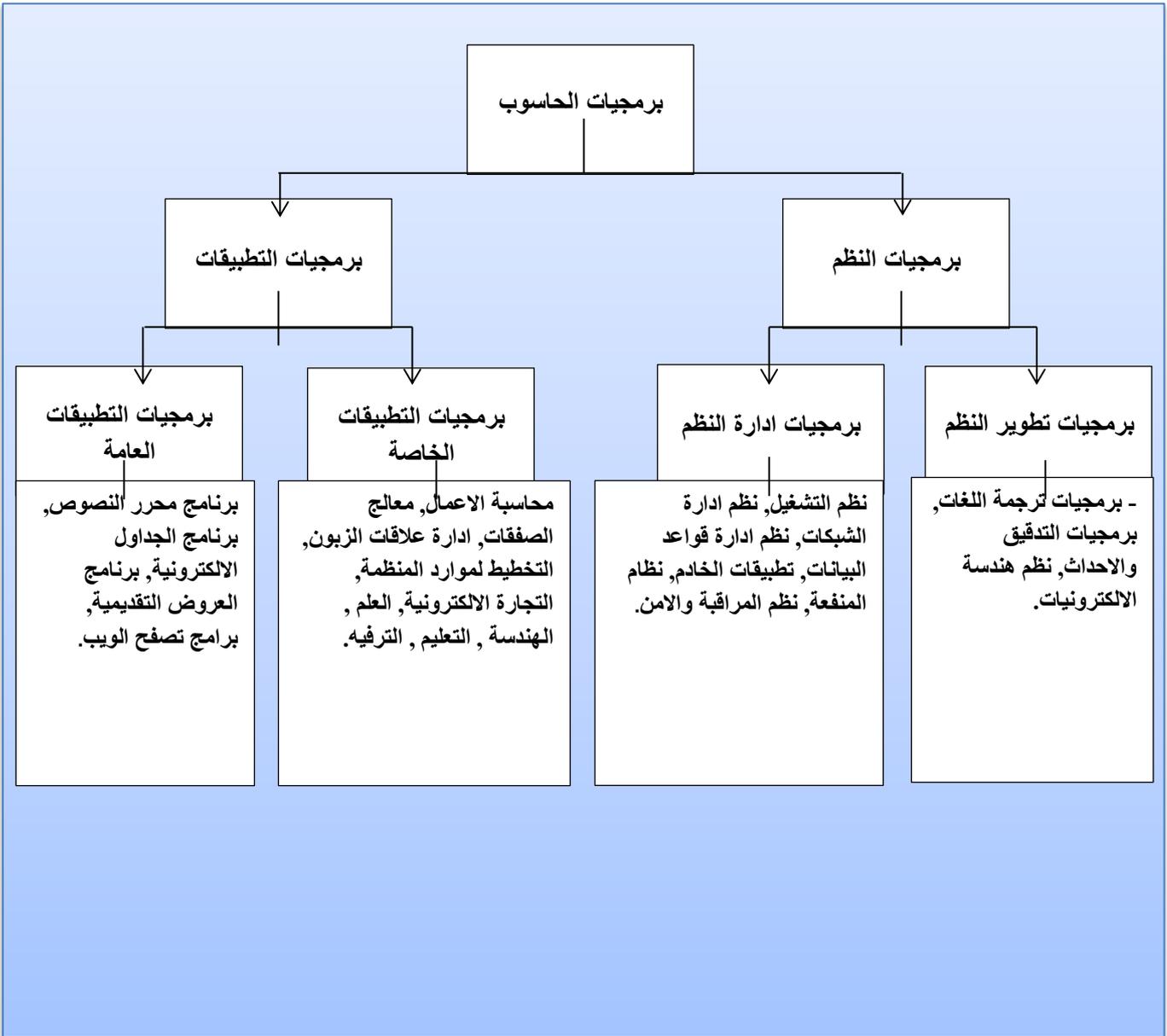
- برمجيات تطوير النظام: التي تتمثل بـ(برمجيات ترجمة اللغات, برمجيات التدقيق والاحداث, نظم هندسة الالكترونيات )
- برمجيات ادارة النظام: وتتمثل بـ(نظم التشغيل, نظم ادارة الشبكات, نظم ادارة قواعد البيانات, تطبيقات الخادم, نظام المنفعة, نظم المراقبة والامن).

#### (Application Software )

#### 3-2-2-2 البرمجيات التطبيقية:

تقوم البرمجيات التطبيقية بتشغيل بيانات المنظمة, ويوجد نوعان رئيسان من البرمجيات التطبيقية والتي يتعامل معها المستخدم وهي :

- برامج التطبيقات الخاصة وتتمثل بـ(محاسبة الاعمال, معالج الصفقات, ادارة علاقات الزبون, التخطيط لموارد المنظمة, التجارة الالكترونية, العلم , الهندسة , التعليم , الترفيه).
  - برامج التطبيقات العامة وتتمثل بـ(برنامج محرر النصوص, برنامج الجداول الالكترونية, برنامج العروض التقديمية, برامج تصفح الويب) وغيرها من برامج تطبيقية تستخدم كوسيط لنقل أوامر المستخدم إلى برمجيات نظم التشغيل.
- والشكل (2) تصوير مفصل لأنواع البرمجيات.



المصرفية ولا يتعامل مع موضوع اخر وانما صمم خصيصا لتفوييم جودة الخدمة المصرفية.

### (Brinware)

### 3-3- الموارد البشرية:

نجد ان اغلب الكتاب والباحثين في مجال تكنولوجيا المعلومات يتفقون على اهمية العنصر البشري في إدارة وتشغيل نظم المعلومات، وهذه الأهمية تفوق على نحو كبير أهمية المستلزمات الأخرى من أدوات تكنولوجيا المعلومات كالأجهزة والبرمجيات، فالعنصر البشري هو المشغل والمسيطر على المستلزمات الأخرى، ويتفق اغلب الباحثين والمختصين إن اغلب حالات الفشل الحاصلة في البنية التحتية للمعلومات سببها إخفاق الموارد البشرية في إنجاز نشاطها المطلوب، وعلى الرغم من أهمية التسهيلات المادية كالحاسيات وتقنيات الاتصالات وشبكات الحاسوب والبرمجيات الا ان هذه المستلزمات تكون غير ذي فائدة من دون الموارد البشرية في إدارة وتشغيل المعلومات في تحديد فرص الاستفادة منها أو استثمار هذه الفرص، ومن هؤلاء الافراد ما يطلق عليهم بالمستخدمين النهائيين End Users ومن الممكن ان يكونوا كتبة وسكرتارية واطباء أو مديرين وكذلك الاختصاصيين والفنيين والمسؤولين عن تشغيل النظام وادامته ومنهم محللو النظام System Analyses

ومطورو البرمجيات Software Developers ومشغلو النظام System Operators. (الطائي، 2000 : 109).

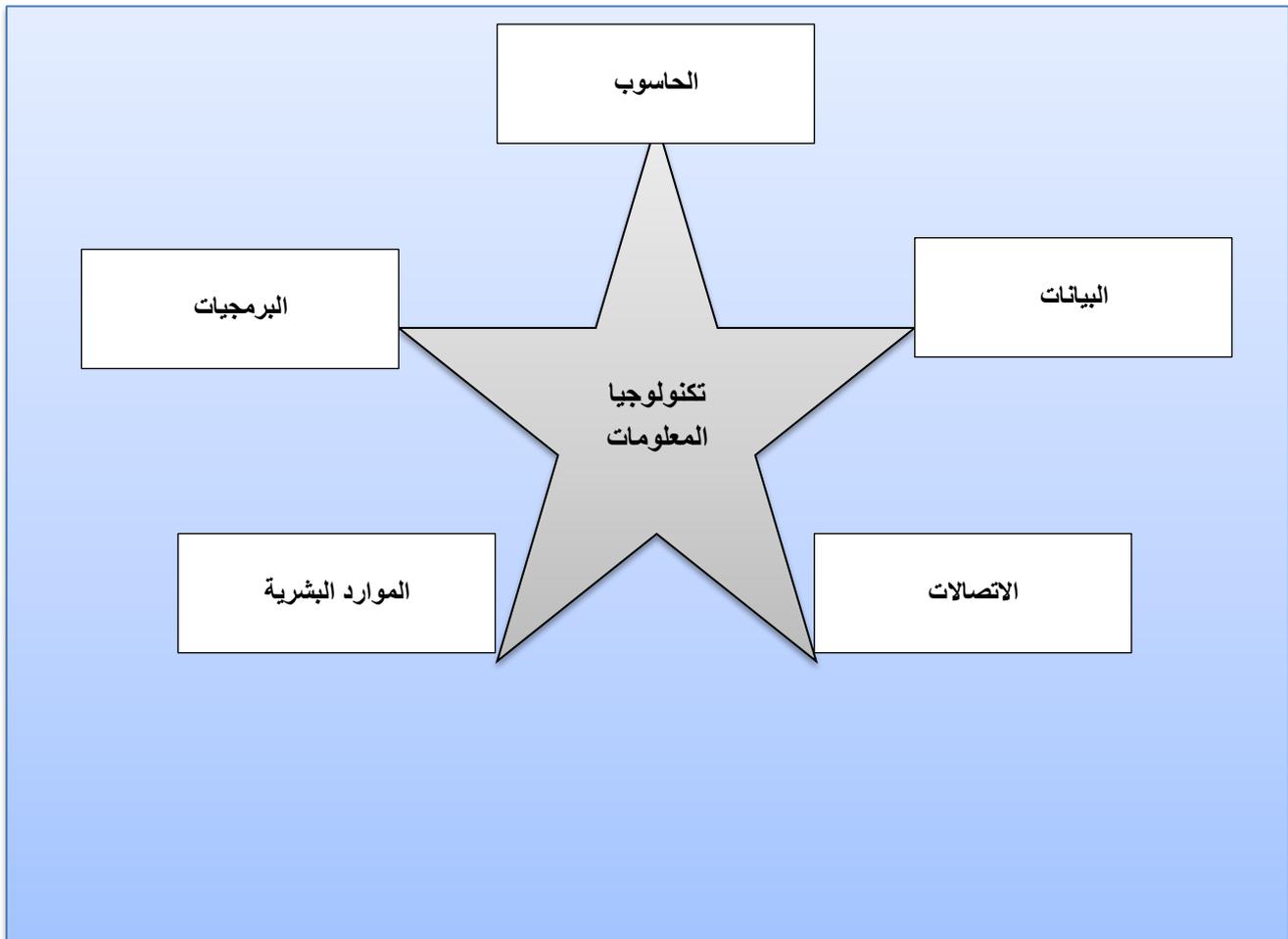
### 3-4- البيانات: (Data)

البيانات هي اكثر من ان تكون المواد الاولية لنظم المعلومات وتشير الى الحقائق والارقام والحروف والخرائط والاشارات التي تعبر عن فكرة ما او ظرف ما وتُعد من الموارد ذات القيمة العالية في المنظمة, وتكون مرتبة بناءً على علاقات محددة ومعروفة مسبقا بين انواع محددة من البيانات ذات العلاقة بالأعمال او الحالات او المشاكل, لذا فإنها يجب ان تستثمر وتدار بشكل فعال لكي تؤمن فائدتها للمستخدم النهائي في المنظمة (O' brine ,2000:10).

### 3-5- الاتصالات: (Communication)

تشتمل الاتصالات على الوسائل والطرق التي تهتم بنقل الافكار بين اطراف عملية الاتصال وتبادلها مما يؤدي الى تحقيق الاهداف, ومن اهداف تطبيق نظام الاتصالات في المنظمة تسهيل تدفق البيانات في قنواتها المختلفة على النحو الذي يسمح بوصولها الى مكان معالجتها في الكم والوقت والنوع والدقة المناسبة وتتكون الاتصالات من الاتصالات بعيدة المدى, ومختلف انواع الشبكات, مثل الانترنت, والشبكات الداخلية مثل الانترنت, والشبكات الخارجية مثل الاكسترانت, التي اصبحت مهمة في ادارة الاعمال الالكترونية الناجحة(الدويك, 2010: 46).

وفي الختام يمكن طرح الشكل (3) لتوضيح ادوات تكنولوجيا المعلومات وعلاقتها ببعضها .



من خلال النظر الى الشكل (3) نستطيع القول ان تكنولوجيا المعلومات تتكون من خمس ادوات تعمل بشكل متجانس وتكون مكملة احداها الاخرى.

## ثانياً: نظم المعلومات الادارية المحوسبة

### (Computerize Management Information Systems)

استخدام مصطلح نظم المعلومات الادارية المحوسبة (CMIS) الذي كثيراً ما يصطلح عليه نظم المعلومات المعتدة على الحاسوب (Computer Based Information System) فهو النظام الذي يعتمد على المكونات المادية (Hardware) والمكونات البرمجية (Software) في معالجة البيانات (Data) ومن ثم بث واسترجاع المعلومات (قنديلجي والجنابي, 2008: 28) اذ نجد ان هذه النظم تجمع ما بين تقنية المعلومات وعلوم الحاسبات والإدارة هدفها بناء أنظمة حاسوبية تكنولوجية تعمل على مساعدة المنظمات المختلفة للقيام بأعمالها، وتقوم بعدة وظائف، المساعدة المكتبية، القيام بالمهام المحاسبية، تنظيم الاجتماعات، وكل ما يساعد مدراء المنظمات في عملية اتخاذ القرار والتخطيط للحصول على الموارد لسير عمل المنظمات، و إن استخدام المنظمات للنظم الحاسوبية في العمليات الإدارية يخفف من المصاريف المالية والأعباء على الموظفين، وتتغلب على العديد من سلبيات العمل البشري الذي قد يتسبب بها الملل من العمل الروتيني أو عدم وجود الحوافز المعنوية اللازمة (Askenas & Westelius, 2003: 209), و إن امتلاك المنظمات لنظم المعلومات المحوسبة يزيد من القدرة التنافسية لها في بيئة العمل، ولكي نخرج بمنظور واسع عن نظم المعلومات الادارية المحوسبة لا بد من توضيح مفهوم كل من (نظم المعلومات, نظم المعلومات الادارية المحوسبة)

#### (Information system)

#### 1- نظم المعلومات :

اكتسبت نظم المعلومات اهميتها كون المنظمات المصرفية هي اكبر المستثمرين في نظم المعلومات وتقنيات المعلومات لما لها من اهمية في رفع كفاءة المصرف وفي تقديم الخدمات وتحقيق الاهداف وتحسين الانتاج وتمييز خدمة الزبون ( Gupta & Collins, 1997: 10), وعلى اساس ذلك عرف (Kotler, 1997: 109) نظام المعلومات بأنه النظام المتكون من الأفراد والمعدات والإجراءات لغرض تصنيف، تحليل وتوزيع المعلومات وبالذقة المطلوبة لصانعي القرار (المستخدمين) (8: 2000 Post & Anderson), إذ نجد ان المستخدمين يحتاجون الى معلومات حديثة مواكبة للأحداث الجارية وللتواصل مع المنظمات الاخرى ومع الزبائن, مستخدمين وسائل متنوعة لغرض الوصول الى تلك المعلومات خاصة وان هدف نظام المعلومات الإدارية هو تزويد متخذي القرارات بالمعلومات العالية الجودة إذ تساعد هذه المعلومات على الابداع في اتخاذ القرارات (Delone & Mclean, 2003: 11), والسبب ان جودة النظام وجودة المعلومات تؤثران معاً أو كلاً على افراد في استخدام وقناعة او رضا المستفيد عن النظام فضلاً عن ذلك هناك تأثير متبادل بين الاستخدام وقناعة المستفيد سواء تأثير إيجابي ام سلبي، إذ إن النظام الذي يحقق رضا وقناعة المستفيد يتوقع ان يستخدم

بشكل اكثر من النظام الذي لا يحقق هذه القناعة، وإن الاستخدام وقناعة المستفيد لهما تأثير في الأداء الفردي ومن ثم في أداء المنظمة، اما (Gupta&Malik,2005:311) واتفق معه(O'Brien&Marakas,2010:4) فوصفا نظم المعلومات بأنها النظم التي تستخدم البرمجيات والموارد البشرية والمعدات والآلات وشبكات الاتصال من اجل هدف مشترك (Hardcastle,2011:8)، وهذا الهدف من هذا النظام هو لتلقي المدخلات وتحويلها الى مخرجات تتم الاستفادة منها لغرض معين او لتحقيق هذا الهدف لهذا نجد ان المصارف في الوقت الحالي بدأت تتنافس على تحقيق الجودة في المعلومات.

## 2- مكونات نظم المعلومات: (IS Components)

ان اي نظام يتكون من خمسة مكونات اساسية هي (المدخلات, التشغيل او المعالجة, المخرجات, التغذية العكسية, الرقابة على النظام) وكما موضحة: (الحميدي وآخرون,2009: 12), (O'Brien&Marakas,2010:31-32), (Stair &Reynolds,2010:254 )

### 2-1- المدخلات : (Input)

تتكون مدخلات نظام المعلومات المعتمدة على الحاسوب من اي بيانات يتم ادخالها من خلال وسائط ادخال الحاسوب, ويمكن ان تأتي المدخلات عن طريق التليفون او عن طريق الاقمار الاصطناعية وايضا البيانات الارشيفية المخزنة في الحاسوب.

### 2-2- التشغيل (المعالجة) : (Process)

تتكون عملية التشغيل لأي نظام معلومات من الذاكرة او ما يسمى بعقول الحاسبات والتي غالبا ما تسمى وحدة التشغيل المركزية CPU فحينما نذكر الحاسوب فأننا نعني CPU وهي جزء من النظام حيث يتم التأثير على البيانات الخام ونقلها وتحويلها الى بيانات نافعة ومفيدة ويتم توزيعها على صانعي القرارات من ذوي الصلة بالمنظمة من خلال عمليات المعالجة.

### 2-3- المخرجات: (Output)

ان المخرجات هي جزء من النظام والتي تعني الحصول على النتائج في شكل معلومات, وتأخذ المخرجات اشكال عديدة منها الورقية والنقل الالكتروني او بواسطة الاقمار الاصطناعية او على شكل اقراص مدمجة او من خلال اجهزة العرض وغيرها من وسائل الاخراج.

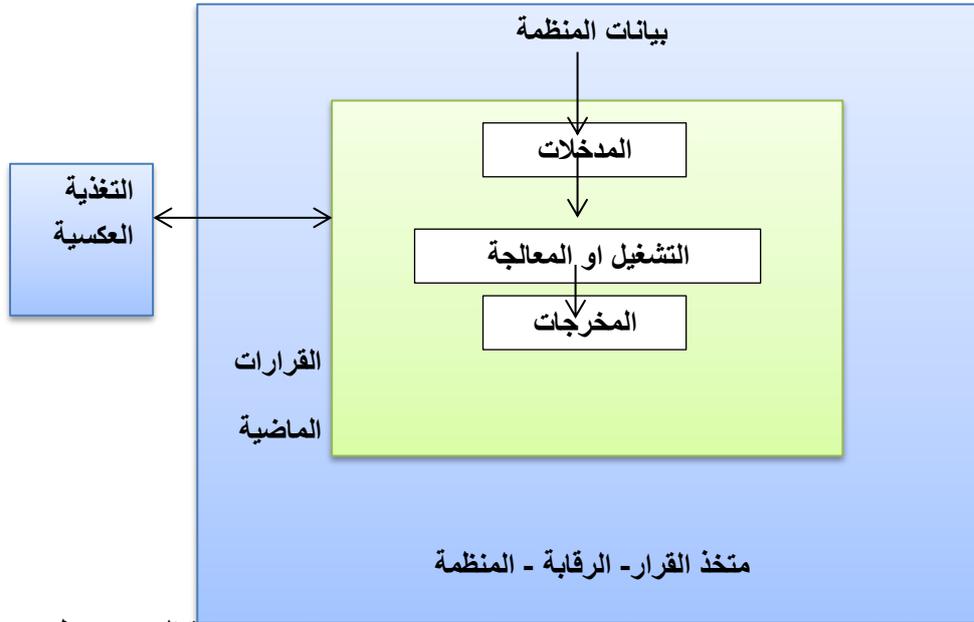
### 2-4- التغذية العكسية: (Feed back)

عادة ما تسمى بالتغذية المرتدة اي المعلومات او النتائج المرتدة وهي عملية مهمة جدا لأنها توضح هل ان العمل الذي تم انتاجه قد اوفى بالغرض أو لا؟ والغرض من التغذية المرتدة هو كشف الانحرافات ومحاولة اصلاحها.

### 2-5- الرقابة او السيطرة: (Control)

وفيما يتصل بالرقابة او السيطرة فالمقصود بها عملية مراقبة ومتابعة النظام هل يسير النظام بما هو متوقع ام توجد انحرافات لابد من تصحيحها؟. والشكل (4) ويوضح مكونات النظام وكيف تجري العمليات في النظام.





المصدر: جاد الرب سمير محمد " نظم المعلومات الاداريه \_ الاساسيات والتطبيقات الاداريه " جامعة فناة السويس, ط1, 2009 : 60.

وعلى اساس ما تقدم اصبح بإمكاننا تعريف نظم المعلومات الادارية المحوسبة بأنها مجموعة من المكونات المادية للحاسوب (Hardware) وغير المادية (Software) والموارد البشرية التي تعمل متناسقة ومكاملة بعضها بعضاً على استقطاب البيانات من مواردها الخاصة ومعالجتها وتخزينها ونشرها حسب الاختصاصات على شكل معلومات تفيد في صنع القرارات ومن خلال وحدات الاخراج الموجودة في الحاسوب.

### 3- انواع نظم المعلومات المبنية على الحاسوب : (Types of Information Systems Based on Computer)

لقد ادى تعقد بيئة الاعمال المعاصرة الى اتساع دائرة القرارات التي ينبغي اتخاذها تحت ظروف عدم التأكد، وهنا يتم النظر الى نظم المعلومات المبنية على الحاسوب بوصفها اطاراً لدعم تآلف العلم وتكامله مع خبرة المدير لموائمة وتطوير وتكييف وفحص واختبار بدائل للتصرف واتخاذ القرار المناسب لحل المشكلة التي يواجهها المدير (Robert & Wood, 2010:178)، وفيما يأتي ملخص لأنواع نظم المعلومات المبنية على الحاسوب وهي:

#### 3-1 نظم معالجة المعاملات: (Transaction Processing Systems –(TPS))

نظام معلومات محوسب يعالج ويسجل البيانات الناتجة عن أحداث مبادلات الأعمال الروتينية اليومية الضرورية لإدارة الاعمال، وتخدم المستوى التشغيلي في المنظمة بجعل المعلومات متوافرة للمستخدمين داخل المنظمة وخارجها حين طلبها على شكل تقارير للمستخدم، و تُعالج نظم معالجة المعاملات الآلاف من المعاملات التي تحدث كل يوم في العديد من وظائف المنظمة سواء في المبيعات، أو المدفوعات، أو المقبوضات، أو المخزون، أو مدفوعات العمال، و تنتج الوثائق لنتائج معالجة المعاملات (Turban & Volonino, 2010:43).

#### 3-2 نظم المعلومات الادارية: (Management Information systems (MIS))

ان المجال الاساس لنظم المعلومات الادارية ينطوي على المهام الادارية، من تنبؤ بالسوق والعملية التسويقية وادارة قواعد البيانات وصُممت لخدمة وظائف المستوى الاداري، إذ نجد إن نظم المعلومات الادارية

تخدم المستوى الاداري في المنظمة عن طريق تزويد المديرين في الادارة الوسطى بالتقارير الفورية عن الاداء الحالي والتقارير التاريخية، وتخدم نظم المعلومات الادارية وظائف التخطيط والمراقبة واتخاذ القرار في المستوى الاداري (Technologies, 2012:25), (Baltzan, 2012:13).

### 3-3- نظم دعم القرار: (Systems Decision Support(DSS))

نظم دعم القرار هي نظم وجدت اساسا لمساعدة صانعي القرارات على تحليل وتقييم العوامل المعقدة وتقييمها قبل التوصل الى القرار. يقوم هذا النظام على أساس إعطاء المستفيد النهائي أدوات مفيدة للتحليل، إذ يُمكنه دمج عدة نماذج مختلفة لتكوين نماذج متكاملة، ويعمل هذا النظام على تقديم الدعم المباشر للإدارة الوسطى والعليا، لان هدفه الاساس هو مساعدة صانعي القرار على الاختيار من بين الخيارات وتصميم اطار عمل جيد للمنظمة من قبل ادارتها(Bhatia,2011:1368).

### 3-4- نظم أتمته المكاتب: (Office automation systems(OAS))

يعني هذا النظام استخدام الآلات والاجهزة في اداء مهام اعمال المكاتب الادارية التي كانت عادة تؤدي بواسطة الانسان والهدف من ذلك انجاز العمل بسرعة واتقان اكبر وتحسين فاعلية الاتصالات والمعلومات داخل المكاتب وبين المكتب والبيئة التنظيمية الداخلية وبين المكتب والبيئة الخارجية(حريم, 2003: 225).

### 3-5- نظم العمل المعرفي : (Knowledge work systems(KWS))

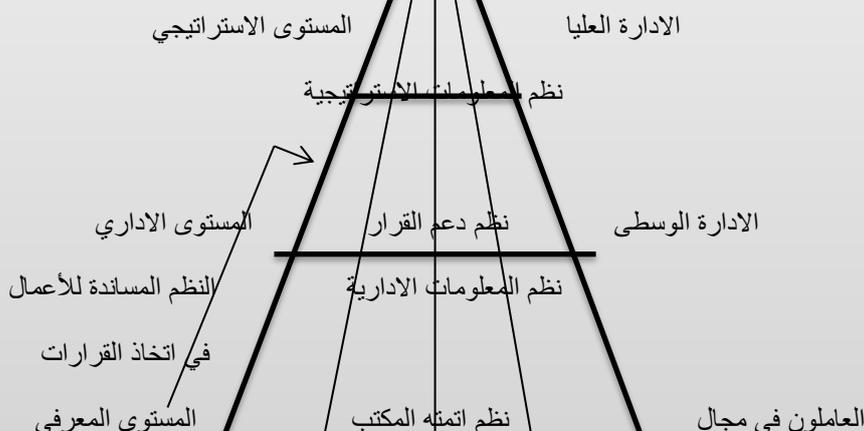
تتعلق بإدارة كل ما يتعلق بالمعرفة من الحصول على البيانات وعمليات معالجتها وتنظيمها ومعالجتها و تخزينها وتوفيرها لمستخدميها على شكل معلومات مفيدة لغرض اتخاذ القرارات من قبل اصحاب الشأن(Robert&wood,2010:178).

### 3-6- نظم دعم الادارة العليا: (management support systems(MSS))

وهي من احدث نظم المعلومات ومعدة لمساندة الادارة العليا في المنظمات وتعتمد على توافر حاسوب لكل مدير، وترتبط الحواسيب الشخصية مع بعضها البعض شبكيا ويشتمل الحاسوب الشخصي على معلومات خاصة بالمستفيد بالإضافة الى امكانية الوصول الى معلومات الموجودة في الحاسوب الرئيس الذي يقوم بتلخيص هذه المعلومات وعرضها بطرق محددة مسبقا، ويساعد نظام دعم الادارة العليا مستخدم النظام من متابعة اعمال المنظمة بسهولة ودقة عالية(حريم, 2003: 224), والشكل (5) يوضح تصوير مفصل لأنواع نظم المعلومات المبنية على الحاسب وعلاقتها بالمستويات الادارية.

التخطيط الاستراتيجي للمنظمة

السيطرة على الانتاجية





شكل(5)تصوير مفصل لأنواع نظم المعلومات الادارية المحوسبة وعلاقتها بالمستويات الادارية.

Source : O'Brien, James. A.& marakas ,George .m. "introduction to information system" mc  
graw-hill Irwin, 15 Ed ,2010:30.

يتضح من خلال الشكل السابق ان للمنظمة اربعة مستويات ادارية لكل مستوى النظم التي تخدمه إذ نلاحظ ان المستوى الاول هو نظم المستوى التشغيلي: وهي نظم تشغيلية تعمل على مراقبة النشاطات المختلفة والمعاملات التجارية في المنشأة من تسويق، إنتاج وتصنيع، مالية ومحاسبة، وموارد بشرية، وما تحويه من نظم فرعية لمعالجة الحركات المختلفة المتعلقة بها، اما نظم المستوى المعرفي: يقوم على ادارة الحصول على المعرفة من خلال البحث عن البيانات وتحويلها الى المعلومات التي تفيدة في كسب المعرفة واستخدام الحاسبات في ادارة العمل داخل المكتب، فيما يتصل بالمستوى المستوى يضم نظم المستوى الإداري: هي نظم معلومات على مستوى مراقبة الإدارة تعمل على دعم، مراقبة، ومراجعة، اتخاذ القرار، وإدارة الأنشطة في الإدارة الوسطى، وغالباً ما تدعم هذه النظم القرارات شبه المهيكلة، واخيرا نظم المستوى الاستراتيجي: هي نظم معلومات تدعم نشاطات التخطيط طويل الأجل والاستراتيجي للإدارة العليا، إذ تأخذ هذه النظم في الاعتبار البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة وغالباً ما تدعم هذه النظم القرارات غير المهيكلة(النجار,2010:6).

#### 4- العلاقة بين نظم المعلومات ومستويات اتخاذ القرارات بالمنظمات:

### *(The Relationship Between Information Systems and Decision Making Levels of Organizations)*

هناك علاقة قوية بين القرارات التي تتخذها المنظمة والمعلومات المطلوبة فالقرارات الاستراتيجية او التكتيكية او التنفيذية هي التي تحدد مستوى وحجم ونوعية المعلومات المطلوبة، اي يمكن القول ان هناك علاقة بين اهداف وقرارات المنظمة اللازمة ( جاد الرب, 2009: 185). وكما موضحة في الجدول (3).

جدول (3) خصائص المعلومات المطلوبة على وفق المستويات الادارية

المستوى الاستراتيجي	المستوى التكتيكي	المستوى التنفيذي	خصائص المعلومات
اقل من متوسط	متوسط	مرتفع	1- مدى اعتماد نظام المعلومات على الحاسبات.

متوسط	مرتفع	مرتفع جدا	2- مدى الاعتماد على المعلومات الداخلية بالمنظمة.
مرتفع جدا	متوسط	منخفض	3- مدى الاعتماد على المعلومات الخارجية.
مرتفع جدا	متوسط	منخفض جدا	4- درجة اختصار او تلخيص البيانات.
متوسط	مرتفع	مرتفع جدا	5- درجة الاحتياج الفوري للبيانات.
مرتفع	متوسط	منخفض	6- درجة الحاجة الى الرسوم والصور الالكترونية.
متوسط	مرتفع	مرتفع جدا	7- الاستخدام المبكر للمعلومات.
مرتفع جدا	مرتفع	منخفض	8- استخدام المعلومات في التنبؤ.
منخفض	متوسط	مرتفع	9- درجة الحاجة الى المعلومات التاريخية.
مرتفع جدا	مرتفع	منخفض	10- اهمية المعلومات.

المصدر: جاد الرب, سمير محمد " نظم المعلومات الادارية \_ الاساسيات والتطبيقات الادارية" جامعة قناة السويس, ط1, 2009, 185 :

## 5- تطور مساعدات القرار للأنظمة المحوسبة: (Development assistance decision Computerized Systems)

لقد استخدمت الحاسبات كأدوات لدعم اتخاذ القرار الاداري لأكثر من ثلاثة عقود وكما في الجدول (4) يبين تلخيصا لتطور الاجراءات المحوسبة, التي استخدمت كوسائل مساعدة في اتخاذ القرار.

جدول (4) تلخيص لتطور الاجراءات المحوسبة

المرحلة	الوصف	امثلة على الادوات
مبكرة	تحسب الارقام, تلخص , تنظم.	الحاسبات, برامج الحاسوب, نماذج احصائية, نماذج علوم ادارة بسيطة.
متوسطة	تجد, تنظم, وتعرض المعلومات وثيقة الارتباط بالقرار.	نظم معالجة قاعدة البيانات, نظم المعلومات الادارية نظم الفهرسة, نماذج علم الادارة.
حالية	تعمل حسابات على معلومات وثيقة الصلة بالقرار, تنظم وتعرض النتائج, وتحلل ماذا - لو تتفاعل مع صانعي القرار لتسهيل شرح وتنفيذ خطوات ذهنية في تقدم صنع القرار.	الانظمة الخبيرة, نظم المعلومات التنفيذية.
بدا حديثا	الحالات المعقدة, ممتد لصنع القرار الجماعي وتعلم الالة.	الجيل الثاني للأنظمة الخبيرة, نظم دعم القرارات الجماعية, الحاسبات العصبية.

المصدر: السالمي علاء عبد الرزاق " تقنيات المعلومات الادارية" دار وائل للنشر والتوزيع, ط1 , 2001 , 54.

## 6- مراحل بناء نظام المعلومات الادارية المحوسب: (Stages of Establishment a computer-based information)

اتفق اغلب الكتاب والباحثين من بينهم (Walls Et al.2001:43-44), (الصيرفي وحامد, 2006:-:125 (123), (Baltzan,2012:44) ان معظم نظم المعلومات يتم انشاؤها من خلال عملية منظمة, حيث يتم تصميم

النظام من خلال المتخصصين والمبرمجين وايضا بمشاركة المستخدمين, ويقصد بالمستخدمين الافراد الذين سوف يستخدمون ويتفاعلون مع النظام خاصة متخذي القرارات في المنظمات, ويظهر الشكل (6) مراحل بناء نظام المعلومات المبنية على الحاسوب وكما يأتي:-

### 6-1- بحث ودراسة النظم : (Systems Investigation)

ان الطور الاول عند وضع نظم المعلومات وبنائها هو القيام بجانب التحليل والتقصي والدراسة, إذ تقوم المنظمة بتحديد اي المشكلات والفرص التي تحتاج الى نظم معلومات بالإضافة الى القيام بدراسات الجدوى لتحديد اي نظم المعلومات الجديدة سوف تكون مطلوبة, وعندما تتحقق المنظمة من حاجتها لنظم المعلومات المناسبة وذات الجدوى العالية, فإنها تقوم بوضع خطة لإدارة مشروع نظم يحصل على موافقة الادارة العليا, وفي بعض التطبيقات العملية قامت المنظمات ببحث واستقصاء نظم المعلومات من خلال حاجتها لها, كما وجدت انا تكنولوجيا المعلومات تستطيع ايجاد الوسائل المناسبة والمعاونة في اعادة تصميم المنظمة وطرق العمل بها.

### 6-2- تحليل النظم: (Systems Analysis)

يقصد بتحليل النظم ذلك التقويم الاجرائي للعمليات المنظمة لاكتشاف وفهم مجالات العمل الرئيسة وتشمل مرحلة تحليل النظم مجموعة من المجالات الرئيسية وهي:

- الطرق والاجراءات
- البيئة التنظيمية
- اهداف النظم
- الموارد والقيود
- مدخلات النظم
- وظائف المعالجة
- مخرجات النظم
- مقاييس الرقابة ومعايير الاداء

### 6-3- تصميم النظم: (Systems Design)

يقصد بتصميم النظم عملية ترتيب العناصر المختلفة للنظم الحالية والنظم الجديدة وجعلها تعمل معا بطريقة كلية وهنا يجب دراسة مجموعة من العناصر المهمة المؤثرة في عملية التصميم وتقويمها وهذه العناصر هي:

- موارد المنظمة
- متطلبات الاجهزة
- متطلبات التنفيذ
- متطلبات النظم.

### 6-4- تنفيذ النظم: (Systems Implementation)

تتضمن هذه المرحلة شراء المكونات المادية والبرمجيات واختيار البرامج والاجراءات وكذلك تعليم وتدريب وتأهيل المستفيدين النهائيين والمتخصصين الذين يعملون في هذه النظم.

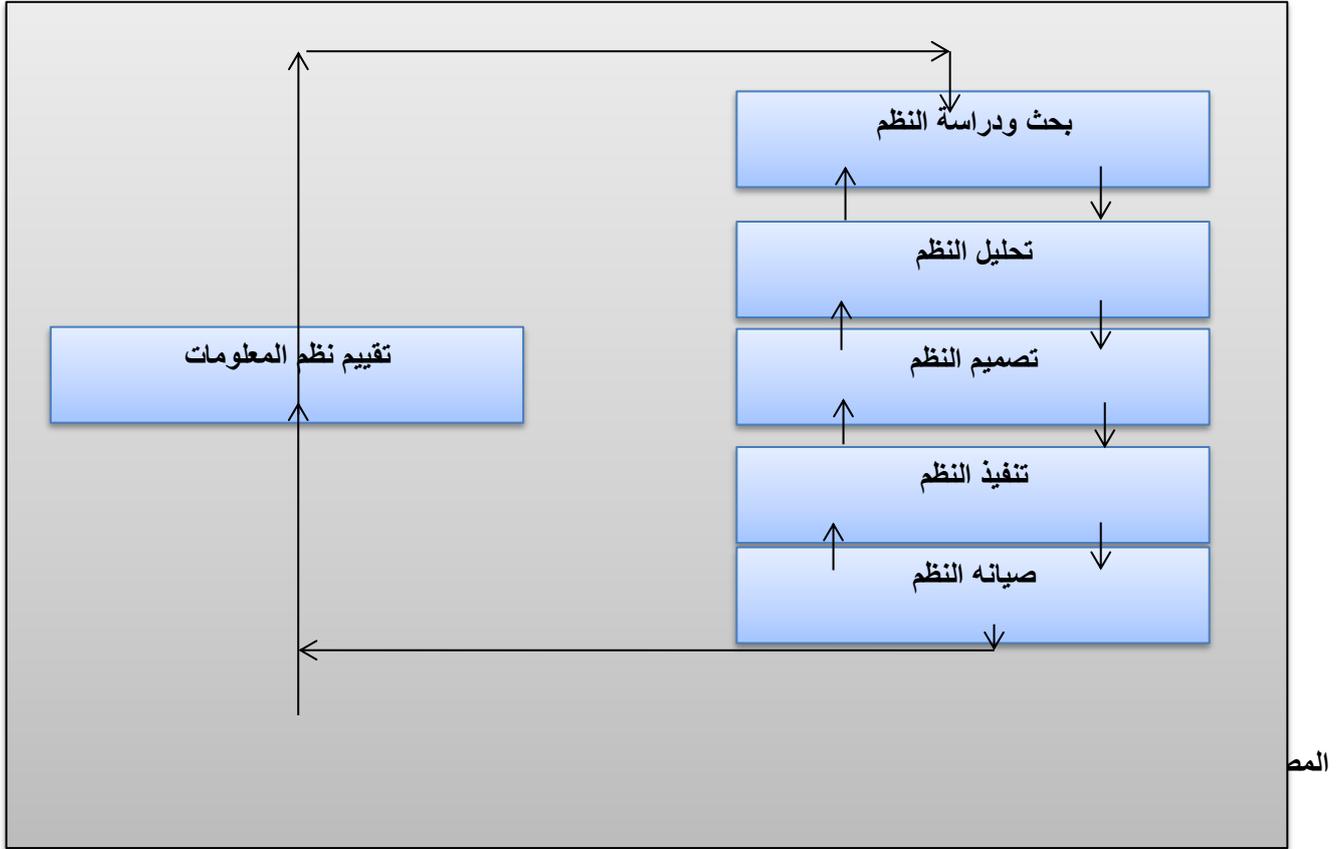
### 6-5- صيانة النظم: (Systems Maintenance)

في هذه المرحلة يتم التأكد على اتخاذ الاجراءات والممارسات التي من شأنها حماية وصيانة وحل اي مشكلات ومنع حدوثها بما يؤدي الى فاعلية وكفاءة النظم.

### 6-6- تقييم النظم: (Systems Evaluation)

هنا تتم عملية مراجعة النتائج التي ظهرت من النظم هل هي النتائج المرسومة والمتوقع الحصول عليها منها أو هناك انحرافات في حال كانت النتائج جيدة تتم عملية تطوير النظم لمرحل اخرى اما اذا كانت هناك

انحرافات تتم عملية معالجة تلك الانحرافات, والشكل (6) يبين مراحل بناء نظم المعلومات المحوسبة بشكل مفصل.



### ثالثا: تكنولوجيا العمل المصرفي

#### *banking operations Technology*

ان تطور نشاطات المصارف خلال السنوات الأخيرة بفضل التقدم العلمي والتكنولوجي السريع الذي يشهده العالم اليوم, شجع المنظمات المصرفية على الأخذ بمبدأ تعدد الخدمات التي تقدمها للزبائن, بعد ان كانت خدماتها 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 للزبائن, ونتيجة لكل ذلك توسعت المصارف في الاعتماد على الأجهزة والحاسبات 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 الزبائن وتقوم توقعاتهم بوصفهم نقطة البدء في العمل المصرفي, وقد ساعد على ذلك التطور التكنولوجي الذي حققته نظم المعلومات المصرفية (طالب, 2003:44-45).

#### **1- مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي: (The Stages of Technological Development In The Banking)**

يلاحظ وبصورة جلية ان التكنولوجيا لها اثر حيوي في مختلف حياتنا العملية وبصفة خاصة في اغلب النشاطات المالية والمصرفية, ويزداد هذا الاثر خطورة يوما بعد يوم ولحظة بعد لحظة, ومن المستحيل فصل

انشطة التكنولوجيا عن أنشطة العمل الرئيسية في المنظمات المالية والمصرفية, وقد احدثت التطورات التكنولوجية وتطبيقاتها في المنظمات المالية والمصرفية اتجاهات جديدة وتغيرات محورية في اساليب تعامل تلك المنظمات مع المعلومات الناتجة عن هذه التطبيقات الحديثة, وخاصة بعد انتشار استخدام شبكة الانترنت في التعاملات المصرفية, وفي التجارة الالكترونية, والنقود الالكترونية, ومنافذ تقديم الخدمات الالية عبر الصراف الالي, والذي يعد سمة العصر(اسماعيل, 2011: 35), حيث مر استخدام التكنولوجيا من قبل المصارف بست مراحل وهذه المراحل(الشمري والعبدالات, 2008: 25-26) هي:

- 1-1- مرحلة دخول التكنولوجيا الى الاعمال المصرفية بغرض ايجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية, حيث بدأ الاخصائيين في شؤون التكنولوجيا يدخلون الى المصارف لإيجاد الحلول التكنولوجية لمشاكل الاعمال المصرفية الخلفية.
- 1-2- مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا التي بدأت بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين بالمصارف من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال , وكانت مرحلة تحضير اوسع لدخول التكنولوجيا, وتميزت هذه المرحلة بعدم وجود تدخل مباشر من قبل الادارات الوسطى والعليا.
- 1-3- مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمة الزبائن, وتميزت هذه المرحلة بالتكاليف العالية حيث بدأ اهتمام الادارات العليا بالتكنولوجيا.
- 1-4- مرحلة ضبط او السيطرة على التكاليف :
- وهي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا, وعمدت هذه الإدارات الى الاستعانة بالأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف.
- 1-5- مرحلة اعتبار التكنولوجيا اصلا كباقي اصول المصرف بالتالي يجب ان يجني هذا الاصل مردودا كباقي الاصول, وهنا ابتدأت مرحلة ادارة التكنولوجيا.
- 1-6- مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن الاعمال المصرفية, وهي المرحلة التي بدأت فيها الادارة الاستراتيجية للتكنولوجيا والتي ارتكزت على تفعيل الانتاجية على الصعيد الداخلي, وتحسين الضبط على الصعيد العملي, وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي.

## 2- اهمية التكنولوجيا في العمل المصرفي : (The Importance of Technology in Banking)

هناك العديد من الكتاب والباحثين الذين تناولوا موضوع التكنولوجيا في العمل المصرفي نظرا لأهميتها الاستراتيجية فيما يتصل بالمنظمات المصرفية في العصر الحالي (الشمري والعبدالات, 2008: 19).

والتي يمكن إجمالها بما يأتي :

- 1- سهولة الحصول على المعلومة ونقلها بين المصارف.
- 2- توفير الوقت والجهد والمال فيما يتصل بالعمليات المصرفية.
- 3- تقليص حجم المسافة بين البلدان.
- 4- تسهم في تقدم الوسائل الكفيلة بفهم وتحليل الانظمة المصرفية المعقدة.

- 5- الحصول على الخدمات بأقل الكلف.  
6- ابتكار خدمات جديدة تؤدي الى كسب رضا الزبائن.

واشار(النحراوي، 2009: 148) الى ان اهمية التكنولوجيا في العمل المصرفي تكمن في انها توفر مدى واسع المجال من خدمات وتطبيقات التكنولوجيا الاتصال والاعلام, بجانبها القديم والحديث اذ يشتمل القديم منها على (الصحف، الكتب، المجلات، الملصقات، الراديو، التلفزيون والهواتف الثابتة) والحديث الذي يتمثل ب(الحواسيب الشخصية، شرائط الكاسيت، والفيديو، الاقراص المدمجة، والهواتف النقالة والانترنت) وان الفرق بين القديم والحديث هو في مدى توافر البيانات والاحصاءات المتاحة، كما نلاحظ ان المنظمات التي تعتمد على التكنولوجيا الحديثة تكون لديها فرص ارباح واسعة وتقوم بتقديم خدمات جيدة ومتطورة وخصوصا في مجال القطاعات المصرفية حيث تقوم بتقديم الخدمات الملائمة لرغبات الزبائن .

### 3- اشكال التكنولوجيا في العمل المصرفي: (Forms of Technology in Banking)

لقد كشف الواقع العملي ان الكفاءة في أداء الخدمات المصرفية المختلفة تتوقف أساسا على كفاءة العاملين, والتي تتوقف على حسن اختيارهم وتدريبهم وإثارة دوافعهم مما يتطلب إيجاد الاستراتيجية المناسبة التي تحقق هدف المصرف في القدرة على المنافسة, ونتيجة لذلك ظهرت مجالات متعددة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في العمل المصرفي ورفع كفاءتها(طالب، 2003: 44) وهي كالآتي:

#### 3-1- البطاقات البلاستيكية :

وتكون البطاقات البلاستيكية متعددة الأشكال ومنها ما يأتي:-

##### 3-1-1- بطاقة الائتمان :

وتسمى بالبطاقات التقليدية وهي تزود حاملها بحد معين من الائتمان، لتنفيذ المشتريات مثالها (بطاقة الفيزا، بطاقة ماستر كارد) (برهان وخطاب، 2009، 312)،

##### 3-1-2- بطاقة الدفع :-

وهي بطاقات بلاستيكية، وتستخدم لأغراض الدفع وتوجد في الولايات المتحدة (700) بطاقة مقبولة من قبل أكثر من (4) مليون تاجر في أمريكا و (11) مليون في دول العالم (الشمري والعبدالات، 2008: 47)

##### 3-2- البطاقة الذكية :-

وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها، مثل الاسم، العنوان، والمصرف المصدر، وأسلوب الصرف، والمبلغ، وتاريخ حياة الزبون المصرفية (Al-Rewashed. Et al, 2012:378).

##### 3-3- البنك الناطق :

وهو البنك الذي يجيب على استفسارات الزبائن هاتفيا باستعمال رموز معينة ويقوم بتقديم العديد من الخدمات منها :- (عبد الله والطرد، 2006: 214).

- الاستفسار عن حركات الحساب.
- إجراء عمليات التحويل.

• طلب دفتر الشيكات.

#### 3-4- الصيرفة عبر الهاتف :

تعتمد هذه الخدمة على وجود شبكة تربط أفرع المصرف الواحد ككل ويكون الموظف النوط به تقديم الخدمة الهاتفية من الوصول لبيانات العميل مباشرة من أي فرع من أفرع المصرف، ويقوم العميل بالاتصال برقم محدد للحصول على خدمة محددة من مصرفة (الهوش، 2006، 221).

#### 3-5- التسويق الالكتروني :

يركز التسويق الالكتروني على التوجه نحو الزبون والتحليل العميق لاحتياجات الزبائن التي تم تحديدها من خلال العلاقات الالكترونية والتقليدية للمنظمة مع زبائنها في الأسواق المستهدفة (ياسين، 2009، 208).

#### 3-6- الصراف الآلي :

وهو عن اله يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار او بشكل مستقل وتكون متصلة بحاسب المصرف، ويقوم العميل باستخدام بطاقة بلاستيكية او بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة مثل، السحب النقدي، والإيداع النقدي.

#### 3-7- الصيرفة المنزلية :

وهو ذلك الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل او العمل او أي مكان، الذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال رقم سري إتمام العمليات المصرفية (الشمري والعبدالات، 2008، 31).

#### 3-8- التلغاز التفاعلي في تسويق الخدمات المصرفية :

التلغاز الرقمي التفاعلي يعد واحداً من أحدث القنوات التي تمكن المصرف من الوصول الى زبائنها وعرض خدماتها عليهم من خلالها، فالبعض اعتقد ان عام 2004 سوف يكون عام التلفزيون الرقمي وسوف يتفوق على الانترنت ومن أهم العوامل التي ستسارع من وتيرة استخدام التلفزيون الرقمي من قبل الأفراد مثل الإمكانيات الترفيهية التي يقدمها التلفزيون الرقمي والتي قد يعجز الانترنت على تقديمها (العلاق والساعد، 2003:22).

#### 3-9- بنوك الموبايل : Mobile Banking

ان الاعمال المصرفية عبر الموبايل من اعمال الصيرفة الاكثر نجاحا وخصوصا في البلدان النامية، اذ نجد في المناطق التي تتسم بالتوزيع السكاني المنخفض يعاني ساكني تلك المناطق من صعوبة في الحصول على الخدمات المصرفية لان وضع مصرف في تلك المناطق يكون غير مجدي وغير نافع فيما يتصل بالمصرف بسبب قلة الناس الذين يعيشون او يسكنون تلك المناطق وهذا يؤدي الى قلة اعماله لذا سيكون الحل الوحيد للراغبين في الادخار او العمل التعامل مع المصارف هو بنوك الموبايل أي تقديم الخدمة المصرفية عبر الموبايل (Strauss & Frost, 2012:108).

## المبحث الثاني

### جودة الخدمة المصرفية

#### (Quality of banking services)

أصبحت المنظمات تواجه عدّة تحديات (Challenges) نتيجة للتطورات التي طرأت على العالم وخاصة في ظل العولمة (Globalization), الامر الذي أدى الى زيادة حدة المنافسة بين المنظمات سواء كانت عاملة في القطاع العام أو القطاع الخاص, هذا ما زاد من اهمية الجودة بحيث اصبحت تشكل محل اهتمام المختصين والكتاب والباحثين في مختلف المجتمعات الانسانية وخاصة في نهاية القرن العشرين, حيث نجد ان العقود الاخيرة شهدت تطورا هاما في مجال الخدمات التي اصبحت تمثل اهمية كبيرة في اقتصاديات الدول, مما خلق منافسة (Competition) شديدة بين مقدميها, ومن اجل الوصول الى الميزة التنافسية العالية وزيادة الربحية للمنظمات الخدمية, لذلك نجد ان القرن الحادي والعشرين أطلق عليه قرن الجودة لما اقترن به من أبعاد هادفة نحو جعل الجودة الميدان الأكثر حسما في تحقيق أهداف المنظمات المختلفة سواء كانت سلعية أم خدمية على حد سواء (حمود، 2002: 13), فعلى المنظمات ان تدعو الى توفير الظروف الملائمة لمواردها البشرية (الموظفين) ليكونوا مبدعين في اداء الاعمال المنسوبة لهم (Summers, 2009: 47), وهذا يمثل اساساً في جذب اكبر عدد ممكن من الزبائن وكسب ولائهم (Loyalty) للمنظمة لان كسب ولاء اكبر عدد من الزبائن يؤدي بطبيعته الى رفع مستوى المنظمة, وهذا ما ابرز اهمية الجودة فيما يتصل بالمنظمات, وعلى اساس ما سبق قسم المبحث الى الفقرات الآتية:-

**أولاً: الجودة:** ((مفهوم الجودة, التطور التاريخي, مداخل الجودة, مراحل تطبيق الجودة, انواع الجودة, ادارة الجودة)).

**ثانياً: الخدمة:** ((الخدمة \_ مفهوم الخدمة, الخدمة المالية, مراحل تطور الخدمات, خصائص الخدمات)).

**ثالثاً: جودة الخدمة المصرفية:** (( مفهوم جودة الخدمة, جودة الخدمة المصرفية, نموذج جودة الخدمة, ابعاد جودة الخدمة المصرفية)).

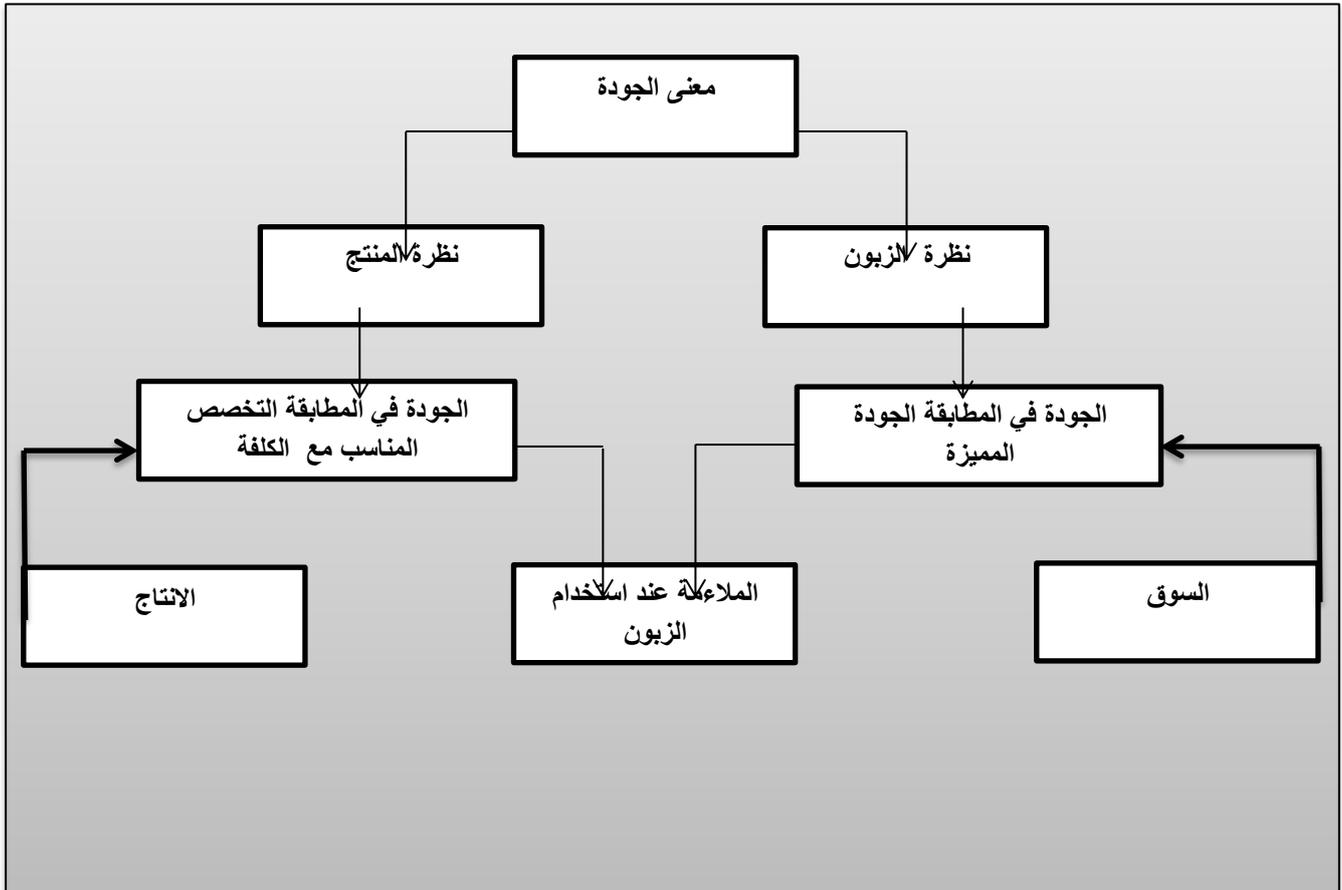
### أولاً: الجودة Quality

#### (Concept of Quality)

#### 1- مفهوم الجودة :

تعد الجودة من اهم مواضيع ادارة الاعمال Operation Management في القرن الحالي خاصة مع تزايد المنافسة وعولمة الاقتصاد وهذا ما ادى الى اختلاف وجهات النظر بين الكتاب والباحثين في اعطاء تعريف محدد للجودة, حيث تعددت المفاهيم الخاصة بها, لذلك عرفت الجودة حسب راي (العلي, 2000: 496) بانها ارضاء الزبائن والوفاء بمتطلباتهم المتفق عليها, اما فيما يتصل بـ(البراورى, 2000: 88) فقد اوضح بأن (Quality) هي كلمة مشتقة من الكلمة اللاتينية (Qualities) والتي تعني طبيعة الشيء ودرجة الانتفاع منه, ويرى (Etzel et al . 2002:280) الجودة بأنها مجموعة الخصائص والمميزات لسلمة او خدمة تحدد قدرتها على اشباع حاجات الزبائن, بينما (Goetsch&Davise,2006:35) عرفها بانها ممارسة الاعمال

التجارية بأقصى قدرة تنافسية من خلال التحسين المستمر لجودة الخدمة, كذلك وصفها ( Robbins & Coulter 2007:577) بانها قدرة السلعة او الخدمة ان تؤدي ما يفترض بها ان تؤديه بصورة يعتمد عليها وتلبي حاجات الزبائن وتوقعاتهم, وعرفها (Stebbing) هي مجموعة الخصائص والصفات الاجمالية للخدمة والتي تكون قادرة على تحقيق رضا الزبون واشباع حاجاته ورغباته (مجيد والزيادات , 2007: 18), بينما عرفها (Kotler & Keller , 2009 :169) على انها الملائمة للاستخدام او المطابقة للمتطلبات او الحرية في التنفيذ, (Stevenson,2009:405-406) اذ ان مختلف الزبائن سيكون لهم متطلبات مختلفة, لذلك سيكون التعريف المناسب للجودة هو وجهة نظر الزبائن, وايضا عرفها(ألنعيمي واخرون, 2009: 3) بأنها المزايا والخصائص الكلية للسلعة او الخدمة التي تشتمل على قدرتها في تلبية الاحتياجات, وكذلك يرى (الترتوري وجويحان, 2009 : 33) بان الجودة تعني التأكد من ان الزبائن يتلقون كل ما يحتاجونه وما يزيد عن هذا ان امكن, وهذا يتطلب الاتصال بالزبائن والتأكد من ان السلع والخدمات(Krajewski et al. 2010 :198) تتناسب مع احتياجاتهم وتؤدي الى قناعتهم وبناء علاقات طيبة مع الموردين, ( Beardwell& Claydon, 2010 : 237) وعلى الموردين الاستماع الى آراء الزبائن بشأن منتجات المنظمة لغرض تحسينها لان الجودة تتحقق من خلال التحسين المستمر لمنتجات المنظمات, ووصفها (James,2011:25) واتفق معه (Knowles,2011:10) على انها مجموعة الخصائص الشاملة للمنتج التي تظهر وتعكس قدرة هذا المنتج على اشباع الحاجات الظاهرية والضمنية بينما يتناول (Russell&Taylor,1998:3) واتفق معه ( Porter,2011:12 ) الجودة من وجهتي نظر المنتجين والزبائن وكما موضحة في الشكل (7) اذ نجد ان الزبائن دائما يبحثون عن مطابقة التوقعات مع النتيجة الفعلية أي ما يتوقعه الزبائن وما حصلوا عليه فعلا مما اوعدوا , اما المنتجين فيبحثون في الجودة لغرض مطابقة التخصيصات مع الكلف أي الانتاج الجيد باقل الكلف , اما اذا كان الانتاج بكلف عالية هنا سيتم تسعير المنتج بسعر عالٍ لا يتلائم مع رغبات الزبائن , لذا ولا جل الوصول إلى مستوى عالٍ من جودة فلا بد أن تكون المعدات الإنتاجية قادرة على تحقيق ذلك المستوى من الجودة.



Source:(Russell S, Roberta & Taylor W ,Bernard ,((Operation Management Focusing on Quality and Competitiveness )),Prentice Hall ,Ine ,1ed ,1998:82)

ونستنتج من التعاريف الواردة مسبقاً بأن ( الجودة ) تتعلق بمنظور الزبون وتوقعاته من خلال مقارنة الأداء الفعلي للمنتجات مع توقعات الزبون لهذه المنتجات وبالتالي يمكن الحكم من خلال منظور الزبون بوجود الجودة من عدمها فإذا كان المنتجات تحقق توقعات الزبون فإنه قد أمكن تحقيق مضمون الجودة.

## 2- التطور التاريخي للجودة :- (The Historical Development of Quality)

من خلال دراسة عمق الحضارة الانسانية للبشر في البحث عن الجودة نجد ان لها جذوراً تاريخية قديمة جدا , حيث وجد المتفحص للتاريخ والحضارات البشرية ان جذور الجودة تمتد الى الزمن قبل الميلاد واكثر بكثير , ومن هذا المنطلق يتضح لنا ان الجودة هي ليست وليدة الحضارة الانسانية الحديثة بل هي وليدة الحضارات الانسانية القديمة التي دعت اليها وأسهمت في تطور فلسفتها (الفضل و الطائي , 2004 : 20-21), ولو نظرنا الى العصور القديمة اذ تمتد جذور اهتمامات الانسان والمنظمات بالجودة وحسن اتقان العمل وانتاجه الى قوانين الحضارات القديمة وفي مقدمتها الحضارة البابلية وعلى يد ملكها حمورابي ,وقد مر التطور التاريخي لجودة بمراحل عديدة منها :-

### ● المرحلة الأولى (1890-1917), مرحلة ضبط العامل المنفذ.

تعد هذه المرحلة أول خطوة للتطور في مجال الجودة التي كانت ملازمة لوظيفة التصنيع نهاية القرن التاسع عشر, وما يميز هذه المرحلة هو ان مسؤولية تحديد الجودة تقع على عاتق مسؤولين مختصين بعملية ضبط الجودة, حيث كانت تضع المحاكم نظم العمل ومبادئه للحرفيين بأسلوب صارم وكان هؤلاء الحرفيون هم الذين يضعون أسس الجودة لمنتجاتهم (نور الدين , 2007 : 6).

### ● المرحلة الثانية (1917-1940), الضبط الاحصائي للجودة.

تتسم هذه المرحلة باستخدام التفتيش والمقارنة للنتائج بالمتطلبات المتعددة لتحديد درجة التطابق بين ما انتج والمواصفات المطلوبة, وعلى هذا الاساس فقد اهتم المشرفون بالتأكد من مقابلة المعايير التي تعبر عن المخرجات خلال زمن محدد وكان المشرفون هم الذين يقومون بذلك بوصفهم متخصصين (الخطيب والخطيب , 2008 : 37).

### ● المرحلة الثالثة (1940-1960), ظهور منظمات متخصصة في الجودة .

امتازت هذه المرحلة بعدة تغيرات منها ظهور منظمة متخصصة بضبط الجودة مثل الجمعية الامريكية لضبط الجودة ASQC ,وما انتج هذا من تحديد للمستوى المقبول من الجودة , وكذلك ظهور حلقات الجودة في اليابان(علوان , 2005 : 24) .

### ● المرحلة الرابعة (1960-1980),مرحلة تحسين الجودة.

في هذه المرحلة نلاحظ هناك تطور في حلقات الجودة التي ظهرت في اليابان الى مفهوم ادارة الجودة , هنا نلاحظ توافر برامج متعددة لزيادة دافعية الموظفين لتحسين الجودة ومن هذه البرامج برنامج عدم وجود عيوب في المنتج وبرنامج الأداء الصحيح من أول مرة (نور الدين , 2007 : 6).

### ● المرحلة الخامسة (1980-2000),مرحلة ادارة الجودة الشاملة (TQM).

حيث ظهر مفهوم إدارة الجودة الشاملة عام 1980 وبسبب ظهوره تزايدت شدة المنافسة العالمية ، لان كل منظمة ترغب في تطبيق مفاهيمها وغاياتها وأبعادها, والمساهمة في تطبيقها على منتجاتها وتسمح بالحصول على أرباح عالية, وبأقل كلفة ممكنة واكتساح الصناعة اليابانية للأسواق وخاصة البلدان النامية (Heizer&Render,1997:95), حيث لاتزال وسيلة أكثر فاعلية في إدارة العمليات خلال السنوات العشرين

الماضية ولزيادة الكفاءة العملية والإنتاجية في المنظمات كافة (Slack et al. 2004:717), تميزت هذه المرحلة بان الصناعيين اليابانيين اخذوا بالتفوق على منافسيهم الامريكان في مقارنات الجودة ,وكذلك ظهرت برامج خاصة لغرض تحسين الجودة (Robbins&Coulter,2007:48).  
 • **المرحلة السادسة (مرحلة القرن 21).**

وهي مرحلة ما بعد ال(2000) التي تشير اليها الابحاث العلمية في هذا الميدان بانها ستكون مرحلة الاهتمام بالزبون من خلال تقديم يرغب فيه وانتاجه, من حيث سرعة وسهولة الحصول عليه باقل الكلف (Knowles,2011:13).

والجدول (5) يبين المراحل التي مر بها تطور الجودة وسمة كل مرحلة.  
**جدول (5) مراحل تطور الجودة**

ت	المرحلة	سمة المرحلة
-1	(1917-1890)	مرحلة ضبط العامل المنفذ.
-2	(1940-1917)	الضبط الاحصائي للجودة.
-3	(1960-1940)	ظهور منظمات متخصصة في الجودة.
-4	(1980-1960)	مرحلة تحسين الجودة.
-5	(2000-1980)	مرحلة ادارة الجودة الشاملة (TQM).
-6	(مرحلة القرن 21)	مرحلة الاهتمام بالزبون .

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات المذكورة .

### **(Entrances of Quality)**

### **3- مداخل الجودة:-**

من خلال استعراض تعاريف الجودة , وملاحظة الاختلاف في المعاني التي يأخذها مصطلح الجودة حيث تختلف باختلاف الجهة المستخدمة لذلك لا بد من النظر الى الجودة من عدة مداخل وهذه المداخل هي :-

#### **(Preference Entrance)**

#### **• مدخل التفضيل:-**

فالجودة تعني لمعظم الناس التفضيل Preference لذلك تعد سيارة المرسيدس هي سيارة الجودة وكذلك ساعة رولكس فهي ساعة الجودة فنجد الجودة حسب هذا المدخل تكون مرادف للرفاهية والتميز وهذه من الصعب قياسها (العزاوي , 2010 : 16) .

#### **(Entrance to the Basis for the Manufacturing)**

#### **• مدخل اساس التصنيع:-**

ان الجودة تعني المطابقة للمعايير والموصفات ويميل الى الاخذ بهذا المدخل رجال الاعمال حيث يرون ان الجودة يتم انتاجها بصورة صحيحة من اول مرة (السلطاني, 2004 : 25).

#### **(Product Entrance)**

#### **• مدخل المنتج :-**

يمكن من خلال مدخل المنتج قياس الجودة وتحديد بها بدقة فهي تمثل مستوى احتواء المنتج على خاصية معينة, مثلا التمييز في الوقت والحصول على الموقع التنافسي بوصفه أحد عناصر المزيج التسويقي

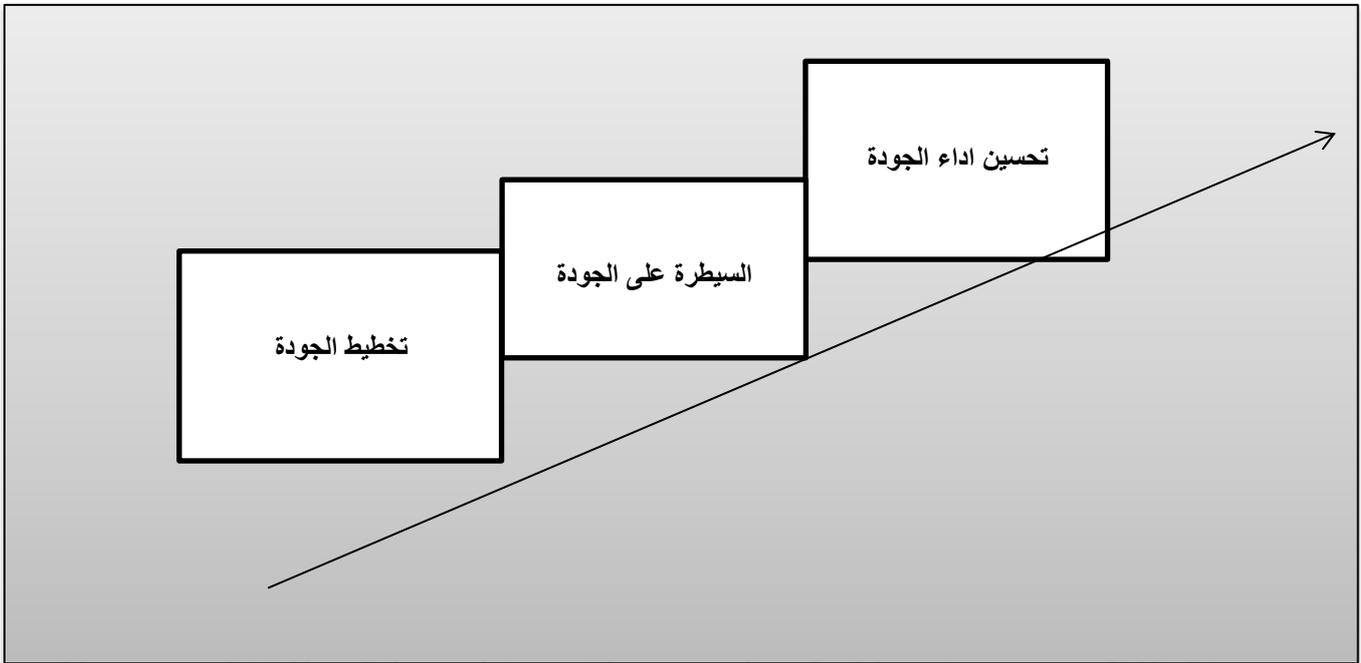


### (Quality Improvement)

### 4-3- تحسين اداء الجودة :-

ان عملية تحسين الجودة يجب ان تكون متواصلة ومستمرة من قبل الادارات التي تقع على عاتقها مسؤولية متابعة الجودة وتمر عملية التحسين بالخطوات الآتية:-

- تطوير القوانين ضروري لعمل تحسين سنوي للجودة .
  - التعرف على نقاط الضعف ومحاولة اجراء تحسين لها.
  - تأسيس فريق عمل مسؤول لإكمال كل مشروع تحسين في الجودة .
  - تزويد المشروع بما يحتاجه ليكون قادرا على تشخيص المشاكل لتحديد اسبابها الجذرية , وتطوير الحلول وتأسيس سيطرة تحقق المكاسب.
- ويبين الشكل (8) مراحل تطبيق الجودة



من خلال الشكل (8) يتضح إن عملية تطبيق الجودة تمر بثلاث مراحل رئيسة المرحلة الاولى هي مرحلة التخطيط للجودة او مرحلة ادارة الجودة هذه المرحلة هي المرحلة الاولى من مراحل تطبيق الجودة نلاحظ اهمية هذه المرحلة كونها تعد حجر الاساس لتطبيق الجودة التي تعني وضع الخطط والاستراتيجيات والاهداف وتنفيذها , اما المرحلة الثانية فهي مرحلة السيطرة على الجودة هذه المرحلة تتضمن عمليات الرقابة على المؤدين للوظائف ومحاولة منع الاختلالات , اما المرحلة الثالثة فهي مرحلة تحسين الجودة وتعني عمليات التحسين لجودة اداء العمليات الانتاجية ومحاولة تصحيح الاخطاء اي اجراء المقارنات بين الاداء الفعلي مع ما هو متوقع من خلال عملية التغذية العكسية لردود الفعل من قبل الزبائن على جودة المنتجات (سلع وخدمات) .

### (Type of Quality)

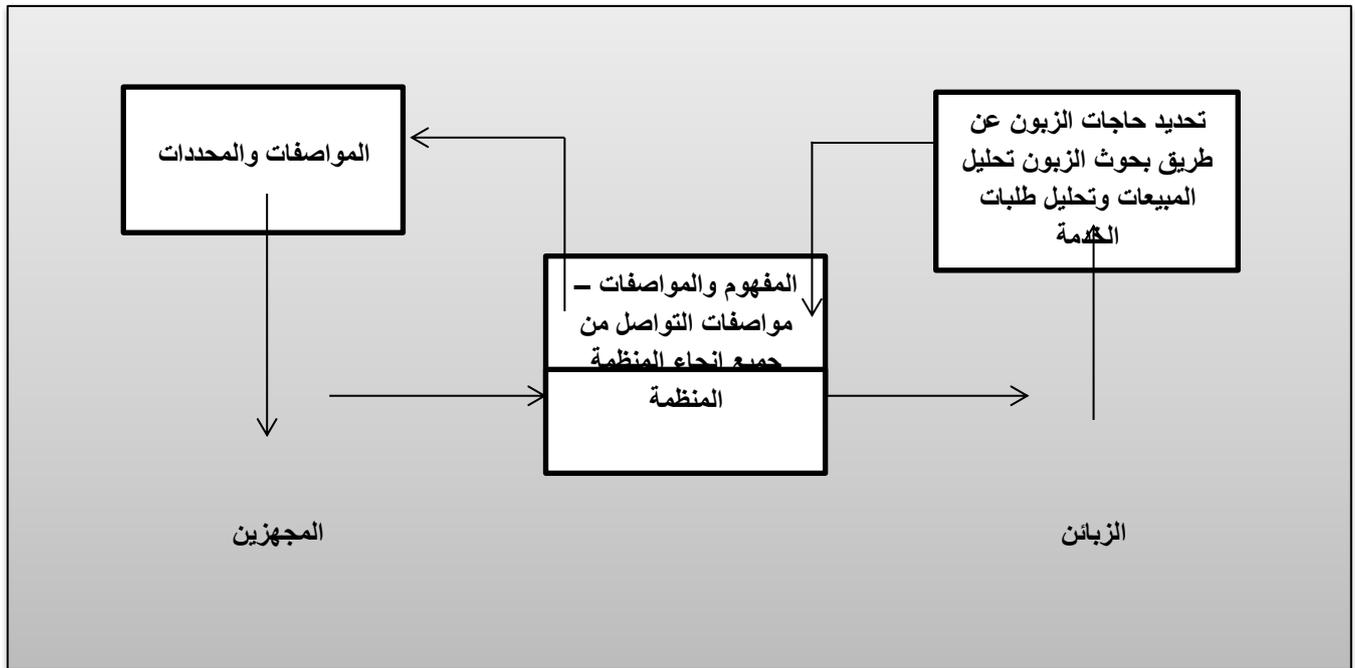
### 5- انواع الجودة :

يرى (Gitlow et al. 2005:21-22), بان هناك ثلاثة انواع من الجودة تؤثر وبصورة بالغة على انتاج السلع والخدمات وبدرجة يمكن التنبؤ بها من الاتساق , والاعتمادية وبتكلفة منخفضة تتناسب مع حاجة الاسواق وهذه الانواع هي:-

## Quality of Design

## 5-1 جودة التصميم:

في جودة التصميم يتم تسليط الضوء على تحديد خصائص جودة المنتجات التي تتسجم مع احتياجات ورغبات السوق وبتكلفة معينة, وهذا هو الهدف, إذ نجد ان جودة التصميم هي تطوير للمنتجات من خلال التوجه نحو معرفة حاجات الزبون, الدراسات حول جودة التصميم تبدأ بـ البحث في رغبات الزبون وتحليل المبيعات وتحليل طلبات الخدمة بما يؤدي الى تحديد مفهوم المنتجات التي تلبي حاجات الزبون, ويتم تحديد المنتج كما موضح في الشكل التالي(9), حيث نجد ان عملية التطوير لمفهوم المنتجات تتطلب تأسيس وحدة مركزية (وحدة فعالة) بين فروع المنظمة جميعها, ولا تنتهي عملية التحسين والابتكار في منتجات المنظمة وتحديد خدماتها, وانما يتطلب منها التحليل في بحوث الزبون, والمقصود هنا في بحوث الزبون مجموعة الاجراءات التي تقوم بها المنظمة لغرض معرفة حاجات ورغبات الزبون سواء في الحاضر او في المستقبل, لذلك يتوجب على المنظمة اجراءها بصورة دورية لغرض معرفة الحاجات المتجددة, عندما يتم تحديد حاجات الزبون يصبح واضح لدينا المفهوم والموصفات الخاصة بالخدمة ومنها يتم تحديد الحاجات من قبل المجهزين ومن ثم المجهز على اساس الحاجات المحددة يتم تجهيز للمنظمة والمنظمة بطبيعتها تزود الزبون بما يحتاجه وتقوم على تلبية طلباته.

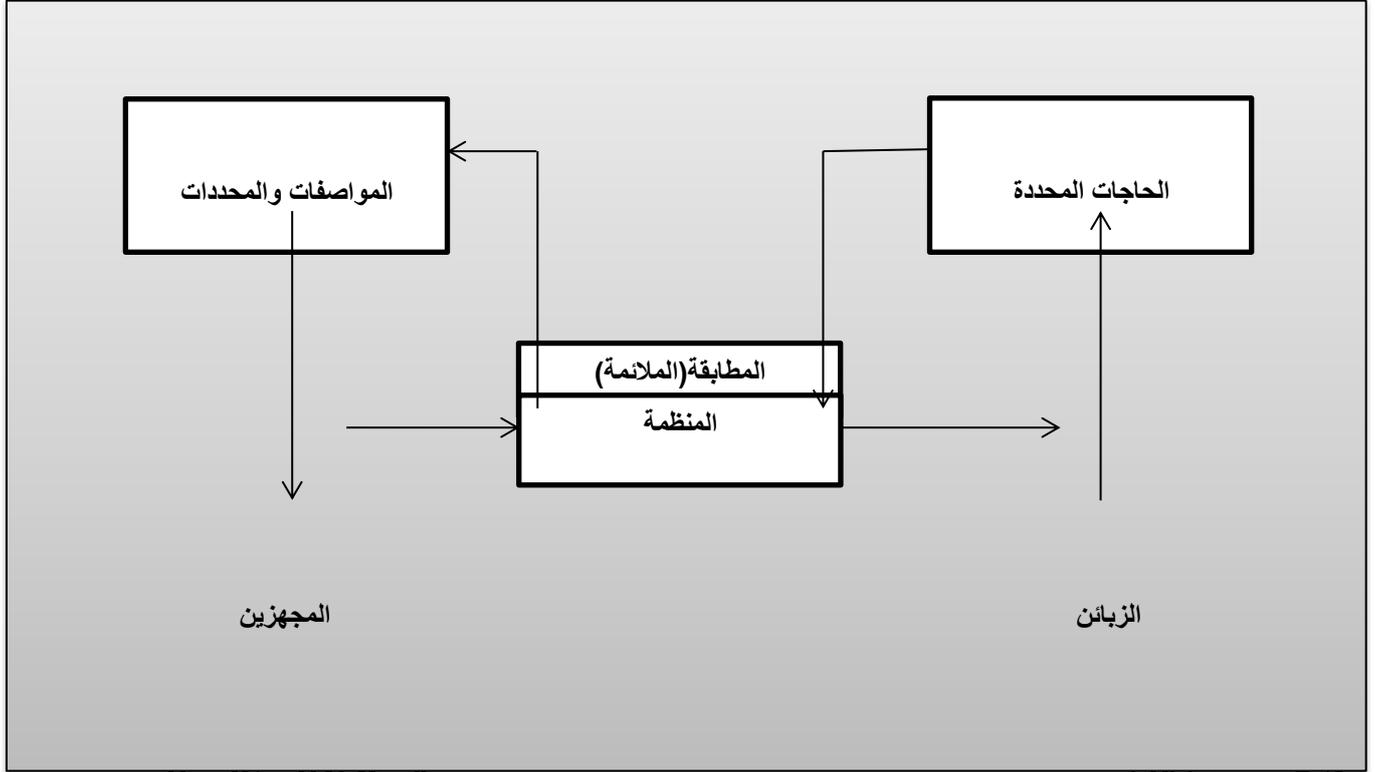


## Quality OF conformity

## 2-5 جودة المطابقة (الملائمة):

وهي المدى الذي من خلاله تتمكن المنظمة ومجهزيها من الانتاج مع درجة من الملائمة والاعتمادية, وبكلف تتماشى مع خصائص الجودة التي حددت في جودة التصميم. وكما موضحة في الشكل (10), حيث يوضح الشكل ان المواصفات قد حددت في جودة التصميم, ومن هنا تبدأ عملية المطابقة فيما يتصل بالحاجات المحددة حسب رغبة الزبائن, والحاجات التي توفرت او المدركة, (Schnoor, 2008:26) وعلى المنظمة ان

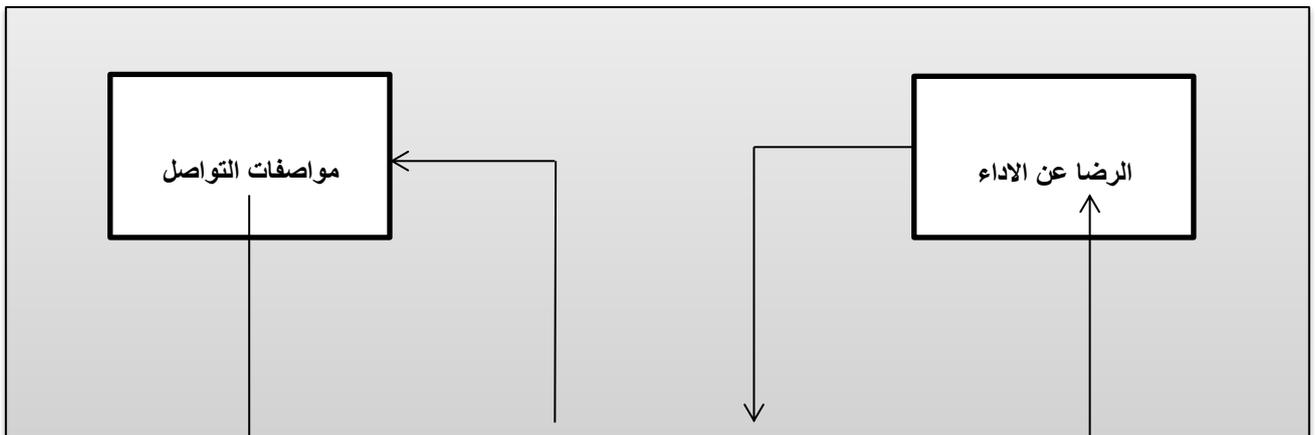
تسعى باستمرار لتجاوز تلك المواصفات والمحددات, ان الهدف النهائي وراء عملية التحسين والابتكار هو التوصل الى حاجات ورغبات الزبائن المتجددة.

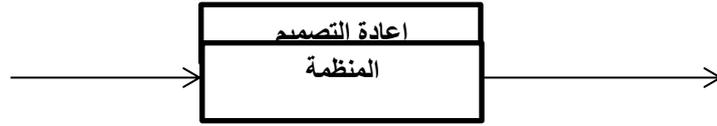


### Quality OF Performance

### 5-3 جودة الاداء :

تركز الدراسات في جودة الاداء على تحديد كيفية تمييز خصائص الجودة في دراسات جودة التصميم والتحسين والابتكار في دراسات جودة المطابقة وكيفية تأديتها في السوق وكما موضح في الشكل (11), إذ نلاحظ ان الادوات الرئيسية لجودة الاداء هي دراسات بحوث الزبون وتحليل المبيعات وتحليل طلبات الخدمات من قبل الزبائن ومعرفة رغبة الزبون في عمليات الشراء من منظمة معينه والاستفادة منها, اي المقصود بجودة الاداء هي مراقبة ردود فعل الزبائن حول الخدمات المقدمة ومحاولة تصحيح الاختلالات من خلال معرفة راي الزبائن تلك الخدمات وتعد بمثابة التغذية العكسية.





شكل (11) جودة الاداء

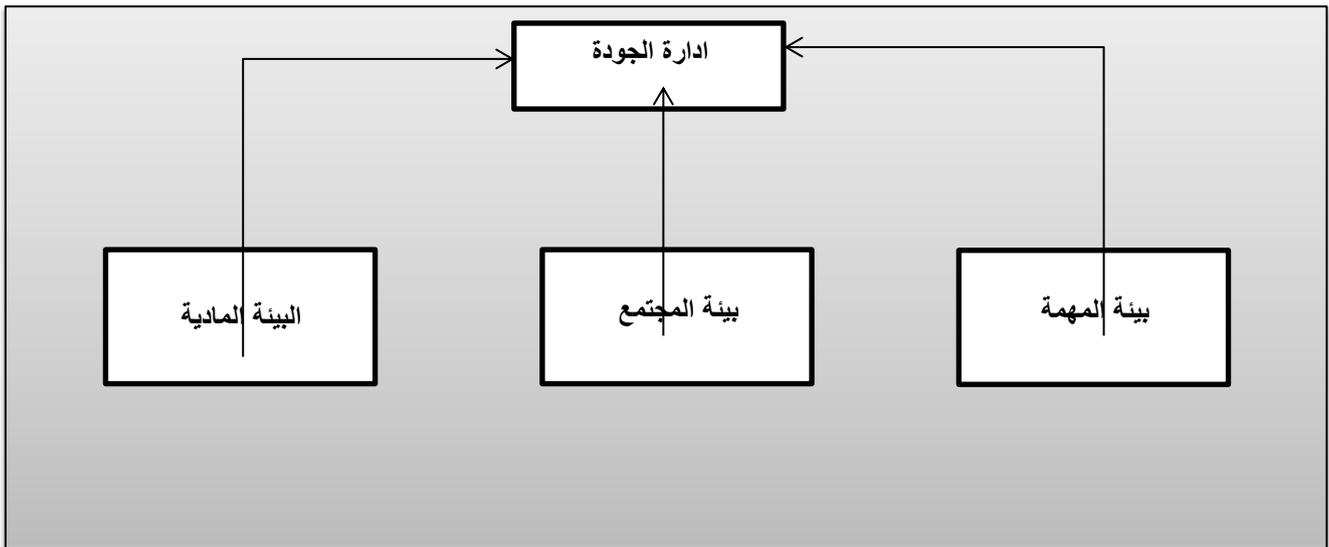
Source: (Gitlow S , Howard & Oppenheim J , Alan & Oppenheim ,Rose & Levine M , David ,((Quality Management)), Printed In Singapore ,3ed,2005:22).

## Quality Management

## 6- ادارة الجودة :

ان ثورة الجودة وجدت في كل من العمل والقطاعات الشعبية خلال الثمانينات والتسعينات , ان المصطلح العام المستخدم لوصف هذه الثورة هو ادارة الجودة (QM) للاختصار , لقد اثرت من قبل اشهر خبراء الجودة ومن بينهم (W. Edwards Deming and Joseph M. Juran) ان الافكار والتقنيات اعتنقت من قبل هؤلاء الرجلين في الخمسينات وكان لهم القليل من المناصرين في الولايات المتحدة ولكن كان لهم قبول جيد في المنظمات اليابانية , وحين اخذ الصناعيون اليابانيين بالتفوق على منافسيهم الامريكان في مقارنات الجودة , اخذ المدراء الغربيون نظرة اكثر جدية لإدارة الجودة وكانت افكار (Deming's and Juran's) هي الاساس لبرامج ادارة الجودة اليوم , ان ادارة الجودة هي فلسفة في الادارة تدخل التحسين المستمر والاستجابة لمتطلبات الزبون وتوقعاته , ان هدف ادارة الجودة هو التحسين المستمر في العمل , ان ادارة الجودة هي انحراف للنظريات التي اعتمدت على الاعتقاد ان الكلف الواطئة هي الطريق الوحيد لزيادة الانتاجية , لقد برهن اليابانيون امكانية ان يكون هناك صناعيين ذوي جودة عالية ويكونون من بين المنتجين ذوي الكلفة الواطئة , وأدرك الصناعيون الامريكيين الآن أهمية ادارة الجودة وطبقوا العديد من عناصرها الأساس لانهم احسوا بأهمية ادارة الجودة (Robbins&Coulter,2007:48).

واوضح (Foster ,2007:67), بان هناك عوامل بيئية متعددة تؤثر على ادارة الجودة هي بيئة المهمة, بيئة المجتمع, والبيئة المادية وكما موضحة في الشكل (12).



## ثانياً: الخدمة: Service

### Concept of service

### 1- مفهوم الخدمة:

اظهرت ادبيات الادارة الحديثة العديد من التعريفات للخدمة , الا انه سيتم ذكر بعضها مع التركيز على الخصائص المشتركة لهذه التعاريف حيث نجد ان من ابرز ملامح العقود الماضية هو النمو الهائل في القطاع الخدمي, وهذا ما ادى الى ظهور خدمات جديدة بصورة مستمرة تختلف عن الخدمات التقليدية وتغطي جانباً كبيراً من متطلبات الحياة (البكري , الرحومي , 2008:76), نجد بأن معظم تعاريف الخدمة تركز على عدم الملموسية , حيث يرى (Heizer&Render,2001:186) الخدمة بأنها منتج غير ملموس يقدم منافع للمستفيد نتيجة لاستخدام جهد بشري أو آلي معين ولا ينتج عن هذه المنافع حيازة شيء مادي ملموس, بينما وصفها (Schroeder,2007:75) بأنها بالفعل غير ملموسة ولا يمكن تحديد مقدارها حيث نجد ان الخدمة هي منتج يستهلك في الوقت نفسه, ويتطلب من منظمة الخدمة ان تعبر اهتمامها لعدة جوانب تتعلق بالخدمة مثل مدى او نطاق الخدمات المقدمة , وجودة الخدمات المقدمة ومستوى الخدمة المقدمة (الطائي والعلاق , 2009 : 91), في حين عرفها (نجم , 2010 : 228) انها وظيفة يتم الطلب عليها وهذه الوظيفة يمكن ان تكون محددة مسبقاً كما في الخدمات القياسية مثل (خدمة الصراف الآلي) او غير المحددة مثل (خدمة التشخيص الطبي), كذلك عرفها (Evans&Lindsay,2011:56) هي النشاط الاساس الذي ليس بصورة مباشرة ينتج سلع مادية بل هي الجزء غير السلعي للصفقة التي تتم بين المجهز والزبون, ان اختلاف الزبائن يسبب تنوع في توصيل الخدمة ويرجع ذلك الى ان العنصر الاساس في عملية الانتاج فيما يتصل بالخدمات (ما يفضله الزبون ويتوقعه) يكون مختلف لكل زبون مثلاً هناك زبون يحتاج الخدمة بشكل سريع ومن دون اثر ثرة كلامية ومن جهة اخرى هناك زبون يرغب في ان يصاحب الخدمة مناقشة مع مقدم الخدمة اي ان هناك زبون يحتاج الى وقت اكبر (Frei .1997:3 et al), يجب على مقدمي الخدمات للزبائن تقديمها بالصورة الممتازة ومع العلم ان تقديم خدمة بصورة ممتازة دائماً يكون صعب المنال ويكون مكلفاً على المنظمة, حيث ينبغي عليها تقديم خدمات جديدة للزبائن وغرس اهميتها لدى العاملين لديها بشكل مستمر وعلى مستوى بعيد الامد حيث تصبح جزءاً من ثقافتها التنظيمية, وعلى الرغم من انه قد يستغرق وقتاً وجهوداً كبيرة جداً من المنظمات لبناء سمعة طيبة لخدمة الزبائن لكنه بالنهاية يكسبها سمعة طيبة لدى الزبائن, وبإمكانها كسب الفوائد وبصورة كبيرة وعلى مدى طويل الاجل (Grewal&levy,2008:48).

وعلى اساس ما تقدم نستنتج بأن الخدمة هي نشاط غير ملموس تتحقق من خلاله المنافع التي يحتاجها الزبون , ولا يمكن حصر الخدمة لأنها تعد متغيرة من مكان الى مكان آخر ومن نشاط الى نشاط آخر ولا يترتب عليها اي ملكية.

### Financial Services

### 2- الخدمات المالية:

تفتقر الخدمات المالية والمصرفية الى التعريف الدقيق والواضح بالمقارنة مع التعريفات السائدة للمنتجات الصناعية او السلع الاستهلاكية , مما جعل من الصعب حصر الخصائص والسلوكيات ذات الصلة المباشرة بالخدمة المالية, وهذا يحول دون تمكين منظمات الخدمات المالية من وضع سياسات وبرامج واستراتيجيات تسويقية فعالة, ان تعريف الخدمة المالية يجب ان يتضمن الانشطة المتعددة والوظائف التي تقوم بها المنظمات المالية, وهذا بطبيعته سيخرج التعريف عن الهدف المقصود من ورائه نظرا للنطاق الواسع والعدد الكبير من الخدمات التي تقدمها المنظمات المالية (الجيوسي و الصميدعي, 2009:27-28), اما فيما يتصل بالخدمات المصرفية فيمكن تعريفها بأنها منافع أو اشباع غير ملموسة يقدمها المصرف لإشباع الحاجات المالية والائتمانية للزبائن ، أو إن إنتاجها يرتبط أو لا يرتبط بمنتج مادي ملموس " ( شحادة ، 1995 :9) .

قسم (الوادي وآخرون, 2010:89) الخدمات المالية الى قسمين هما :-

1- الخدمات المقدمة الى الزبائن ويجب ان يتوافر فيها مجموعة من الشروط وهي :-

- ان تكون الخدمة متماثلة ذات نموذج عام وتتطلب ان تكون موحدة الشروط والضوابط لتقديمها لعدد من الزبائن .
- يمكن تسويقها بسهولة في السوق.

2- الخدمات المقدمة الى الشركات , حيث يكون التعامل بناءً على مواصفات خاصة وشروط تتناسب مع

ظروف الشركة, وتصميم الخدمة المقدمة الى الشركات يراعي فيها اشباع الحاجات التالية :-

- الحاجة الى الائتمان بدرجة كبيرة .
- مراعات تقديم الخدمات لتغطية الحاجات في السوق الدولي .
- فتح العديد من الحسابات .
- تحويل المرتبات والاجور الى المصرف .
- تقديم خدمات تتناسب مع تغطية حاجاتهم لتمويل الصادرات والواردات.
- اجراء دراسات الجدوى .

اما (المساعد, 2006:256-263), (البكري والرحومي, 2008: 83) , ( Ross & Hudgins,2008: 9 ) , (Al-Rewashed & Other,2012:374), (جدول (6) انواع الخدمات المالية

جدول (6) انواع الخدمات المالية

الخدمات

ت

- 1- خدمة السحب بواسطة الصكوك او عن طريق الصراف الآلي .
- 2- خدمة الحصول على الفوائد من خلال فتح الحسابات المصرفية .
- 3- خدمة تحويل الاموال سواء لتسديد الفواتير او لأي سبب آخر .
- 4- خدمة التأمينات .
- 5- خدمات الوساطة .
- 6- خدمات الاقتراض من المؤسسات المالية .
- 7- خدمة استثمار الاموال .
- 8- خدمة استبدال العملات.
- 9- خدمات خطابات الضمان المصرفية .
- 10- خدمات خصم الكمبيالات على اساس البيع .
- 11- خدمات خصم الاوراق التجارية .
- 12- خدمات الفيزا كارت
- 13- خدمات الانترنت بنك

المصدر :اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات المذكورة .

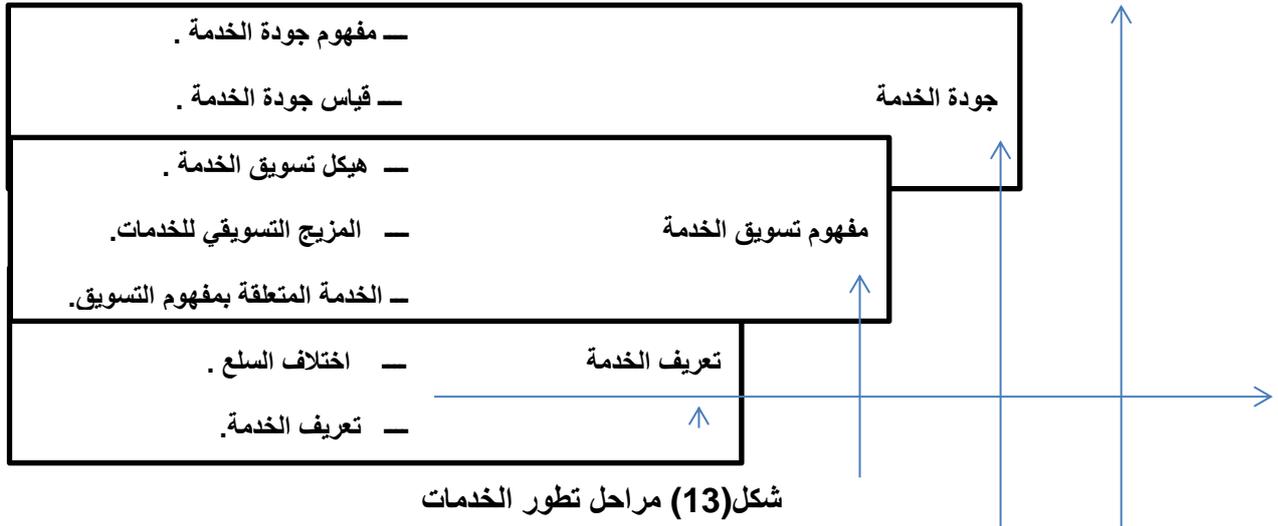
### Stages of Service Development

### 3- مراحل تطور الخدمات:

يرى (Bruhn&Georgi,2006:10-12), ان هناك خمسة مراحل يمر بها تطور الخدمات وهذه المراحل هي :-

- مدة الستينات (1960):تعريف الخدمة : سميت هذه المرحلة بثورة الخدمات .
- مدة السبعينات (1970)تعريف تسويق الخدمة : في هذه المرحلة تم التركيز على تسويق الخدمة وهذه المرحلة وصلت ذروتها في نهاية السبعينات وبداية الثمانينات .
- مدة الثمانينات:(1980):جودة الخدمة :في هذه المرحلة ظهر مفهوم جودة الخدمة كتحدٍ رئيسي لمؤسسات الخدمة بسبب خصائص الخدمات , وخصوصا تعارض مزودي الخدمات مع الزبائن في قضية الخدمة ان جودة الخدمة اكثر تعقيدا من جودة الانتاج لان خصائص جودة الخدمة ليست مادية بل موضوعية لكل زبون .
- مدة التسعينات:(1990)انتاج الخدمة :ان زيادة الربحية على وفق التكلفة في التسعينات تنتج عن نظرة نظامية اكبر لإنتاج الخدمات ونقطة البداية كانت تحليل انتاجية الخدمة .
- اليوم :قيمة الخدمة :في السنوات الاخيرة وبالانسجام مع ازدياد ما يخص موضوع القيمة في الادارة العامة حيث ركزت بحوث التسويق على مساهمة القيمة في الخدمات , و يوضح الشكل (13) مراحل تطور الخدمات :-





شكل (13) مراحل تطور الخدمات

Source :( Bruhn, Manfred & Georgi ,Dominick ,(Service Marketing , Managing The Service Value Chain)), 1Ed ,2006: 10)

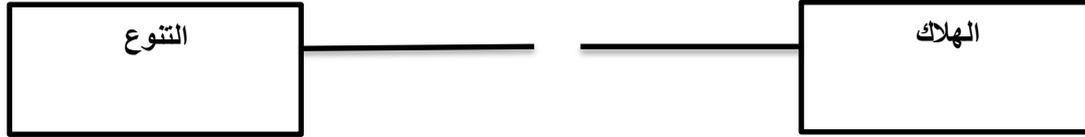
من خلال الشكل السابق نلاحظ ان اول مرحلة من مراحل تطور الخدمات هي في مدة الستينات, والتي سميت بمرحلة تعريف الخدمة هذه المرحلة ركزت على تعريف الخدمة حيث ان اول الاصدارات في حقل تسويق الخدمات هو يعنى بمصطلح الخدمة, وهنا ركزت الدراسات على ما يتعلق بالخدمات واختلافها عن السلع, اما فيما يتصل بمدة السبعينات في هذه المرحلة تركيز بحوث تسويق الخدمات تحول الى تطوير مفاهيم تسويق الخدمات وركزت هذه المرحلة على الفرق بين السلع والخدمات في مفاهيم تسويقية محددة حيث حدد في هذه المرحلة هيكل تسويق الخدمة , وكذلك المزيج التسويقي للخدمات, والخدمات المتعلقة بمفهوم التسويق, اما مدة الثمانينات ظهر في هذه المرحلة مفهوم جودة الخدمة كتحدي رئيسي للمنظمات بسبب خصائص الخدمات وخصوصا تصادم جهاز الخدمة مع الزبون في قضية الخدمة وظهرت في هذه المرحلة وسائل قياس جودة الخدمة, وكذلك ادارة جودة الخدمة ,اما مدة التسعينات ركزت هذه المرحلة على عملية انتاج الخدمة حيث نجد ان الربحية على وفق التكلفة تنتج عن نظرة نظامية اكبر لإنتاج الخدمات اي يتم هنا الانتاج الجيد وباقل الكلف, ووضع مقاييس لإنتاج الخدمات, وكذلك معرفة عوامل الخدمة, وكيفية تصميم الخدمة, اما المدة الاخيرة فقد ركزت بحوث التسويق على معرفة قيمة الخدمة حيث تم قياس قيمة الخدمة في هذه المرحلة من خلال الفرق بين الخدمات المتوقعة والفعالية وايضا تدرس في هذه المرحلة قيمة الزبون .

### Service Characteristics

### 4- خصائص الخدمات:-

تهدف دراسة تسويق الخدمات في الاساس الى معرفة خصائص الخدمة , وطبيعتها وان كان من الصعوبة بمكان معرفة طبيعة الخدمة , وفي كل الاحوال ينبغي ان تدرس المنظمة الخصائص الاساس لأي خدمة قبل تقديمها وهذا ما يجعلها تختلف بعض الشيء عن السلع مما يؤثر على احتياجاتها التسويقية , ويجعلها تحتاج إلى جهود تسويقية من نوع خاص , ومن الطبيعي أن الخدمة تختلف عن السلعة في مجموعة من الخصائص التي تفردها بالخدمات والتي يجب على أي منظمة أن تأخذها في الحسبان حتى تستطيع أن تقدم الخدمة بشكل فعال وذات تأثير على الزبائن, وهذه الخصائص هي :-





شكل (14) خصائص الخدمات .

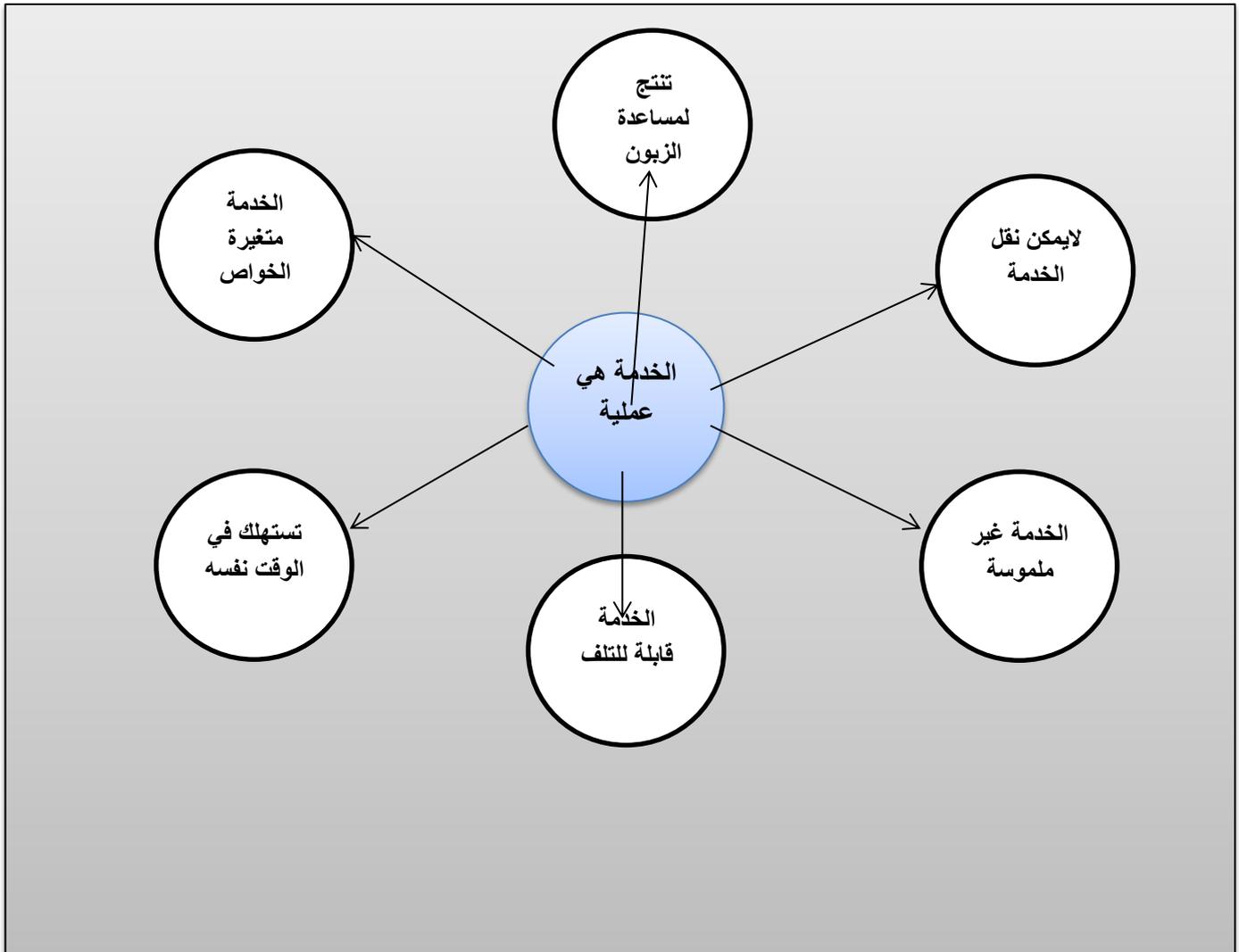
Source:( Kotler ,Philip & Armstrong ,Bary ,((Principles of Marketing )), Printed In The United States of American,13Ed,2010:269).

وكذلك توجد بعض الخواص التي انفرد بها بعض الكتاب منها:-

- ان الزبون يسهم ايضا في عملية اداء الخدمة لأنه بدون الزبون لا يمكن تقديم الخدمة او انتاجها وتقديمها ( حمود والشيخ , 20:2010).

- يكون اداء الخدمات غير متجانس لان اداء الخدمات يكون متنوعاً مثل خدمات السفر او خدمات التعليم او الصحية وغيرها فان كل اداء احدى تلك الخدمات له ادواته الخاصة وعملياته الخاصة (Russell&Taylor,1998:3), (الضمور , 2008: 27).

- الخدمات تميل ان تكون لامركزية وموزعة جغرافيا ويعمل العديد من مقدمي الخدمات الى اتخاذ القرارات من تلقاء انفسهم (Russell&taylor,1998:3), اما فيما يتصل بـ (Bruhn & Georgi,2006:13), فإنه يرى بان هناك اختلافات كبيرة بين السلع والخدمات حيث اوضح بان الخدمة هي عملية ولها خصائص تختلف بكثير عن السلع كما وضحاها في الشكل (15).



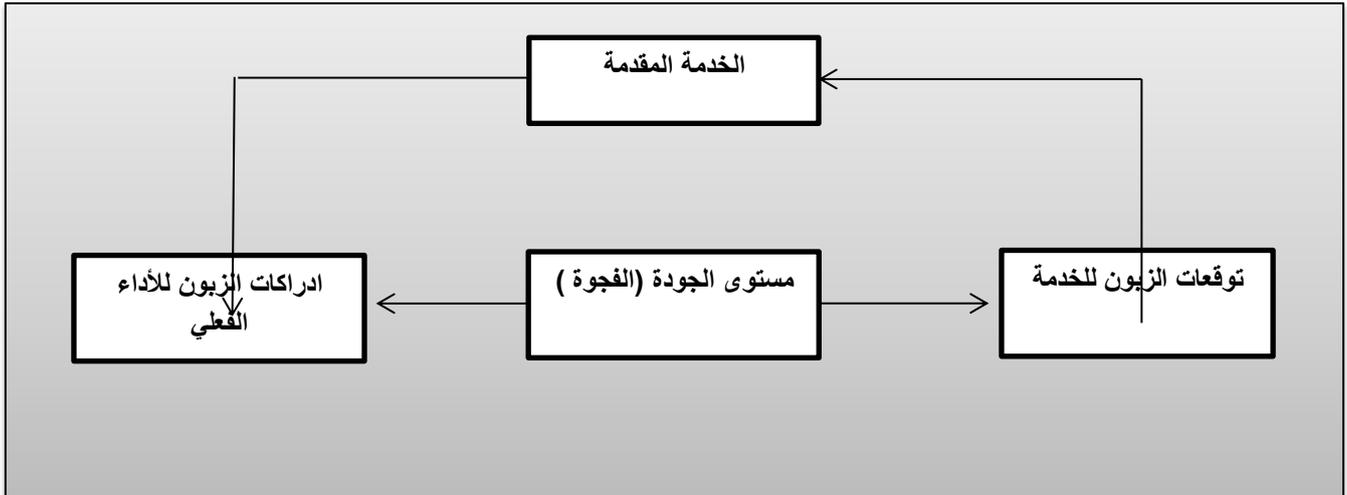
يوضح الشكل مجموعة من الاختلافات النموذجية او خصائص الخدمات وباهتمام, نلاحظ ان كل هذه الخصائص تنسب الى خاصية مركزية واحده وهي ان الخدمة هي عملية, اذ ان الخدمة نفسها هي عملية الطيران بالطائرة, استشارة مستشار استثماري, قص الشعر, الذهاب الى الجامعة, تصليح سيارة, وبالطبع فان الزبون سوف يستفيد من الخدمة مثلا وصول الطائرة الى الجهة المقصودة, الاستراتيجية المختارة للسندات التجارية, الوصول للجامعة والسيارة المصلحة كل هذه الخدمات هي عمليات.

### ثالثاً: جودة الخدمة:- Service Quality

#### Concept of Service Quality

#### 1- مفهوم جودة الخدمة :

لقد تطورت ادبيات جودة الخدمة خلال العقود الماضية, فقد ظهرت وبشكل اساس في ميادين ادارة العمليات وتسويق الخدمات حيث ساعد كثيراً من الاستشاريين في تطور تلك الادبيات ( Lacobucci & Ostrom, 1995:277), وقد تم التأكيد على وضع مواصفات للخدمة وتركيز الجهود الادارية على الزبون, ومنحة الثقة التامة واستخدام الطرائق المختلفة لتدعيم الاتصال القوي بين بيئات الخدمة عموماً, ولذلك اصبحت ادبيات جودة الخدمة اكثر حساسية من ادبيات ادارة الجودة الشاملة (الصرن, 2007 : 197), ومن الضروري ان تكون هناك احاطة تامة من قبل الموظفين في صلب اختصاصاتهم هذا ما يزيد من دعامة الجودة في الخدمة (Cachon & Terwiesch, 2006:176), ومن هنا يصبح واضح مفهوم جودة الخدمة حيث عرف (Knowles, 2011:167) الجودة في الخدمة هو ان الخدمة تصنع وتقدم بما يتوافق مع ما يضعه المصممون على وفق رغبات الزبائن, كذلك يمكن تعريف جودة الخدمة من الخصائص العامة المميزة للخدمات قياساً على السلع المادية حيث ينظر لجودة الخدمة على انها معيار لدرجة تطابق الاداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة, وكما موضحة في الشكل (16), (الحداد, 1999, 336).



المصدر: (الحداد, عوض بدير ((تسويق الخدمات المصرفية)), البيات للطباعة والنشر, عمان الاردن, ط1, 1999:337).

كذلك عرفت جودة الخدمة على انها الاداة التي تستخدم لخلق فائدة تنافسية في تقديم الخدمات ( han & baek, 2004:208), حيث تكون جودة الخدمة في الغالب هي تقييم من قبل الزبون وكذلك تعبر جودة الخدمة

عن قناعة الزبون (Wilson et al . 2008:83), وايضا عرفت جودة الخدمة على انها مجموعة الانشطة التي ينتج عنها تحسين في الخدمة المقدمة للزبون وتقسّم هذه الانشطة الى أنشطة تتم قبل اداء الخدمة وانشطة تتم بعد اداء الخدمة (احمد , 2009:67), بينما وصفها (Kheng,2010:58) على انها التقييم الشامل لخدمة محددة ينتج عنها مقارنه خدمة هذه المؤسسة وتوقعات الزبون نحو خدمتها, بينما عرفها (نجم , 2010 : 277) على انها مفهوم يستخدم ليشير الى اشياء عدة حيث نجد بعض المدراء يستخدم المفهوم ليعني كيف يتم التعامل مع الزبون في حين ينظر اليها بعضهم الآخر كحصيلة كلية وليس جزءاً يتعلّق بنقاط الاتصال بالزبون, (Associate,2010:57) حيث ان نجاح مزود الخدمة يعتمد على العلاقة العالية مع الزبون التي تحدد قناعة الزبون وولائه حيث اظهرت الابحاث ان جودة الخدمة تؤثر على الناتج التنظيمي للمنظمة وتحسين العلاقات مع الزبون يعزز الارتقاء بالزبون وزيادة قناعته وكسب ولائه, (Zafar et al . 2011:1178) وايضا عرفت جودة الخدمة على انها محصلة للتقييم الذي يقوم به الزبون بين التوقعات حول الخدمة وملاحظة الطريقة التي زودت بها الخدمة, (Zhou,2012:1519) ولكي تقوم المصارف بتقديم الخدمات بالصورة التي يشعر بها الزبون ان الخدمة التي قدمت له تمتاز بالجودة, على المصارف ان تقدم الخدمات بأحدث الوسائل مثل تقديم الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال وهذا بطبيعته يزيد من ثقة الزبون في المصرف وخدمات المصرف لان الزبون سوف يتوقع الحصول على الخدمة دائماً وفي كل مكان.

وعلى اساس ما تقدم نستنتج بان جودة الخدمة تعني اصال الخدمة من قبل المنظمة للزبون بشكل صحيح على ان تتوافق مع توقعات الزبون لهذه الخدمة, علما ان المنظمة التي تقدم الخدمات بشكل يتوافق مع رغبات الزبائن وتوقعاتهم تحرز موقع تنافسي اكبر من شبيهاتها العاملة في القطاع نفسه.

## **Banking Service Quality**

## **2- جودة الخدمة المصرفية:-**

افرزت المتغيرات العالمية تحديات تنافسية كبيرة, نتيجة الى عولمة النشاط المصرفي وتحرير الخدمات المالية والمصرفية لتلقي بتحدياتها على عاتق الادارة للعمل على التكيف مع هذه المتغيرات ومواجهة اثارها السلبية والاستفادة من المكاسب التي تحقّقها, واصبح هناك تطوير في الخدمات المصرفية ومواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة في مجال الخدمات, والاهتمام بجودة الخدمات, وتحقيق رغبات الزبائن, احد المداخل الرئيسية لزيادة القدرة التنافسية للمصارف (عبد القادر , 2005 : 252-255), بحيث تصبح المصارف قادرة على تسليم اعلى مستوى من خدماتها المصرفية للزبون في الاسواق المالية Financial Market, اضافة الى ذلك اجبرت المنافسة القوية في قطاع الخدمات المصرفية كثيراً من المصارف على البدء ببرامج جودة الخدمة المصرفية من اجل دراسة الزبائن وتوقعاتهم لهذه الجودة (الصرن , 2004 : 2), فمن الصعوبة ان تجد اليوم مصرفاً لم يبادر نوع من برامج تحسين جودة الخدمة المصرفية (Gupta, 2008: 433), لذلك يعد موضوع جودة الخدمة المصرفية من الموضوعات الرئيسية التي تصدرت اهتمام الباحثين الاكاديميين والممارسين على حد السواء, وضرورة التركيز على الزبائن عند تقييم جودة الخدمة المصرفية (Josph , 1999:183), لأنها تعبر عن الخصائص التي تتسم بها الخدمة المصرفية ومدى ملاءمتها للتوقعات، والتي يتم من خلالها قياس مستوى رضا الزبون وقناعته ( James,2011:25), حيث نجد ان ما يفضله الزبون من جودة الخدمة له تأثير كبير على نجاح المصرف ويعود سبب ذلك الى اكتشاف علاقة جودة الخدمات مع التكاليف , الربحية , رضا الزبون , الاحتفاظ بالزبون ( Al- Hawari 2005:1), وعلى هذا الاساس تعمل المصارف على ترتيب نفسها في مجال الجودة بنوعين من المصارف ذات الجودة العالية ومصارف ذات الجودة الواطئة ومن الواضح ان تركيب السوق يتمحور على المنافسة بين المصارف التي تتنافس في تقديمها للجودة على الرغم من ان

المصارف الواطنة الجودة تزداد مع ازدياد حجم السوق (Dick , 2007:70), ومن الضروري تطوير استراتيجيات لتحسين جودة الخدمة المصرفية لان هذا بطبيعته يوفر دوافع النجاح المالي لدى المصارف (Lovelock & Wirtz ,2007:29).

### *service quality model*

### 3- نموذج جودة الخدمة:-

منذ سبعينات القرن الماضي نالت مقاييس جودة الخدمة تركيز مجموعة من الباحثين ,حيث تركزت الجهود على محاولة ايجاد المنهجية المناسبة لقياس جودة الخدمات, فقد تباينت الابحاث في هذا المجال (عاشور و وادي , 2005: 4) اذ كانت اولى الدراسات حول جودة الخدمات المصرفية في الولايات المتحدة الامريكية, اذ اسهمت الدراسة التي قام بها كل من (parasuraman & zeithaml & berry) سنة 1985 بشكل كبير في نص القواعد الاساسية لفهم جودة الخدمة المصرفية وكيفية قياسها (عبد الوهاب و عبد العالي, 2007 : 108), من خلال تطوير النموذج الذي عرف بنموذج (SERVQUAL) وسمي ايضا بنموذج (PZB) اختصاراً لأسماء الباحثين الثلاثة الذين طوروا النموذج, ويوضح هذا النموذج الفجوات بين توقعات الزبائن وما يحصلون عليه فعلا من الخدمات .

وفيما يأتي توضيح للفجوات التي حددها (parasuraman et al ,1985,44-46) ومن ثم تم تطويرها من قبل كل من الباحثين (Mullius et al. 2008:435), (lovelock,wirtz,2011,407-410), (James,2011:26) (Kotler&keller,2012,395), (Knowles,2011:171) وهذه الفجوات هي:-

#### 3-1 الفجوة بين توقعات الزبائن وادراكات الادارة لهذه التوقعات.

(Gap Between Customers Expectation and Management Perceptions of those Expectations)

تنشأ هذه الفجوة من التناقضات Discrepancies التي تنشأ بسبب مديري المصارف الذين ليس لديهم المعرفة لما يعده الزبون جودة الخدمة المصرفية , وعلى هذا الاساس فان معرفة ما يرغبه الزبون ويتوقعه هو الخطوة الاولى في تسليم جودة خدمة مصرفية متميزة ,وتعد هذه الخطوة مهمة جدا فيما يتصل بجودة الخدمات المصرفية, لان هذه الخطوة تجعل المصرف قادراً على تقديم الخدمات التي يدركها الزبائن والتي تجعله متميز في معرفة ما يتوقعه الزبائن.

#### 3-2 الفجوة بين ادراكات الادارة لتوقعات الزبائن ومواصفات الخدمة .

(Gap Between Management Perception of Customer Expectation, and Service Quality Specification)

تعد هذه الفجوة واسعة جداً, لان توقعات الزبون معروفة ولا يمكن تجاوزها او تخطيها بسبب الصعوبات في الاستجابة الى رغبات الزبائن بشكل ثابت, وبسبب غياب التزام ادارة المصرف بجودة الخدمات المصرفية, فمن المحتمل ان تضع الادارة مواصفات لجودة الخدمة ولكن لا يمكن تحقيقها.

#### 3-3 الفجوة بين مواصفات جودة الخدمة وتسليم الخدمة.

(Gap Between Service Quality Specifications and Service Delivery)

ان الاختلاف بين مواصفات الخدمة والتسليم الفعلي للخدمة هو الفجوة بين الاداء والخدمة والتي تظهر من خلال الموظفين الذين يكونون غير قادرين على انجاز الخدمة بالمستوى المطلوب, لذلك فان تسليم الخدمة لا يتلائم مع المواصفات الموضوعه من قبل الادارة فاذا كانت هذه الادارة سيئة يمكن ان تقود الى الفشل في تلبية مواصفات جودة الخدمة المصرفية, واحيانا تفهم الادارة الزبائن وتضع مواصفات مناسبة, ويسلم المصرف الخدمة, لكنها لاتصل الى توقعات الزبون.

#### 3-4 الفجوة بين تسليم الخدمة والاتصالات الخارجية للزبائن حول الخدمة .

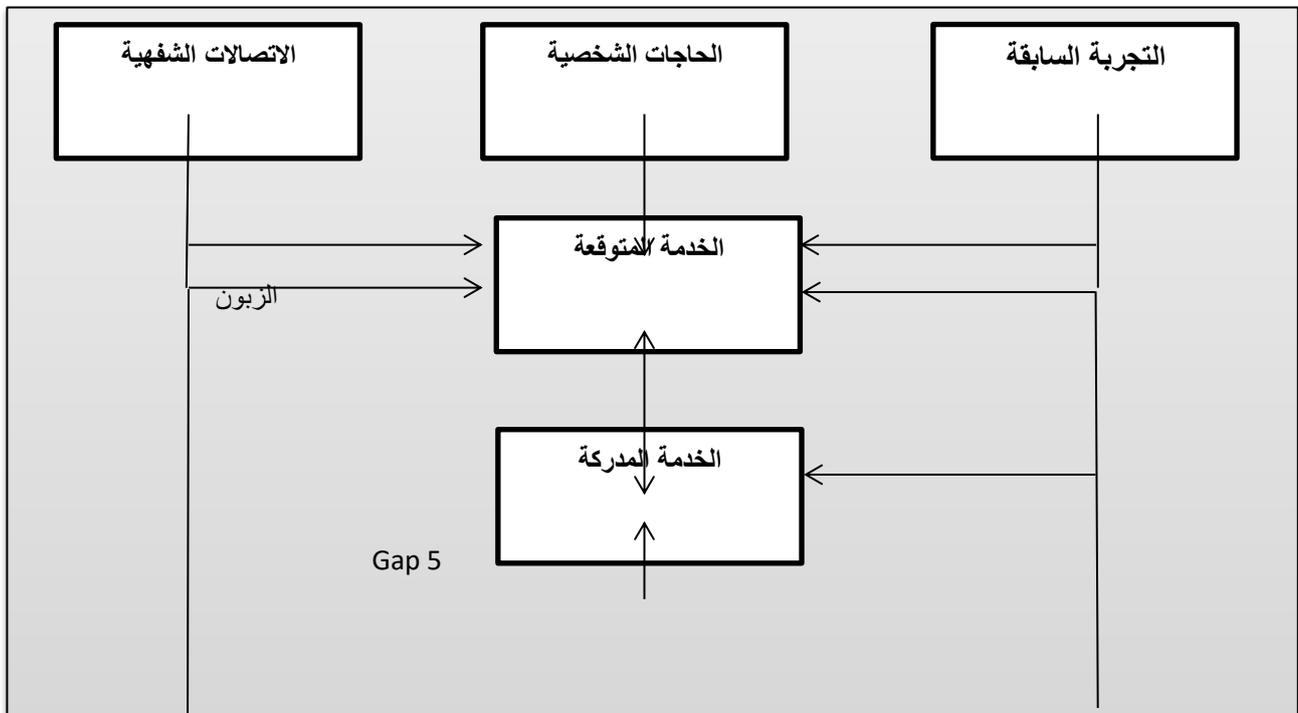
(Gap Between Service Delivery and External Communications to Customers Delivery )

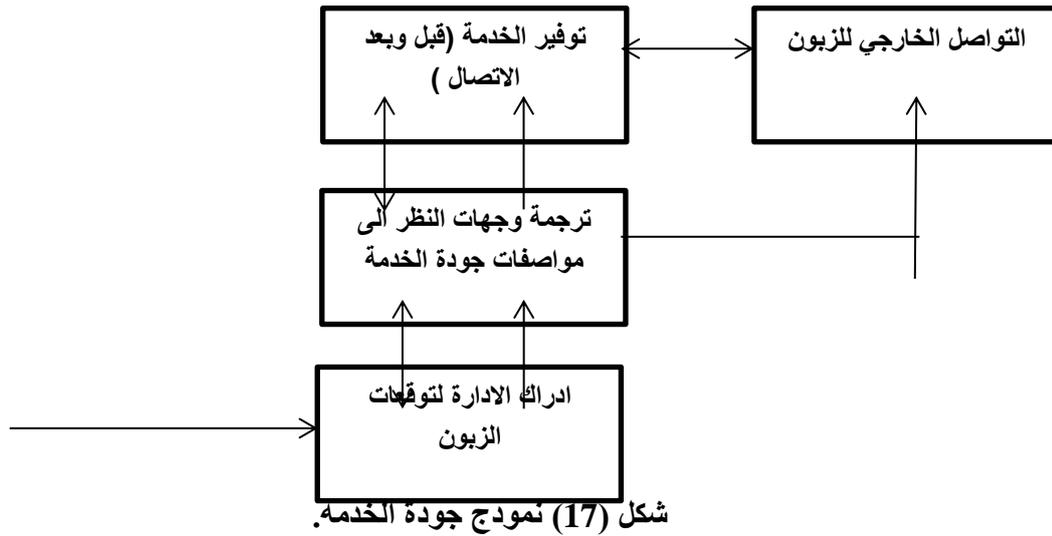
نجد هذه الفجوة بينما يتعهد المصرف تسليمه في الخدمة, وما وبين الاتصالات المناسبة والدقيقة والاعلان والعلاقات العامة التي لا تفي بالغرض او تمثل وتنقل بشكل خاطئ على الرغم من اهميتها في تسليم الخدمات الزبائن التي يدرك الزبائن انها عالية الجودة.

#### 3-5 الفجوة بين الخدمة المدركة (الفعلية) والمتوقعة من قبل الزبون .

(Gap Between Customers' Expectations and Perceived Service)

في هذه الفجوة نجد ان الخدمات المدركة من قبل الزبائن لا تطابق الخدمات المتوقعة, فالتقييم الشخصي لجودة الخدمة على انها عالية او منخفضة الجودة يعتمد على كيفية ادراك الزبائن للأداء الفعلي للخدمات المقدمة وما توقعه الزبون, الشكل (17) يوضح فجوات جودة الخدمة.





Source: Parasuraman A ,Zeithaml A. Valarie & Berry L. Leonard,((A Conceptual Model of Service Quality and Implications for Future Research)), journal of marketing vol.49 (fall 1985:45).

#### 4 - ابعاد جودة الخدمة المصرفية :- Banking Service Quality Dimensions

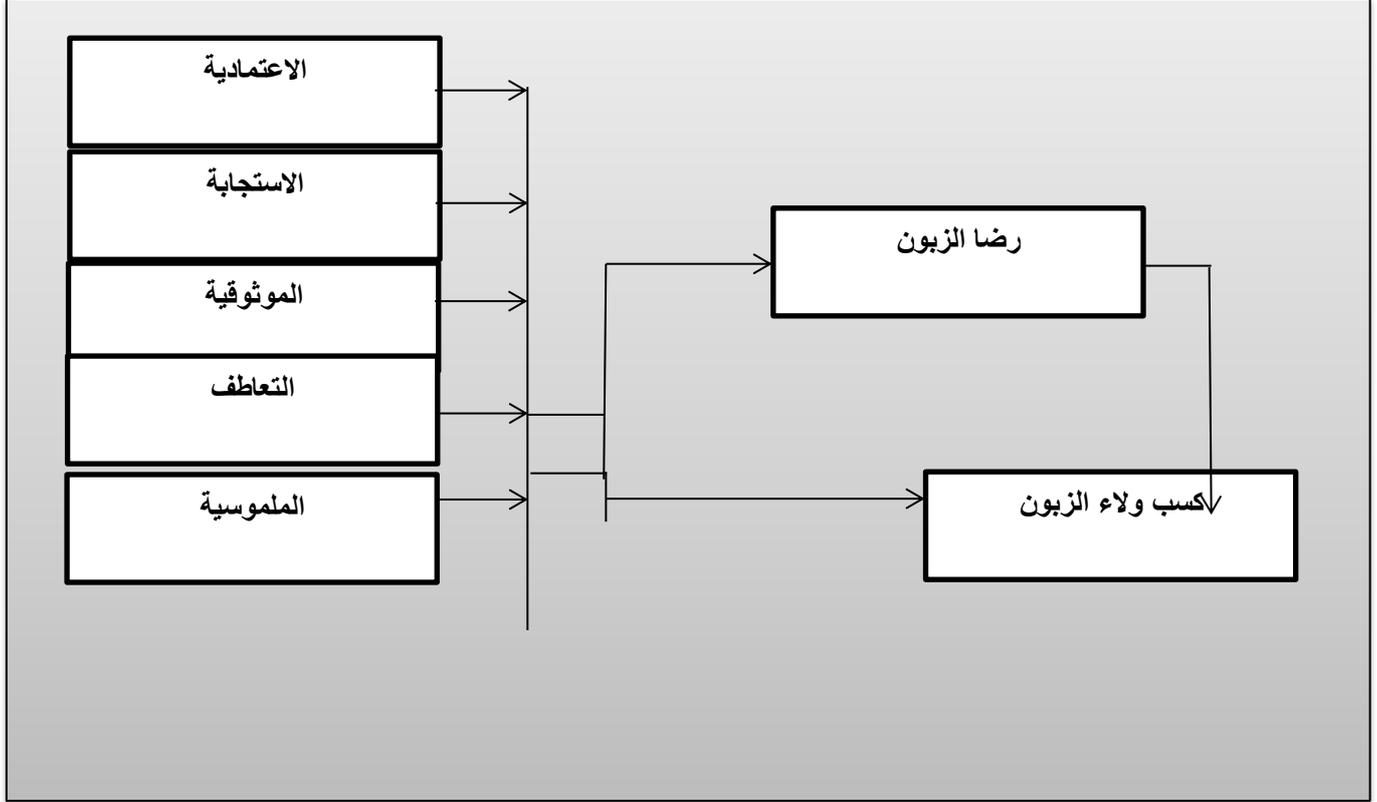
لقد حدد الادباء والمختصين بالجودة خمسة معايير او ابعاد يمكن من خلالها الحكم على جودة الخدمة في المصارف, حيث يستخدم الزبائن هذه المعايير لتقييم جودة الخدمة من خلال مقارنة توقعاتهم عن الخدمة وما يحصلون عليه فعلا, وهذه الابعاد هي المستخدمة في نموذج (SERVQUAL)(Fitzsimmons,2008 131), اذ نجد ان العديد من الكتاب والباحثين ركزوا اهتماما كبيرا على جودة الخدمة المصرفية ومعاييرها لذلك سوف نتطرق الى معايير جودة الخدمة بشكل مفصل وباراء مختلفة نظرا لأهميتها العالية, ويوضح الجدول ( 7 ) وجهات نظر الكتاب والباحثين والمتخصصين في مجالي إدارة الإنتاج وإدارة التسويق حول أبعاد جودة الخدمة المصرفية , وقد توصل الباحث من خلال التحليل النظري للأبعاد أن هناك اتفاقاً حول بعضها، بينما تناول البعض منهم أبعاداً أخرى لم يكن الاتفاق عليها صفة غالبية بينهم ، وفيما يلي مجموع المعايير التي تخص جودة الخدمة بما فيها المتفق عليها وغير المتفق عليها حيث حدد بعض الكتاب عشر معايير والتي هي (الاعتمادية , الاستجابة , التعاطف , الموثوقية , الملموسية , الكفاءة , الوصول للخدمة , المصادقية , الاتصال , اللباقة), اما بالنسبة للآراء الاخرى فهي تحاول دمج بعض المعايير القريبة من بعضها لغرض تقليصها الى خمسة معايير هي التي تعد مهمة جدا لذا نجد انه ورد الاتفاق حول مجموعة من الأبعاد التي يجب توافرها لتقييم جودة الخدمة في القطاع المصرفي وهي (الاعتمادية , الاستجابة , الموثوقية , التعاطف , الملموسية), اذ يأتي الجدول تعزيزا للنموذج الذي تناول الابعاد الخمسة اذ نلاحظ ان المعايير الخمسة التي اتفق عليها الكتاب اخذت النسب (100%) وكما موضحة في الجدول, اما المعايير الاخرى لم تتذكر الا من قبل بعض الكتاب وبنسبة 6%.

جدول (7) وجهات النظر ونسب الاتفاق على معايير جودة الخدمة.

الايام (معايير جودة الخدمة)					السنة	الكاتب
الموسمية	التعاطف	الموثوقية	الاستجابة	الاعتمادية		
*	*	*	*	*	2004	ograjanssek
*	*	*	*	*	2004	Linhan&baek
*	*	*	*	*	2005	Roses et a
*	*	*	*	*	2007	Stevenson
*	*	*	*	*	2008	Evans
*	*	*	*	*	2008	Amoako & Darley-Baah
*	*	*	*	*	2011	James
*	*	*	*	*	2011	Knowles
*	*	*	*	*	2011	Zafar et al
*	*	*	*	*	2011	Lovelock & wirtz
*	*	*	*	*	2012	RAKESH.R
*	*	*	*	*	2012	Banerjee &Sah
*	*	*	*	*	2012	Muyeed
*	*	*	*	*	2012	Hanzaee & Nasimi
*	*	*	*	*	2012	Kotler & kelle
%100	%100	%100	%100	%100		النسبة %

المصدر : اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات المذكورة

واكتسبت ابعاد جودة الخدمة المصرفية اهميتها كونها تؤدي الى رضا الزبون او قناعة الزبون customer satisfaction وعند كسب رضا الزبون يمكن للمصرف ان يكسب ولاء الزبون وهذا وبأثره يؤدي التأثير على المدى البعيد لنجاح المصرف لان رضا الزبون يدل وبصورة كبيرة على جودة خدمات المصرف (Jolibert et al, 2012:210) وكما موضح في الشكل (18).



## Reliability

## 1- الاعتمادية :-

احد الابعاد الخمسة لجودة الخدمة هو الاعتمادية (المعولية) والتي تظهر على انها البعد الاكثر اهمية من بين الابعاد, (The Ability to Perform The Promised Service Dependably and Accurately) التي تعني القدرة على تنفيذ الوعود بالخدمة بكل ثقة ودقة (Santhiyavalli, 2011:79), كذلك وصفها ( Davis et al. 2003:220) بانها درجة الالتزام من قبل المصرف الذي قدم الوعود للزبائن بتقديم الخدمات الموعودة على ادق وجه, ويرى (Burhn & Geargi, 2006:52) بانها قابلية مقدم الخدمات لتجهيز الخدمات التي وعد الزبائن بها في المستوى المنصوص عليه من الدقة, لذلك يعد هذا المعيار من المعايير الحساسة جدا من قبل الزبون اتجاه المصرف لأنه يعزز من ثقة الزبون بالمصرف من خلال تقديم الخدمات للزبون في وقتها وبدقة عالية خالية من الاخطاء .

كذلك تدرج تحت هذا المعيار المعايير الفرعية الآتية :- (Soteriou: Zenios, 1997:8), (Kotler 2012:396).

- يؤدي المصرف خدماته بدقة عالية.
- تكون لدى الموظف المعرفة الكافية للإجابة على استفسارات الزبائن.
- الخدمات التي يقدمها المصرف تلبي حاجات الزبون المتنامية.

- هناك اعتمادية كبيرة من قبل الزبون على موظف المصرف.
- يسعى المصرف الى انجاز الخدمة في الوقت المناسب وبدقه عالية.
- تؤدي الخدمة المصرفية بما يتناسب مع سمعة المصرف.

## Responsiveness

### 2- الاستجابة :-

هي ارادة مجهزين الخدمات على مساعدة الزبائن وتوفير الخدمة السريعة لهم , Willingness to Help Customers and Provide Prompt Service (Han& Baek, 2004, 208), حيث نجد ان هذا البعد يركز على الاستجابة السريعة للتغيرات في بيئة العمل المصرفي, وايضا يتطلب من المصرف ان تكون لديه المرونة العالية في التعامل لغرض الاستجابة للتغيرات التي تطرأ في البيئة الخارجية والبيئة الداخلية (Lovelock 2002:465), وهي ايضا رغبة المصرف واستعداده على تقديم الخدمات التي يطلبها الزبون بسرعة وبسهولة (Davis at al, 2003:221), فعندما تذهب الى المصرف من اجل خدمة معينه كم من الوقت تستغرق للحصول على الخدمة ؟ هل يتم التعامل مع المشاكل بسرعة أو عليك ان تدفع ضريبة زائدة للمصرف ؟ هل ان مجهز الخدمة دائما يستجيب وبشكل سريع أو لا ؟ (Foster,2007:7), ومن اجل الوصول الى مستوى لابس به من الاستجابة لابد للمصارف ان تقلل الفجوة بين سياقاتها و والنظر الى تطلعات الزبون فيما يتعلق بالمعايير الموضوعية الخاصة واجراءات تقديم الخدمات بالشكل الذي يحقق اهداف الطرفين . وتندرج تحت هذا المعيار عدة معايير فرعية وهي :- (Soteriou, Zenios, 1997:8), (kotler 2012:396).

- يمتلك موظفي المصرف المهارات التي تناسب حاجات الزبون.
- الخدمة التي يقدمها موظفي الصرف وافية لمطلب الزبون.
- يحرص الموظف على تحديد الوقت الذي يستغرقه اداء الخدمة.
- توفر ادارة المصرف الموارد المادية والمالية لغرض سير العمل داخل المصرف .
- يستجيب الموظفون الى طلبات الزبائن بسرعة.
- يجيب الموظف على استفسارات الزبون جميعاً.

## Assurance

### 3- الموثوقية (الامانة) :-

تشير الموثوقية الكياسة التي يتمتع بها الموظفين داخل المصرف الى زرع الثقة في نفس الزبون The Courtesy of Employees and Their Ability to Convey Trust and Confidence (Foster,2007:7), ويرى ( Davis ) بأنها المصدقية و الامانة التي يمتاز بها المصرف عند تقديمه الخدمات للزبون ( Davis et al. 2003:220), وهذا البعد مهم فيما يتصل بالخدمات التي يحصل عليها الزبائن والتي تتضمن مخاطر عالية او الخدمات التي يشعر الزبون بعدم التأكد منها مثل خدمات الصيرفة ,التامين ,والخدمات الطبية ,والخدمات القانونية (Wilson et al. 2008:85),وعلى هذا الاساس نجد ان الزبون يحاول تركيز تعاملاته مع المصرف الذي يوفر له الامان والحماية في التعامل وكذلك على ادارة المصرف بناء علاقات ثقة مع الزبائن لغرض كسب ولائهم .

كذلك تندرج تحت هذا المعيار بعض المعايير الفرعية وهي :- (Soteriou, Zenios, 1997:8) , (Kotler ,2012:396).

- قدرة الزبون في الحصول على ودائعه حين الطلب.
- هناك رقابة دائمة على الموظفين من قبل ادارة المصرف.

- تتوفر لدى المصرف وسائل الامان والحماية.
- يحتفظ المصرف بأنظمة تسجيل وتوثيق.
- السياسة الاقراضية المتبعة في المصرف تظهر على اموال المودعين.
- يمتلك المصرف برامج حمايه ضد عمليات السرقة (القرصنة)..

## Empathy

## 4- التعاطف :-

يعرف التعاطف او العناية بانه الاهتمام الشخصي من قبل ادارة المصرف بالزبائن The Provision of Caring, Individualized Attention to Customers (Santhiyavalli,2011:80), ومعرفة ما يجول في خاطرهم وما هي رغباتهم, والزبائن بحاجة الى ان يشعروا بان حاجتهم مفهومة من قبل موظفي المصرف, موظفي المصارف عادة ما يعرفون الزبائن بأسمائهم, ويبنون علاقات تظهر معرفتهم الشخصية لمتطلبات الزبون والاشياء التي يفضلها , نلاحظ انه عندما تتنافس المصارف التي تعمل ضمن هذه المواصفات مع المصارف التي لا تعمل ضمن المواصفات فمن المؤكد تكون قدرة المصارف الاولى اكبر من قدرة المصارف التي لا تعمل ضمن المواصفات على جذب اكبر عدد من الزبائن (Wilson et al ,2008:86). ايضا تدرج تحت هذا المعيار العديد من المعايير الفرعية وهي :- (Soteriou, Zenios, 1997:8) , (kotler ,2012:396).

- هناك اهتمام شخصي من قبل الموظفين بالزبائن.
- يولي المصرف اهتمامات بالزبائن الذين لا يكون لديهم معارف داخل المصرف.
- يضع المصرف مصلحة الزبائن في مقدمة اهتماماته.
- يتفهم الموظفون احتياجات الزبون.
- موجود اواصر احترام قويه بين الموظف والزبون.
- يتحدث الموظف مع الزبون بكل خصوصية.
- هناك ترحيب بالزبائن من قبل الموظف بشكل متميز بغض النظر عن المعرفة السابقة.

## Tangibles

## 5- الملموسية :-

وتتضمن الملموسية المظاهر المادية لتسهيلات الخدمة التي يقدمها المصرف, المعدات, الموظفين وادوات الاتصال The Appearance of Physical Facilities, Equipment, Personnel, and Communication Materials (Foster,2007:7), اذ توفر الملموسية تمثيلاً مادياً او مشهداً للخدمة حيث ان الزبون وعلى وجه الخصوص سوف يقيم الجودة على اساس معاييرها ولاسيما معيار الملموسية فمن الضروري ان يمتلك المصرف المظاهر الملموسة الجيدة وتوفير اماكن الاستراحة التي تليق بالزبون وكذلك تصميم المصرف سيكون عامل جذب للزبون لأنه يعبر عن طبيعة الخدمات التي يقدمها المصرف ( Wilson et al, 2008:86).

كذلك تدرج تحت هذا المعيار العديد من المعايير الفرعية وهي :- (Soteriou, Zenios, 1997:8) , (Kotler ,2012:396) ,

- ترتيب اماكن العمل داخل المصرف يسهل من حصول الزبائن على الخدمة والراحة معا.
- يستخدم المصرف وسائل الدعاية والاعلان للنشر عن خدماته المقدمة التي سوف تقدم.
- يتلائم المظهر العام للمصرف مع طبيعة الخدمات المصرفية التي يقدمها.
- يستخدم المصرف ادوات حديثه تساير الوقت الحاضر.
- يسمح المصرف للزبائن استخدام وسائل الاتصال المتوافرة لديه.
- هناك سهوله في الحصول على الخدمة من حيث موقع المصرف.

# الفصل الثاني

منهجية الدراسة وبعض الدراسات السابقة

تمهيد...

يتطلب التمهيد للإطار الميداني للدراسة عرضاً لمنهجية الدراسة من (أهمية, وأهداف, وفرضيات, ومشكلة, واساليب جمع البيانات, والمخطط الاجرائي للدراسة, وغيرها) ومن ثم تناول وصف للعينة التي تم اختبار البرنامج فيها ووصف لعينة الدراسة التي تم تنفيذ البرنامج فيها, وايضا التطرق الى بعض الدراسات السابقة التي تلامس بشكل مباشر أو غير مباشر أبعاد ومتغيرات الدراسة الحالية, إذ تعد هذه الدراسات رديفاً مهماً لتعزيز أنموذج الدراسة والعلاقات المنبثقة عنه, لذا ينبغي التطرق إلى عدد من الدراسات النظرية والتطبيقية التي أسهمت في رسم الأطر الهيكلية والمنهجية للدراسة حيث أستفاد الباحث من تلك الدراسات في كتابة الجانب النظري, وتأسيساً على ذلك فإن هذا الفصل الثاني سيتضمن المباحث الآتية :

## المبحث الاول : منهجية الدراسة.

### المبحث الثاني: وصف عينة الدراسة.

### المبحث الثالث : بعض الدراسات السابقة.

## المبحث الاول منهجية الدراسة

### اولاً: مشكلة الدراسة:

لا تخفى أهمية القطاع المصرفي للنشاط الاقتصادي إذ أن انتعاش القطاع المصرفي وتحسين جودة الخدمة المصرفية يؤدي الى انتعاش الاقتصاد في البلد, ومن خلال المعايضة الميدانية في القطاع المصرفي العراقي إتضح إن هذا القطاع يعاني من ضعف في الاداء ناتج عن أسباب عديدة من ضمنها ضعف في تطبيق أبعاد جودة الخدمة المصرفية بالحد المعقول الذي يخدم الزبائن ويرفع من أداء المصرف, والسبب في ذلك يعود الى عدم وجود وسيلة سهلة لقياس جودة الخدمة المصرفية تُعد أداة بيد الادارة لرفع كفاءة الاداء المصرفي, لذلك طرح الباحث فكرة تصميم برنامج محوسب يكون مخصصاً لتقييم جودة الخدمة المصرفية بالاستفادة من المعايير الدولية في هذا المجال فضلاً عن الاستفادة من تقنيات الحاسوب وبرمجياته التي يمتلكها الباحث جزءاً يسيراً منها.

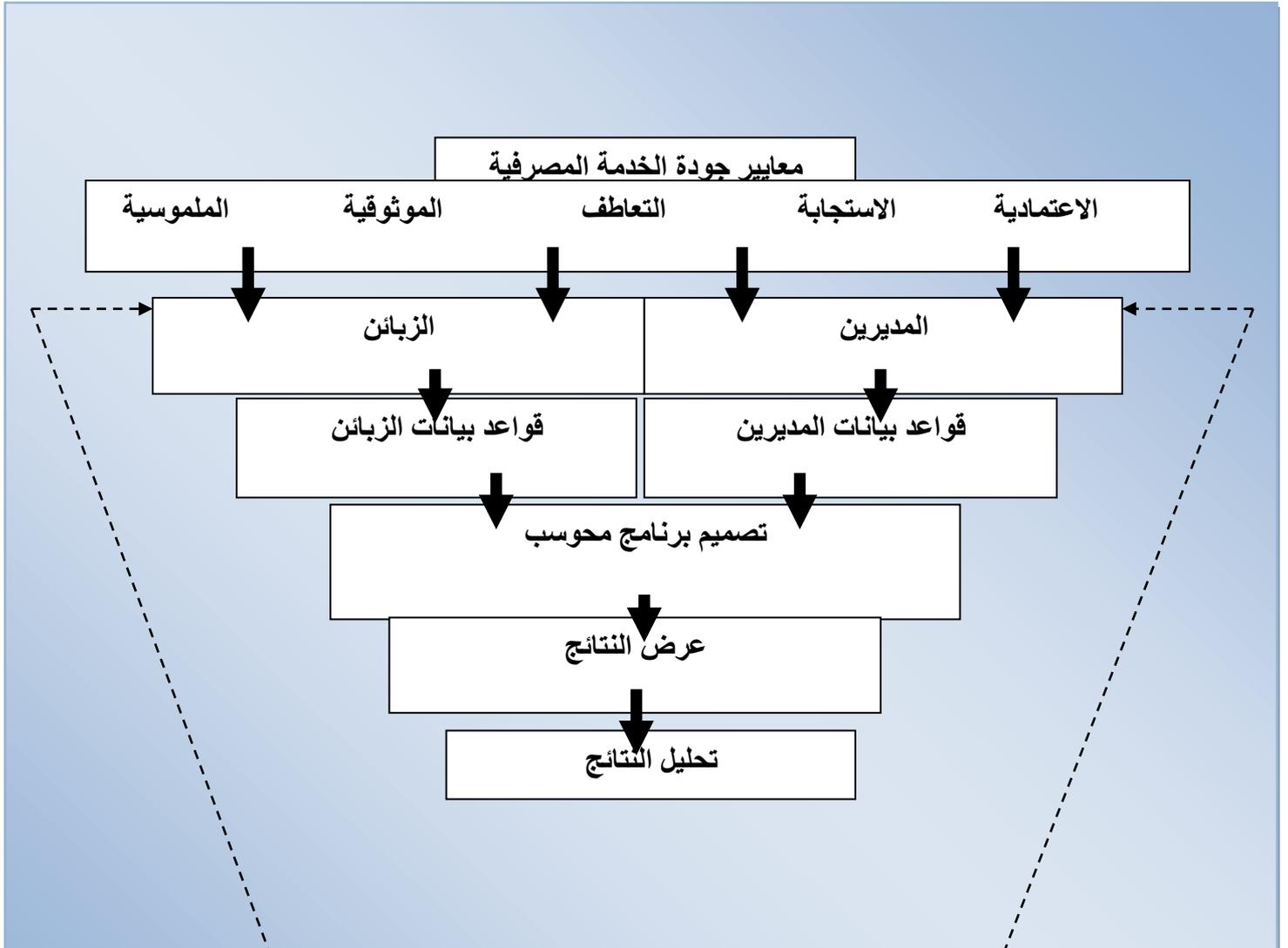
### ثانياً: أهمية الدراسة:

- يُعد تصميم وتنفيذ برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية الخطوة الاولى نحو بناء الثقة بين الزبون والمصرف, ونقطة الشروع نحو تطبيق الجودة في العمل المصرفي إذ سيعمل على تحقيق ما يأتي:
  - 1- يُساعد الادارة العليا في وضع سياسات وإستراتيجيات تحسين الجودة في القطاع المصرفي.
  - 2- يُساعد الادارة العليا في مراقبة الفروع المصرفية (هل تعمل على أساس معايير الجودة أو لا)؟.
  - 3- يُساعد الادارات الفرعية لغرض عمل تقييم دوري للمصارف لمعرفة انشطتها هل هي في ارتفاع أو في انخفاض؟.
  - 4- يساعد المستثمرين في عملية المفاضلة بين المصارف من خلال تقييم الجودة في المصارف لغرض التعامل مع المصرف الاكثر تقدماً للجودة.

### ثالثاً: أهداف الدراسة:

يُمكن هدف الدراسة الرئيس في تصميم وإختبار برنامج محوسب وتنفيذه يكون قادراً على تقييم جودة الخدمة المصرفية, ويتسم هذا البرنامج بالوضوح والدقة, وسهولة التعامل معه, ويتفرع عن هذا الهدف الرئيس الاهداف الفرعية الآتية:-

- 1- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري المصارف الحكومية.
- 2- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زبائن المصارف الحكومية.
- 3- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري وزبائن المصارف الحكومية.
- 4- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري المصارف الخاصة.
- 5- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زبائن المصارف الخاصة.
- 6- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري وزبائن المصارف الخاصة.
- 7- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري المصارف الحكومية والخاصة معاً.
- 8- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زبائن المصارف الحكومية والخاصة معاً.





المصارف على مستوى القطاع الخاص في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية.

• **الفرضية الثامنة:**

- $(H_0:p_1=p_2)$  لا يوجد تباين بين آراء زبائن المصارف على مستوى القطاع الحكومي وزبائن المصارف على مستوى القطاع الخاص في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية.
- $(H_1:p_1\neq p_2)$  يوجد تباين بين آراء زبائن المصارف على مستوى القطاع الحكومي وزبائن المصارف على مستوى القطاع الخاص في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية.

**سادساً: حدود الدراسة:**

**1- الحدود الزمانية:**

امتدت الدراسة من تأريخ (2011\11\1) الى تأريخ (2013\2\27) رافقها تطبيق في المصارف عينة الدراسة ولمدتين مدة الاختبار من تأريخ (2012\7\27) الى (2012\8\25) ومدة التنفيذ من تأريخ (2012\10\1) الى (2012\12\20).

**2- الحدود المكانية:**

اجريت الدراسة على عينة من المصارف العراقية الحكومية والخاصة وكانت على مستويين, المستوى الاول هو مستوى الاختبار والذي اجري في الادارة العامة لكل من (مصرف الرافدين ومصرف الرشيد), اما بالنسبة لمرحلة التنفيذ فأحتاج الباحث الى توسيع العينة, لذا اختار التنفيذ في الفروع وليس في الادارة العامة إذ تم تحديد ستة فروع من المصارف, تضمنت العينة ثلاثة مصارف حكومية وهي ( مصرف الرافدين فرع العباس /كربلاء, مصرف الرشيد الفرع التجاري/ بغداد, المصرف العراقي للتجارة/ النجف) وثلاثة مصارف خاصة وهي (مصرف المنصور / النجف, مصرف الخليج/ النجف, مصرف بغداد/ كربلاء).

**سابعاً: طرائق جمع البيانات والمعلومات**

1- تعد المعلومات اللبنة الاساسية لأي دراسة لذا قام الباحث بأثراء الجانب النظري للدراسة بالاعتماد على المراجع العلمية المتوافرة والحديثة قدر الامكان في مختلف المكتبات من كتب عربية واجنبية والدوريات والرسائل والاطاريح الجامعية, وايضا الاعتماد على شبكة المعلومات كونها اساساً للوصول الى الكتب الالكترونية المتوافرة في المكتبات الاجنبية.

2- اعتمد الباحث على استمارة الاستبانة كمصدر رئيسي لجمع البيانات في الجانب الميداني ومن مصدريه, الاول هو المديرين ورؤساء الاقسام والموظفين من ذوي الخبرة, والمصدر الاخر هم الزبائن (زبائن المصرف), تم اعتماد اسلوب الاستقصاء من خلال المقابلة الشخصية مع مديري وموظفي وزبائن المصارف عينة الدراسة حيث قام الباحث باستطلاع آراء الزبائن وتم شرح الهدف من الدراسة وكيفية ملئ الاستبانة ونظرا لانشغال بعض الزبائن تم اعطائهم الاستبانة ومن ثم اعادتها في وقت لاحق وايضا استعان الباحث بالموظفين لمعرفة الزبائن, وكما ذكرنا سابقا التطبيق العملي كان على مستويين الاول هو الاختبار والذي تم فيه توزيع (28) استمارة للمديرين أي بنسبة (19%) من حجم العينة الكلي وهو (148) و (30) استمارة للزبائن أي بنسبة (14%) من حجم العينة الكلي , موزعة بين المصرفين عينة الاختبار, اما بالنسبة للمستوى الثاني, فتم توزيع (120) استمارة للمديرين والموظفين عينة التنفيذ أي بنسبة (81%) من حجم العينة الكلي , و (210) لزبائن المصارف عينة التنفيذ أي بنسبة (86%) من حجم العينة الكلي موزعة بين المصارف, حجم العينة الكلي للمديرين (148) وحجم العينة الكلي للزبائن (240)

أ- استمارة المديرين

تم تصميم استمارة الاستبانة بالاعتماد على مراجعة الأدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة بما في ذلك الاطلاع على عدد من الرسائل والاطاريح الجامعية ذات العلاقة، فضلاً عن مراجعة عدد من الأساتذة المختصين في أقسام إدارة الأعمال والإحصاء (انظر ملحق رقم 1)، لأجل الاسترشاد بأرائهم في المقاييس التي اختيرت لمتغيرات وفقرات الدراسة، إذ تضمنت الاستبانة (30) عبارة صيغت على وفق مقياس Likert الخماسي، الذي يصف مستوى الاستجابات البديلة بصدد كل فقرة من فقرات المقياس إذ أعطيت خمسة خيارات هي (اتفق بشدة، اتفق، محايد، لا اتفق، لا اتفق بشدة) وأعطيت العبارات الدرجات الآتية (1,2,3,4,5) على التوالي، تضمنت الاستبانة خمسة معايير وهي المعايير الخاصة بجودة الخدمة المصرفية (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الموثوقية، الملموسية) ويضم كل معيار من المعايير ست أسئلة فرعية خاصة بالمعيار (انظر ملحق رقم 3)

#### ب- استمارة الزبائن

بالنسبة للاستمارة الخاصة بالزبائن هي نفس الفقرات المثبتة في استمارة المديرين لكن الاختلاف في صياغة السؤال او الفقرة فهنا صيغت بالشكل الذي يستجيب معه الزبون.

- 3- المقابلات الشخصية: حاول الباحث اجراء بعض الحوارات مع مديري المصارف وخصوصا في الادارة العامة للمصارف لغرض الوقوف على جوانب المشكلة الخاصة بالدراسة. والجدول الآتي يوضح اسماء المديرين الذين تمت مقابلتهم في مصرفي الرافدين والرشيد الرئيسيين. جدول (8) المقابلات الشخصية مع اداريون في مصرفي الرافدين والرشيد الرئيسيين.

التاريخ	الوظيفة	اسم المصرف	الاسم
2012\7\25	رئيسة لجنة استبيان مصرف الرشيد	مصرف الرشيد	أ.م.د. سهاد العزاوي
2012\7\25	عضو لجنة استبيان مصرف الرشيد	مصرف الرشيد	نغم زكي سليم
2012\7\26	مديرة شعبة البحوث	مصرف الرافدين	ملاك شمس الدين

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على المقابلات مع شخصيات ادارية في المصارف

#### ثامناً: الادوات المستخدمة في عرض وتحليل البيانات:

لغرض تحليل البيانات والمعلومات التي جرى جمعها من عينة الدراسة ومن اجل الحصول على النتائج المتوخاة من الدراسة فقد جرى استخدام:

1- البرمجيات من ادارة قواعد البيانات :

1-1- استعمل الباحث برنامج (Microsoft Access) بحيث يكون مخفي تحت بيئة النوافذ التي صممت لإدخال واسترجاع المعلومات من خلال اعداد قواعد البيانات التي اعددها الباحث.

1-2- استعمال برنامج التحليل من مجموعة (Microsoft Office) وهو برنامج (Microsoft Excel).

1-3- استعمال لغة (Visual Basic 6.0) التي تعمل ضمن نظام (Windows) وبجميع إصداراته، اما وفيما يتصل بالبرنامج الخاص بنا والموسوم بـ (تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية) فقد استخدم الباحث (Windows 7) في تصميم البرنامج.

## المبحث الثاني وصف عينة الدراسة

يتناول المبحث الثاني وصفا لعينة الدراسة, والمكونة من جزئين الجزء الاول هو اختبار البرنامج حيث تم اختبار البرنامج في مصرفي الرافدين والرشيد الادارة العامة وكما موضحة معلومات كل مصرف في الجدولين (9 و 10) ومن الجدير بالذكر انه تم اعطاء رقم لكل مصرف لغرض ادخال معلومات المصرف في البرنامج وحفظ تسلسله, اما فيما يتصل بالجزء الثاني فهو تنفيذ البرنامج إذ جرى تنفيذ البرنامج في عينة من المصارف العراقية الحكومية والخاصة وكما موضحة في الجداول (11 الى 16).

جدول رقم(9) وصف لمصرف الرافدين الرئيسي الذي تم اختبار البرنامج فيه.

اسم المصرف	الرافدين / الادارة العامة/ الفرع الرئيسي
الموقع	بغداد شارع الرشيد مقابل البنك المركزي العراقي
تاريخ التأسيس	1941/5/19
الخدمات التي يقدمها (نشاطات المصرف)	<p>1- الائتمان المصرفي :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- القروض التجارية وتمنح للتجار</li> <li>- القروض الصناعية وتمنح لجميع اصحاب المشاريع الصناعية</li> <li>- القروض الزراعية وتمنح لتنمية الثروة الحيوانية</li> <li>- قروض الاطباء والصيدالة لغرض انشاء مستشفيات او فتح عيادات</li> <li>- قروض للمهندسين لغرض فتح مكاتب استشارية</li> <li>- قروض لبناء مجمعات تجارية</li> </ul> <p>2- السلف والقروض الممنوحة :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- قروض الاسكان لموظفي دوائر الدولة</li> <li>- سلف الزواج</li> <li>- سلف للمتقاعدين</li> <li>- سلف الصحفيين من غير منتسبي الدولة .</li> <li>- بالإضافة الى (قبول الودائع بأنواعها ومنح التسهيلات المصرفية لكافة القطاعات في الحساب المكشوف والخصم وخطابات الضمان ومنح السلف الشخصية للمواطنين وغيرها من الخدمات التقليدية)</li> </ul>
الفروع ملكية المصرف	يمتلك المصرف (161) فرع موزعة بين المحافظات العراقية. مؤسسة مالية عامة مملوكة بالكامل لوزارة المالية العراقية.

المصدر: اعداد الباحث (بالاعتماد على الدوريات التي يصدرها المصرف)

جدول رقم(10) وصف لمصرف الرشيد الرئيسي الذي تم اختبار البرنامج فيه.

اسم المصرف	مصرف الرشيد/ الادارة العامة / الفرع الرئيسي
الموقع	بغداد شارع الرشيد قرب البنك المركزي العراقي
سنة التأسيس	تأسس مصرف الرشيد بموجب القانون (52) لسنة 1988 .

<p>1- الائتمان المصرفي :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- القروض التجارية وتمنح للتجار</li> <li>- القروض الصناعية وتمنح لجميع اصحاب المشاريع الصناعية</li> <li>- القروض الزراعية وتمنح لتنمية الثروة الحيوانية</li> <li>- قروض الاطباء والصيدالة لغرض انشاء مستشفيات او فتح عيادات</li> <li>- قروض للمهندسين لغرض فتح مكاتب استشارية</li> <li>- قروض لبناء مجمعات تجارية</li> </ul> <p>2- السلف والقروض الممنوحة :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- قروض الاسكان لموظفي دوائر الدولة</li> <li>- سلف الزواج - سلف للمتقاعدين</li> <li>- سلف الصحفيين من غير منتسبي الدولة .</li> <li>- قبول الودائع بأنواعها جميعاً.</li> <li>- الحوالات المالية</li> <li>- البطاقة الذكية - الصكوك الممغنطة</li> <li>- بيع الدولار وشراءه .</li> <li>- خدمة السويفت</li> </ul>	<p>الخدمات التي يقدمها (نشاطات المصرف)</p>
<p>يمتلك المصرف (121) فرعاً موزعة بين المحافظات العراقية. مؤسسة مصرفية عامة مملوكة بالكامل لوزارة المالية العراقية.</p>	<p>الفروع ملكية المصرف</p>

المصدر : اعداد الباحث (بالاعتماد على الدوريات التي يصدرها المصرف)

جدول رقم(11) وصف لمصرف الرافدين فرع العباس/ الذي تم تنفيذ البرنامج فيه.

<p>اسم المصرف</p>	<p>مصرف الرافدين فرع العباس</p>
<p>الموقع</p>	<p>محافظة كربلاء شارع العباس / عمارة الحياة</p>
<p>سنة التأسيس</p>	<p>2001</p>
<p>الخدمات التي يقدمها</p>	<p>(قروض تجارية_ قروض موظفين_ قروض سيارات_ قروض ذهب_ خطابات الضمان_ الاعتمادات المستندية_ حسابات جارية_ حسابات توفير_ حوالات خارجية صادرة_ حوالات خارجية واردة_ حوالات داخلية_ نظام المقاصة العادية )</p>
<p>ملكية المصرف</p>	<p>مؤسسة مصرفية عامة مملوكة بالكامل لوزارة المالية العراقية</p>

المصدر: اعداد الباحث (بالاعتماد على المقابلة الشخصية مع احد الشخصيات الادارية في المصرف)

جدول رقم(12) يوضح وصف مصرف الرشيد الفرع التجاري/ الذي تم تنفيذ البرنامج فيه.

<p>اسم المصرف</p>	<p>مصرف الرشيد الفرع التجاري</p>
<p>الموقع</p>	<p>محافظة بغداد / شارع الرشيد / مقابل البنك المركزي العراقي</p>

سنة التأسيس	(قروض تجارية_ قروض موظفين_ قروض سيارات_ قروض ذهب_ خطابات الضمان_ الاعتمادات المستندية_ جارية_ حسابات توفير_ حوالات خارجية صادرة_ حوالات خارجية واردة_ حوالات داخلية_ نظام المقاصة العادية )
الخدمات التي يقدمها	مؤسسة مالية عامة مملوكة بالكامل لوزارة المالية العراقية
ملكية المصرف	

المصدر: اعداد الباحث (بالاعتماد المعلومات المثبتة حديثا على الموقع الخاص بالمصرف )

جدول رقم(13) وصف المصرف العراقي للتجارة فرع النجف/الذي تم تنفيذ البرنامج فيه.

اسم المصرف	المصرف العراقي للتجارة / TBI
الموقع	محافظة النجف / حي السعد
سنة التأسيس	2008
الخدمات التي يقدمها	(قروض تجارية_ قروض موظفين_ قروض سيارات_ قروض ذهب_ خطابات الضمان_ الاعتمادات المستندية_ بطاقات الفيزا_ خدمة الموفي كاش_ خدمة الانترنت بنك_ حسابات جارية_ حسابات توفير_ حوالات خارجية صادرة_ حوالات خارجية واردة_ حوالات داخلية_ نظام المقاصة العادية_ نظام المقاصة الالكترونية_ خدمة الاون لاين )
ملكية المصرف	مؤسسة مالية عامة مملوكة بالكامل لوزارة المالية العراقية

المصدر: اعداد الباحث (بالاعتماد على المقابلة الشخصية مع مدير الفرع)

جدول رقم(14) وصف لمصرف بغداد فرع كربلاء/ الذي تم تنفيذ البرنامج فيه.

اسم المصرف	مصرف بغداد / فرع كربلاء
الموقع	كربلاء / شارع الامام الحسين
سنة التأسيس	1999

الخدمات التي يقدمها	(قروض تجارية_ قروض موظفين_ قروض سيارات_ قروض ذهب_ خطابات الضمان_ الاعتمادات المستندية_ بطاقات الفيزا_ خدمة الموفي كاش_ خدمة الانترنت بنك_ حسابات جارية_ حسابات توفير_ حوالات خارجية صادرة_ حوالات خارجية واردة_ حوالات داخلية_ نظام المقاصة العادية_ نظام المقاصة الالكترونية)
ملكية المصرف	شركة مساهمة مملوكة للقطاع الخاص

المصدر: اعداد الباحث (بالاعتماد على المقابلة الشخصية مع مديرة الفرع)

جدول رقم(15) وصف لمصرف المنصور فرع النجف/ الذي تم تنفيذ البرنامج فيه.

اسم المصرف	مصرف المنصور / فرع النجف
الموقع سنة التأسيس	النجف / حي السعد 2010
الخدمات التي يقدمها	(قروض تجارية_ قروض موظفين_ قروض سيارات_ قروض ذهب_ خطابات الضمان_ الاعتمادات المستندية_ خدمة الانترنت بنك_ حسابات جارية_ حسابات توفير_ حوالات خارجية صادرة_ حوالات خارجية واردة_ حوالات داخلية_ نظام المقاصة العادية_ نظام المقاصة الالكترونية)
ملكية المصرف	شركة مساهمة مملوكة للقطاع الخاص

المصدر: اعداد الباحث (بالاعتماد على المقابلة الشخصية مع مدير الفرع)

جدول رقم(16) وصف لمصرف الخليج فرع النجف/ الذي تم تنفيذ البرنامج فيه.

اسم المصرف	الخليج / فرع النجف /
الموقع سنة التأسيس	النجف / شارع السدير
الخدمات التي يقدمها	(قروض تجارية_ قروض موظفين_ قروض سيارات_ قروض ذهب_ خطابات الضمان_ الاعتمادات المستندية_ خدمة الانترنت بنك_ حسابات جارية_ حسابات توفير_ حوالات خارجية صادرة_ حوالات خارجية واردة_ حوالات داخلية_ نظام المقاصة العادية_ نظام المقاصة الالكترونية)
ملكية المصرف	شركة مساهمة مملوكة للقطاع الخاص.

الفصل الثاني: المبحث الثاني .....(وصف عينة الدراسة

(

المصدر: اعداد الباحث (بالاعتماد على المعلومات المثبتة حديثًا على الموقع الخاص بالمصرف )

## المبحث الثالث بعض الدراسات السابقة

يتناول المبحث عدداً من الدراسات العربية والاجنبية التي سبقت الدراسة الحالية والتي تم الاستفادة منها سواء في الجانب النظري او المنهجي او الميداني, وفيما يأتي عرض لتلك الدراسات:

اولا : بعض الدراسات الخاصة بنظم المعلومات المحوسبة,(التقنيات المحوسبة).

جدول (17) بعض الدراسات العربية السابقة التي تخص النظم المحوسبة.

الدراسة 1	سلمان 2007
عنوان الدراسة	تصميم برنامج محوسب لتقييم اداء الشركات الصناعية بأسلوب المقارنة المرجعية الافتراضية.
عينة الدراسة	دراسة ميدانية في الشركات العامة للسمنت العراقية (الشمالية - الجنوبية).
هدف الدراسة	تهدف الدراسة الى الاعتماد على اسلوب المقارنة المرجعية الافتراضية في تقييم اداء الشركات الصناعية بتصميم برنامج محوسب يؤدي الى حساب مؤشرات ومعايير تقييم الاداء للشركات الصناعية.
أهم نتائج الدراسة	توصلت الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات اهمها : يعتمد النظام المقترح على تقييم اداء الشركات الصناعية مع الشركة الافتراضية (والتي تعد الحالة الممكن تحقيقها) لتأشير نقاط القوة والضعف في كل شركة وتحديد الانحرافات الحاصلة في الاداء.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	ركزت الدراسة على اداء الشركات الصناعية اما الدراسة الحالية فركزت على جودة الخدمة المصرفية.
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	ان كلتا الدراستين هي تصميم برنامج محوسب وكلتا الدراستين طبقت في البيئة العراقية.
الاستفادة من هذه الدراسة	تمت الاستفادة من الدراسة في التعرف على فقرات الجانب النظري وترتيب هيكلية الدراسة.
الدراسة 2	الجبوري 2009
عنوان الدراسة	اثر تكنولوجيا المعلومات في الاداء المنظمي.
عينة الدراسة	تم توزيع (60) استمارة استبيان على اعضاء مجتمع البحث المؤلف من المدراء والعاملين في قسم المعلوماتية والبحث والتطوير في الشركة العامة للصناعات الكهربائية.
هدف الدراسة	تهدف الدراسة الى عرض وتحليل واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات واثرها في تحسين الاداء في المنظمة المبحوثة.
أهم نتائج الدراسة	- ان ناتج العلاقة بين متغيري الدراسة الرئيسيين تكنولوجيا المعلومات والاداء المنظمي كان عالياً وذا تأثير قوي مما يعني ان استثمار هذه العلاقة والتأثير سيؤدي الى رفع الاداء المنظمي وتميزه.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	ان موضوع الدراسة هو اثر تكنولوجيا المعلومات في الاداء المنظمي , اما الدراسة الحالية فموضوعها تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية , فالاختلاف في الجانب النظري في موضوع الاداء المنظمي .
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	تم التطرق الى موضوع تكنولوجيا المعلومات وهو جزء من الجانب النظري في دراستنا.
الاستفادة من هذه الدراسة	تمت الاستفادة من الدراسة في التعرف على فقرات الجانب النظري وترتيب هيكلية الدراسة.

<p><i>ابو عمر 2009</i></p>	<p><i>الدراسة 3</i></p>
<p>فاعلية نظم المعلومات الادارية المحوسبة واثرها في ادارة الازمات.</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>طبقت الدراسة على جميع المصارف العاملة في فلسطين والبالغ عددها (21) مصرفاً, وقد بلغ مجتمع الدراسة (348) موظفاً, حيث تم أخذ عينه طبقية عشوائية مكونه من (186) موظف بواقع (53%) من مجتمع الدراسة الكلي.</p>	<p>عينة الدراسة</p>
<p>هدفت الدراسة الي قياس مدى فاعلية نظم المعلومات الادارية المحوسبة واثرها في قدرة المصارف العاملة في فلسطين على ادارة ازماتها.</p>	<p>هدف الدراسة</p>
<p>وجود علاقة قوية ذات دلالة احصائية بين فاعلية نظم المعلومات الادارية وبين قدرة المصارف العاملة في فلسطين على ادارة الازمات.</p>	<p>اهم نتائج الدراسة</p>
<p>تناولت الدراسة فاعلية نظم المعلومات الادارية المحوسبة واثرها في ادارة الازمات, اما فيما يتصل بالدراسة الحالية تناولت موضوع تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية.</p>	<p>نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية</p>
<p>تم التطرق لموضوع نظم المعلومات المحوسبة وهي احدى فقرات الجانب النظري لدراستنا.</p>	<p>نقاط التشابه مع الدراسة الحالية</p>
<p>تمت الاستفادة من الدراسة للتعرف على المراجع وتم ايضا التعرف على فقرات نظم المعلومات المحوسبة.</p>	<p>الاستفادة من هذه الدراسة</p>
<p><i>الحكيم 2010</i></p>	<p><i>الدراسة 4</i></p>
<p>امكانية الرقابة على نظم المعلومات المحاسبية المؤتمتة للمؤسسات العامة ذات الطابع الاقتصادي من قبل مفتشي الجهاز المركزي للرقابة المالية.</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>ان عينة الدراسة هنا هم مفتشو الحسابات في الجهاز المركزي للرقابة المالية الذين يقومون بعملية تدقيق حسابات المنظمات العامة ذات الطابع الاقتصادي على مدار العام.</p>	<p>عينة الدراسة</p>
<p>يتمحور هدف الدراسة حول امكانية القيام بتقييم بنية الرقابة الداخلية المؤتمتة من قبل مفتشي الجهاز عند قيامهم في عملية تدقيق المؤسسات الاقتصادية التي تستخدم نظم المعلومات المحاسبية المؤتمتة على وفق معايير الرقاب على نظم المعلومات.</p>	<p>هدف الدراسة</p>
<p>- لا توجد فروقات ذات دلالة احصائية تعبر عن ازدياد الفعالية الرقابية على تقنية المعلومات وذلك مع ازدياد استخدام الضوابط الرقابية المتعلقة على وفق المعايير الرقابية المتعارف عليها.</p>	<p>اهم نتائج الدراسة</p>
<p>- لا توجد فروقات ذات دلالة احصائية تعبر عن ازدياد الفعالية الرقابية على تقنية المعلومات وذلك مع ازدياد استخدام اجراءات الرقابة من قبل مفتشي الحسابات.</p>	<p>نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية</p>
<p>ركزت هذه الدراسة على امكانية القيام بتقييم بنية الرقابة الداخلية المؤتمتة من قبل مفتشي الجهاز عند قيامهم في عملية تدقيق المؤسسات الاقتصادية التي تستخدم نظم المعلومات المحاسبية المؤتمتة, اما فيما يتصل بالدراسة الحالية ركزت على تقييم جودة الخدمة المصرفية من خلال تصميم برنامج محوسب.</p>	<p>نقاط التشابه مع الدراسة الحالية</p>
<p>تناولت نظم المعلومات المحوسبة وهي جزء من الجانب النظري لدراستنا.</p>	<p>الاستفادة من هذه الدراسة</p>
<p>تدعيم الجانب النظري للدراسة والتعرف على بعض المصادر والمراجع.</p>	<p>الدراسة</p>
<p><i>البحيبي 2011</i></p>	<p><i>الدراسة 5</i></p>
<p>استكشاف المخاطر التي تهدد نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في الشركات الفلسطينية العاملة في قطاع غزة.</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>تم توزيع الاستبيان على عينة من الشركات الفلسطينية وعددها (200) شركة وقد تم استرجاع (79) منها ما يعادل (47%) من مجموع مفردات العينة.</p>	<p>عينة الدراسة</p>
<p>تهدف هذه الدراسة الي بحث المخاطر التي تهدد نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة الفلسطينية في قطاع غزة كونه نموذجاً لما هو موجود في باقي الدول النامية.</p>	<p>هدف الدراسة</p>
<p>توصلت الدراسة الي بعض النتائج وهي :- ان المخاطر تأتي من الادخال المتعدد للبيانات الخاطئة عن طريق المستخدمين.</p>	<p>اهم نتائج الدراسة</p>

- انقطاع التيار الكهربائي. - الالتفاف غير المقصود للبيانات من قبل المستخدمين. - اشتراك العاملين في كلمات الدخول للحاسوب.	
- الاختلاف في بعض فروع الجانب النظري. - الاختلاف في الاهداف. - الاختلاف في البيئة التي طبقت فيها الدراسة.	نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية
هناك اوجه تشابه مع الدراسة في الجانب النظري وخصوصا في نظم المعلومات المحوسبة التي تم التطرق لها في الجانب النظري لدراستنا. تدعيم الجانب النظري وايضا في ترتيب هيكلية الدراسة.	نقاط التشابه مع الدراسة الحالية الاستفادة من هذه الدراسة
<i>اسماعيل 2011</i>	الدراسة 6
خصائص نظم المعلومات واثرها في تحديد خيار المنافسة الاستراتيجية في الادارتين العليا والوسطى.	عنوان الدراسة
تتكون عينة الدراسة من البنوك التجارية العاملة في قطاع غزة والبالغ عددها (10) مصارف, حيث تم توزيع (67) استبانة.	عينة الدراسة
تهدف الدراسة الى التعرف على خصائص نظم المعلومات واثرها في تحديد خيار المنافسة الاستراتيجية في الادارتين العليا والوسطى للمصارف التجارية العاملة في قطاع غزة.	هدف الدراسة
ان المصارف العاملة في قطاع غزة تطبق نظم تكنولوجيا المعلومات في جميع الوحدات والاقسام, وتحرص على الاستفادة القصوى من استخدامات نظم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والاستفادة من المهارات والخبرات المتوفرة لديها واستثمار الكوادر البشرية ومعارفهم في مجال التنمية والنهضة لتصل الى درجة التعايش والتواصل مع العالم الخارجي ومواكبة التطورات المتلاحقة في ظل تكنولوجيا المعلومات المتقدمة.	أهم نتائج الدراسة
انت الدراسة بعنوان خصائص نظم المعلومات واثرها في تحديد خيار المنافسة الاستراتيجية في الادارتين العليا والوسطى, اما بالنسبة للدراسة الحالية تناولت موضوع تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية , اي الاختلاف بالجانبين النظري والعملي. تم التطرق لموضوع نظم المعلومات وهي احدى فقرات الجانب النظري لدراستنا.	نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية
تمت الاستفادة من الدراسة للتعرف على المراجع وتم ايضا التعرف على فقرات نظم المعلومات .	نقاط التشابه مع الدراسة الحالية الاستفادة من هذه الدراسة
<i>العمرى 2012</i>	الدراسة 7
فاعلية برنامج تعليمي محوسب في تنمية التفكير الابداعي لدى طلبة الصف السابع الاساسي في الاردن	عنوان الدراسة
تكونت عينة الدراسة من (116) طالباً وطالبة في الصف السابع الاساسي.	عينة الدراسة
هدفت الدراسة الى اختبار فاعلية برنامج محوسب في التربية الاسلامية في تنمية التفكير الابداعي لدى طلبة الصف السابع الاساسي في المدارس الاردنية.	هدف الدراسة
اظهرت نتائج التحليل الاحصائي ان هناك فروقا ذات دلالة احصائية في التفكير الابداعي لدى عينة الدراسة تعزى الى طريقة التعلم التعاوني المحوسب وطريقة التعلم الفردي المحوسب مقارنة بطريقة التعلم العادية.	أهم نتائج الدراسة
تهدف الدراسة الى تصميم برنامج محوسب لغرض تنمية التفكير الابداعي لدى طلبة الصف السابع الاساسي وطبقت في البيئة الاردنية, اما فيما يتصل بالدراسة الحالية فهدفها هو تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة في المصارف وطبقت في البيئة العراقية. ان كلتا من الدراستين هي تصميم برنامج محوسب.	نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية
تمت الاستفادة منها في صياغة فقرات الجانب النظري والتعرف على بعض المراجع.	نقاط التشابه مع الدراسة الحالية الاستفادة من هذه الدراسة

جدول (18) يوضح بعض الدراسات الاجنبية السابقة التي تخص النظم المحوسبة.

الدراسة 1	(Gupta1997)
عنوان الدراسة	تأثير أنظمة المعلومات على الكفاءة المصرفية.
عينة الدراسة	تتكون عينة الدراسة من ست مصارف عاملة في فلوريدا.
هدف الدراسة	هدف الدراسة الاساس هو معرفة هل هناك تأثير لأنظمة المعلومات على كفاءة المصارف.
أهم نتائج الدراسة	تم توزيع استثمارات استبيان للمصارف وبعد استلامها تم التوصل الى النتيجة الايجابية وهو وجود الاثر بنسبة %57.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	هدفها معرفة الاثر الناتج عن استعمال أنظمة المعلومات على الكفاءة المصرفية اما هدف الدراسة الحالية فهو تقييم جودة الخدمة المصرفية من خلال برنامج مخصص لهذا الغرض.
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	يعد موضوع نظم المعلومات العمود الاساس للدراسة الحالية وهو فقرة في الجانب النظري لدراستنا.
الاستفادة من هذه الدراسة	تمت الاستفادة من الدراسة في الجانب النظري.
الدراسة 2	(Walls. Et al ,2001)
عنوان الدراسة	تبني نظرية لتصميم نظام معلومات تنفيذي حذر (متيقظ)
عينة الدراسة	دراسة نظرية
هدف الدراسة	تهدف الدراسة الى تصميم نظام معلومات تنفيذي حذر لمساعدة الادارة على اتخاذ القرارات الاستراتيجية الصائبة
أهم نتائج الدراسة	تستنتج الدراسة بأن تصميم نظام معلومات تنفيذي حذر يساعد الادارة على اتخاذ القرارات الاستراتيجية المناسبة ويبقي المدير دائما حذر للحالات التي تمر بها البيئة فعندها يعطي ذلك النظام الاشارة للمدير بالتوقف او الاستمرار.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	تحاول الدراسة تصميم نظام لغرض دعم الادارة في اتخاذ القرارات اما الدراسة الحالية فهي تحاول تقييم جودة الخدمة المصرفية.
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	ان كلتا من الدراستين جاءت لتصميم نضام او برنامج.
الاستفادة من هذه الدراسة	تمت الاستفادة من الدراسة الحالية في الجانب النظري.
الدراسة 3	(Al_Rawashdeh. Et al,2012)
عنوان الدراسة	دور تكنولوجيا المعلومات في تقليل مخاطر خدمات البنوك الالكترونية في القطاع المصرفي الاردني.
عينة الدراسة	اقتصرت الدراسة على ثلاثة مصارف الكترونية اردنية.
هدف الدراسة	تهدف الدراسة الى معرفة دور تكنولوجيا المعلومات في تقليل مخاطر البنوك الالكترونية في الاردنية.
أهم نتائج الدراسة	اهم استنتاجات الدراسة هو ان البنوك العاملة في الاردن والتي تتعامل بالخدمات الالكترونية هي حذرة جدا اتجاه مخاطر الخدمات الالكترونية من خلال العمل على اساس معايير لجنة بازل لإدارة المخاطر لذا فأنها تكون قليلة المخاطر.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	فيما يتصل بهذه الدراسة هدفها الاساس هو معرفة دور تكنولوجيا المعلومات في تقليل مخاطر البنوك الالكترونية واجريت على المصارف الاردنية, اما بالنسبة للدراسة الحالية فهدفها الاساس هو تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية بالاعتماد على المعايير الخاصة بجودة الخدمات المصرفية.
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	تناولت الدراسة الحالية موضوع تكنولوجيا المعلومات ومن ثم الخدمات المصرفية والاثنان هم مواضيع رئيسية لدراستنا.

الاستفادة من هذه الدراسة تمت الاستفادة منها في كتابة الجانب النظري.

## ثانياً: بعض الدراسات الخاصة بالجودة.

جدول (19) بعض الدراسات العربية السابقة التي تخص الجودة.

الدراسة 1	الصرن 2004
عنوان الدراسة	تطوير نموذج الفجوة في قياس جودة الخدمات المصرفية الى المستوى العالمي.
عينة الدراسة	الدراسة نظرية.
هدف الدراسة	هدف الدراسة هو تطوير أنموذج الفجوة (مقياس SERVQUAL) على المستوى العالمي آخذين بنظر الاعتبار الفروق الثقافية, البيئية, التقانية, والتنظيمية في عصر العولمة.
أهم نتائج الدراسة	قدمت الدراسة نتائج ومقترحات نظرية تساعد مديري المصارف على تقديم التزامهم بجودة الخدمة المصرفية, حيث استنتجت الدراسة ان هناك ست فجوات على الادارة مراعاتها لغرض تقديم الخدمات بالجودة العالية.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	ان هذه الدراسة تحاول تطوير أنموذج لقياس الجودة الخدمة المصرفية على المستوى العالمي, اما الدراسة الحالية فتتناول تصميم برنامج لغرض تقييم جودة الخدمة المصرفية.
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	ان كلتا الدراستين تناولت جودة الخدمة المصرفية الاولى تطور مقياس والثانية تصمم برنامج للتقييم.
الاستفادة من هذه الدراسة	تمت الاستفادة من الدراسة في الجانب النظري وكذلك تعد احد المصادر.
الدراسة 2	عبد القادر 2005
عنوان الدراسة	جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك.
عينة الدراسة	الدراسة نظرية.
هدف الدراسة	تهدف الدراسة الى التعرف على خصائص جودة الخدمات المصرفية وابعادها وابرار اهمية واثر جودة الخدمات المصرفية كونه مدخلاً لزيادة القدرة التنافسية للبنوك.
اهم نتائج الدراسة	تعد الاستراتيجيات التنافسية مثل خفض التكلفة والتميز والتحالف الاستراتيجي والاندماج المصرفي, وتعد استراتيجية الجودة من اهم المداخل والاستراتيجيات التنافسية التي اصبحت تتبعها البنوك في ظل المتغيرات الاقتصادية الراهنة, فجودة الخدمة هي اساس ثقة الزبون في صناعة لا تقوم الا على الثقة, وجودة الخدمة لا تأتي الا بتبني فلسفة الجودة الشاملة, من اجل اكتساب وتطوير القدرة التنافسية.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	حاولت الدراسة التعرف على خصائص جودة الخدمات المصرفية وابعادها وابرار اهمية واثر جودة الخدمات المصرفية كونه مدخلاً لزيادة القدرة التنافسية للبنوك, اما الدراسة الحالية فتحاول تقييم جودة الخدمة المصرفية عن طريق برنامج صمم خصيصاً لهذا الغرض بالاعتماد على معايير جودة الخدمة المصرفية.
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	ان كلتا من الدراستين تعمل على جودة الخدمة المصرفية وتناولت الابعاد.
الاستفادة من هذه الدراسة	تمت الاستفادة منها في تدعيم الجانب النظري للدراسة وتعد احد المصادر في دراستنا.
الدراسة 3	المزهر 2006
عنوان الدراسة	ابعاد جودة الخدمة وتأثيرها في تحقيق رضا الزبون

عينة الدراسة	تضمنت عينة الدراسة (100) استبانة خصص (40) منها إلى مدراء أقسام العمليات المصرفية, و(60) استبانة إلى الزبائن.
هدف الدراسة	تهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة واثرها في تحقيق رضا الزبون وهي (دراسة ميدانية في عينة من المنظمات المصرفية العراقية).
أهم نتائج الدراسة	<ul style="list-style-type: none"> <li>- بينت نتائج الدراسة أثر أبعاد جودة الخدمة المقدمة، أي أن السياسات التي تعتمدها المنظمات المصرفية لكل متغير من متغيرات الجودة قد ظهرت بشكل واضح في مستوى جودة الخدمة المقدمة مع وجود حالة اختلاف نسبي في أثر متغيرات الجودة</li> <li>- يتبين من خلال الدراسة إن زيادة مدة تعامل الزبائن مع المصرف تساعد العاملين في المصرف على تفهم حاجات الزبائن وتلبيتها بشكل أفضل.</li> <li>- ولقد جاءت الدراسة بمجموعة توصيات منها:-</li> <li>- حث المنظمات المصرفية على القيام بتطوير خدمات ذات جودة تسهم في تقليل الفجوة القائمة بين توقعات الزبون والجودة المدركة, بان تكون جودة الخدمة أكثر إدراكاً من لدن الزبائن كالاتمادية التعاطف, والثقة والتوكيد.</li> </ul>
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	تهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة واثرها في تحقيق رضا الزبون, اما فيما يتصل بالدراسة الحالية هدفها هو تقييم جودة الخدمة المصرفية من خلال القياس وتصحيح الانحرافات.
نقاط التشابه مع دراستنا	كل من الدراستين طبقت في البيئة العراقية وكلتا من الدراستين تناول ابعاد جودة الخدمة المصرفية.
الاستفادة من هذه الدراسة الحالية	تمت الاستفادة من الدراسة في تدعيم الجانب النظري للدراسة والتعرف على الفقرات الخاصة في مبحث الجودة.
الدراسة 4	مهدي 2006
عنوان الدراسة	تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية.
عينة الدراسة	جمعت البيانات من (87) فرداً لكل من العاملين والزبائن في ستة مصارف حكومية وأهليه عاملة في محافظة بابل،
هدف الدراسة	تهدف الدراسة الى معرفة العلاقات الارتباطية والتأثيرية بين متغيري الدراسة (تكنولوجيا المعلومات كأجمالي وكإبعاد) وتحسين جودة الخدمات المصرفية كإجمالي وكإبعاد.
أهم نتائج الدراسة	إن المصارف المبحوثة تتوقع إن تواجه المنافسة الحادة وإنها ستكون غير قادرة على مواكبة التغيرات والتطورات التكنولوجية المتسارعة ما لم تستند إلى استخدام أدوات تكنولوجية حديثة والاستفادة القصوى من مواردها البشرية المتاحة.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	هدف هذه الدراسة معرفة العلاقات الارتباطية التأثيرية بين متغيري الدراسة تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية , اما الدراسة الحالية فهدفها الوصول الى تقييم لجودة الخدمة المصرفية من خلال الابعاد الخاصة بجودة الخدمة المصرفية.
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	ان كلتا من الدراستين تناول نظم المعلومات وجودة الخدمة المصرفية , كذلك ان الدراستين طبقت على المصارف العراقية.
الاستفادة من هذه الدراسة	تعد الدراسة احد المصادر المستخدمة في الدراسة الحالية وكذلك استخدمت لتدعيم الجانب النظري للدراسة الحالية والتعرف على فقرات الجانب النظري.
الدراسة 5	نور الدين 2007
عنوان الدراسة	جودة الخدمات واثرها على رضا العملاء
عينة الدراسة	تتكون عينة الدراسة من (40) زبوناً من زبائن المؤسسة الميانية لسكيدة.
هدف الدراسة	تهدف الدراسة الى تقديم اطار نظري يحدد ويعرف مختلف المفاهيم المتعلقة بالجودة بوصفها مدخلاً ادارياً حديثاً وقد ركزت بصورة اساس على جودة الخدمات من حيث

المؤشرات ونماذج تقسيمها.	
استنتجت الدراسة ان تقييم العملاء لجودة الخدمات من خلال المؤشرات الخاصة بالتقييم تختلف من عميل لآخر كما ان جودة الخدمة تعمل على تحقيق رضا العميل.	اهم نتائج الدراسة
تحاول هذه الدراسة الوصول الى الجودة في الخدمات ومعرفة أثارها على العميل من خلال معرفة ما يحتاجه الزبون , اما فيما يتصل بالدراسة الحالية فهي تحاول ان تصل الى تقييم لجودة الخدمة المصرفية من خلال برنامج مخصص وعن طريق المدراء والذبانن.	نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية
تطرت الدراسة الى الجودة في الخدمات وهي جزء من الاطار النظري للدراسة الحالية .	نقاط التشابه مع الدراسة الحالية
تمت الاستفادة من الدراسة الحالية في الجانب النظري وعدت احد المصادر المستخدمة في الجانب النظري.	الاستفادة من هذه الدراسة

جدول (20) بعض الدراسات الاجنبية السابقة التي تخص الجودة.

الدراسة 1	(Soteriou & zenios; 1997)
عنوان الدراسة	الكفاءة, الربحية والجودة في تطوير الخدمات المصرفية.
عينة الدراسة	دراسة في منظمات Wharton المالية (المنظمات المالية المركزية)
هدف الدراسة	تهدف الدراسة إلى قياس الكفاءة, الربحية والجودة وأثرهم في الخدمات المصرفية, وتقترح وجود علاقة بين الكفاءة والربحية والجودة ولها تأثير في الخدمات المصرفية.
أهم نتائج الدراسة	استنتجت الدراسة وجود علاقة بين جودة الخدمات والأداء المالي و توصل الباحثان إلى ضرورة خلق المحفظتين استثمارية بغية زيادة العائد وتقليل المخاطرة؛ وكذلك استنتجا إن المنظمات التي تطبق الجودة هي المنظمات التي تحصل على عائد الجودة المتراكم الذي بطبيعته يقود إلى زيادة الربحية.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	تركز الدراسة على الكفاءة والربحية بينما لم يتم التطرق إلى هذا الجانب في دراستنا.
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	تناولت الدراسة موضوع الخدمات المصرفية وجودة الخدمات المصرفية وهذا الجزء هو احد مواضيع الدراسة الحالية.
الاستفادة من هذه الدراسة	تمت الاستفادة من الدراسة في تقوية الجانب النظري لدراستنا.
الدراسة 2	(Osman & other :2010)
عنوان الدراسة	تأثير جودة الخدمات على ولاء الزبون.
عينة الدراسة	دراسة في مصارف باني في ماليزيا.
هدف الدراسة	هدفت الدراسة الى تقييم ابعاد جودة الخدمة واثرها في كسب ولاء الزبون.
اهم نتائج الدراسة	استنتجت الدراسة ان تعزيز ابعاد جودة الخدمة المصرفية يمكن ان يعزز من كسب ولاء الزبون للمصرف.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	استخدمت الدراسة تقييم جودة الخدمة المصرفية لغرض معرفة اثرها في كسب ولاء الزبون , اما فيما يتصل بالدراسة الحالية فهدفها هو تصميم البرنامج لغرض الوصول لتقييم لجودة الخدمة المصرفية ومن ثم التقييم .
نقاط التشابه مع	ان كلتا من الدراستين استندت على ابعاد جودة الخدمة لغرض الوصول الى هدفها.

الدراسة الحالية	تمت الاستفادة من هذه الدراسة
الاستفادة من هذه الدراسة	تمت الاستفادة من الدراسة في الجانب النظري حيث استخدمت كأحد المصادر الداعمة للجانب النظري.
الدراسة 3	(zafar & other : 2010)
عنوان الدراسة	تأثير جودة الخدمة عبر الإنترنت على رضا الزبائن في القطاع المصرفي في باكستان.
عينة الدراسة	تم تسليم (264) استمارة استبيان الى مصارف القطاع الخاص في باكستان.
هدف الدراسة	تهدف الدراسة الى تطوير نموذج لغرض معرفة آثار جودة الخدمات الالكترونية على رضا الزبائن.
أهم نتائج الدراسة	وكانت اهم استنتاجات الدراسة أن تحديد أبعاد جودة الخدمة كان لها تأثير كبير على رضا الزبائن في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	هدفها هو تطوير أنموذج لغرض معرفة آثار الجودة على رضا الزبون , اما الدراسة الحالية فهدفها القياس لما هو موجودة من خلال تصميم برنامج محوسب.
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	هناك تشابه في موضوع جودة الخدمات لأنها احد الفروع الرئيسية لدراستنا.
الاستفادة من هذه الدراسة	تمت الاستفادة منها في الجانب النظري وتعد أحد مصادر دراستنا.



# الفصل الثالث

## الاطار الميداني للدراسة

لغرض الاحاطة بالجانب الميداني للدراسة لا بد من تناول أربعة مباحث, يتناول المبحث الاول : طريقة تثبيت البرنامج, بينما يوضح المبحث الثاني: دليل او طريقة استخدام البرنامج وبشكل مفصل صوريا, اما فيما يتصل بالمبحث الثالث: فهو عملية اختبار البرنامج التي تمت في مصرفي الرافدين والرشيد الرئيسيين, إذ يتم توضيح المعادلات التي أدخلت في البرنامج جميعاً وهو في حالة اكسل اي قبل تحويل البرنامج الى فجول بيسك, وفيما يتصل بالمبحث الرابع: فيتناول عملية تنفيذ البرنامج في ستة مصارف فرعية ثلاثة منها حكومية وثلاثة منها خاصة, ويتم الحصول على النتائج وتحليلها لغرض اثبات الفرضيات أو رفضها, ومن الضروري جدا في دراستنا الحالية تناول طريقة تثبيت البرنامج الخاص بجودة الخدمة المصرفية لدراستنا الحالية, وعلى اساس ذلك تم تقسيم الفصل على ما يأتي:-

المبحث الاول: طريقة تثبيت برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية

المبحث الثاني: دليل استخدام برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية

المبحث الثالث: اختبار برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية

المبحث الرابع: تنفيذ برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية واختبار فرضيات الدراسة

## المبحث الاول

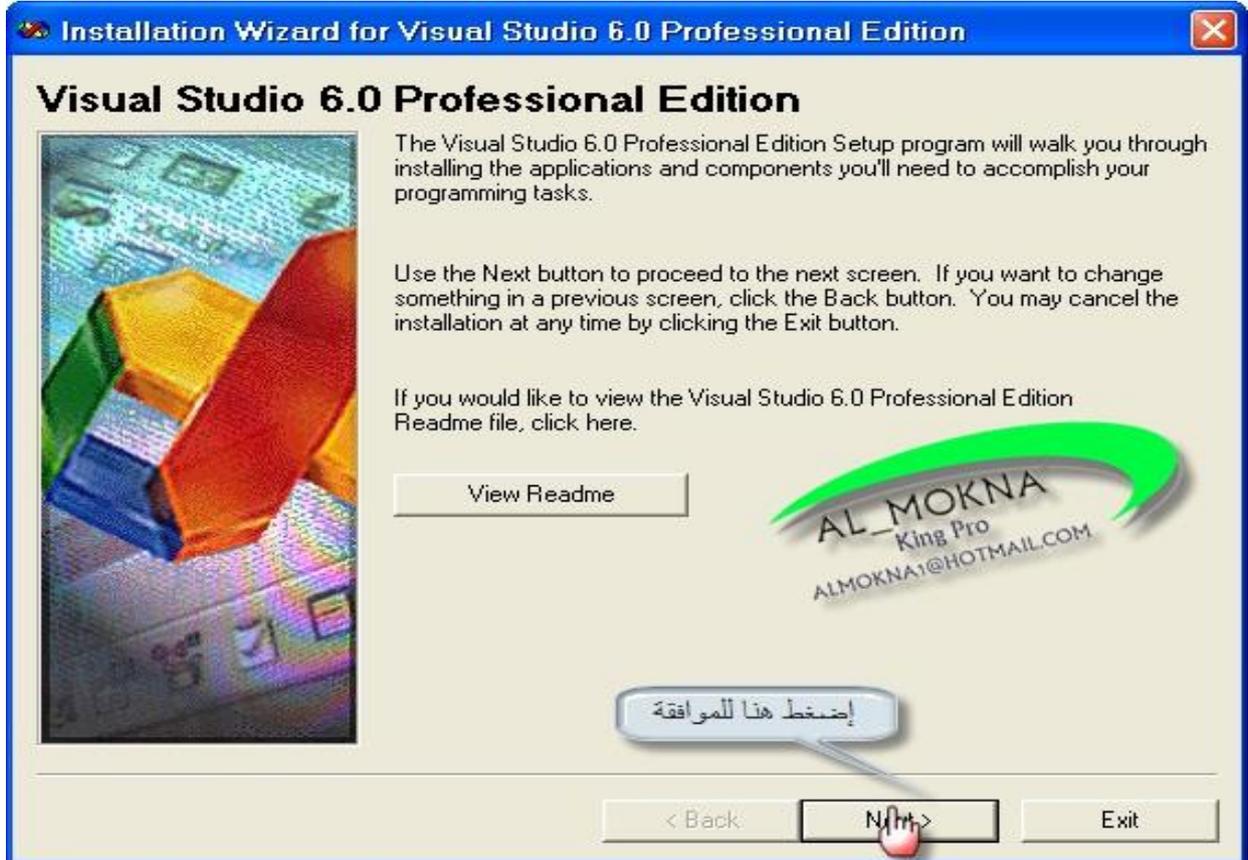
### طريقة تثبيت برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية

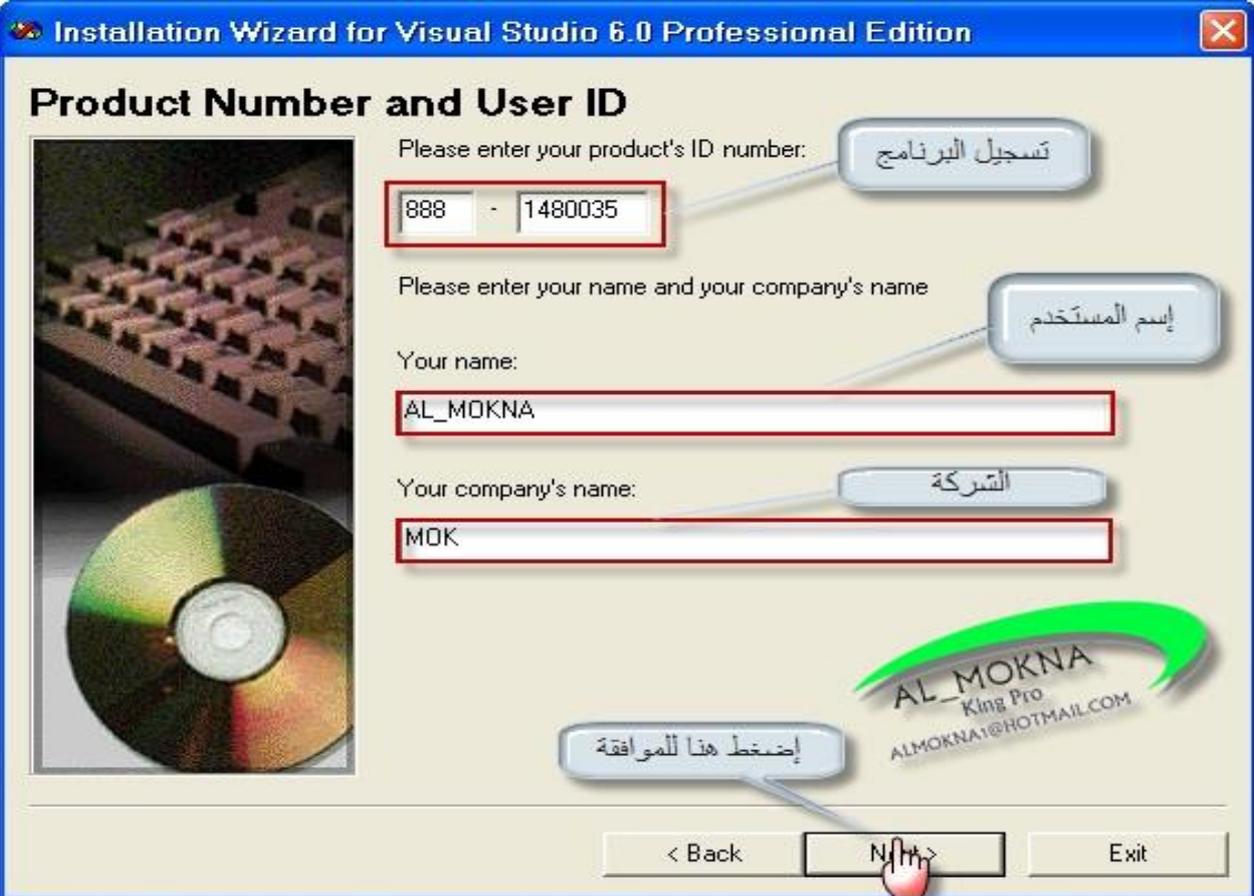
لغرض تفعيل البرنامج الخاص بتقييم جودة الخدمة المصرفية لا بد من تثبيت برنامج فيجول بيسك 0.6 لأنه يعد من البرامج المساعدة لتفعيل البرنامج الخاص وكما في الاشكال الاتية التي توضح الخطوات المتتالية لعملية تثبيت البرنامج والقبول بكل نافذة عن طريق الزر الموجود اسفل كل نافذة (Next).

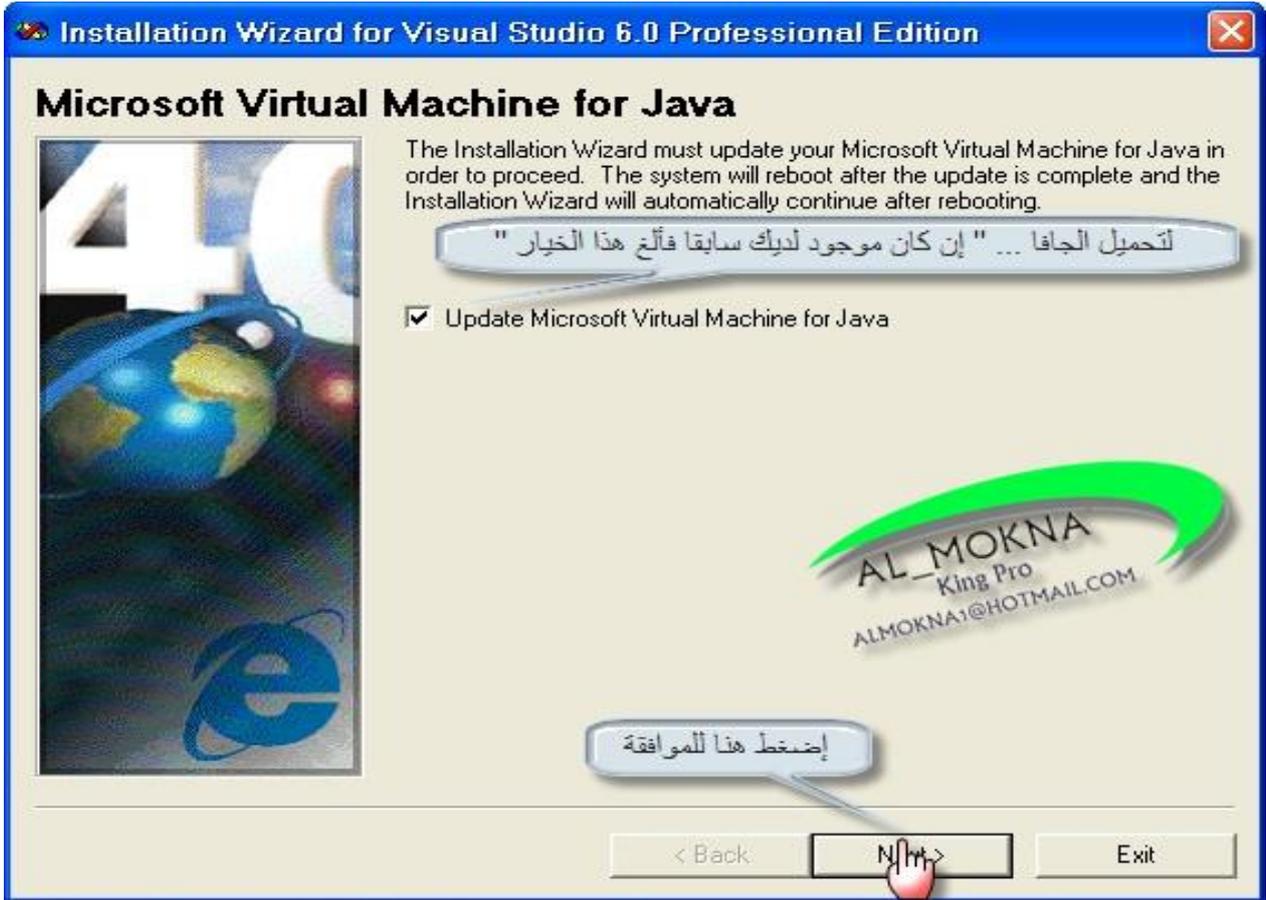
#### شرح تثبيت برنامج فجول بيسك 6

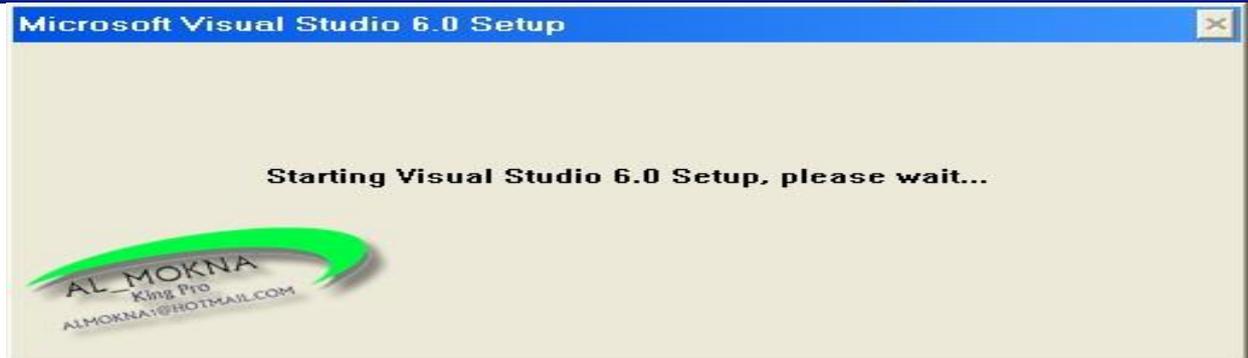
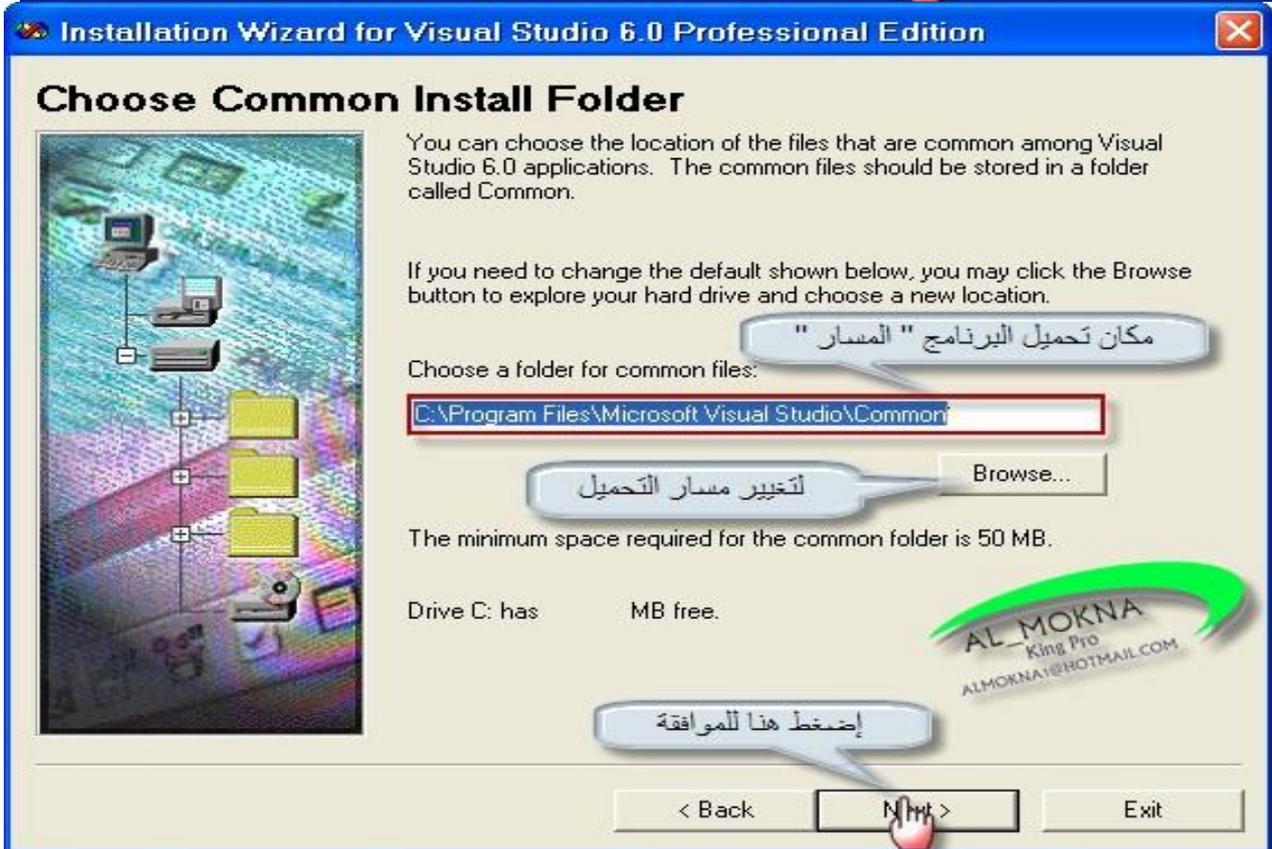
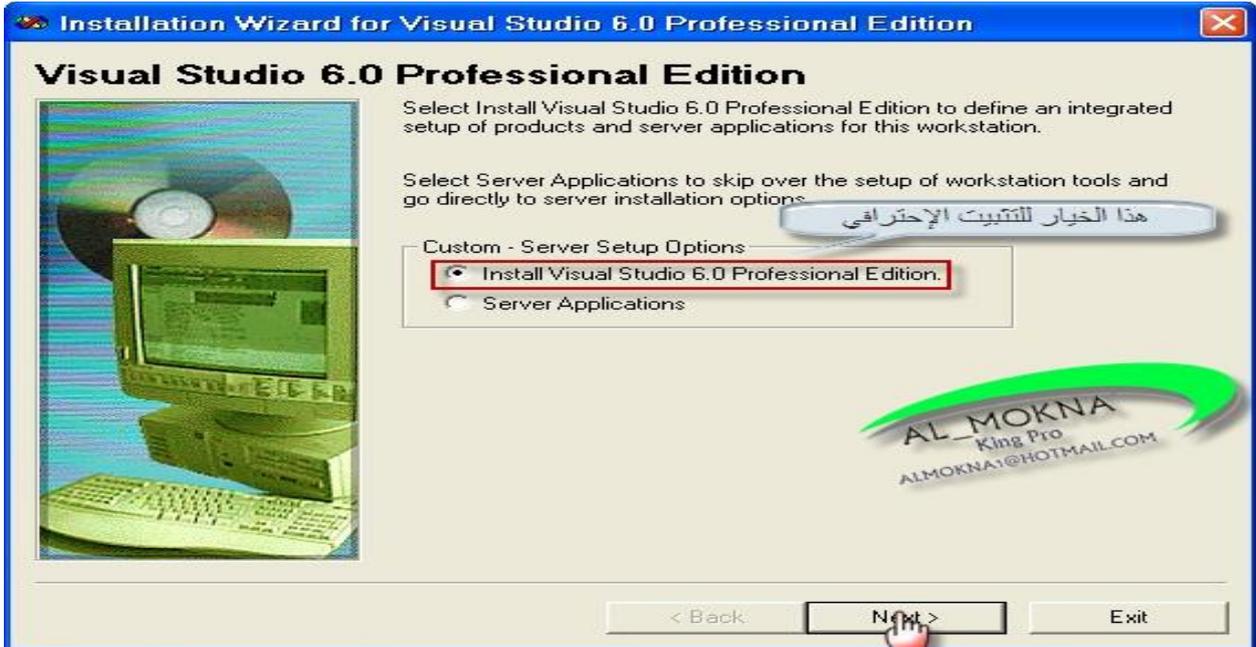


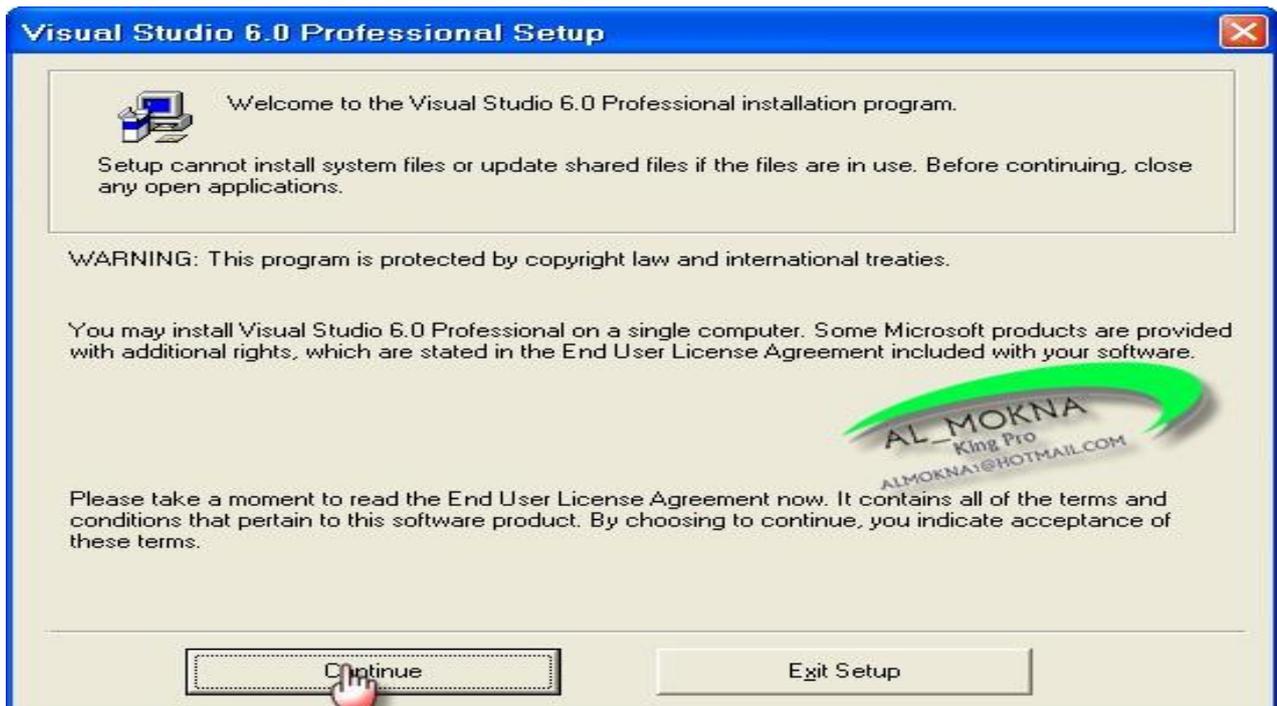
إيقونة التثبيت

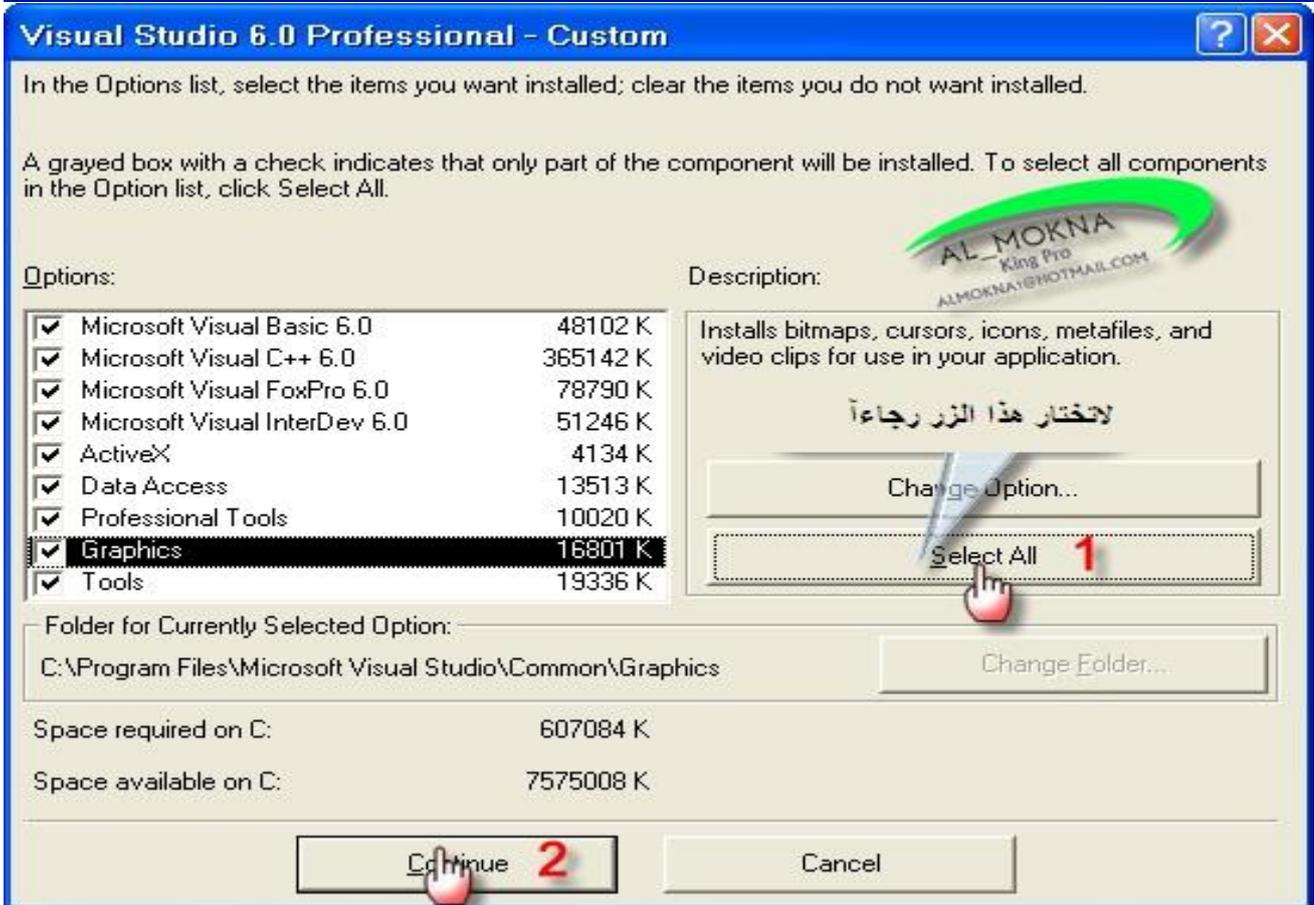














# Microsoft Visual Studio

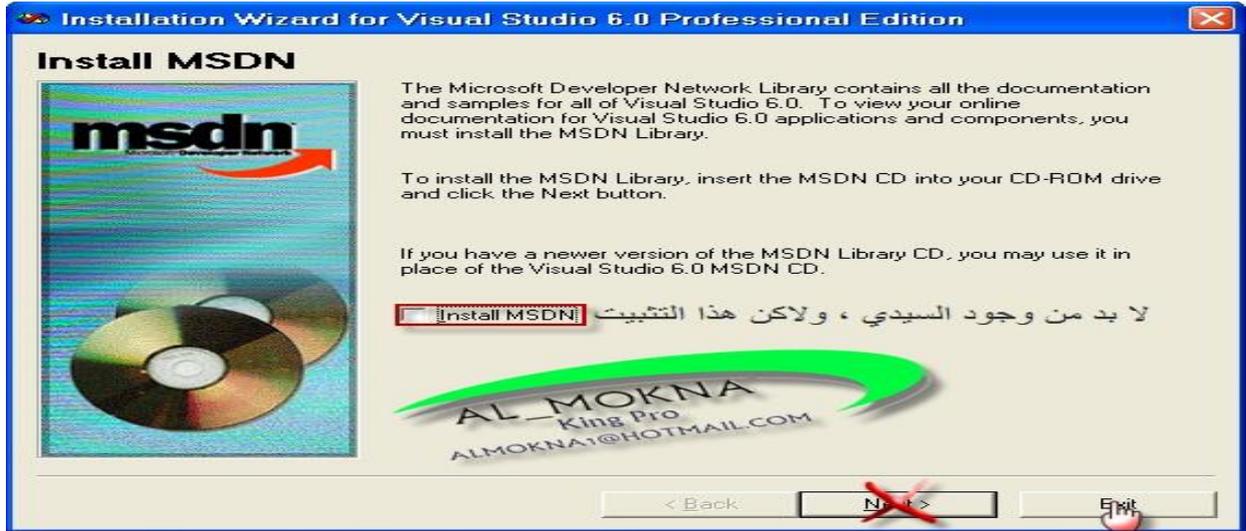


Visual Studio™ 6.0, Professional Edition is the complete suite for rapidly building business solutions that unleash the power of Windows® and the Web.

- Features Include:
- A complete Web development environment.
  - End-to-end debugging support.
  - Integrated Professional Visual Database Tools.
  - Productivity-boosting tools like IntelliSense technology.
  - A complete development suite for Windows.

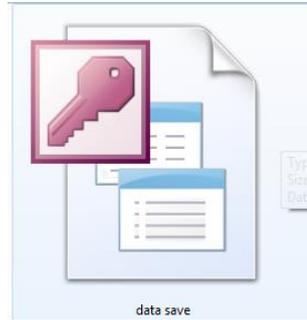
انتظر حتي ينتهي التثبيت حوالي ٩ دقائق





المصدر لجميع الصور الخاصة بتثبيت البرنامج تم اعتمادها من برنامج فصول بيك السادس من قبل الباحث

بعد ان تتم اعادة تشغيل الحاسوب على المستخدم ان يقوم بعملية اختيار أيقونات البرنامج الموجودة داخل السيدي وبحافظة خاصة تسمى (Program) وهي أيقونة الدخول للبرنامج وأيقونة حفظ النتائج اي قاعدة البيانات وتكون اشكال الايقونات كما يأتي:



على المستخدم ان يقوم بعملية نسخ الأيقونتين ولصقهما على سطح المكتب للحاسوب الخاص به.

## المبحث الثاني

### دليل استخدام برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية

سيتم في هذا المبحث شرح كيفية استخدام كل نافذة في البرنامج وكيفية الاجابة عليها لغرض التطبيق في مبحث التنفيذ وكما موضحة في الاشكال الآتية:

1- **الخطوة الاولى :** هي الدخول على الايقونة الخاصة بالبرنامج فتظهر لنا النافذة وكما في الشكل رقم (20).



شكل (20) النافذة الاولى لدخول برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية

المصدر: اعداد الباحث

يعد الشكل (20) اول نافذة في البرنامج وهي تعني تسجيل الدخول الى البرنامج يجب ادخال اسم المستخدم والباسورد.

(اسم المستخدم / haider الباسورد / (11111 افتراضي)

- النافذة الثانية وهي نافذة اسم الطالب الباحث واسم الاستاذ المشرف .
- النافذة الثالثة هي اية معطرة من القرآن الكريم.

2- **الخطوة الثانية-** اختيار نوع القطاع المصرفي:

النافذة الثانية هي نافذة تحديد نوع المصرف سواء أكان (حكومياً ,اسلامياً ,خاصاً ) ويجب على المستخدم اختيار نوع من المصارف الثلاثة وبعد اختيار نوع المصرف سوف يظهر مربع ادخال به عدد المصارف التي

الفصل الثالث: المبحث الثاني.....(دليل استخدام البرنامج)  
يجب المقارنة بينها, تحديد كم مصرف يجب ادخاله, التي ستتم المقارنة بينها وقبول الاختيار بالضغط على  
اضافة, اما فيما يتصل بزر الالغاء وهو ازالة الخيار الذي تم اختياره وكما في الشكل (21).



شكل (21) نافذة اختيار نوع المصارف التي سيجرى تقييمها.

المصدر: اعداد الباحث

### 3- الخطوة الثالثة- ادخال اسماء المصارف:

تظهر نافذة ادخال المصارف التي يجب مقارنتها وهذه تحتوي على زر اضافة المصرف وزر مسح المصرف المراد حذفه من خلال تحديده وبعدها الضغط على زر الحذف, اما فيما يتصل بزر التعديل فمهمته تعديل البيانات التي اخطأ في ادخالها المستخدم من خلال الضغط على القائمة واختيار المصرف المراد تعديله واطافة التعديل المناسب اما بالنسبة لزر رجوع وهو الرجوع الى نافذة اختيار نوع المصرف بعد اجراء الاختيار الختأ بالنافذة وزر تفريغ هو تفريغ الحقول جميعاً واطافة المصرف التالي, اما فيما يتصل بزر ادخال المصرف ووظيفته ادخل الاستثمارات الخاصة بالمصرف المراد ادخال استثماراته والضغط عليها وكما في الشكل(22).



شكل (22) عملية اضافة المصارف المراد تقييم الجودة فيها.

المصدر: اعداد الباحث

#### 4- الخطوة الرابعة- ادخال الاستمارات:

في الخطوة الرابعة تظهر نافذة فيها معلومات المصرف المراد تقييمه والاختيار سواء التقييم من وجهة نظر المديرين او الزبائن يتم الاختيار وكما في الشكل (23).



شكل (23) اختيار الجهة التي سيتم تقييم الجودة من قبلها

المصدر: اعداد الباحث

#### 5- الخطوة الخامسة- اختيار الجهة المقيمة:

إذا تم اختيار ادخال استثمارات المديرين سوف يتم ظهور النافذة التي تحتوي على استمارة المديرين وكما في الشكل (24) عندما تظهر النافذة الموجودة في الشكل يتم ادخال اجابات الاستمارة التي تم ملؤها من قبل المديرين وكما موجودة في الاستمارة اي وضع الاشارات الموجودة في الاستمارة داخل الاستمارة الموجودة في البرنامج وكذلك الحال فيما يتصل بالبقية والضغط على زر حفظ لغرض حفظها في قاعدة البيانات.

AL\_atmadya

**برنامج محوسب لتقييم الخدمة المصرفية**  
**تفاصيل استمارة المدراء**  
**الاعتمادية**

اتفق بشدة    اتفق    محايد    لا اتفق    لا اتفق بشدة

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

١. يحرص المصرف على تأدية خدماته بدقة عالية.

٢. يمتلك موظفي المصرف المهارات الكافية للأجابة على استفسارات الزبائن .

٣. الخدمات التي يقدمها المصرف تلبي حاجات الزبون التنمائية .

٤. هناك اعتمادية كبيرة من قبل الزبون على موظف المصرف.

٥. يسعى المصرف الى انجاز الخدمة في الوقت المناسب وبدقة عالية .

٦. تؤدي الخدمة المصرفية بما يتناسب مع سمعة المصرف .

20

تفريغ الاجابة    حفظ

Haider mohammed karem    email: haimod@yahoo.com    mobile: 07816246512    DR. Akram mahsen AL\_yassiry    23/02/2013 09:40:08 م    design: 07817166888

### شكل (24) اجابات معيار الاعتمادية من وجهة نظر المديرين

المصدر: اعداد الباحث

الاجابة على الاسئلة تتم من الخيارات الموضحة عليها وهي كالآتي:-

(( لا اتفق بشدة= 1 لا اتفق = 2 محايد = 3 اتفق = 4 اتفق بشدة = 5 ))

وبهذه النافذة يوجد زرین, حفظ وهو حفظ الاجابات للاستمارة اما فيما يتصل بزر تفريغ الاجابات بمربعات الاجابة ويتم الضغط عليه عندما يجب ادخال استمارة اخرى وهذا الكلام مسير لبقية النوافذ التي تليها, وتوضحها الاشكال (24, 25, 26, 27, 28), التي تبين معايير جودة الخدمة المصرفية (الاعتمادية, الاستجابة, التعاطف, الموثوقية, الملموسية) على التوالي.

Form12

**برنامج محوسب لتقييم الخدمة المصرفية**  
**تفاصيل استمارة المدراء**  
**الاستجابية**

NEW

اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

20

نقرج الاجوبية

حفظ

1. يمتلك موظفي المصرف المهارات التي تناسب حاجات الزبون.
2. الخدمة التي يقدمها موظفي المصرف وافية لمطلب الزبون.
3. يحرص الموظف على تحديد الوقت الذي يستغرق اداء الخدمة.
4. تتوفر ادارة المصرف الموارد المادية والمالية لغرض سير العمل داخل المصرف.
5. يستجيب الموظفون الى طلبات الزبائن بسرعة.
6. يجيب الموظف على جميع استفسارات الزبون.

Haider mohammed karem    email: haimod@yahoo.com    mobile:07816246512    DR.Akram mahsen Al\_yassiry    23/02/2013 09:40:09 م    design:07817166888

شكل (25) اجابات معيار الاستجابة من وجهة نظر المديرين

المصدر: اعداد الباحث

AL\_ta'atf

**برنامج محوسب لتقييم الخدمة المصرفية**  
**تفاصيل استمارة المدراء**  
**التعاطف**

NEW

اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20

نقرج الاجوبية

حفظ

1. هناك اهتمام شخصي من قبل الموظفون بالزبائن.
2. يولي المصرف اهتمامات بالزبائن الذين لا يكون لديهم معارف داخل المصرف.
3. يضع المصرف مصلحة الزبائن في مقدمة اهتماماته.
4. يتفهم الموظفون احتياجات الزبون.
5. موجود اواصر احترام قوية بين الموظف والزبون.
6. يتحدث الموظف مع الزبون بكل خصوصية.

Haider mohammed karem    email: haimod@yahoo.com    mobile:07816246512    DR.Akram mahsen Al\_yassiry    engineer mohammed adl    design:07817166888

شكل (26) اجابات معيار التعاطف من وجهة نظر المديرين

المصدر: اعداد الباحث

**برنامج محوسب لتقييم الخدمة المصرفية**  
**تفاصيل استمارة المدراء**  
**الموثوقية**

اتفق بشدة    اتفق    محايد    لا اتفق    لا اتفق بشدة

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

٢٠

١. قدرة الزبون على الحصول على ودائعته حين الطلب .  
٢. هناك رقابة دائمة على الموظفين من قبل ادارة المصرف .  
٣. تتوفر لدى المصرف وسائل الامان والحماية .  
٤. يحتفظ المصرف بأنظمة تسجيل وتوثيق .  
٥. السياسة الاقراضية المتبعة في المصرف تنعكس على اموال المودعين .  
٦. يمتلك المصرف برامج حماية ضد عمليات السرقة والقرصنة .

تفريغ الاجوبة    حفظ

Haider mohammed karrem    email: haimod@yahoo.com    mobile: 07816246512    DR.Akram mahsen Al\_yassiry    engineer mohammed adil    design: 07817166888

شكل (27) اجابات معيار الموثوقية من وجهة نظر المديرين

المصدر: اعداد الباحث

**برنامج محوسب لتقييم الخدمة المصرفية**  
**تفاصيل استمارة المدراء**  
**الملموسية**

اتفق بشدة    اتفق    محايد    لا اتفق    لا اتفق بشدة

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

٢٠

١. ترتيب اماكن العمل داخل المصرف يسهل من حصول الزبائن على الخدمة والراحة معا .  
٢. يستخدم المصرف وسائل الدعاية والاعلان للنشر عن خدماته المقدمة والتي سوف تقدم .  
٣. يتلائم المظهر العام للمصرف مع طبيعة الخدمات المصرفية التي يقدمها .  
٤. يستخدم المصرف ادوات حديثة تساهل الوقت الحاضر .  
٥. يسمح للمصرف للزبائن استخدام وسائل الاتصال المتوفرة لديهم .  
٦. هناك سهولة في الحصول على الخدمة من حيث موقع المصرف .

تفريغ الاجوبة    حفظ

AL\_MLMOOSYA

Haider mohammed karrem    email: haimod@yahoo.com    mobile: 07816246512    DR.Akram mahsen Al\_yassiry    engineer mohammed adil    design: 07817166888

شكل (28) اجابات معيار الملموسية من وجهة نظر المديرين

المصدر: اعداد الباحث

الفصل الثالث: المبحث الثاني: ..... (دليل استخدام البرنامج)  
وتعد النافذة (28) آخر نافذة ضمن نوافذ ادخال استثمارات المدراء وتظهر هذه الرسالة بعد اكمال ادخال استثمارات المديرين جميعاً، ويتحول الى نافذة ادخال الاستثمارات، وتكرر العملية الى ان تظهر هذه الرسالة اذا ظهرت الرسالة أعلاه يجب ادخال استثمارات الزبائن جميعها ايضا.

وبعد ان يتم ادخال استثمارات المديرين جميعاً سوف يعود البرنامج الى الخطوة الرابعة شكل (23) لغرض اختيار التقييم من وجهة نظر الزبائن حيث تظهر النافذة التي تضم استثمارات الزبائن وكما موضحة في الاشكال (29, 30, 31, 32, 33), التي تبين معايير جودة الخدمة المصرفية (الاعتمادية, الاستجابة, التعاطف, الموثوقية, الملموسية) على التوالي.

اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

١. احرص بان الخدمات المقدمة من قبل موظفي المصرف متناصفة.
٢. الخدمات التي يؤديها المصرف تلبى احتياجاتي وورغباتي.
٣. يؤدي المصرف خدمة الزبون بدقة عالية.
٤. يسعى المصرف الى ايجاد الخدمة في الوقت المناسب.
٥. هناك اعتمادية كبيرة من قبل الزبون على موظف المصرف.
٦. يكون دوام المصرف مناسب لجميع الزبائن.

20

تفريغ الاجوبة حفظ

Haider mohammed karem email: haimod@yahoo.com mobile:07816246512 DR.Akram mahsen Al\_yassiry 23/02/2013 09:42:01 design:07817166888

شكل (29) اجابات معيار الاعتمادية من وجهة نظر الزبائن

المصدر: اعداد الباحث

AL\_Astigeba

## برنامج محوسب لتقييم الخدمة المصرفية

### تفاصيل استمارة الزبائن

الاستجابة

اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1

تفرغ الاجوبة

حفظ

1. يمتلك الموظف المهارات التي تتناسب حاجات الزبون.
2. الخدمة التي يقدمها الموظف واثية لمطلب الزبون.
3. يشعر الزبون ان الموظف يفهم طلبه بسرعة.
4. يستجيب الموظفون الى طلباتي بسرعة.
5. يلبي الموظف احتياجاتك بسرعة.
6. يجيب الموظف على جميع استفساراتي.

Haider mohammed karem    email: haimod@yahoo.com    mobile:07816246512    DR.Akram mahsen Al\_yassiry    23/02/2013 11:48:56 م    design:07817166888

شكل (30) اجابات معيار الاستجابة من وجهة نظر الزبائن

المصدر: اعداد الباحث

AL\_Ta'atf

## برنامج محوسب لتقييم الخدمة المصرفية

### تفاصيل استمارة الزبائن

التعاطف

اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20

تفرغ الاجوبة

حفظ

1. هناك اهتمام شخصي من قبل الموظفين والزبائن.
2. يولي المصرف اهتمامات بالزبائن الذين لا يكون لديهم معارف داخل المصرف.
3. يضع المصرف مصلحة الزبائن في مقدمة اهتماماته.
4. يتفهم الموظفون في المصرف احتياجات الزبون.
5. توجد اواصر احترام قوية بيني وبين الموظف.
6. هناك ترحيب بالزبائن من قبل الموظف بشكل مميز.

Haider mohammed karem    email: haimod@yahoo.com    mobile:07816246512    DR.Akram mahsen Al\_yassiry    23/02/2013 09:42:02 م    design:07817166888

شكل (31) اجابات معيار التعاطف من وجهة نظر الزبائن

المصدر: اعداد الباحث



شكل (32) اجابات معيار الموثوقية من وجهة نظر الزبائن

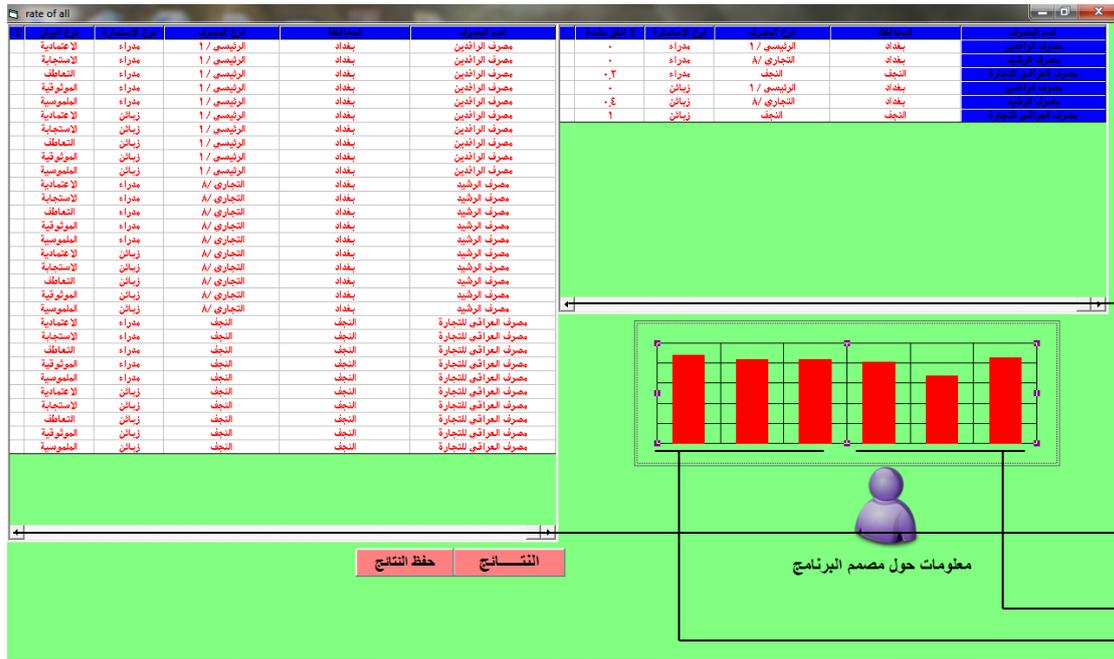
المصدر: اعداد الباحث



شكل (33) اجابات معيار الملموسية من وجهة نظر الزبائن

المصدر: اعداد الباحث

الفصل الثالث: المبحث الثاني..... (دليل استخدام البرنامج)  
 ثم يتم الضغط على مربع الحوار بالموافقة اي انه تم ادخال استثمارات المديرين والزبائن جميعاً وبعد  
 اكمال عملية ادخال الاستثمارات جميعاً الموجودة يتحول البرنامج الى شاشة عرض التقييم الخاصة به وكما في  
 الشكل (34).



شكل (34) المخطط والنتائج لتفاصيل نتائج المعايير والنتيجة النهائية من وجهتي نظر المديرين والزبائن

المصدر: اعداد الباحث

الإشكال توضح نتائج جودة الخدمة من وجهة نظر المديرين وعلى التوالي من اليسار الى اليمين.

الإشكال توضح نتائج جودة الخدمة من وجهة نظر الزبائن وعلى التوالي من اليسار الى اليمين.

يتم وضع المؤشر هنا وسحب النتائج النهائية.

يتم وضع المؤشر هنا وسحب النتائج التفصيلية.

عند الضغط على زر النتائج سوف يتم عرض النتائج في القوائم اعلاه بالنافذة القائمة اليمنى في اعلاه هي  
 النتائج النهائية لكل مصرف من استثمارات زبائن واستثمارات مدراء اما القائمة اليسرى وهي قائمة تحتوي على  
 تفاصيل نتائج كل معيار (اعتمادية, استجابة, تعاطف, موثوقية, ملموسية) من استثمارات مديرين او زبائن.

## المبحث الثالث

### اختبار برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية

جرى اختبار البرنامج في عينة من المصارف الحكومية وتم تسليم (28) استبانة للمديرين و(30) استبانة للزبائن لمعرفة دقة النتائج لغرض الشروع بتصميم البرنامج وتنفيذه, لذا تم العمل وفق الخطوات الآتية:-

- 1- تصميم البرنامج بواسطة برنامج مايكرو سوفت اكسل وتم تثبيت المعادلات الاحصائية عالية.
- 2- تسليم استمارات الاستبانة الى المديرين والزبائن في المصرفين المذكورين.
- 3- تم تفريغ الاستبانة واستخراج المتوسط الموزون لكل فقرة من الفقرات المتعلقة بمعايير جودة الخدمة المصرفية وطبقت في البرنامج.
- 4- اختبار البرنامج في مصرفي الرافدين الرئيسي, والرشيد الرئيسي.
- 5- استخدام مقياس ليكرت الخماسي (اتفق بشدة , اتفق , محايد , لا اتفق, لا اتفق بشدة), واعطيت الاوزان (1-5) للمقياس على التوالي, تم تنزيل متوسط كل فقرة من فقرات الاستبيان بما يقابلها في البرنامج.
- 6- اختبار الجودة من وجهة نظر المديرين في مصرف الرافدين الرئيسي, إذ يبين الجدول (21) الفقرات الآتية:-

- لو نلاحظ الفقرة الاولى (يحرص المصرف على تأدية خدماته بدقة عالية). نجد انها حصلت على المعدل الموزون (3.7) الذي تم استخراجها وفق المعادلة  $(1*2+3*3+4*8+5*2)=53$  قسمت على عدد الاستمارات (14). الرقم  $(4*8)$  يعني ان الاجابة اتفق ترددت (8) مرات وكذلك الحال للبقية, وكذلك الحال فيما يتصل بجميع فقرات الاستبانة ومن خلال تصوير البرنامج سيتم توضيح جميع المعادلات التي جاءت فيه.
- الفقرة مجاميع كل مقياس جاءت من (E6:E40/3), (D6:D40/4), (sum(C6:C40/5), (G6:G40/1) (F6:F40/2), بالنسبة للأحرف (F,E,D,C,G) تمثل المحور الافقي في برنامج اكسل والارقام المرافقة لها تمثل المحور العمودي.
- اما الوزن النسبي ثبت على اساس قانون الاهمية النسبية الذي ينص على أن الاهمية النسبية = المؤشر الأكبر قيمة \*100 لذلك تم تثبيت الاهمية النسبية على الارقام (0.2, 0.4, 0.6, 0.8, 1) بالنسبة لـ (0,2) جاءت من 5/1 و (0,4) جاءت من 5/2 وهكذا بالنسبة للبقية.
- فقرة المجموع جاءت من (الاهمية النسبية \* مجاميع كل مقياس), وكالتالي ((C44\*C43)(D44\*D43),(E44\*E43),(F44\*F43),(G44\*G43)) مع ملاحظة ان كل فقرة تأخذ ما يقابلها فقط ولفقرات جميعاً.
- بالنسبة للنتيجة النهائية للمديرين فقد كانت غير مقبولة (57,53) جاءت من  $100*(F45+E45+C45+D45+G45/30)$ , الرقم (30) جاء من عدد الاسئلة الواردة في استمارة المديرين, وكذلك الحال بالنسبة للاستمارة الخاصة بالزبائن فما طبق على المديرين يطبق على الزبائن.

عند النظر اسفل الجدول نرى هناك فقرتين لكل مصرف حيث نجد ان المصرف رقم (1) عند الضغط على (Bank 1) تظهر لنا نتائج المعايير مجتمعة من وجهة نظر المديرين دون التفاصيل لكل معيار.

وسيتم استعراض اختبار برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية وفق الفقرات الآتية:-

اولاً: اختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري مصرف الرافدين الرئيسي.

جدول (21) نتائج اختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري مصرف الرافدين الرئيسي

G	F	E	D	C	B	A
						1
						2
						3
						4
						5
						6
						7
						8
						9
						10
						11
						12
						13
						14
						15
						16
						17
						18

التعاطف					C
1	20	3_4			هناك اعضاء شخصي من قبل الموقعين بالزبان.
2	21	2_3			يولي المصرف اهتمامات بالزبان الذين لا يكون لديهم معارف داخل المصرف.
3	22	2_6			يقدم المصرف مصلحة الزبان في مقابلة اعضائه .
4	23	2_7			يظهر الموقعون احتياجات الزبون.
5	24	2_8			موجود او ليس احترام قويه بين الموظف والزبون.
6	25	2_9			يتحدث الموظف مع الزبون بكل خصوصية.
7	26	2_9			هناك ترحيب بالزبان من قبل الموظف بشكل متميز بغض النظر عن المعرفة السابقة .
الموثوقية					D
1	28	3_1			فترة الزبون في الحصول على ودائمه حين الطلب .
2	29	3			هناك رقابة دائمة على الموقعين من قبل ادارة المصرف .
3	30	3_1			تتوفر لدى المصرف وسائل الامان والعمالية.
4	31	3_2			يحافظ المصرف بالخدمة كسجل وتوثيق.
5	32	3_1			السياسة الافتراضية المتبعة في المصرف تتكفل على امور العملاء.
6	33	2_9			يملك المصرف برامج حماية ضد عمليات السرقة (القرصنة).
المهوسية					E
1	35	2_9			ترتيب اماكن العمل داخل المصرف يساهم من حصول الزبان على الخدمة والتراحة معا .
2	36	2_3			يستخدم المصرف وسائل الاعلاني الاعلان للتكسر عن خدماته القيمة والتي سوف تقدم .
3	37	2_8			يتكلم الموظف العام للمصرف مع طبيعة الخدمات المصرفية التي يقدمها.
4	38	2			يستخدم المصرف فوات حيثه تساهم في توفير الوقت للعملاء.
5	39	1_5			يسمح المصرف للزبان استخدام وسائل الاتصال المتوفرة لديه.
6	40	2_3			هناك سهولة في الحصول على الخدمة من حيث موقع المصرف .
مواضيع كل مقاييس					43
الاوزان النسبية					44
المجموع					45
جودة الخدمة المصرفية المطلوبة					47
اسم المصرف: الراجحي الفرع الرئيسي					50
برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية - حسب وجهة نظر الزبان					61
المستوي					62
الاعتمادية					A

تفاصيل نتائج كل معيار      نتائج المعايير مجتمعة

المصدر: اعداد الباحث

اما عند الضغط على (Analysis) الموجود اسفل الجدول (21) تظهر لنا نافذة الجدول (22) التي توضح تفاصيل نتائج كل معيار الخاص بتقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري مصرف الراجحي الرئيسي وكما موضحة في الجدول (22).

فيما يتصل بالجدول (22) يوضح نتيجة كل معيار من معايير جودة الخدمة المصرفية لمصرف الراجحي الرئيسي من وجهة نظر المديرين والتي ظهرت مسبقا في جدول (21) لكنها كانت نتيجة نهائية لكل المعايير فهنا تكون مفصلة لكل معيار بمعزل عن المعايير الاخرى.

جدول (22) تفاصيل نتائج اختبار كل معيار من معايير جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري مصرف الراجحي الرئيسي.

معايير تقييم جودة الخدمة المصرفية - حسب وجهة نظر الزبائن					5
البيانات					6
A					7
موضوع القياس	-	9.80	9.8777	-	8
الوزن النسبية	1	0.2	0.3	0.8	9
المجموع	-	9.80	9.19	-	10
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير الاستجابة					11
النتيجة					9.19
B					12
موضوع القياس	-	9.73	9.1	-	13
الوزن النسبية	1	0.2	0.3	0.8	14
المجموع	-	9.73	9.1	-	15
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير الاستجابة					16
النتيجة					9.1
C					17
موضوع القياس	-	9.77	9.1889	-	18
الوزن النسبية	1	0.2	0.3	0.8	19
المجموع	-	9.77	9.1889	-	20
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير المتاحف					21
النتيجة					9.1889
D					22
موضوع القياس	-	9.87	9.2	-	23
الوزن النسبية	1	0.2	0.3	0.8	24
المجموع	-	9.87	9.2	-	25
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير المتوقعة					26
النتيجة					9.2
E					27
موضوع القياس	-	9.76	9	-	28
الوزن النسبية	1	0.2	0.3	0.8	29
المجموع	-	9.76	9	-	30
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير المتوسمة					31
النتيجة					9

المصدر: اعداد الباحث

ثانياً: اختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زبائن مصرف الرافدين الرئيسي.  
 يبين جدول (23) تقييم الجودة المصرفية من وجهة نظر زبائن مصرف الرافدين الرئيسي، حيث تم تنزيل متوسط كل فقرة من فقرات الاستبانة في البرنامج، اذ يتضمن الجدول الفقرات الآتية:-

- الفقرة مجاميع كل مقياس جاءت من ( E64:E99/3), (D64:D99/4), sum(C64:C99/5) , (F64:F99/2) (G64:G99/1).
- فقرة الاوزان النسبية ثبتت على اساس قانون الاهمية النسبية الذي ينص على الاهمية النسبية = المؤشر \ الكبر قيمة \*100 لذلك تم تثبيت الاهمية النسبية على الارقام (0.2, 0.4, 0.6, 0.8, 1) وكما ذكر سابقاً.
- فقرة المجموع جاءت من (الاهمية النسبية \* مجاميع كل مقياس), وكالتالي ((G103\*G101)(F103\*F101),(E103\*E101),(D103\*D101)(C103\*C101)) مع ملاحظة ان كل فقرة تأخذ ما يقابلها فقط والفقرات جميعاً.
- اما فيما يتصل بالنتيجة النهائية للزبائن فقد كانت غير مقبولة (23.64) جاءت من ((F105+E105+C105+D105+G105/30)\*100), الرقم (30) جاء من عدد الاسئلة الواردة في استمارة الزبائن.

جدول (23) نتائج اختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زبائن مصرف الرافدين الرئيسي.

G	F	E	D	C	B	A
						57
						58
						59
						60
						61
						62
						63
						64
						65
						66
						67
						68
						69
						70
						71
						72
						73
						74
						75
						76
						77

التعاطف						C
1	٢.٨				هذا اعتماد شخص من قبل الموقفين بالزبان	80
2	٢.٤				يرى المصرف اهتمامات الزبان الذين لا يكون لديهم معارف داخل المصرف.	81
3	٢.٥				يضع المصرف مصلحة الزبان في مقدمة اهتماماته.	82
4	٢.٣				يتفهم الموقفون في المصرف احتياجات الزبان .	83
5		٣.٦			توجد اواصر الاحترام قوية بيني وبين الموقف.	84
6	٢.٥				هذا ترحيب بالزبان من قبل الموقف بشكل متميز.	85
الموثوقية						D
1		٣.٥			اشعر بالآمان في التعامل مع موقفي المصرف.	87
2		٣.٦			يحافظ المصرف بأنظمة تسجيل وتوثيق.	88
3		٣.٣			افضل التعامل مع المصرف لتفهمه بالموقفين فيه.	89
4	٢.٦				هذا ثقة بيني وبين المصرف ادت الي دعم ولائي للمصرف .	90
5		٣.٢			اشعر بأن لدى المصرف وسائل الامان والحماية	91
6		٣.٢			لدي الرغبة في التعامل مع المصرف لشعوري بالآمان معه .	92
المهوسية						E
1	٢.٢				ترتيب اماكن العمل داخل المصرف يسول من حصولي على الخدمة والراحة معا .	94
2	٢.١				يستخدم المصرف وسائل الاعلان للتشر عن خدماته المتوفرة .	95
3	١.٩				يتلائم المظهر العام للمصرف مع طبيعة الخدمات المتوفرة .	96
4	٢.٤				يسمح المصرف للزبان استخدام وسائل الاتصالات المتوفرة لديه.	97
5	١.٤				التصميم الداخلي للمصرف متعادل ومنظم .	98
6	٢.٢				هذا سهولة في الحصول على الخدمة من ناحية موقع المصرف.	99
مما صبح كل لبيان						101
الاوزان النسبية						103
المجموع						105
جودة الخدمة المصرفية مقبولة						107
٥٦.٣٣ النتيجة من ١٠٠						108

المصدر: اعداد الباحث

فيما يتصل بالجدول (24) يبين نتائج تفاصيل المعايير الخاصة بجودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبان لمصرف الرافدين الرئيسي.

جدول (24) تفاصيل نتائج اختبار كل معيار من معايير جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زبان مصرف الرافدين الرئيسي .



اما فيما يتصل بمصرف الرشيد الرئيسي فما طبق على مصرف الرافدين من معادلات يطبق على مصرف الرشيد ولجميع الفقرات وكما موضح في الجدول (25) حيث نلاحظ ان الجدول يبين نتائج جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري مصرف الرشيد الرئيسي وكانت النتيجة (34.57) وهي نتيجة غير مقبولة.

جدول (25) نتائج اختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري مصرف الرشيد الرئيسي.

					2	أسم المصرف: بنك الرشيد الرئيسي.
					3	برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية - حسب وجهة نظر المدراء
ت	البيان	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة
<b>A</b>						
<b>الاعتمادية</b>						
1	يحرص المصرف على تأدية خدماته بدقة عالية .		4.3			
2	يمتلك موظفي المصرف المهارات الكافية للاجابه على استفسارات الزبائن .		3.5			
3	الخدمات التي يقدمها المصرف تلبي حاجات الزبون المتنامية .		3.3			
4	هناك اعتمادية كبيرة من قبل الزبون على موظف المصرف .		3.7			
5	يسعى المصرف الى انجاز الخدمة في الوقت المناسب وبدقه عالية .		3.7			
6	تؤدي الخدمة المصرفية بما يتناسب مع سمعة المصرف .		4			
<b>B</b>						
<b>الاستجابة</b>						
صفحة ٧						
1	يمتلك موظفي المصرف المهارات التي تناسب حاجات الزبون.		3.3			
2	الخدمة التي يقدمها موظفي المصرف وافية لمطلب الزبون.		2.9			
3	يحرص الموظف على تحديد الوقت الذي يستغرقه اداء الخدمة.		2.3			
4	توفر ادارة المصرف الموارد المادية والمالية لغرض سير العمل داخل المصرف .		3.4			
5	يستجيب الموظفون الى طلبات الزبائن بسرعة.		2.5			
6	يجيب الموظف على جميع استفسارات الزبون.		2.7			
<b>C</b>						
<b>التعاطف</b>						
1	هناك اهتمام شخصي من قبل الموظفين بالزبائن.		3			
2	يولي المصرف اهتمامات بالزبائن الذين لا يكون لديهم معارف داخل المصرف.		2.7			
3	يضع المصرف مصلحة الزبائن في مقدمة اهتماماته .		3.7			
4	يتفهم الموظفون احتياجات الزبون.		3			
5	موجوداواصر احترام قويه بين الموظف والزبون.		3.3			
6	يتحدث الموظف مع الزبون بكل خصوصية.		2.4			
7	هناك ترحيب بالزبائن من قبل الموظف بشكل متميز بغض النظر عن المعرفة السابقة .		2.7			

الموثوقية					D	27
		٣.١			١	28
		٣.٧			٢	29
		٣.٧			٣	30
		٣.٧			٤	31
		٣.٢			٥	32
	٢.٩				٦	33
الموسمية					E	34
	٢.٩				١	35
		٣			٢	36
	٢.١				٣	37
	٢.٥				٤	38
	٢.٢				٥	39
		٣.٤			٦	40
	١٥.٤	#####	٢.٠٧٥	٠		43
	٠.٢	٠.٤	٠.٦	٠.٨	١	44
	٠	٦.١٦	١١.٥٤	١.٦٦	٠	45
						46
جودة الخدمة المصرفية متوسطة						47
٦٤.٥٣ النتيجة من ١٠٠						

المصدر: اعداد الباحث

اما فيما يتصل باختبار النتائج لكل معيار بشكل منفرد, لو اخذنا معيار الاعتمادية نجد فقرة مجموع المقياس جاءت من مجموع الاجابات الخاصة بالمعيار في الجدول (26) والتي تمثلت بالصفوف (6-11) والاهمية النسبية ثابتة في فقرات البرنامج جميعاً, لذلك ظهرت النتيجة النهائية من حاصل ضرب (المجموع \* الاهمية النسبية), لكل فقرة فيما يقابلها, لذا نجد النتيجة (50.53) جاءت من  $((F10+E10+C10+G10+D10)/6/5*100)$ , فيما يتصل بالرقم (6) جاء من عدد اسئلة المعيار والرقم (5) جاء من نوع المعيار الخماسي, وكما موضحة في الجدول (26).

جدول (26) تفاصيل نتائج اختبار كل معيار من معايير جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري مصرف الرشيد الرئيسي.

معايير تقييم جودة الخدمة المصرفية - حسب وجهة نظر المدراء					5		
البيانات					6		
A معايير الاعتمادية					7		
+	+	٤.٧٧٧٧	٢.٠٧٥	-	مجموع المقياس	8	
+٠.٢	+٠.٤	+٠.٦	+٠.٨	١	الأوزان النسبية	9	
+	+	٢.٨٤	١.٦٦	-	المجموع	10	
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير الاعتمادية جيدة					٧٥.٠٠	النتيجة من ١٠٠	11
B الاستجابة					13		
+	٥.٢	٢.٢٢٢٢	-	-	مجموع المقياس	14	
+٠.٢	+٠.٤	+٠.٦	+٠.٨	١	الأوزان النسبية	15	
+	٢.٠٨	١.٢٤	-	-	المجموع	16	
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير الاستجابة مقبولة					٥٧.٠٠	النتيجة من ١٠٠	17
C التعاطف					19		
+	٢.٩	٤.٢٢٢٢	-	-	مجموع المقياس	20	
+٠.٢	+٠.٤	+٠.٦	+٠.٨	١	الأوزان النسبية	21	
+	١.٥٦	٢.٦	-	-	المجموع	22	
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير التعاطف جيدة					٦٩.٣٣	النتيجة من ١٠٠	23
D الموثوقية					25		
+	١.٤٥	٥.٨	+	+	مجموع المقياس	26	
+٠.٢	+٠.٤	+٠.٦	+٠.٨	١	الأوزان النسبية	27	
+	+٠.٥٨	٢.٤٨	-	-	المجموع	28	
جودة الخدمة المصرفية وفق جودة الخدمة المصرفية وفق							
معايير الموثوقية متوسطة					٦٧.٦٧	النتيجة من ١٠٠	29
E الموسمية					31		
+	٤.٨٥	٢.١٢٢٢	-	-	مجموع المقياس	32	
+٠.٢	+٠.٤	+٠.٦	+٠.٨	١	الأوزان النسبية	33	
+	١.٩٤	١.٢٨	-	-	المجموع	34	
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير الموسمية مقبولة					٥٢.٦٧	النتيجة من ١٠٠	35

المصدر اعداد الباحث

رابعاً: اختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زبائن مصرف الرشيد الرئيسي.

فيما يتصل بالجدول(27) يوضح تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبائن ونلاحظ ان كل ما طبق في اختبار الجودة من وجهة نظر المديرين يطبق في اختبار الجودة من وجهة نظر الزبائن.

جدول (27) نتائج اختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زبائن مصرف الرشيد الرئيسي

					أسم المصرف: بنك الرشيد الرئيسي	58
					برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية - حسب وجهة نظر الزبائن	59
					البيانات	61
ألف	بشدة	متوسط	ألف	بشدة		62
					<b>الاعتمادية</b>	A
	٢.٣				١ أشعر بان الخدمات المقدمة من قبل موظفي المصرف متناسقة .	64
	٢				٢ الخدمات التي يؤديها المصرف تليبي احتياجاتي ورغباتي .	65
١.٩					٣ يؤدي المصرف خدمة الزبون بدقة عالية .	66
	٢.١				٤ يسعى المصرف الى اتجاز الخدمة في الوقت المناسب .	67
	٢.٨				٥ هناك اعتمادية كبيرة من قبل الزبون على موظف المصرف .	68
	٢.٤				٦ يكون دوام المصرف متناسب لجميع الزبائن .	69
	٢.٨				٧ لدى الموظف المعرفة للإجابة عن استفساراتي.	70
					<b>الاستجابة</b>	B
		٣.٣			١ يمتلك الموظف المهارات التي تتناسب حاجات الزبون.	72
	٢.٧				٢ الخدمة التي يقدمها الموظف وافية لمطلب الزبون .	73
	٢.٦				٣ يحرص الموظف على تحديد الوقت الذي يستغرقه اداء الخدمة بقصد تأمينة.	74
	٢.٨				٤ يشعر الزبون ان الموظف يفهم طلبه بسرعة.	75
	٢.١				٥ يستجيب الموظفون الى طلباتي بسرعة.	76
	٢.٣				٦ يليبي الموظف احتياجاتك بسرعة.	77
	٢.٦				٧ يجيب الموظف على جميع استفساراتي.	78

التعاطف					C	79
		٣.٢			١	80
	٢.٤				٢	81
١.٨					٣	82
	٢.٣				٤	83
		٣.٤			٥	84
	٢.٧				٦	85
الموثوقية					D	86
		٣.٤			١	87
		٣.٨			٢	88
		٣.٤			٣	89
		٣.٧			٤	90
		٣.٦			٥	91
		٣.٦			٦	92
صفحة ٩					E	93
	٢.٧				١	94
	٢.٥				٢	95
	٢.١				٣	96
	٢.٢				٤	97
١.٧					٥	98
٢.٦					٦	99
						100

صفحة ٩					101
٥.٤	٢٤.٥	#####	٠	٠	مجاميع كل مقياس
٠.٢	٠.٤	٠.٦	٠.٨	١	الأوزان النسبية
١.٠٨	٩.٨	٦.٢٨	٠	٠	المجموع
	١٠٠	من	النتيجة	٥٧.٢٠	جودة الخدمة المصرفية مقبولة

المصدر: اعداد الباحث

كذلك الحال فيما يتصل بتفاصيل المعايير الخاصة باختبار الجودة من وجهة نظر زبائن مصرف الرشيد الرئيسي وكما موضحة في جدول (28).

جدول (28) تفاصيل نتائج اختبار كل معيار من معايير جودة الخدمة من وجهة نظر زبائن مصرف الرشيد الرئيسي.

معايير تقييم جودة الخدمة المصرفية - حسب وجهة نظر الزبون					38	
<b>صفحة ٢</b>					39	
<b>A الاعتمادية</b>					40	
1.9	7.2	+	+	+	مجموع المقياس	41
0.2	0.4	0.6	0.8	1	الاوزان النسبية	42
0.38	2.88	+	+	+	المجموع	43
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير الاعتمادية مقبولة					44	
<b>النتيجة من 100</b>						
<b>54.33</b>						
<b>B الاستجابة</b>					46	
+	7.00	1.1	+	+	مجموع المقياس	47
0.2	0.4	0.6	0.8	1	الاوزان النسبية	48
+	2.02	0.66	+	+	المجموع	49
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير الاستجابة متوسطة					50	
<b>النتيجة من 100</b>						
<b>61.33</b>						
<b>C التعاطف</b>					52	
1.8	3.7	2.2	+	+	مجموع المقياس	53
0.2	0.4	0.6	0.8	1	الاوزان النسبية	54
0.36	1.48	1.32	+	+	المجموع	55
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير التعاطف مقبولة					56	
<b>النتيجة من 100</b>						
<b>52.67</b>						
<b>D الموثوقية</b>					59	
+	+	7.1667	+	+	مجموع المقياس	60
0.2	0.4	0.6	0.8	1	الاوزان النسبية	61
+	+	4.2	+	+	المجموع	62
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير الموثوقية جيدة					63	
<b>النتيجة من 100</b>						
<b>71.67</b>						
<b>E المموسية</b>					65	
1.7	6.0	+	+	+	مجموع المقياس	66
0.2	0.4	0.6	0.8	1	الاوزان النسبية	67
0.34	2.42	+	+	+	المجموع	68
جودة الخدمة المصرفية وفق معايير المموسية ضعيفة					69	
<b>النتيجة من 100</b>						
<b>46.00</b>						

المصدر: اعداد الباحث

اما الخطوة الاخيرة من عملية تقييم جودة الخدمة المصرفية يظهر لنا جدول يضم نتائج المعايير الخاصة بجودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبائن, على اعتبار ان الحاكم الاول والاخير على الجودة هو الزبون

للمصارف جميعاً عينة الدراسة, حيث يصبح وجه المقارنة بين المصارف سهل جداً من خلال النتائج الموضحة في فيه ويعطي الجدول القيمة النهائية للجودة وكما هو ظاهر في الجدول (29)

جدول (29) النتيجة النهائية لاختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبائن و للمصرفين (الرافدين والرشيد).

معايير تقييم جودة الخدمة المصرفية _ وفق منظور الزبائن					
ت	البيانات	مصرف (1)	مصرف (2)	مصرف (3)	مصرف (4)
A	الاعتمادية	59.00	54.33	...	...
B	الاستجابة	62.67	61.33	...	...
C	التعاطف	52.67	52.67	...	...
D	الموثوقية	64.67	71.67	...	...
E	الموسمية	40.67	46.00	...	...
صفحة					
	تقييم جودة الخدمة المصرف النهائية	56.33	57.20	...	...

المصدر اعداد الباحث

نلاحظ من خلال الجدول (29) ان تقييم الجودة النهائية للمصرف رقم (1) وهو مصرف الرافدين الرئيسي كان (23.64) وهي نتيجة غير مقبولة, اما بالنسبة للمصرف رقم (2) مصرف الرشيد الرئيسي كان تقييم الجودة النهائي له (24.38) وهي ايضا نتيجة غير مقبولة.

اما اذا حاولنا النظر لنتائج المعايير جميعاً من وجهة نظر المديرين والزبائن لكلا المصرفين مجتمعة لغرض المقارنة فهي كما موضحة في الجدول (30) الذي يعرض النتائج لمصرف الرافدين الرئيسي لكل من المديرين والزبائن, ومصرف الرشيد الرئيسي ايضاً للمديرين والزبائن.

جدول (30) نتائج اختبار تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن و للمصرفين (الرافدين والرشيد) .

المصرف 1	المديرين %	الزبائن %	المصرف 2	المديرين %	الزبائن %
الاعتمادية	61,00	59,00	الاعتمادية	75,00	54,33

61,33	57,00	الاستجابة	63,67	55,00	الاستجابة
52,67	69,33	التعاطف	53,67	62,67	التعاطف
71,67	67,67	الموثوقية	64,67	62,67	الموثوقية
46,00	53,67	الملموسية	40,67	46,33	الملموسية
57,20	64,52	النتيجة النهائية	56,33	57,53	النتيجة النهائية

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج البرنامج

على اساس نتائج الجدول (30) التي توضح نتائج اختبار جودة الخدمة المصرفية من جهتي نظر المديرين والزبائن وللمصرفين (الرافدين والرشيد), والتي اتفق عليها الاحصائيون من حيث الدقة والصحة, وهذا يدل على دقة المعادلات التي تم ادخالها في البرنامج, ومن هنا يتحقق الهدف الرئيس للدراسة, لذا ستكون الخطوة القادمة هي تنفيذ.

## المبحث الرابع

### تنفيذ برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية واختبار الفرضيات

جرى تنفيذ البرنامج في عينة من المصارف العراقية الحكومية والخاصة وتمت عملية توزيع استمارات الاستبانة على شريحتي المديرين والزبائن حيث تم توزيع (330) استمارة بواقع (120) استمارة للمديرين و(210) استمارة للزبائن, وشملت العينة من ما يأتي:-

#### 1- مصارف القطاع الحكومي :

- مصرف الرافدين فرع العباس واعطي رقم (1).
- المصرف العراقي للتجارة واعطي الرقم (2).
- مصرف الرشيد الفرع التجاري واعطي الرقم (3).

#### 2- مصارف القطاع الخاص:

- مصرف بغداد فرع كربلاء واعطي الرقم (4).
- مصرف الخليج فرع النجف واعطي الرقم (5).
- مصرف المنصور فرع النجف واعطي الرقم (6).

تم جمع استمارات الاستبانة الموزعة على المصارف عينة الدراسة بالكامل وادخالها في البرنامج الخاص بتقييم جودة الخدمة المصرفية, اذ تم توضيح نتائج الجودة على وفق وجهتي نظر المديرين والزبائن لكل مصرف وحسب القطاع وكما يأتي:

- اولا: تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاع الحكومي عينة التنفيذ.
- ثانيا: تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاع الخاص عينة التنفيذ.
- ثالثا: تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاع الحكومي والقطاع الخاص مجتمعة عينة التنفيذ.

#### اولا: تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاع الحكومي عينة التنفيذ:

جرت عملية إدخال جميع استمارات المديرين والزبائن في برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية لمصارف القطاع الحكومي عينة الدراسة في مرحلة تنفيذ البرنامج وتم الحصول على النتائج كما موضحة في الجدول (31).

جدول (31) نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاع الحكومي.

المصرف	مصرف الرافدين فرع العباس(1)	المصرف العراقي للتجارة(2)	مصرف الرشيد التجاري(3)
--------	-----------------------------	---------------------------	------------------------

المعيار	المديرين %	الزبائن %	المديرين %	الزبائن %	المديرين %	الزبائن %
الاعتمادية	63.86	63.42	52.31	52.47	42.22	43.26
الاستجابة	64	62.11	47.91	45.21	48.14	42.66
التعاطف	56.53	62.68	45.46	48.54	51.37	42.4
الموثوقية	62.43	67.46	69.86	46.28	41.11	49.68
الملموسية	43.4	55.37	67.91	43.07	42.33	35.4
النتيجة النهائية	58.04	62.21	56.59	47.11	45.37	42.68

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على الحاسوب

على اساس الجدول (31) سيتم العمل على وفق المعادلة (1) اختبار الفرق بين نسبتي مجتمعين لغرض اختبار الفرضيات والتي تنص على :

$$1 - z = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{p_1 * q \left[ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}} \quad \text{(طعمة, 2011: 59)}$$

حيث أن:

( $p_1$ : هي نسبة المجتمع الاول) , ( $p_2$  : هي نسبة المجتمع الثاني) , ( $q$  : هي  $(1 - p_1)$ ) , ( $n_1$  : هي حجم العينة للمجتمع الاول) , ( $n_2$  : هي حجم العينة للمجتمع الثاني). وكما في المثال الآتي:

$$z = \frac{58,04 - 45,37}{\sqrt{58,04 * (1 - 58,04) \left[ \frac{1}{20} + \frac{1}{20} \right]}} = 0,812$$

ولغرض الوصول الى قيمة ( $z$ ) المحسوبة لابد من تطبيق المعادلة المذكورة مسبقا لغرض رفض او عدم رفض الفرضيات, وعند الحصول على قيمة ( $z$ ) المحسوبة يتم مقارنتها مع ( $z$ ) الجدولية في جداول التوزيع الطبيعي وسيتم فرض مستوى المعنوية وبافتراضين الاول هو مستوى معنوية ( $\alpha_1 = 0.05$ ), والثاني هو مستوى معنوية ( $\alpha_2 = 0.01$ ) وعند النظر في جداول التوزيع الطبيعي يتضح لنا ان قيمة ( $z_{\alpha_1} = 1.65$ ) وقيمة ( $z_{\alpha_2} = 2.45$ ) وكما موضحة في الجدول رقم (32).

جدول (32) نتائج اختبار الفرضيات (1, 2, 3) على وفق قيمة  $z$  المحسوبة و  $z$  الجدولية في عينة مصارف القطاع الحكومي.

ت	التفاصيل	Z المحسوبة	Z الجدولية $\alpha_1=0.05$	Z الجدولية $\alpha_2=0.01$
1	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الرافدين ومديري مصرف الرشيد	0.812	1.65	2.45
2	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الرافدين ومديري المصرف العراقي للتجارة	0.092	1.65	2.45
3	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري المصرف العراقي للتجارة ومديري مصرف الرشيد	4.57	1.65	2.45
4	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف الرافدين وزبائن مصرف الرشيد	1.56	1.65	2.45
5	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف الرافدين وزبائن المصرف العراقي للتجارة	1.20	1.65	2.45
6	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن المصرف العراقي للتجارة ومصرف الرشيد	0.344	1.65	2.45
7	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف الرافدين ومديري مصرف الرافدين	0.29	1.65	2.45
8	اختبار فرق بين نسبتي مديري المصرف العراقي للتجارة وزبائن المصرف العراقي للتجارة	0.498	1.65	2.45
9	اختبار فرق بين نسبتي مديري مصرف الرشيد وزبائن مصرف الرشيد	0.187	1.65	2.45

المصدر: اعداد الباحث.

عند النظر الى الجدول (32) نجد قيم كل من ( $Z$ ,  $Z_{\alpha_1}$ ,  $Z_{\alpha_2}$ ) المحسوبة) مثبتة لكل اختبار من الاختبارات التي جرت بين المصارف الحكومية عينة الدراسة وهذا بطبيعته يسهل من عملية المقارنة بين النتائج لغرض الوقوف على القرار بشأن الفرضيات إذ نلاحظ ان الفقرات (1, 2, 3) في الجدول تخص الفرضية الاولى اما الفقرات (4, 5, 6) نجدها تخص الفرضية الثانية وفيما يتصل بالفقرات (7, 8, 9) تخص الفرضية الثالثة:

1- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الرافدين واجابة مديري مصرف الرشيد كانت ( $Z$ ) المحسوبة البالغة (0.812) نجد انها اصغر من قيمة ( $Z_{\alpha_1}$ ) البالغة (1.65), و ( $Z_{\alpha_2}$ ) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ( $H_0: p_1=p_2$ ) عندما ( $\alpha=0.05$ ) و ( $\alpha=0.01$ ), وهذا يدل على عدم وجود التباين بين آراء مديري مصرف الرافدين ومديري مصرف الرشيد ويعود السبب في ذلك الى تقارب الخدمات التي يقدمها المصرفين في الجودة وتطبيق المصرفين لمعايير الجودة بنفس الاداء وهذا ما تنص عليه الفرضية الاولى وهي فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء مديري المصارف الحكومية عينة الدراسة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).

2- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الرافدين واجابة مديري المصرف العراقي للتجارة كانت ( $Z$ ) المحسوبة البالغة (0.029) نجد انها اصغر من قيمة ( $Z_{\alpha_1}$ ) البالغة (1.65), و ( $Z_{\alpha_2}$ ) البالغة (2.54), لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ( $H_0: p_1=p_2$ ) عندما ( $\alpha=0.05$ ) و ( $\alpha=0.01$ ), كذلك يعود السبب الى تقارب المصرفين في اداء الخدمات وهذا ما تنص عليه الفرضية الاولى وهي فرضية العدم.

3- في اختبار فرق النسب بين مديري المصرف العراقي للتجارة ومديري مصرف الرشيد كانت ( $Z$ ) المحسوبة البالغة (4.57) نجد انها اكبر من قيمة ( $Z_{\alpha_1}$ ) البالغة (1.65), و ( $Z_{\alpha_2}$ ) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو رفض فرضية العدم ( $H_0: p_1=p_2$ ), والقبول بالفرضية البديلة ( $H_1: p_1 \neq p_2$ ) عندما ( $\alpha=0.05$ ) و ( $\alpha=0.01$ ), ويعود السبب الى تفوق اجابات مديري المصرف العراقي للتجارة على مصرف الرشيد ازاء تطبيق جودة الخدمة المصرفية لما يقدمه

المصرف العراقي من خدمات جديدة تواكب التطورات الحالية وهو التعامل الإلكتروني في العمليات المصرفية وهو ما يُعد عنصر النجاح في عصرنا الحالي, هنا نجد ان الفرضية الاولى وهي العدم لم يتم قبولها لذا تم قبول الفرضية البديلة.

4- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف الرافدين واجابة زبائن مصرف الرشيد كانت (z) المحسوبة البالغة (1.56) نجد انها اصغر من قيمة (zα<sub>1</sub>) البالغة (1.65), و(zα<sub>2</sub>) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H<sub>0</sub>: p<sub>1</sub>=p<sub>2</sub>) عندما (α=0.05) و(α=0.01), وهذا يدل على عدم وجود فرق بين وجهتي نظر زبائن مصرف الرافدين وزبائن مصرف الرشيد في تقديم الخدمات وتطبيق الجودة في الخدمة المصرفية وهذا ما تنص عليه الفرضية الثانية وهي فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء زبائن المصارف الحكومية عينة الدراسة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).

5- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف الرافدين واجابة زبائن المصرف العراقي للتجارة كانت (z) المحسوبة البالغة (1.20) نجد انها اصغر من قيمة (zα<sub>1</sub>) البالغة (1.65), و(zα<sub>2</sub>) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H<sub>0</sub>: p<sub>1</sub>=p<sub>2</sub>) عندما (α=0.05) و(α=0.01), من خلال النتائج الظاهرة لا نجد فرق بين نسبتي اجابة مديري الرافدين ومديري المصرف العراقي للتجارة وهذا يدل على انسجام متقارب في الاداء من وجهة نظر الزبائن وهذا ما تنص عليه الفرضية الثانية وهي فرضية العدم.

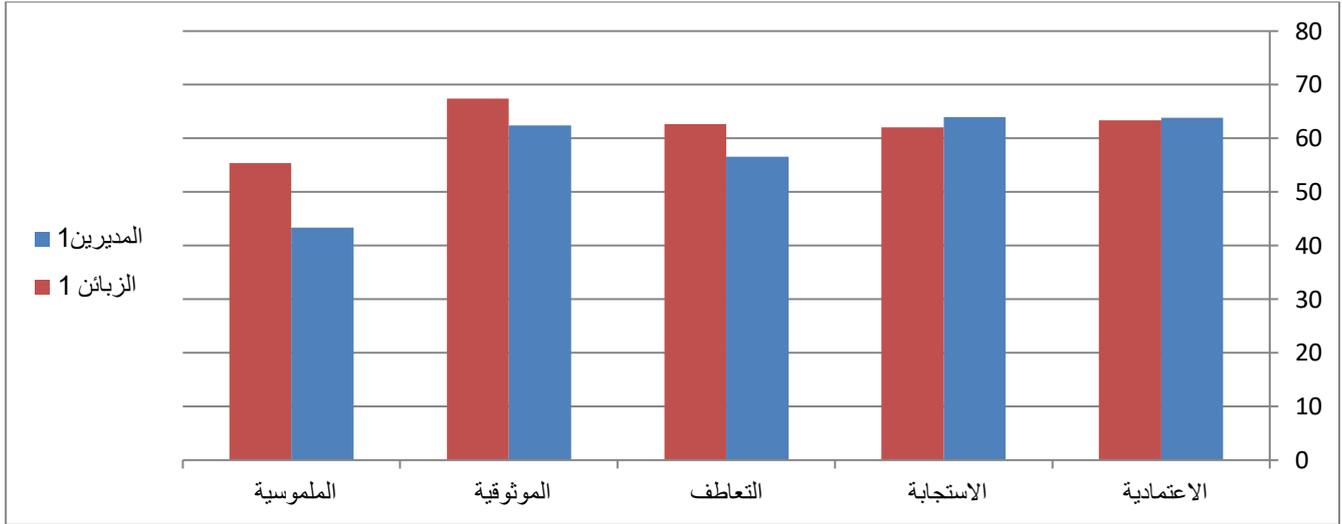
6- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن المصرف العراقي للتجارة واجابة زبائن مصرف الرشيد كانت (z) المحسوبة البالغة (0.344) نجد انها اصغر من قيمة (zα<sub>1</sub>) البالغة (1.65), و(zα<sub>2</sub>) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H<sub>0</sub>: p<sub>1</sub>=p<sub>2</sub>) عندما (α=0.05) و(α=0.01), وهذا يدل على وجود انسجام بين رأي زبائن المصرف العراقي وزبائن مصرف الرشيد ازاء تطبيق المصارف لجودة الخدمة المصرفية وهذا ما تنص عليه الفرضية الثانية وهي فرضية العدم.

7- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف الرافدين واجابة مديري مصرف الرافدين كانت (z) المحسوبة البالغة (0.299) نجد انها اصغر من قيمة (zα<sub>1</sub>) البالغة (1.65), و(zα<sub>2</sub>) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H<sub>0</sub>: p<sub>1</sub>=p<sub>2</sub>) عندما (α=0.05) و(α=0.01), وهذا يدل على اتفاق في الراي بين زبائن مصرف الرافدين ومديري مصرف الرافدين ازاء تطبيق جودة الخدمة المصرفية وهذا ما تنص عليه الفرضية الثالثة وهي فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء مديري وزبائن المصارف الحكومية عينة الدراسة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).

8- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري العراقي للتجارة واجابة زبائن المصرف العراقي للتجارة كانت (z) المحسوبة البالغة (0.498) نجد انها اصغر من قيمة (zα<sub>1</sub>) البالغة (1.65), و(zα<sub>2</sub>) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H<sub>0</sub>: p<sub>1</sub>=p<sub>2</sub>) عندما (α=0.05) و(α=0.01), وهذا يدل على اتفاق في الراي بين زبائن المصرف العراقي للتجارة ومديري المصرف العراقي للتجارة ازاء تطبيق جودة الخدمة المصرفية وهذا ما تنص عليه الفرضية الثالثة وهي فرضية العدم.

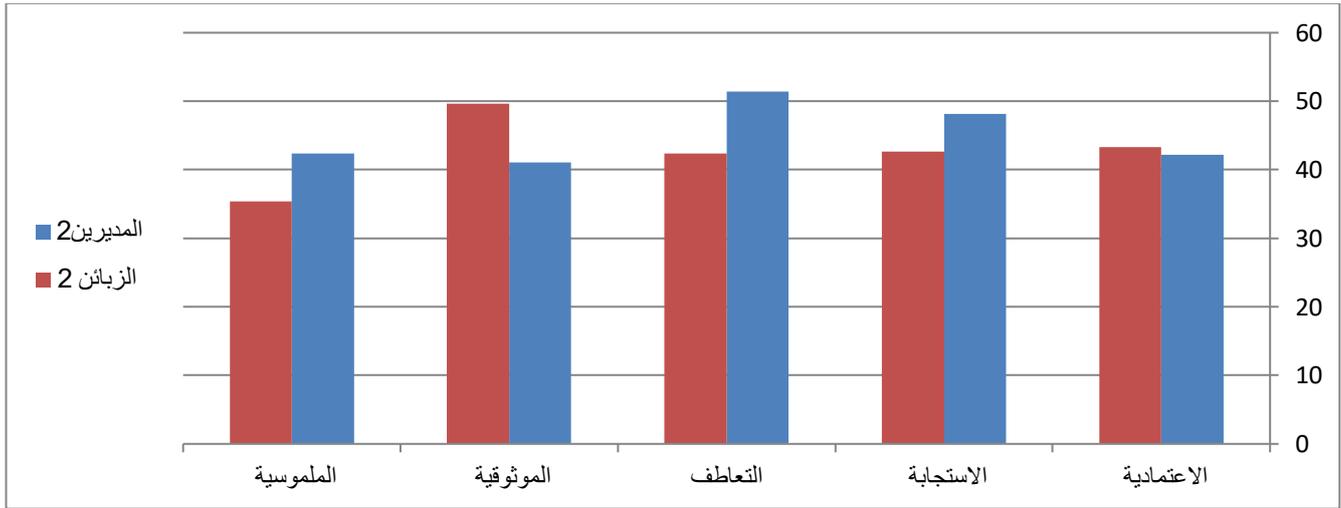
9- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الرشيد واجابة زبائن مصرف الرشيد كانت (z) المحسوبة البالغة (0.187) نجد انها اصغر من قيمة (zα<sub>1</sub>) البالغة (1.65), و(zα<sub>2</sub>) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H<sub>0</sub>: p<sub>1</sub>=p<sub>2</sub>) عندما (α=0.05) و(α=0.01), وهذا يدل على اتفاق في الراي بين مديري مصرف الرشيد وزبائن مصرف الرشيد ازاء تطبيق جودة الخدمة المصرفية وهذا ما تنص عليه الفرضية الثالثة وهي فرضية العدم.

وسنستعرض النتائج النهائية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاع الحكومي على اشكال بيانية وكما موضحة في الاشكال (37) و(38) و(39).



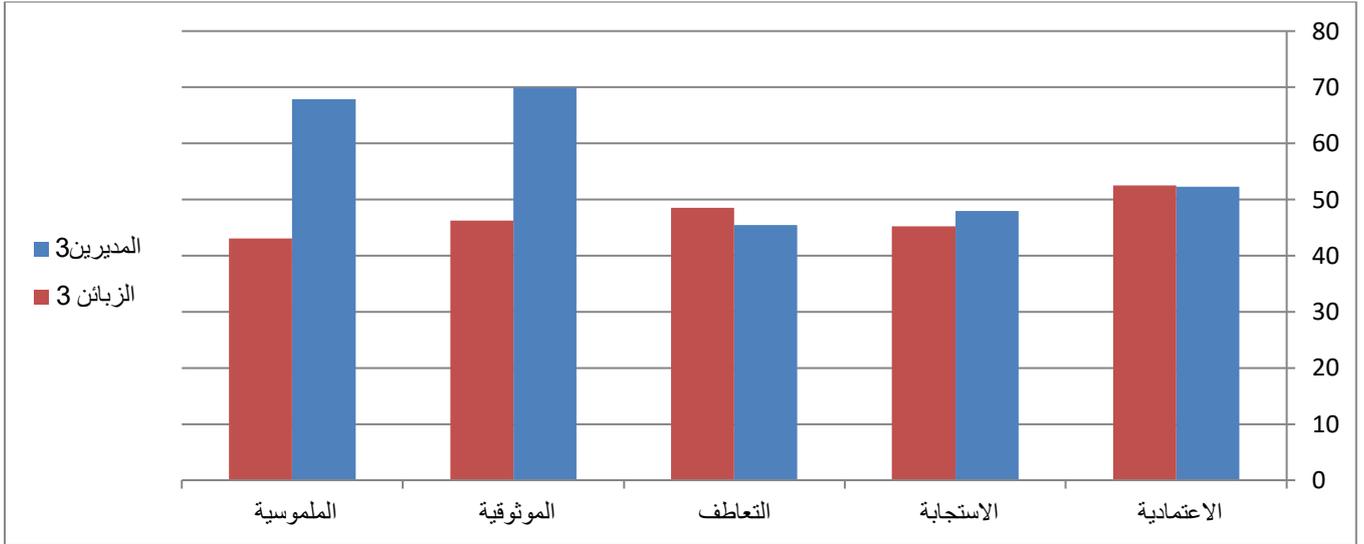
شكل (37) نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن المصرف الاول (1) الرافدين فرع العباس.

المصدر: اعداد الباحث



شكل (38) نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر المديرين والزبائن المصرف الثاني (2) المصرف العراقي للتجارة.

المصدر : اعداد الباحث



شكل (39) نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر المديرين والزبائن المصرف الثالث (3) مصرف الرشيد الفرع التجاري.

المصدر: اعداد الباحث

ثانياً: تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاع الخاص عينة التنفيذ: جرت عملية إدخال جميع استمارات المديرين والزبائن في برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية لمصارف القطاع الخاص عينة الدراسة في مرحلة تنفيذ البرنامج وتم الحصول على النتائج كما موضحة في الجدول (33).

جدول (33) نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاع الخاص.

المصرف	مصرف بغداد فرع كربلاء (4)		مصرف المنصور فرع النجف (5)		مصرف الخليج فرع النجف (6)	
	المديرين %	الزبائن %	المديرين %	الزبائن %	المديرين %	الزبائن %
المعيار						
الاعتمادية	56.66	52.44	55.51	40.8	59.07	44.61
الاستجابة	68.03	48.35	52.89	36	60.22	43.45
التعاطف	71.2	49.37	55.78	49.067	46.37	52.59
الموثوقية	70.1	49.64	57.067	36.73	51.33	42.07
الملموسية	63.36	47.57	41.82	19.73	49.85	41.64
النتيجة النهائية	65.87	49.48	52.53	36.46	53.37	44.87

المصدر: اعداد الباحث

وفقاً للجدول (33) سيتم العمل وفق معادلة (1) اختبار الفرق بين نسبتي مجتمعين لغرض اختبار الفرضيات :

جدول (34) نتائج اختبار الفرضيات (4, 5, 6) على وفق قيمة z المستخرجة و z الجدولية في عينة مصارف القطاع الخاص.

ت	التفاصيل	Z المحسوبة	Z الجدولية $\alpha_1=0.05$	Z الجدولية $\alpha_2=0.01$
1	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف بغداد ومديري مصرف الخليج	0.833	1.65	2.45
2	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف بغداد ومديري مصرف المنصور	0.889	1.65	2.45
3	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الخليج ومديري مصرف المنصور	0.053	1.65	2.45
4	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف بغداد وزبائن مصرف الخليج	0.357	1.65	2.45
5	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف بغداد وزبائن مصرف المنصور	1.009	1.65	2.45
6	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف الخليج وزبائن مصرف المنصور	0.654	1.65	2.45
7	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف بغداد وزبائن مصرف بغداد	1.19	1.65	2.45
8	اختبار فرق بين نسبتي مديري مصرف الخليج وزبائن مصرف الخليج	0.590	1.65	2.45
9	اختبار فرق بين نسبتي مديري مصرف المنصور وزبائن مصرف المنصور	1.11	1.65	2.45

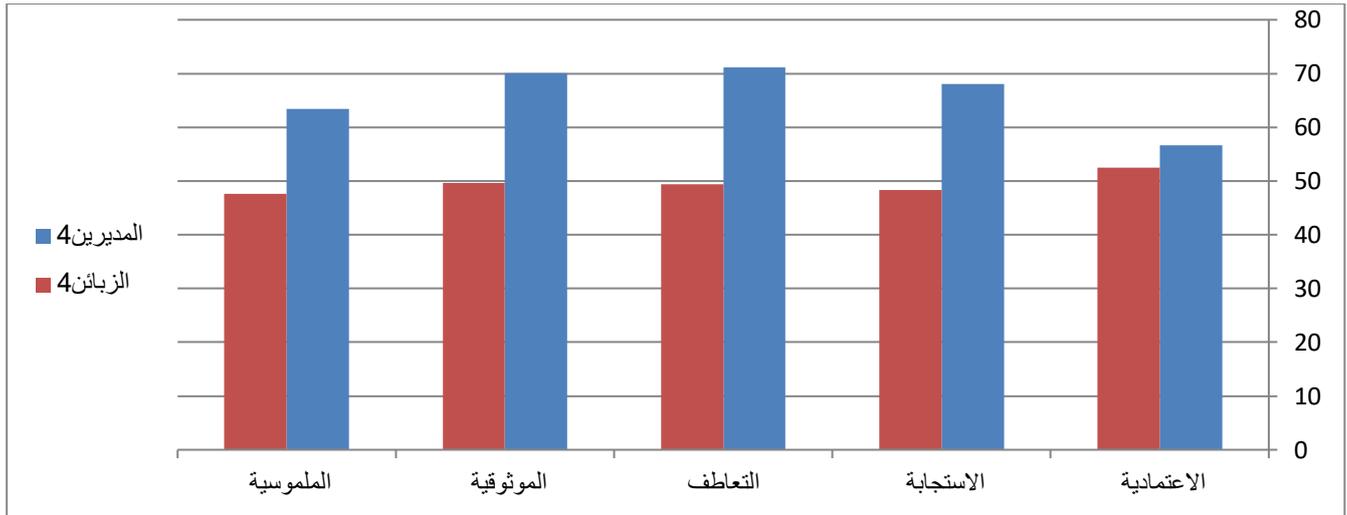
المصدر اعداد الباحث.

عند النظر الى الجدول (34) نجد قيم كل من ( $Z$ ,  $Z\alpha_1$ ,  $Z\alpha_2$ ) المحسوبة) مثبتة لكل اختبار من الاختبارات التي جرت بين المصارف الخاصة عينة الدراسة وهذا بدوره يسهل من عملية المقارنة بين النتائج لغرض الوقوف على القرار بشأن الفرضيات, إذ نلاحظ ان الفقرات (1, 2, 3) في الجدول تخص الفرضية الرابعة اما الفقرات (4, 5, 6) نجدها تخص الفرضية الخامسة وفيما يتصل بالفقرات (7, 8, 9) تخص الفرضية السادسة:

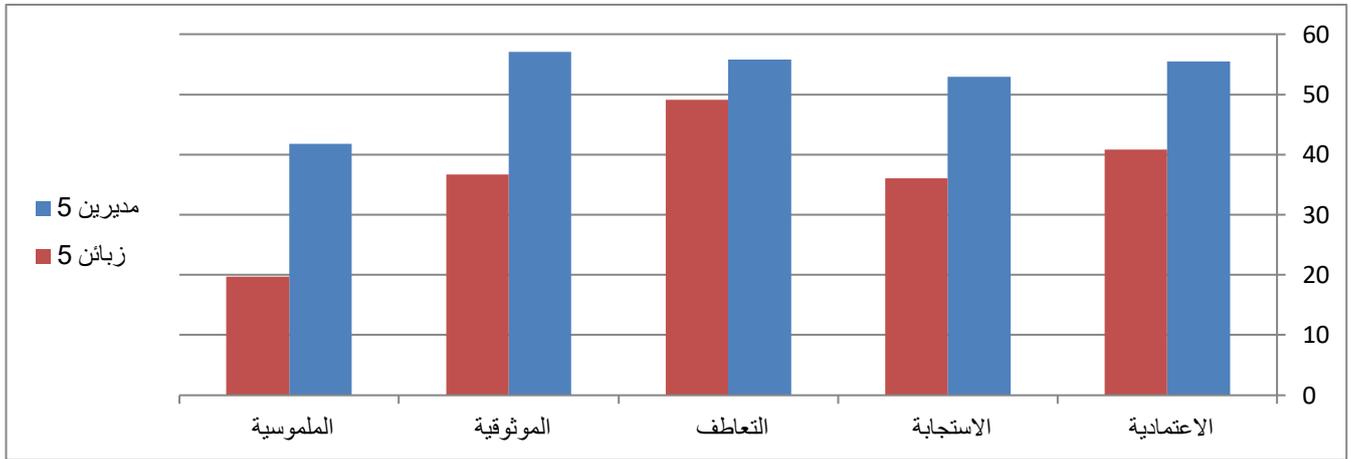
- 1- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف بغداد واجابة مديري مصرف الخليج كانت ( $z$ ) المحسوبة البالغة (0.833) نجد انها اصغر من قيمة ( $z\alpha_1$ ) البالغة (1.65), و( $z\alpha_2$ ) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ( $H_0: p_1=p_2$ ) عندما ( $\alpha=0.05$ ) و( $\alpha=0.01$ ), وهذا يدل على عدم وجود التباين بين آراء مديري مصرف بغداد ومديري مصرف الخليج ويعود السبب في ذلك الى تقارب الخدمات التي يقدمها المصرفين في الجودة وتطبيق المصرفين لمعايير الجودة بنفس الاداء وهذا يثبت الفرضية الرابعة فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء مديري المصارف الخاصة عينة الدراسة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).
- 2- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف بغداد واجابة مديري مصرف المنصور كانت ( $z$ ) المحسوبة البالغة (0.889) نجد انها اصغر من قيمة ( $z\alpha_1$ ) البالغة (1.65), و( $z\alpha_2$ ) البالغة (2.54), لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ( $H_0: p_1=p_2$ ) عندما ( $\alpha=0.05$ ) و( $\alpha=0.01$ ), كذلك يعود السبب الى تقارب المصرفين في اداء الخدمات وهذا يثبت الفرضية الرابعة فرضية العدم.

- 3- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الخليج واجابة مديري مصرف المنصور كانت (z) المحسوبة البالغة (0.053) نجد انها اصغر من قيمة (z $\alpha$ 1) البالغة (1.65), و(z $\alpha$ 2) البالغة (2.54), لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0:p $_1$ =p $_2$ ) عندما ( $\alpha$ =0.05) و( $\alpha$ =0.01), كذلك يعود السبب الى تقارب المصرفين في اداء الخدمات وهذا يثبت الفرضية الرابعة فرضية العدم.
- 4- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف بغداد واجابة زبائن مصرف الخليج كانت (z) المحسوبة البالغة (0.375) نجد انها اصغر من قيمة (z $\alpha$ 1) البالغة (1.65), و(z $\alpha$ 2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0: p $_1$ =p $_2$ ) عندما ( $\alpha$ =0.05) و( $\alpha$ =0.01), وهذا يدل على عدم وجود فرق بين وجهتي نظر زبائن مصرف بغداد وزبائن مصرف الخليج في تقديم الخدمات وتطبيق الجودة في الخدمة المصرفية وهذا يثبت الفرضية الخامسة فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء زبائن المصارف الخاصة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).
- 5- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف بغداد واجابة زبائن مصرف المنصور كانت (z) المحسوبة البالغة (1.009) نجد انها اصغر من قيمة (z $\alpha$ 1) البالغة (1.65), و(z $\alpha$ 2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0: p $_1$ =p $_2$ ) عندما ( $\alpha$ =0.05) و( $\alpha$ =0.01), من خلال النتائج الظاهرة لا نجد فرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف بغداد وزبائن مصرف المنصور وهذا يدل على انسجام متقارب في الاداء من وجهة نظر الزبائن وهذا يثبت الفرضية الخامسة فرضية العدم.
- 6- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف الخليج واجابة زبائن مصرف المنصور كانت (z) المحسوبة البالغة (0.654) نجد انها اصغر من قيمة (z $\alpha$ 1) البالغة (1.65), و(z $\alpha$ 2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0: p $_1$ =p $_2$ ) عندما ( $\alpha$ =0.05) و( $\alpha$ =0.01), وهذا يدل على وجود انسجام بين رأي زبائن مصرف الخليج وزبائن مصرف المنصور ازاء تطبيق المصارف لجودة الخدمة المصرفية وهذا يثبت الفرضية الخامسة فرضية العدم.
- 7- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف بغداد واجابة زبائن مصرف بغداد كانت (z) المحسوبة البالغة (1.19) نجد انها اصغر من قيمة (z $\alpha$ 1) البالغة (1.65), و(z $\alpha$ 2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0: p $_1$ =p $_2$ ) عندما ( $\alpha$ =0.05) و( $\alpha$ =0.01) وهذا يدل على اتفاق في الراي بين مديري مصرف بغداد وزبائن مصرف بغداد ازاء تطبيق جودة الخدمة المصرفية وهذا يثبت الفرضية السادسة فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء مديري وزبائن المصارف الخاصة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).
- 8- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الخليج واجابة زبائن مصرف الخليج كانت (z) المحسوبة البالغة (0.590) نجد انها اقل من قيمة (z $\alpha$ 1) البالغة (1.65), و(z $\alpha$ 2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0: p $_1$ =p $_2$ ) عندما ( $\alpha$ =0.05) و( $\alpha$ =0.01), وهذا يدل على اتفاق في الراي بين مديري مصرف الخليج للتجارة ومديري مصرف الخليج ازاء تطبيق جودة الخدمة المصرفية وهذا يثبت الفرضية السادسة فرضية العدم.
- 9- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف المنصور واجابة زبائن مصرف المنصور كانت (z) المحسوبة البالغة (1.11) نجد انها اقل من قيمة (z $\alpha$ 1) البالغة (1.65), و(z $\alpha$ 2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0:p $_1$ =p $_2$ ) عندما ( $\alpha$ =0.05) و( $\alpha$ =0.01), وهذا يدل على اتفاق في الراي بين مديري مصرف المنصور وزبائن مصرف المنصور في تطبيق جودة الخدمة المصرفية وهذا يثبت الفرضية السادسة فرضية العدم.

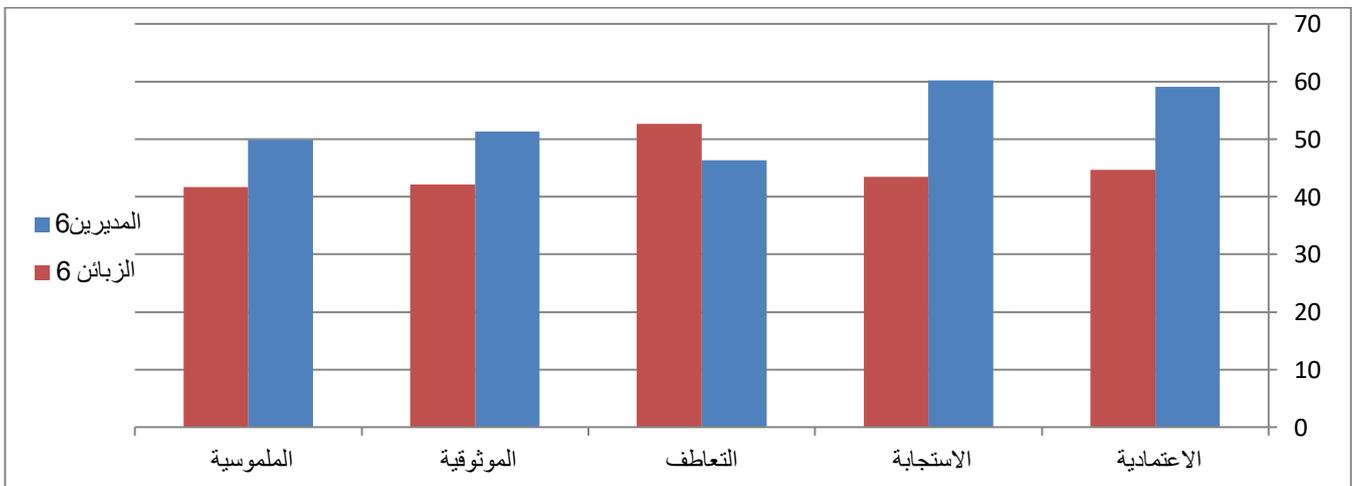
ونسنتعرض النتائج السابقة لمصارف القطاع الخاص على اشكال بيانية لغرض اعطاء فكرة واسعة للمستخدم وكما في الاشكال (40) و(41) و(42).



شكل (40) نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن المصرف الرابع (4) مصرف بغداد فرع كربلاء.



شكل (41) يوضح نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن المصرف الخامس (5) مصرف الخليج فرع النجف.



شكل (42) يوضح نتائج تقييم الجودة من وجهتي نظر المديرين والزبائن المصرف السادس (6) مصرف المنصور فرع النجف.

ملاحظة: الاشكال البيانية من اعداد الباحث بالاعتماد على النتائج.

ثالثاً: تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاع الحكومي والقطاع الخاص مجتمعةً عينة التنفيذ.

جدول (35) نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاعين الحكومي والخاص مجتمعةً.

مصارف القطاع الخاص		مصارف القطاع الحكومي		القطاع
المديرين %	الزبائن %	المديرين %	الزبائن %	المعيار
57.08	45.95	52.79	53.05	الاعتمادية
60.38	42.6	53.35	49.99	الاستجابة
57.78	50.34	51.12	51.20	التعاطف
59.49	42.81	57.8	54.47	الموثوقية
51.67	36.31	51.21	44.61	الملموسية
57.28	43.60	53.25	50.66	النتيجة النهائية

المصدر: اعداد الباحث

ايضا من خلال الجدول (35) سيتم العمل وفق معادلة فرق النسب لغرض اتخاذ القرار بشأن الفرضيات اثبات ام رفض وكما موضحة في الجدول (36), فيوضح النتائج النهائية لكل من المديرين والزبائن وعلى مستوى القطاعين الحكومي والخاص لغرض معرفة النتائج النهائية لوجهات النظر حول تطبيق المصارف عينة الدراسة لجودة الخدمات المصرفية, ومن هنا تكون المقارنة بشكلها الواضح لغرض اتخاذ القرار بشأن الفرضيات اما قبولها او رفضها ومن خلال مقارنة (z المحسوبة) و (z الجدولية).

جدول (36) نتائج اختبار الفرضيات (7, 8) على وفق قيمة z المستخرجة و z الجدولية في عينة من مصارف القطاعين الحكومي والخاص.

ت	التفاصيل	Z المحسوبة	Z الجدولية $\alpha_1=0.05$	Z الجدولية $\alpha_2=0.01$
---	----------	------------	----------------------------	----------------------------

2.45	1.65	Z= 0.434	اختبار فرق النسب بين رأي مديري القطاع الحكومي ومديري القطاع الخاص	1
2.45	1.65	Z= 0.947	اختبار فرق النسب بين رأي زبائن القطاع الحكومي وزبائن القطاع الخاص	2

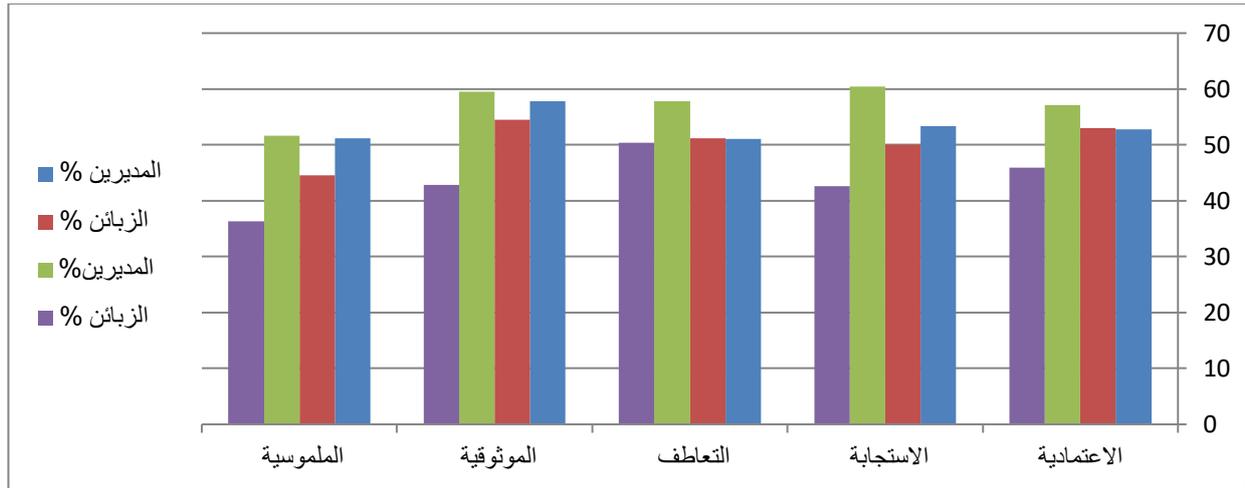
المصدر: اعداد الباحث

عند النظر الى الجدول (36) نجد قيم كل من ( $Z$ ,  $Z\alpha_1$ ,  $Z\alpha_2$ ) المحسوبة) مثبتة لكل اختبار من الاختبارات التي جرت بين المصارف الحكومية والخاصة عينة الدراسة وهذا بدوره يسهل من عملية المقارنة بين النتائج لغرض الوقوف على القرار بشأن الفرضيات إذ نلاحظ ان الفقرة (1) في الجدول تخص الفرضية السابعة اما الفقرة (2) نجدها تخص الفرضية الثامنة.

**1-** عند اختبار الفرق بين نسب رأي مديري المصارف على مستوى القطاع الحكومي ومديري المصارف على مستوى القطاع الخاص كانت ( $Z$ ) المحسوبة البالغة (0.434) نجد انها اصغر من قيمة ( $Z\alpha_1$ ) البالغة (1.65), و( $Z\alpha_2$ ) البالغة (2.54), لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ( $H_0:p_1=p_2$ ) عندما ( $\alpha=0.05$ ) و( $\alpha=0.01$ ), كذلك يعود السبب في هذا الى وجود ترابط في اداء المصارف على مستوى القطاعين في تقديم الخدمات المصرفية وهذا يثبت الفرضية السابعة فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء مديري المصارف على مستوى القطاع الحكومي ومديري المصارف على مستوى القطاع الخاص في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).

**2-** عند اختبار الفرق بين نسب رأي زبائن المصارف على مستوى القطاع الحكومي وزبائن المصارف على مستوى القطاع الخاص كانت ( $Z$ ) المحسوبة البالغة (0.947) نجد انها اصغر من قيمة ( $Z\alpha_1$ ) البالغة (1.65), و( $Z\alpha_2$ ) البالغة (2.54), لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ( $H_0:p_1=p_2$ ) عندما ( $\alpha=0.05$ ) و( $\alpha=0.01$ ), وهذا يدل على ان زبائن المصارف في القطاع الحكومي يحصلون على الخدمات نفسها او قريبة من الخدمات التي تقدمها المصارف على مستوى القطاع الخاص وهذا يثبت الفرضية الثامنة فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء زبائن المصارف على مستوى القطاع الحكومي وزبائن المصارف على مستوى القطاع الخاص في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).

وكما موضحة في الرسم البياني إذ يعبر (اللون الازرق عن رأي مدري مصارف القطاع الحكومي, واللون الاحمر يعبر عن رأي زبائن مصارف القطاع الحكومي, و يعبر اللون الاخضر عن رأي مدري مصارف القطاع الخاص, واللون البنفسجي يعبر عن رأي زبائن مصارف القطاع الخاص) حول تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية.



شكل (43) نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر مديري وزبائن المصارف وعلى مستوى القطاعين الحكومي والخاص.

وجد ان ( 87.5 ) من الفرضيات قد تم قبولها وهي فرضيات العدم أي عدم رفض فرضيات العدم  
( $H_0: p_1 = p_2$ ) , و ( 12.5 ) قد تم رفضها اي تم القبول بالفرضية البديلة ( $H_1: p_1 \neq p_2$ ).

القرار بشأن الفرضية	الفرضية
لا نرفض فرضية العدم بنسبة 66.7%	الفرضية الاولى
لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%	الفرضية الثانية
لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%	الفرضية الثالثة
لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%	الفرضية الرابعة
لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%	الفرضية الخامسة
لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%	الفرضية السادسة
لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%	الفرضية السابعة
لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%	الفرضية الثامنة

# الفصل الرابع

## الاستنتاجات والتوصيات

بعد اتمام الدراسة من الجانبين النظري والميداني لابد على الباحث من الخروج باستنتاجات تخص الجانبين النظري والميداني ومن ثم وضع التوصيات العامة والخاصة وعلى هذا الاساس قسم الباحث الفصل الى مبحثين وكما يأتي:

المبحث الاول: الاستنتاجات.

المبحث الثاني: التوصيات.

## المبحث الاول

### الاستنتاجات النظرية والميدانية

من خلال اتمام الدراسة بجانبها النظري والميداني لابد للباحث من الخروج باستنتاجات تخص جانبي الدراسة وهي تعد الاساس الذي تكون لدى الباحث ومن هذا المنطلق قسم المبحث على ما يأتي:

#### اولا: الاستنتاجات النظرية:

- 1- إن تفهم توقعات الزبون يُعد مطلباً أساسياً نحو تقديم الخدمة المصرفية بالجودة المطلوبة.
- 2- إن إستمرار الزبائن في التعامل مع المصرف وزيادة ولائهم له يعتمد وبشكل اساس على تقييمهم لجودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم.
- 3- يعد الزبون افضل من يقيم جودة الخدمة المصرفية لان الزبون هو المستفيد من الخدمة لذا سيكون هو المعيار المحدد لها اعتماداً على ما يقدم له من قبل المصرف.
- 4- على الرغم من تباين آراء الكتاب والباحثين حول معايير تقييم جودة الخدمة المصرفية إلا ان هناك نسبة كبيرة من الاتفاق حول مجموعة من المعايير هي (الاعتمادية, الاستجابة, التعاطف, الموثوقية, الملموسية).
- 5- ان تطبيق النظم المحوسبة في التعامل المصرفي يؤدي الى تقليص الحجم الورقي, وتخفيض الكلفة وتبسيط الاجراءات وبالتالي يؤثر ايجاباً في جودة الخدمة المصرفية.
- 6- يفضل الزبائن التعامل الالكتروني في تقديم الخدمات لما له من أثر في الحصول على الخدمة في الوقت المطلوب بالإضافة الى زيادة اعتمادية الزبون على المصرف في تقديم الخدمة.

#### ثانيا: الاستنتاجات الميدانية:

##### 1- الاستنتاجات التي تشمل عمليتي الاختبار والتنفيذ:

- 1-1 ان النتائج المستخرجة من برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية تطابق النتائج المستخرجة وفقاً للمعادلات الاحصائية المطبقة في عملية اختبار البرنامج, وبذلك يمكن استخدام البرنامج بدلاً من المعادلات الاحصائية ويحقق نتائج دقيقة وذات كفاءة وفاعلية عالية وخالية من احتمالات الخطأ.
- 1-2 يعد البرنامج تقنية متاحة بين ايدي المستخدمين تتسم بالسهولة والوضوح في عملية تقييم وتشخيص جودة الخدمة المصرفية.
- 2- استنتاجات عملية إختبار البرنامج:
  - 2-1 ضعف ابعاد جودة الخدمة المصرفية في جميع المصارف.
  - 2-2 تم اختبار المعادلات التي طبقت في البرنامج واثبتت انها صحيحة وذات قدرة على التقييم وفقاً لاستمارة الاستبانة المعدة لهذا الغرض.

- 2-3- وفقاً للنتائج المستخرجة من البرنامج وهو في حالة اكسل والتي تم إثبات صحتها إحصائياً أصبح بإمكاننا الشروع في عملية تصميم البرنامج على لغة فجول بيسك والشروع في عملية التنفيذ.
- 2-4- ان النتائج المستخرجة من البرنامج هي نتائج واقعية طبقاً لما تنص عليه الاجابات المثبتة على استمارة الاستبانة.

### 3- استنتاجات عملية تنفيذ البرنامج:

- 3-1- هناك تفاوت في مستوى استخدام التقنيات المحوسبة بين المصارف (عينة الدراسة) فالمصارف الخاصة هي أكثر استخداماً لتلك التقنيات، وسبب هذا التفاوت يرجع إلى الاختلاف في فلسفه إدارات المصارف ورغبتها للتغير واختلاف مواردها المالية.
- 3-2- لا تزال المصارف (عينة الدراسة) وعلى وجه الخصوص الحكومية تعاني من عدم كفاية البنية التحتية اللازمة لتقديم خدمات مصرفية حديثة ومتطورة، وهذا يضع الصناعة المصرفية العراقية أمام مسؤولية كبيرة والمتمثلة بدعم وتوجيه الاستثمارات في مجال إرساء البنى التحتية.
- 3-3- عدم وجود تباين بين جهات نظر مديري وزبائن المصارف الحكومية في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية، وقد يعود السبب في ذلك الى ان المصارف الحكومية تعيش بيئة داخلية وخارجية متشابهة، ما يؤدي الى اتساق ونمطية الخدمات المقدمة الى الزبائن في المصارف الرئيسية وفروعها.
- 3-4- عدم وجود تباين بين جهات نظر مديري وزبائن المصارف الخاصة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية، وقد يعود السبب في ذلك الى نمطية الخدمات المقدمة الى الزبائن، الناتج عن انخفاض حدة المنافسة في سوق العمل المصرفي العراقي الخاص.
- 3-5- عدم وجود تباين بين جهات نظر مديري وزبائن المصارف الحكومية والخاصة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية، وقد يدل ذلك على تقارب المصارف المذكورة في تقديمها للخدمات.
- 3-6- تراوحت نتائج جودة الخدمة المصرفية في المصارف الحكومية والخاصة من وجهة نظر المديرين والزبائن بين (43.6) و (57.3) وهذا يدل على ضعف اداء تلك المصارف.

## المبحث الثاني التوصيات

- 1- تطوير جميع ابعاد جودة الخدمة المصرفية ومسبباتها.
- 2- نقترح على البنك المركزي العراقي والادارات العامة في مصرفي الرافدين والرشد بتعميم البرنامج على ادارات الفروع وجعله برنامج عام لتقييم جودة الخدمة المصرفية.
- 3- ضرورة إهتمام إدارات المصارف على مستوى القطاع الحكومي والخاص بالجانب الشكلي للمصرف من خلال النظر بتوزيع الأقسام ونوع التجهيزات (تجهيزات مكتبية، تجهيزات الاستقبال من فرش وأماكن انتظار وما إلى ذلك)، لأن توافر هذه المواصفات يجعل الزبون يشعر بالاهتمام والقيمة أكثر بكثير مما يراه عند دخوله الى مصرف لايهتم بتلك المواصفات.
- 4- ضرورة استخدام المصارف الحكومية والخاصة التقنيات المحوسبة التي تساعد في تيسير العمل المصرفي و التخلي عن النظم التقليدية في تقديم الخدمات المصرفية إذا ما أرادت النجاح في العصر الحالي الذي يعد عصر ثورة المعلومات، ومثال ذلك استخدام الانترنت والبريد الالكتروني والتلكس والفاكس وبنوك الموبايل في العمليات المصرفية.
- 5- ضرورة ان تكون الموارد البشرية في المصارف من ذوي الخبرة في العمل المصرفي لان هذا يزيد من ثقة الزبون في التعامل مع المصرف وبالتالي كسب الزبون وكسب السمعة للمصرف.
- 6- ضرورة إقامة دورات تدريبية للموظفين للعمل على التقنيات المحوسبة الحديثة لغرض تحول العمليات المصرفية من الورقية الى الالكترونية وهذا يزيد من كفاءة تلك العمليات ويقلل من الجهد والوقت والكلف المبذولة ويرفع من مستوى جودة الخدمة المصرفية.
- 7- انشاء قسم خاص لشكاوى الزبائن لأن الشكاوى تنشأ بخصوص أمور لا يرضى عنها الزبون. وبالتالي تعتبر هذه الشكاوى إذا تم تجميعها ودراستها وتقديم الحلول المناسبة لها مصدراً مجانياً وتقييماً حقيقياً لوضع المصرف وعلاقته مع زبائنه.
- 8- إنشاء قسم خاص بجودة الخدمة المصرفية مهمته قياس رضا الزبون عن الخدمة المقدمة له وتقديم اقتراحات بخصوص تحسين وتطوير آلية تقديم الخدمات المصرفية من جهة، بالإضافة إلى تصميم برامج تدريبية لتحسين طريقة استقبال ومعاملة موظفي المصرف مع الزبائن.
- 9- ضرورة اجراء اختبارات دورية كأن تكون فصلية للمصرف من خلال البرنامج الخاص بجودة الخدمة لغرض معرفة تطورات الجودة ومقارنتها مع النتائج السابقة لها.

والحمد لله رب العالمين

# المصادر

## المصادر

### القرآن الكريم

### Arabic References المصادر العربية

#### أ- الكتب العربية: Arabic Books

- 1- احمد محمد سمير ((الجودة الشاملة وتحقيق الرقابة في البنوك التجارية)), دار الميسرة للنشر والتوزيع , عمان الاردن , ط1, 2009 .
- 2- برهان محمد نور و خطاب عز الدين ((التجارة الالكترونية)), جمهورية مصر العربية. ط1, 2009.
- 3- البكري ثامر و الرحومي احمد ((تسويق الخدمات المالية)), التراث للنشر والتوزيع , عمان الاردن , ط1 , 2008 .
- 4- الترتوري محمد عوض و جويحان اغادير عرفات ((ادارة الجودة الشاملة)), دار الميسرة للنشر والتوزيع , عمان الاردن , ط2 , 2009.
- 5- جاد الرب سيد محمد ((نظم المعلومات الادارية: الاساسيات والتطبيقات الادارية)), جامعة قناة السويس, 2009.
- 6- جرادات عبد الناصر احمد, العجلوني محمود محمد و المشاقبة زياد محمد ((تطبيقات الحاسوب في الادارة والتسويق)), دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع, عمان الاردن, 2009.
- 7- الجبوسي سليمان شكيب و الصميدعي محمود جاسم ((تسويق الخدمات المالية)), دار وائل للنشر والتوزيع, عمان الاردن , ط1, 2009 .
- 8- الحداد عوض بدير ((تسويق الخدمات المصرفية)), البيات للطباعة والنشر , عمان الاردن , ط1 , 1999.
- 9- حريم حسن ((ادارة المنظمات, منظور كلي)), دار الحامد للنشر والتوزيع, عمان الاردن, ط1, 2003.
- 10- حمود خضير كاظم و الشيخ روان منير ((ادارة الجودة في المنظمات المتميزة)), دار صفاء للنشر والتوزيع , عمان الاردن , ط1 , 2010.
- 11- حمود خضير كاظم ((ادارة الجودة وخدمة العملاء)), دار الميسرة للنشر والتوزيع , عمان الاردن , ط1, 2002.
- 12- الحميدي نجم عبد الله , العبيد عبد الرحمن والسامرائي سلوى امين ((نظم المعلومات الادارية, مدخل معاصر)), دار وائل للنشر والتوزيع, ط2, 2009.
- 13- الخطيب احمد و الخطيب رداح ((ادارة الجودة الشاملة)), عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع , عمان الاردن , ط2 , 2008.
- 14- الخطيب سمير كاظم ((ادارة الجودة الشاملة والايزو مدخل معاصر)), مكتبة مصر ودار المرتضى , العراق , شارع المتنبي , ط1 , 2008 .
- 15- الزعبي محمد بلال , الشرايعه احمد , عبد الله سهير و الزعبي خالدة محمد ((الحاسوب والبرمجيات الجاهزة)), مطبعة زمزم للنشر والتوزيع, عمان الاردن ط2, 2011.
- 16- زين الدين فريد عبد الفتاح ((المنهج العلمي لتطبيق ادارة الجودة الشاملة في المؤسسات العربية)), دار الكتب للنشر والتوزيع , 2007.
- 17- السالمي علاء عبد الرزاق ((تقنيات المعلومات الادارية)), دار وائل للنشر والتوزيع, ط1, 2001.

- 18- الشمري ناظم محمد نوري والعبادات عبد الفتاح زهير ((الصيرفة الالكترونية الادوات والتطبيقات ومعيقات التوسع)) دار وائل للنشر, ط1, 2008.
- 19- الصرن رعد حسن ((عولمة جودة الخدمة المصرفية)), دار التواصل العربي مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع, 2007.
- 20- الصيرفي محمد وحامد عبد الغني ((الاتصالات الدولية ونظم المعلومات)), مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية, البحرين, 2006.
- 21- الضمور هاني حامد ((تسويق الخدمات)), دار وائل للنشر والتوزيع, عمان الاردن, ط4, 2008.
- 22- الطائي حميد عبد النبي و العلاق بشير عباس ((تسويق الخدمات)), دار اليازوري للنشر والتوزيع, عمان الاردن, الطبعة العربية, 2009.
- 23- الطائي يوسف جسيم سلطان و العبادي هاشم فوزي دباس ((التسويق الالكتروني)), دار الوراق للنشر والتوزيع, ط1, 2009.
- 24- العاني مزهر شعبان ((نظم المعلومات الادارية: منظور تكنولوجي)), دار وائل للنشر والتوزيع, ط1, 2009.
- 25- عبد الله خالد أمين والطردي اسماعيل ابراهيم ((العمليات المالية الالكترونية)), دار وائل للنشر, ط1, 2006.
- 26- العزاوي محمد عبد الوهاب ((ادارة الجودة الشاملة مدخل استراتيجي تطبيقي)), التراث للنشر والتوزيع, عمان الاردن, ط1, 2010.
- 27- العلاق بشير عباس ((تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الاعمال مدخل تسويقي)), الوراق للنشر والتوزيع, عمان الاردن, ط1, 2002.
- 28- العلاق بشير عباس والساعد رشاد ((الأثر الاستراتيجي للانترنت على المزيج التسويقي في الألفية الجديدة)), مؤتمر الزيتونة، عمان، الاردن, 2003.
- 29- علوان قاسم نايف ((ادارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 9001)), دار الثقافة للنشر والتوزيع, عمان الاردن, 2005.
- 30- العلي عبد الستار محمد ((ادارة الانتاج والعمليات: مدخل كمي)), دار وائل للنشر والتوزيع, عمان الاردن, ط1, 2000.
- 31- الفضل مؤيد عبد الحسين و الطائي يوسف جسيم ((ادارة الجودة الشاملة)), مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع, عمان الاردن, ط1, 2004.
- 32- قنديلجي عامر ابراهيم والجنابي علاء الدين ((نظم المعلومات الادارية وتكنولوجيا المعلومات)), دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة, ط4, 2008.
- 33- قنديلجي عامر ابراهيم والجنابي علاء الدين عبد القادر ((نظم المعلومات الادارية وتكنولوجيا المعلومات)), دار المسيرة للنشر والتوزيع, ط5, 2009.
- 34- قنديلجي عامر ابراهيم والسامرائي ايمان فاضل ((تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها)), دار الوراق للنشر والتوزيع, عمان، الاردن, ط1, 2002.
- 35- مجيد سوسن شاكرو والزيادات محمد عواد ((ادارة الجودة الشاملة, تطبيقات في الصناعة والتعليم)), دار الصفاء للنشر والتوزيع, عمان الاردن, ط1, 2007.

- 36- المساعد زكي خليل ((تسويق الخدمات وتطبيقاته)), دار المناهج للنشر والتوزيع , عمان الاردن , ط1 , 2006.
- 37- مكليود رايموند و شيل جيورج ((نظم المعلومات الادارية)), دار المريخ للنشر والتوزيع , ط2, 2009.
- 38- النجار فائز جمعة ((نظم المعلومات الادارية)), دار الحامد للنشر والتوزيع, ط2, 2007.
- 39- النجار, فائز جمعة ((نظم المعلومات الادارية , منظور اداري)), دار الحامد للنشر والتوزيع, 2010.
- 40- نجم عبود ((ادارة الجودة الشاملة في عصر الانترنت)), دار صفاء للنشر والتوزيع , عمان الاردن , ط1 , 2010.
- 41- النحراوي ايمن ((لوجستيات التجارة الدولية)), دار الفكر الجامعي, ط1, 2009.
- 42- النعيمي محمد عبد العال , صويص جليل راتب و صويص غالب جليل ((ادارة الجودة المعاصرة)), دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع , عمان الاردن , الطبعة العربية , 2009.
- 43- الهوش أبو بكر محمود ((الحكومة الالكترونية الواقع والآفاق)), مجموعة النيل العربية مصر , ط1 , 2006.
- 44- الوادي محمود حسين , نزال عبد الله ابراهيم و سمحان حسين محمد ((ادارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية)), دار الصفاء للنشر والتوزيع , عمان الاردن , ط1 , 2010.
- 45- ياسين سعد غالب (( نظم المعلومات الإدارية)), دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع, عمان الاردن, الطبعة العربية, 2009.

## ب- المجلات والدوريات المحكمة: Periodicals

- 1- البحيصي عصام محمد ((استكشاف المخاطر التي تهدد نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في الشركات الفلسطينية العاملة في قطاع غزة)), مجلة الجامعة الاسلامية , م19, ع 1, 2011.
- 2- البراوري نزار عبد المجيد ((مستلزمات ادارة الجودة الشاملة , وامكانية تطبيقها في المؤسسات العراقية)), مجلة كلية المنصور الجامعة , بغداد , م1, ع1, 2000.
- 3- الجبوري ندى اسماعيل ((اثر تكنولوجيا المعلومات في الاداء المنظمي)) مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة, العدد الثاني والعشرون, 2009 .
- 4- الحكيم سليم مسلم ((إمكانية الرقابة على نظم المعلومات المحاسبية المؤتمتة للمؤسسات العامة ذات الطابع الاقتصادي من قبل مفتشي الجهاز المركزي للرقابة المالية)), مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية , م 26, ع 1, 2010.
- 5- الصرن رعد حسن (( تطوير نموذج الفجوة في قياس جودة الخدمات المصرفية الى المستوى العالمي)), مجلة العلوم الانسانية , جامعة محمد خيضر بسكرة , ع 6, 2004.
- 6- الصواف محفوظ حمدون و صالح ماجد محمد ((ادارة الجودة الشاملة كأداة لتقليل مخاطر الهدر)), دراسة ميدانية في معمل الغزل والنسيج الحكومي بالموصل". مجلة بحوث مستقبلية , ع 20. 2009 .
- 7- طالب علاء فرحان ((دور تكنولوجيا المعلومات في تسويق الخدمات المصرفية)), المجلة العراقية للعلوم الإدارية, جامعة كربلاء, م1, ع 2, 2003.
- 8- عاشور يوسف حسين و وادي رشدي عبد اللطيف ((تقييم جودة خدمات المصارف في قطاع غزة من وجهة نظر العملاء)), مجلة الجامعة الاسلامية في غزة , 2005.

- 9- عبد القادر بريش ((جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك)), مجلة اقتصاديات شمال افريقيا , ع 3, 2005.
- 10- عبد الوهاب شمام وعبد العالي غيثي ((قياس جودة الخدمات المصرفية في مدينة قسنطينة – الجزائر)), جامعة محمد خيضر بسكرة , ابحاث اقتصادية وادارية , ع 1, 2007.
- 11- العمري عمر حسين ((فاعلية برنامج تعليمي محوسب في تنمية التفكير الابداعي لدى طلبة الصف السابع الاساسي في الاردن)), مجلة جامعة دمشق , م28, ع 1, 2012.

### ج- الرسائل والاطاريح الجامعية: University Theses

- 1- أبو عمر هاني عبد الرحمن محمد (( فاعلية نظم المعلومات الادارية المحوسبة واثرها في ادارة الازمات)), رسالة ماجستير, كلية التجارة , جامعة غزة, 2009.
- 2- اسماعيل عماد احمد ((خصائص نظم المعلومات واثرها في تحديد خيار المنافسة الاستراتيجية في الادارتين العليا والوسطى)), رسالة ماجستير كلية التجارة, جامعة غزة, 2011.
- 3- الدويك مصباح عبد الهادي حسن ((نظم المعلومات الصحية المحوسبة واثرها على القرارات الادارية والطبية)), رسالة ماجستير كلية التجارة, جامعة غزة, 2010.
- 4- السلطاني سعدية حايف كاظم ((تشخيص العوامل المؤثرة في الجودة)), رسالة ماجستير كلية الادارة والاقتصاد, جامعة الكوفة, 2004.
- 5- سلمان ((تصميم برنامج محوسب لتقويم اداء الشركات الصناعية بأسلوب المقارنة المرجعية الافتراضية)), جامعة بغداد, 2007.
- 6- شحادة تيسير محمد ((مستلزمات استراتيجية التوسع في تسويق الخدمات المصرفية)), رسالة ماجستير , كلية الإدارة والاقتصاد , جامعة الموصل, 1995 .
- 7- المزهر محمد تركي عبد العباس ((ابعاد جودة الخدمة وتأثيرها في تحقيق رضا الزبون)), رسالة ماجستير, كلية الادارة والاقتصاد, جامعة كربلاء, 2006.
- 8- مهدي جوان فاضل ((تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية)), رسالة ماجستير, كلية الادارة والاقتصاد, جامعة الكوفة, 2006.
- 9- نور الدين بو عنان ((جودة الخدمات واثرها في رضا العملاء)), دراسة ميدانية , جامعة محمد بو ضياف , 2007.

### ثانيا: المصادر الاجنبية Foreign References

#### A- English Books: الكتب الاجنبية

- 1- Baltzan Paige ((*Business Driven Information Systems*)), Published by McGraw-Hill/Irwin, 3Ed, 2012.
- 2- BearDwell Julie & Claydon Tim, ((*Human Resource Management* )), published in Great Britain ,6Ed ,2010.

- 3- Benson V.& Tribe K. (*Business Information Management- Exercises*), Ventus Publishing APS,ISBN,2008.
- 4- Benson V.& Tribe K. (*Business Information Management*), Ventus Publishing APS,ISBN,2009.
- 5- Brown V. Carol , Dehayes W. Daniel , Hoffer a. Jeffrey , Martin E. Wainright & perkins, c. William (*Managing Information Technology*), Pearson prentice hall, 6Ed, 2009.
- 6- Bruhn Manfred & Georgi Dominick, (*Service Marketing , Managing The Service Value Chain*), 1Ed ,2006.
- 7- Cachon Gerard & Terwiesch Christion, (*Marketing Supply With Demand*), Mc-Graw-hill, 1Ed ,2006.
- 8- Davis Mark & Aquilano J. Nicholas, (*Fundamental Sofa Operations Management*), Printed in R.R. Domelley & Sons Company 4Ed, 2003.
- 9- Etzel J Michael , Walker J. Bruce & Stanton j , William, (*Marketing*), 13Ed ,2002.
- 10- Evans R. James & Lindsay M, William, (*The Management and Control of Quality* ), south western , cengage learning , 8Ed ,2011.
- 11- Evans R. James, (*Quality and Performance Excellence , Management Organization and Strategy* ), Printed In The United States of American, 5Ed ,2008.
- 12- Fenton , Norman & Whitty , Robin & Lizuka Yoshinori , (*software Quality Assurance and Measurement Worldwide* ), Printed in UK By Cambridge university, 1Ed ,1995.
- 13- Fitzsimmons A , James & Fitzsimmons Mona, (*Services Management Operation s , Strategy*), Printed In Singapore , 6Ed, 2008.
- 14- Foster S. Thomas (*Management Quality : Integrating The supply chain*), Printed In The United States of American, 3Ed, 2007.
- 15- Garner Eric (*Thinking Skills: Using Your Brain in The Information Age*), Ventus Publishing APS, ISBN ,2012.
- 16- Gitlow S. Howard & Oppenheim J . Alan & Oppenheim , Rose & Levine M , David , (*Quality Management*), Printed In Singapore , 3Ed, 2005.
- 17- Goetsch L. David & Davis B. Stanley, (*Quality Management Introduction to Total Quality Management For Production, Processing and Service*), printed in the united states of Americana, 4Ed, 2006.
- 18- Grewal Dhrar & Levy Michael, (*Marketing* ), Published by Mc-Graw , In The United States of American, 1Ed, 2008.

- 19- Gupta .S.C ,(*Advanced Human Resource Management ,Strategic ,Perspective* ),Aue Books India,1Ed ,2008.
- 20- Gupta Avdhesh& Malik anurag (*management Information systems* ), firewall med ia ,New blhi,2005.
- 21- Haag Stephen, Cummings maeve & Phillips, amy (*management information systems*), McGraw –hill ,Irwin ,6Ed ,2007.
- 22- Hardcastle Elizabeth (*Business Information Systems*), Ventus Publishing APS,ISBN ,2011.
- 23- Heizer Jay & Render Barry ,(*Principles of Operation Management*), Prentice- Hall , New Jersey , 2Ed , 1997.
- 24- Heizer Jay&Rander Barry(*operation management*), prentice Hall, 6Ed , 2001.
- 25- Hellregel D. , Jackson S. E & Slocum W. (*Organization Behavior*), south – western college publishing, Australia, 9Ed, 2001.
- 26- Huxtable Neil (*Small Business Total Quality*),Printed on Permanent acid-free, 1Ed,1995.
- 27- James Ted ((Operation Strategy)), Ventus Publishing APS,ISBN , 2011.
- 28- Janacek J. & Lemmon Mark (*Mathematics for Computer Scientists*), Ventus Publishing APS,ISBN ,2011.
- 29- Johnston Robert & Clark Graham, (*Service Operations Management : Improving Service Delivery*) New Jersey. Prentice – Hall Inc. 3Ed,2008.
- 30- Jolibert Alain , Muhlbacher Hans ,Flores Laurent &Dubois Pierre-Louis (*Marketing Management* ) ,copyright licensing agency ,saffrom house , 2Ed , 2012.
- 31- knowles Graeme (*Quality Management*), Ventus Publishing APS,ISBN ,2011.
- 32- Kotler Philip & Armstrong Barry, (*Principles of Marketing* ), Printed In The United States of American,13Ed,2010.
- 33- Kotler Philip & Keller Kevin lane ,(*Marketing Management* ), Printed In The United States of American,12Ed,2009.
- 34- Kotler Philip & Keller Kevin lane, (*Marketing Management* ), Copyright Licensing ,14Ed,2012.
- 35- Kotler Philip, (*Marketing Hall*) Printed In The United States of American 9Ed. 1997.
- 36- Krajewski J.Lee , Ritzman P. Larry &Malhotra K. Manoj,(*Operation Management ,Processes and Supply Chain*), Printed in the United States of American , 4Ed , 2010.

- 37- Loudon K.C. & Loudon J.P. (*Management Information System*), Prentice – Hill , International , New Jersey, 6Ed,2004.
- 38- Lovelock Christopher & Wirtz Jochen (*Service Marketing*), Printed In The United States of American ,7Ed, 2011.
- 39- Lovelock Christopher & Wirtz Jochen (*Service Marketing ,People , Technology ,Strategy* ), Printed in The United States of American,6Ed ,2007.
- 40- Lovelock Christopher & Wirtz Jochen, (*Service Marketing*), New Jersey, Prentice – Hall Inc , 3Ed, 2002 .
- 41- McKean David (*IT Strategy & technology Innovation*), Ventus Publishing APS, ISBN, 2012.
- 42- Mooradian A. Todd ,Matzler Kurt & Ring . J Lawrence (*Strategic Marketing*), Person Education, Inc , publishing as Prentice Hall,2012.
- 43- Mullins W. John , Walker C. Orville & Boyd W. Harper, (*Marketing Management*) ,All rights Reserved Americas ,6Ed ,2008.
- 44- O'Brien A. James & Marakas m. George (*Introduction to Information Systems*), McGraw-hill ,Irwin ,15 ed , 2010.
- 45- O'Brien James (*Introduction to Information system* ), Essentials for The Intimate worked Enterprise , 2000 .
- 46- Porter Albert (*Operations Management*), Ventus Publishing APS,ISBN ,2011.
- 47- Post Geral D.V & David L. Anderson, (*management systems*) DePaul university, 2000.
- 48- Robbins P. Stephen & Coulter Mary (*Management* ), Printed In The United States of American,9Ed,2007.
- 49- Ross S. Peter & Hudgins C. Sylvia, (*Bank Management & Financial Services* ) , McGraw- Hill. Companies, Inc, New York , 7ed, 2008.
- 50- Russell S. Roberta & Taylor W. Bernard , (*Operation Management Focusing on Quality and Competitiveness* ),Prentice Hall ,Ine ,1ed ,1998.
- 51- Schnoor Pernille (*Marketing Management*), Busiess Sumup, ISBN ,2008.
- 52- Schroeder G. Roger , (*Operation Management Contemporary Concepts and Cases* ), Printed In Acid-Free Paper ,3ed ,2007.
- 53- Slack N. Chambers' S. ,Harland C. Harrison & Johnston, R, (*Operations Management*), Pitman Publishing , UK, 2Ed, 2004.
- 54- Slack, Nigel & chambers, Stuart & other , (*Operations Management*) U.K., Pltman pupll, shinq, 2Ed, (1998).
- 55- Stair M. & Reynolds W. George (*Information Systems Essentials*), Printed in Canada ,15Ed ,2010.

- 56- Stair M. & Reynolds W. George (*Principles of Information Systems A Managerial Approach*), Printed in Canada ,8Ed ,2008.
- 57- Stevenson J. William ,(*Operation Management* ), Avenue of The Americas,9Ed,2007.
- 58- Stevenson J. William (*operation management* ), Published By McGraw –Hill ,10Ed, 2009.
- 59- Strauss Judy & Frost Raymond (*E- Marketing*), by Pearson Education, Printed In The United States Of Americane,6Ed ,2012.
- 60- Summer C.S. Donna (*Quality Management: Crating and sustaining Organizational, Effectiveness*), Printed In The United States Of Americane,2Ed ,2009.
- 61- Technologies IDC,(*Introduction to computer Based Control systems* ), Ventus Publishing APS,ISBN ,2012.
- 62- Turban Efraim & Volonino Linda,(*information technology for management*), john wiley & sons (asia) pte ltd ,7 Ed, 2010.
- 63- Wilson Alan , Zeithaml A. Valarie & Bitner Jo,Mary & Gremler D ,Dwayna (*Service Marketing ,Integrating Customer Focus Across The Firm* ),Avenue of the Americas ,1Ed ,2008.

#### **B- Periodicals: الدوريات**

- 1- Al- Rawashdeh s. badi , Abu-Errub M. Ayman , Areiqat Y. Ahmad &Dbbaghieh Mohammad (*information technology role reducing E-Banking service Risk in Jordanian Banking sector*),Journal of computer science 8(3), 2012.
- 2- Al-Hawari Mohammed, Hartley Nicole & Ward Tony ,(*Marketing Bank , Automated Service Quality*), Marketing Bulletin ,2005.
- 3- Amoako George K.& Dartey-Baah Kwasi (*An Analysis of the Impact of Strategic Marketing on Profitability of Rural Banks – A Case Study of Dangme Bank*), International Journal of Marketing Studies, Vol. 4, No. 2; April 2012.
- 4- Askenas Linda & Westelius Alf (*five roles of an information system A social constructionist Approach to Analysing the use of ERP systems*),developing effective organizations ,VOL 6, 2003.
- 5- Banerjee Neelotpaul & Sah Santosh (*A Comparative Study of Customers Perceptions of Service Quality Dimensions between Public and Private Banks in India* ),Vol. 3, No. 5, 2012.
- 6- Bhatia ambika (*a frame work for decision support system for the banking sector*), tech appl , vol 2 (5), 2011.

- 7- Delone H. William & Mclean R. Ephraim (*the delone and mclean model of information systems success*), Journal of management information system /spring, vol 19, no4 , 2003.
- 8- Dick A. Astrid ,(*Market Size Service ,Quality ,and Competition In Banking*)), Credit and Banking .2007.
- 9- Frei X. Frances , Kalakoto Ravi & Marx M Leslie (*Financial Institutions Center*)), Wharton 36 , 1997.
- 10- Gupta G. Ume & Collins William (*the impact of information systems on the efficiency of bank*)), mcb university press ,97, 1, 1997.
- 11- Han Sang-Lin & Beak Seung (*Antecedents and Consequences of Service Quality in Online Banking*)), Advances in Consumer Research Volume 31 , 2004.
- 12- Hanzae H. Kambiz & Nasimi A. Mohammad (*Path Analysis of Perceived Service Quality, Satisfaction and Loyalty in the Banking Industry of Iran*)), Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology, 4(10): 1351-1358, 2012.
- 13- Joseph M, Mathew & McClure ,Cinely & Joseph ,Beatriz ,(*Service Quality In Banking sector*)), International Journal of Bank Marketing , 1999.
- 14- Kheng Loliang ,Mohamad Osman , Ramayah T. & Mosabab , Rahim,(*The Impact Of Service Quality On Customer Loyalty*)), International Journal of Marketing Studies Vol 2 , 2010.
- 15- Lacobucci Dawn & Ostrom Amy (*Distinguishing Service Quality Customer Satisfaction*)), Journal of Customer Psychology 4(3),1995.
- 16- Muyeed Abdul (*Customer Perception on Service Quality in Retail Banking Developing Countries - A Case Study*)), International Journal of Marketing Studies, Vol. 4, No. 1; February 2012.
- 17- Ograjensek ,Irena, (*Service Quality*) 2008.
- 18- Parasuraman A. ,Zeithaml A. ,Valarie & Berry L. Leonard,(*A Conceptual Model of Service Quality and Implications for Future Research*)), journal of marketing vol.49 (fall 1985).
- 19- RAKESH.R(*Assessment of Banking Industry Using the SERVQUAL Model*)), Indian Streams Reserach Journal , Vol.2,Issue.II,2012.
- 20- Robert martyn & wood Michael (*The Use of Computerized Information to Gain Strategic Competitive Advantage*) vol 23, no 1, 2010.
- 21- Roses Luiskalb , Hoppen Norberto , Ballaz Bernard & Freire Karinc , (*Quality Evaluation in Information System Outsourcing*)), 2005 .

- 22- Santhiyavalli G. Mrs (*customers perception of service quality of state bank of India –A factor Analysis*), IJMBS VOL 1, Issue 3, 2011.
- 23- Soterion Andreas & Zenios A Starros, (*Financial Institution Center*), Wharton 28, 1997.
- 24- Volkamar pipek & Markus Won (*communication oriented computer Support for knowledge Management : knowledge Management and Information Technology*), Vol 3, No1, 2002.
- 25- Walls G. Joseph, Widmeyer A. George & El Sawy A. Omar, (*Building an information system design theory for Vigilant EIS*), information systems research 3:1, 2001.
- 26- Zafar Mohsin & Zaheer Arshad (*Impact of Online Service Quality on Customer Satisfaction In Banking Sector*), African Journal of Business Management Vol, 2011.
- 27- Zhou Tao, (*Understanding users' initial trust in mobile banking: An elaboration likelihood perspective*), Computers in Human Behavior 28, (2012).

# الملاحق

## ملحق (1) الخبراء او المحكمين

ت	الخبير العلمي	الكلية / الجامعة
1	أ.د. حاكم محسن محمد	كلية الادارة والاقتصاد/ الكوفة
2	أ.د. رضا صاحب ابو حمد	كلية الادارة والاقتصاد/ الكوفة
3	أ.د. صالح عبد الرضا	كلية الادارة والاقتصاد/ القادسية
4	أ.د. علاء فرحان طالب	كلية الادارة والاقتصاد/ كربلاء
5	أ.د. علي كريم الخفاجي	كلية الادارة والاقتصاد/ كربلاء
6	أ.د. مؤيد الساعدي	المعهد التقني / المسيب
7	أ.د. مؤيد عبد الحسين الفضل	كلية الادارة والاقتصاد/ الكوفة
8	أ. فؤاد حمودي العطار	كلية الادارة والاقتصاد/ كربلاء
9	أ.م.د. احسان دهش جلاب	كلية الادارة والاقتصاد/ القادسية
10	أ.م.د. انتظار احمد جاسم	كلية الادارة والاقتصاد/ المستنصرية
11	أ.م.د. حامد كاظم متعب	كلية الادارة والاقتصاد/ القادسية
12	أ.م.د. حيدر يونس الموسوي	كلية الادارة والاقتصاد/ كربلاء
13	أ.م.د. رفاء فرج سموعي	كلية الادارة والاقتصاد/ المستنصرية
14	أ.م.د. صلاح الدين عواد الكبيسي	الكلية التقنية الادارية/ بغداد
15	أ.م.د. عبد الرضا شفيق البصري	الكلية التقنية الادارية/ بغداد
16	أ.م.د. عبد الرحمن الملا	كلية الادارة والاقتصاد/ بغداد

## ملحق (2) السادة الخبراء الاحصائيين.

ت	الاسم	الجامعة/ الكلية
1	أ.د. عبد الحسين حبيب	جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد
2	أ.د. عواد الخالدي	جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد
3	أ.م.د. صباح منفي رضا	جامعة بغداد / كلية الادارة والاقتصاد

ملاحظة : بالنسبة للملاحق رقم (2,1) تم الاعتماد على اللقب العلمي ومن ثم على الحروف الابجدية

## ملحق (3) بسم الله الرحمن الرحيم

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة كربلاء / كلية الإدارة والاقتصاد  
الدراسات العليا / ماجستير  
قسم العلوم المالية والمصرفية

م/ استبانة المديرين

حضرة السيد المدير ..... المحترم.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ...

نضع بين يدي شخصكم الكريم الاستبانة الخاصة بالدراسة الموسومة بـ(تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن) (يروم الباحث من خلال الدراسة تصميم برنامج لقياس جودة الخدمة المصرفية بالاعتماد على معايير جودة الخدمة المصرفية والتي هي - الاعتمادية, الاستجابة, التعاطف, الموثوقية, الملموسية) دراسة في عينه من المصارف الحكومية والأهلية في العراق وقد وجد الباحث فيكم الخبرة والدراية الواسعة في هذا المجال. نرجو بيان رأيكم عن كل فقرة من فقرات الاستبانة.

## ولكم الشكر والامتنان

ارجو التفضل بقراءة الملاحظات التالية:

- 1- لن تستخدم الاجابات الا لغرض البحث العلمي .
- 2- رايكم الدقيق هو المطلوب , اذ لا توجد اجابات صحيحة او خاطئة.
- 3- يوجد امام كل فقرة (5) بدائل تتراوح بين (اتفق بشدة , اتفق , محايد , لا اتفق , لا اتفق بشدة) يرجى وضع اشارة على الفقرة التي تراها مناسبة .
- 4- الباحث على استعداد تام للإجابة على اي استفسار حول الاستبانة وسيكون امامكم متى ما تشاؤون.

الباحث  
حيدر محمد كريم

المشرف  
الاستاذ المساعد الدكتور  
اكرم الياصري

## بيانات عامة

النوع الاجتماعي:	ذكر <input type="checkbox"/>	أنثى <input type="checkbox"/>		
العمر:	اقل من 30 <input type="checkbox"/>	30-40 <input type="checkbox"/>	اقل 50 <input type="checkbox"/>	اكثر <input type="checkbox"/>
التحصيل الدراسي:	دبلوم + بكالوريوس <input type="checkbox"/>	ماجستير + دكتوراه <input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

15-11

10

5-1

سنوات الخدمة: أقل من سنة

20-16

10-21

15-11

1:- الاعتمادية:- القدرة على ادا

با اعتمادية ودقه (kotler,2012,396).

لا اتفق بشدة	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق بشدة	الأسئلة
					1 يحرص المصرف على تأدية خدماته بدقة عالية .
					2 يمتلك موظفي المصرف المهارات الكافية للاجابة على استفسارات الزبائن .
					3 الخدمات التي يقدمها المصرف تلبي حاجات الزبون المتنامية .
					4 هناك اعتمادية كبيرة من قبل الزبون على

الموقع الوظيفي :

					موظف المصرف .
				5	يسعى المصرف الى انجاز الخدمة في الوقت المناسب وبدقه عالية .
				6	تؤدي الخدمة المصرفية بما يتناسب مع سمعة المصرف .

2:- الاستجابة:- الاستعداد التام لمساعدة الزبائن وتقديم خدمة سريعة لهم (kotler,2012,396).

لا اتفق بشدة	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق بشدة	الأسئلة
					1 يمتلك موظفي المصرف المهارات التي تناسب حاجات الزبون.
					2 الخدمة التي يقدمها موظفي المصرف وافية لمطلب الزبون.
					3 يحرص الموظف على تحديد الوقت الذي يستغرقه اداء الخدمة.
					4 توفر ادارة المصرف الموارد المادية والمالية لغرض سير العمل داخل المصرف.
					5 يستجيب الموظفون الى طلبات الزبائن بسرعه.
					6 يجيب الموظف على جميع استفسارات الزبون.

3:- التعاطف:- الاهتمام والرعاية الفردية والخاصة للزبائن ( kotler,2012,396).

لا اتفق بشدة	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق بشدة	الأسئلة
					1 هناك اهتمام شخصي من قبل الموظفين بالزبائن.
					2 يولي المصرف اهتمامات بالزبائن الذين لا يكون لديهم معارف داخل المصرف.
					3 يضع المصرف مصلحة الزبائن في مقدمة اهتماماته
					4 يتفهم الموظفون احتياجات الزبون.
					5 موجود او اصر احترام قويه بين الموظف والزبون.

6	يتحدث الموظف مع الزبون بكل خصوصية.				
---	------------------------------------	--	--	--	--

4:- الموثوقية :- الضمان والمعرفة والمجاملة من قبل الموظفين وقدرتهم على نقل الثقة .( kotler,2012,396).

الأسئلة	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1 قدرة الزبون في الحصول على ودائعه حين الطلب .					
2 هناك رقابه دائمة على الموظفين من قبل ادارة المصرف .					
3 تتوفر لدى المصرف وسائل الامان والحماية.					
4 يحتفظ المصرف بأنظمة تسجيل وتوثيق.					
5 السياسة الاقراضية المتبعة في المصرف تنعكس على اموال المودعين .					
6 يمتلك المصرف برامج حمايه ضد عمليات السرقة (القرصنة).					

5:- الملموسية :- الممتلكات الملموسة، والمظهر من المرافق المادية والمعدات والأفراد، والاتصالات.( kotler,2012,396)

الأسئلة	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1 ترتيب اماكن العمل داخل المصرف يسهل من حصول الزبائن على الخدمة والراحة معا .					
2 يستخدم المصرف وسائل الدعاية والاعلان للنشر عن خدماته المقدمة والتي سوف تقدم .					
3 يتلائم المظهر العام للمصرف مع طبيعة					

					الخدمات المصرفية التي يقدمها.	
					يستخدم المصرف ادوات حديثه تساير الوقت الحاضر.	4
					يسمح المصرف للزبائن استخدام وسائل الاتصال المتوفرة لديه.	5
					هناك سهوله في الحصول على الخدمة من حيث موقع المصرف .	6

## ملحق (4) بسم الله الرحمن الرحيم

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة كربلاء /كلية الإدارة والاقتصاد  
الدراسات العليا / ماجستير  
قسم العلوم المالية والمصرفية

م/ استبانة الزبائن

حضرة السيد..... المحترم.

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ...

نضع بين يدي شخصكم الكريم الاستبانة الخاصة بالدراسة الموسومة بـ (تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر المديرين والزبائن) (يروم الباحث من خلال الدراسة قياس جودة الخدمة المصرفية بالاعتماد على معايير جودة الخدمة المصرفية والتي هي -الاعتمادية, الاستجابة, التعاطف, الموثوقية, الملموسية) دراسة في عينه من المصارف الحكومية والأهلية في العراق وقد وجد الباحث فيكم الخبرة والدراية الواسعة في هذا المجال. نرجو بيان رأيكم عن كل فقرة من فقرات الاستبانة.

### ولكم الشكر والامتنان

ارجو التفضل بقراءة الملاحظات التالية:

- 1- لن تستخدم الاجابات الا لغرض البحث العلمي .
- 2- رايكم الدقيق هو المطلوب , اذ لا توجد اجابات صحيحة او خاطئة.
- 3- يوجد امام كل فقرة (5) بدائل تتراوح بين (اتفق بشدة, اتفق, محايد, لا اتفق, لا اتفق بشدة) يرجى وضع اشارة على الفقرة التي تراها مناسبة .
- 4- الباحث على استعداد تام للإجابة على اي استفسار حول الاستبانة وسيكون امامكم متى ما تشاؤون.

الباحث  
حيدر محمد كريم

المشرف  
الاستاذ المساعد الدكتور  
اكرم محسن الياسري

### بيانات عامة

الجنس: ذكر  أنثى

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

1:- الاعتمادية:- القدرة على اداء الخدمة المتعهد بها باعتمادية ودقة.					
لا اتفق بشدة	لا	محايد	اتفق	اتفقا بشدة	الأسئلة
					1 أشعر بان الخدمات المقدمة من قبل موظفي المصرف متناسقة .
					2 الخدمات التي يؤديها المصرف تلبي

التحصيل الدراسي: يقرأ ويكتب متوسطة معهد ماجستير  
 +ابتدائية +إعدادية +بكالوريوس +دكتوراه

					احتياجاتي ورغباتي .
					3 يؤدي المصرف خدمة الزبون بدقة عالية .
					4 يسعى المصرف الى انجاز الخدمة في الوقت المناسب .
					5 هناك اعتمادية كبيرة من قبل الزبون على موظف المصرف .
					6 يكون دوام المصرف مناسب لجميع الزبائن .

2:- الاستجابة:- الاستعداد التام لمساعدة الزبائن وتقديم خدمة سريعة لهم.

لا اتفق بشدة	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق بشدة	الأسئلة
					1 يمتلك الموظف المهارات التي تناسب حاجات الزبون.
					2 الخدمة التي يقدمها الموظف وافية لمطلب الزبون .
					3 يشعر الزبون ان الموظف يفهم طلبه بسرعه.
					4 يستجيب الموظفون الى طلباتي بسرعه.
					5 يلبي الموظف احتياجاتي بسرعة.
					6 يجيب الموظف على جميع استفساراتي.

3:- التعاطف:- الاهتمام والرعاية الفردية والخاصة للزبائن.

لا اتفق بشدة	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق بشدة	الأسئلة
					1 هناك اهتمام شخصي من قبل الموظفين بالزبائن.

					2 يولي المصرف اهتمامات بالزبائن الذين لا يكون لديهم معارف داخل المصرف.
					3 يضع المصرف مصلحة الزبائن في مقدمة اهتماماته.
					4 يتفهم الموظفون في المصرف احتياجات الزبون .
					5 توجد اواصر الاحترام قوية بيني وبين الموظف.
					6 هناك ترحيب بالزبائن من قبل الموظف بشكل متميز.

4:- الموثوقية :- الضمان والمعرفة والمجاملة من قبل الموظفين وقدرتهم على نقل الثقة.

الأسئلة		اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1	اشعر بالأمان في التعامل مع موظفي المصرف.					
2	يحتفظ المصرف بأنظمة تسجيل وتوثيق.					
3	افضل التعامل مع المصرف لثقته بالموظفين فيه.					
4	هناك ثقة بيني وبين المصرف ادت الى دعم ولائي للمصرف .					
5	اشعر بأن لدى المصرف وسائل الامان والحماية					
6	لدي الرغبة في التعامل مع المصرف لشعوره بالأمان معه.					

5:- الملموسية :- الممتلكات الملموسة، والمظهر من المرافق المادية والمعدات والأفراد، والاتصالات.

الأسئلة		اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1	ترتيب اماكن العمل داخل المصرف يسهل من					

					حصولي على الخدمة والراحة معا .	
					يستخدم المصرف وسائل الاعلان للنشر عن خدماته المتوفرة .	2
					يتلائم المظهر العام للمصرف مع طبيعة الخدمات المتوفرة .	3
					يسمح المصرف للزبائن استخدام وسائل الاتصالات المتوفرة لديه.	4
					التصميم الداخلي للمصرف متكامل ومنظم .	5
					هناك سهوله في الحصول على الخدمة من ناحية موقع المصرف.	6

## Abstract

The study aims to design a computerized program to assess the quality of service banking submit to others who concern about that like: departments banking at various levels as well as investors and its related entities other. The program aims to diagnose the weakness in performance that was to sign it through cohabitation field in Iraqi banks before the study , and the lack of software standards for the diagnosis the defect and measure the quality of banking service in preparation for processing.

Relying on the criteria that got the highest percentage agreement between writers and researchers, namely, (reliability, responsiveness, empathy, Assurance , Intangibility) through my application questionnaire prepared for this purpose included each (30) question by six questions for each standard formulated according to fifth Likert Quintet scale, the first form directed to managers and heads of departments and staff with expertise in banking study sample Which their number(148)reach to Director (28) of them in the testing phase and (120) in the implementation phase, and the second Form directed to customers banks sample's (240) customer (30) of them in the testing phase and (210) in the implementation phase.

The program tested in two banks from the governmental sector banks as that found that there are different views bank managers of the test sample with respect to the application of quality banking service.

The program implemented in six Iraqi governmental and private banks, since it was found that the majority of the views were close regarding to the managers and the customers view.

The study found a number of conclusions, including:

-The results extracted from the program to assess the quality of service banking match results extracted according to the equations of statistical applied in the process of testing the program we can use of the program rather than equations statistical and release the accurate results and highly efficient, effective and free from the risk of error.

The study found several recommendations including:

We suggest on the CBI and the general managers in both Al- Rafedian and Al- Rashid banks to popularize the program in its branches and departments and making it as a general program to assess the quality of banking service.

- The neediness to open training courses for staff to work on modern computerized techniques for the purpose of turning the banking operations from papered to electronic one and this the efficiency of this operation and reduced the efforts &time in addition to the cost and the level of quality of service banking.

Ministry of Higher Education and  
Scientific Research  
Kerbela University  
College of Administration & Economic  
Banking And Financial sciences' Dep.

**"Design a Computerized Program To Evaluate The  
Banking Service Quality"  
"From Point of View of Costumers And Managers "**

{ Applied Study in the Sample From Banking in  
Iraq }

*A thesis Submitted to the Council of the College of  
Administration & Economics in Kerbela University,  
in partial fulfillment of the requirements of MSc.  
Degree in Financial sciences'*

**By**

Haider Mohammed Kareem AL\_dahadhawey

Under the Supervision of

**Assist. Prof. Dr. Akram Mohsen Al\_yasseri**

2013 AB

1434 AH