أثر تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية الليبية
دراسة تطبيقية على المصارف التجارية العاملة بمدينة طرابلس

د. فوزي عبد القادر رحاب*
د. فتحي أحمد انقيطة**
أ. طارق عبد الله محمود***

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلي التعرف على تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية، وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي، وتمثل مجتمع الدراسة في أعضاء مجالس الإدارة ومدراء الإدارات والفروع في المصارف التجارية العاملة بمدينة طرابلس والبالغ عددهم (140) مفردة، في حين تمثلت عينة الدراسة في 103 مفردة، وقد تم توزيع استمارات الاستبيان على جميع أفراد العينة حيث بلغ عدد الاستمارات المستردة (75) استمارة أي بنسبة (72.81%)، وتم تحليل بيانات الدراسة باستخدام برنامج الرزم الإحصائية SPSS، وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها وجود تأثير معنوي لتكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية، وقد خلص الباحثون إلي عدة توصيات أهمها العمل على إجراء التطوير والتحديث المستمر لتكنولوجيا المعلومات وقواعد البيانات وبالشكل الذي يسهم في سرعة ودقة الأعمال المنجزة.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، أداء المصارف، المصارف التجارية.

*- عضو هيئة تدريس/ كلية الاقتصاد والتجارة / جامعة المرقب/ fouzirhah@gmail.com
**- عضو هيئة تدريس/ كلية الاقتصاد والتجارة / جامعة المرقب.
***- عضو هيئة تدريس/ كلية الاقتصاد والتجارة/ جامعة المرقب.

المبحث الأول: الإطار العام للدراسة

أولاً: المقدمة:

يعتبر النشاط المصرفي أحد أهم الركائز التي يقوم عليها الاقتصاد، إذ أنه يساهم في تمويل مختلف الأنشطة، الأمر الذي يجعله يتأثر ويستجيب لمختلف التغيرات الخارجية، حيث أدت التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات التي يشهدها هذا العصر إلى ظهور العديد من التغيرات الجوهرية في طبيعة عمل المصارف، معتمدة في ذلك على ما تنتجه تكنولوجيا المعلومات من أنظمة وأدوات حديثة، بهدف مواجهة التطور السريع الذي تشهده كل المجالات وكذلك المحافظة على استقرارها ومكانتها ضمن النظام المالي، كما أن استعانة المصارف بالتطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات وتوظيف إمكانياتها في جذبها والاستثمار فيها وتدريب العاملين على استخدامها، يمكن أن يكون الطريق الأفضل والأسرع للتأقلم مع البيئة الجديدة، وتحقيق عدد من الاستراتيجيات كتنمية وزيادة حجم أعمال المصرف من خلال الوصول إلى توقعات العملاء التي تتميز بالتطور والتنوع المستمر، بالإضافة إلى تحسين كفاءته من خلال استغلال إمكانياته وتفعيل قدراته للوصول إلى أقل تكلفة ممكنه وبمستوى عال من الجودة، وبما يساهم في الرفع من مستوى الأداء للمصارف.

وستحاول هذه الدراسة التعرف على تكنولوجيا المعلومات بأبعادها (الأجهزة والمعدات، والبرمجيات، وشبكات الاتصال، وقواعد البيانات) ومدى تأثيرها على أداء المصارف التجارية من خلال القيام بدراسة ميدانية موجهة إلي المصارف التجارية العاملة بمدينة طرابلس.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

يواجه القطاع المصرفي تحديات كبيرة نتيجة للمستجدات التي تطرأ على بيئته، ومن أهم هذه المستجدات هو التطور المستمر في تكنولوجيا المعلومات. ونظراً

لأهمية الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في تحسين أداء المصارف، فقد بات من الضروري على المصارف أن تعدها في مقدمة الاستراتيجيات التي يجب أن تتبناها لمواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة في هذا المجال.

ومما تجدر الإشارة إليه إن الإدارة في المصارف الليبية لم تعط تكنولوجيا المعلومات ما تستحق من اهتمام. ومن هذا المنطلق فان مشكلة الدراسة تتمحور في التساؤل الآتي:

- ما مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية؟

ويتفرع منه التساؤلات الفرعية الآتية:

1- ما مدى تأثير الأجهزة والمعدات على أداء المصارف التجارية؟

2- ما مدى تأثير البرمجيات على أداء المصارف التجارية؟

3- ما مدى تأثير شبكات الاتصال على أداء المصارف التجارية؟

4- ما مدى تأثير قواعد البيانات على أداء المصارف التجارية؟

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلي تحقيق ما يأتي:

1- التعرف على تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية، ويتفرع منه الأهداف الفرعية الآتية:

أ- التعرف على تأثير الأجهزة والمعدات على أداء المصارف التجارية.

ب- التعرف على تأثير البرمجيات على أداء المصارف التجارية.

ج- التعرف على تأثير شبكات الاتصال على أداء المصارف التجارية.

د- التعرف على تأثير قواعد البيانات على أداء المصارف التجارية.

2- التعرف على واقع تكنولوجيا المعلومات، ومدى توافر(الأجهزة والمعدات، والبرمجيات، وشبكات الاتصال، وقواعد البيانات) في المصارف التجارية قيد الدراسة.

3- اقتراح جملة من التوصيات والتي من شأنها أن تسهم في الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في تحسين أداء المصارف التجارية الليبية.

رابعاً: فرضيات الدراسة:

من أجل معرفة تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية تم صياغة الفرضية الرئيسية التالية:

- لا يوجد تأثير معنوي لتكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية.

ويندرج تحت هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:

1- لا يوجد تأثير معنوي للأجهزة والمعدات على أداء المصارف التجارية.

2- لا يوجد تأثير معنوي للبرمجيات على أداء المصارف التجارية.

3- لا يوجد تأثير معنوي لشبكات الاتصال على أداء المصارف التجارية.

4- لا يوجد تأثير معنوي لقواعد البيانات على أداء المصارف التجارية.

خامساً: أهمية الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة من خلال ما يأتي:

1- تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال تناولها أحد المواضيع المهمة في مجال العمل المصرفي والذي يتمثل في تكنولوجيا المعلومات، وتزداد أهمية هذا الموضوع عندما يتم تناوله في بيئة مصرفية تبدو بأمس الحاجة إلي تطوير نشاطها المصرفي وهي البيئة الليبية.

2- أهمية الأداء بالنسبة للمصارف وسعيها لتحقيق أهدافها بالكيفية المطلوبة، وهذا يتطلب التعرف وبصفة مستمرة على احتياجات ورغبات العملاء، وفي حصولهم على خدمة جديدة ومبتكرة، من حيث عناصر تكنولوجيا المعلومات، سواءً (الأجهزة والمعدات، والبرمجيات، وشبكات الاتصال، وقواعد البيانات).

سادساً: منهجية الدراسة:

انطلاقاً من مشكلة الدراسة وأهدافها فإن المنهج المتبع في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، والذي يهدف إلي وصف الظاهرة وتشخيصها وإلقاء الضوء على جوانبها المختلفة بغرض فهمها وتحديد أسبابها، وقد استخدم الباحثون مصدرين أساسيين للبيانات:

1- المصادر الثانوية: حيث اتجه الباحثون في معالجة الإطار النظري للدراسة إلي مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة.

2- المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة لجأ الباحثون إلي جمع البيانات الأولية من خلال الاستبيان كأداة رئيسة للدراسة.

سابعاً: حدود الدراسة:

1- الحدود المكانية: يقتصر تطبيق هذه الدراسة على المصارف التجارية العاملة بمدينة طرابلس وهي (الجمهورية، والصحاري، والوحدة، والتجاري الوطني).

2- الحدود الزمنية: وتمثلت في الفترة الزمنية التي استغرقت لجمع بيانات الدراسة الميدانية، والتي امتدت للفترة مابين أغسطس2018 إلي سبتمبر 2018.

ثامناً: الدراسات السابقة:

قد تم عرض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة على النحو التالي:

1- دراسة (Osei&Harvey,2011) بعنوان: الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات وأداء الأعمال المصرفية في غانا.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات في زيادة ربحية المصارف العاملة في غانا.

وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أن هناك زيادة في العائد بشكل ملحوظ في المصارف التي اتبعت استراتيجية الاستثمار في تكنولوجيا

المعلومات بالإضافة إلى تطور في فعالية المصارف التي اتبعت الاستثمار في التكنولوجيا كإستراتيجية لها.

2- دراسة (الرفاعي وعكو، 2014) بعنوان: أثر تكنولوجيا المعلومات في أداء العاملين في مصرف التسليف الشعبي.

هدفت الدراسة إلى إظهار واقع تكنولوجيا المعلومات في مصرف التسليف الشعبي في جبلة، وبيان مدى تأثير دخول تكنولوجيا معلومات العمل المصرفي في تطوير مهارات العاملين وتفعيل أدائهم، وإبراز أهم المعوقات والسلبيات التكنولوجية في فرع جبلة واقتراح الحلول المناسبة.

وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، عدم وجود صرافات آلية منتشرة في الطرقات تلبي رغبات المتعاملين من عمليات سحب وإيداع ودفع الرواتب التقاعدية، وعدم وجود شبكة انترنت تربط فروع مصرف التسليف المنتشرة في جميع أرجاء القطر وتلبي رغبات المتعاملين أينما وجدوا في تحويل أرصدتهم من حسابهم إلى حساب آخر أو العكس، وأن التقنيات المتوفرة في فرع جبلة من حواسيب وملحقاتها وشبكات اتصال وقواعد بيانات ونظم مصرفية ساهمت في تحسين جودة أداء العاملين المصرفي.

3- دراسة (ميهوب، 2014) بعنوان: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام المصارف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمتمثلة أساساً في النشاط المصرفي عن بعد على أدائها التجاري، والتعرف على أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء المالي للمصارف.

وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أن وجود التقنيات الحديثة يساعد المصارف على تطوير أدائها التجاري من خلال تحسين جودة الخدمة

المصرفية، والتحكم في التكاليف وجعل الخدمات منافسة، كما يساهم في تحقيق عامل التنويع في طرق عرض الخدمة من خلال القنوات المصرفية المتعددة، والذي يساهم في تحقيق أداء مالي جيد.

4- دراسة (الجبوري، 2016) بعنوان: دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين الأداء المصرفي.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تكنولوجيا المعلومات بأبعادها (الأجهزة والمعدات، والبرمجيات، وشبكات الاتصال، وقاعدة البيانات، ومهارات الأفراد) في الأداء المصرفي بأبعاده (البعد المالي، وبعد الزبائن، وبعد العمليات الداخلية، وبعد التعلم والنمو، والبعد الاجتماعي).

وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وجود دور لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الأداء المصرفي.

5- دراسة (الحداد ورحيم، 2017) بعنوان: أثر نظم المعلومات على الأداء الاستراتيجي في المصارف الإسلامية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع نظم المعلومات الاستراتيجي، ومدى توافر(الأفراد، والبرمجيات، والإجراءات، وشبكات الاتصال، وقاعدة البيانات) في المصارف الإسلامية، وتحديد أثر إجمالي الأداء الاستراتيجي (المالي، الزبائن، العمليات الداخلية، التعلم والنمو)على إجمالي أبعاد محاور الأداء الاستراتيجي (المالي، الزبائن، العمليات الداخلية، التعلم والنمو)، وتحديد عناصر نظم المعلومات التي تحول دون التأثير على انجاز الأداء الاستراتيجي.

وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وجود أثر لإجمالي نظم المعلومات الاستراتيجي (الأفراد، والبرمجيات، والإجراءات، وشبكات الاتصال، وقاعدة البيانات) في غالبية أبعاد محاور الأداء الاستراتيجي (المالي، الزبائن،

العمليات الداخلية، التعلم والنمو) على التوالي. ولكن هذا التأثير لم يكن معنوياً في بعض عناصر نظم المعلومات الاستراتيجي (الأفراد، والإجراءات) في غالبية أبعاد الأداء الاستراتيجي.

6- دراسة (ارشيد، 2017) بعنوان: أثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف السعودية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف السعودية المدرجة في السوق المالي.

وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وجود أثر ايجابي للاستثمار في تكنولوجيا المعلومات (الاستثمار في الأجهزة، والاستثمار في البرمجيات، وعدد أجهزة الصراف الآلي) على أداء المصارف السعودية.

7- دراسة (معلا، 2018) بعنوان: أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء التسويقي في المصارف التجارية السورية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأثر بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وتحسين الأداء التسويقي في المصارف التجارية العامة والخاصة، من خلال تحديد أثر كل من أبعاد تكنولوجيا المعلومات والمتطلبات الأساسية لتطبيق تكنولوجيا المعلومات على الأداء التسويقي.

وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وجود أثر بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والأداء التسويقي.

تأسيساً على ما تقدم، فان الدراسة الحالية تعتبر مكملة للدراسات السابقة وخصوصاً تلك الدراسات التي اهتمت بتكنولوجيا المعلومات وربطها بالأداء المصرفي، إلا أن هذه الدراسة أجريت في بيئة مختلفة عن بيئة الدراسات السابقة، واختلفت أيضاً في مجال التطبيق.

المبحث الثاني: الإطار النظري للدراسة

أولاً: مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

هناك العديد من التعريفات لتكنولوجيا المعلومات فيعرفها (Sanders,2007,p179) بأنها المقدرة التكنولوجية غلى الحصول على المعلومات ومعالجتها وتبادلها بهدف اتخاذ القرارات الفعالة. ويعرفها (مراد،2015،ص9) بأنها مكونات الحواسيب والبرمجيات بالإضافة إلى شبكات الاتصال وغيرها من الأجهزة اللازمة للقيام بمعالجة وتخزين وتنظيم وإرسال واسترجاع المعلومات وذلك بالكفاءة والسرعة العالية. ويعرفها (فرج الله،2012،ص26) بأنها التقنية اللازمة لعملية جمع البيانات وتحليلها وإعادة بثها، لتوفير مخرجات ذات قيمة للمستخدم النهائي، في الزمان والمكان الملائمين، بهدف تطوير الأداء.

ثانياً: أهمية تكنولوجيا المعلومات:

تكمن أهمية تكنولوجيا المعلومات فيما يلي (الرفاعي وعكو، 2014، ص272):

1- جعل الاتصال أسرع وأكثر كفاءة وأداء وأكثر إنتاجية.

2- توفير المعلومات الدقيقة والحديثة لدعم اتخاذ القرار.

3- توفير عمليات منظمة وإجراءات مبسطة لإدارة الموارد وبالتالي فعالية أكبر وأفضل.

4- تعزيز المساءلة والشفافية مما يؤدي إلى تقليل وقوع الأخطاء والتزوير.

5- تقديم خدمات أفضل للموظفين والمراجعين معاً مما ينعكس إيجابا على تنظيم العمل.

6- القضاء على الهدر في الوقت والموارد.

ثالثاً: أبعاد تكنولوجيا المعلومات:

تتمثل أبعاد تكنولوجيا المعلومات فيما يلي:

1- الأجهزة والمعدات:

وهو جهاز إلكتروني يوجه لقبول البيانات والمعلومات ومعالجتها وخزنها وعرضها، وإن وجود الحاسوب اليوم أصبح ضرورة لا بديل عنها أبداً، فمن الصعب أن نجد نشاطاً أو عملاً معيناً لا مكان للحاسوب فيه، ونتيجة لتنوع الأعمال واختلافها وتطورها فقد كان هناك تنوع في الحواسيب المختلفة (حسين،2010،ص329).

2- البرمجيات:

وهي الأنظمة والتعليمات التفصيلية التي تساعد الحاسوب على تنفيذ المهام المطلوبة ومعالجة البيانات وتوثيقها وتسجيلها وعرضها كمخرجات نهائية لأداء العمل (الحمداني،2015،ص32).

3- شبكات الاتصال:

وتتمثل في الأجهزة ووسائل الاتصال عن بعد كالفاكس والهاتف وشبكات الانترنت والاكسترانت (الجبوري،2016،ص154).

4- قواعد البيانات:

وهي مجموعة من البيانات أو المعلومات المترابطة والمخزونة في أجهزة خزن البيانات، ويمكن إضافة أو تعديل وتحديث قاعدة البيانات باستمرار لمواكبة المتغيرات المستجدة لمساعدة المدراء لاتخاذ قراراتهم الاستراتيجية وفق الأسس الصحيحة، وتمكن المستخدمين النهائيين من القيام بأعمالهم بكفاءة وفعالية (عجام،2007،ص56).

رابعاً: مفهوم الأداء المصرفي:

يعد موضوع الأداء من أهم المواضيع في المصارف التجارية وذلك لان نجاح أي مصرف يرتبط بمدى كفاءة وفاعلية أداء أعماله لذلك نجد إن الأداء يعد المحور الرئيس الذي ينصب حوله جهود المديرين كونه يشكل أهم أهداف المنظمة (سيدن،2010،ص49). وأشار (السوداني وشونة،2017،ص156) بأن الأداء هو نتاج جهد معين قام ببذله فرد أو مجموعة أفراد للوصول إلى الأهداف الاستراتيجية المحددة. في حين يشير (الربيعي وراضي،2012،ص50) بأن الأداء المصرفي هو النتائج المتحققة فعلياً قياساً بالأهداف التي يسعى المصرف إلى تحقيقها.

خامساً: أهمية الأداء المصرفي:

تتجسد أهمية الأداء المصرفي بالآتي (السوداني وشونة، 2017، ص157)، (الداوي، 2010، ص217):

1- ارتباطه مباشرة بتحقيق الأهداف المتعددة سواء كانت تلك الأهداف مشتركة، لا سيما ارتباطها بأهداف أصحاب المصالح المتمثلة في (المالكين، حملة الأسهم، العاملين، المقرضين، العملاء).

2- يعد الأداء أداة مهمة لجعل كافة منظمات الأعمال تتنافس في السوق فهو بمثابة الموجه للمنظمة الذي يشير إلى اتجاهات التحسين المطلوبة في نشاط العمليات.

3- وتبرز أهمية الأداء من خلال تأثيره في ربحية الأعمال، إذ إن الأداء يؤثر على ربحية الأعمال الخدمية، وأن الأداء يؤثر بشكل مباشر على أرباح الخدمات.

4- يتصف الأداء بكونه مفهوماً واسع ومتطور كما إن محتوياته تتميز بالسرعة نظراً للتغير وتطور مواقف وظروف منظمات الأعمال بسبب تغيير ظروف وعوامل بيئتها الخارجية والداخلية على حد سواء واختلاف المعايير والمقاييس المعتمدة في دراسة

الأداء وقياسه ويتصف بالشمولية والاستمرار ومن ثم فهو بهذا المعنى يعد المفتاح لنجاح المنظمة وبقائها في أسواقها المستهدفة.

سادساً: أبعاد الأداء المصرفي:

تتمثل أبعاد الأداء المصرفي فيما يلي:

1- البعد المالي:

يشير هذا البعد إلى قدرة المنظمة على تحقيق مصالح أصحاب الأسهم والمالكين من خلال تحقيق الأهداف المالية (الربحية) للمنظمة ويتضمن (حجم الدخل ومستواه التشغيلي والعائد على رأس المال المستثمر) من خلال تركيزه على العائد على الاستثمار والعائد على حق الملكية (السوداني وشونة، 2017، ص159).

إن المقاييس المالية تلعب دوراً مزدوجاً، فهي تحدد الأداء المالي المتوقع من الاستراتيجية وتلاءم الأهداف مع الغايات (إدريس والغالبي، 2009، ص175).

2- بعد العملاء:

يظهر هذا البعد صورة المنظمة أمام عملائها من خلال متابعة ومعرفة آراء ورغبات واحتياجات العملاء، وإشراكهم في تحديد الأهداف والمقاييس، ويركز على استراتيجية جذب وخدمة العملاء، وتحقيق توقعاتهم التي تؤدي إلى تحقيق أهداف المنظمة بكفاءة وفاعلية من خلال تحقيق رضا العميل، والتوجه نحو التركيز على تحديد وفهم حاجاته واهتماماته (البتانوني، 2005، ص167).

3- بعد العمليات الداخلية:

يهتم هذا البعد بتحديد العمليات التي يجب أن تتفوق فيها المنظمة إذا ما أرادت أن تقابل حاجات العملاء والملاك أو المستثمرين، وهو يتكون من العمليات التشغيلية التي تؤثر على رضا العملاء وإشباع متطلباتهم (محمد، 2010، ص41).

4- بعد التعلم والنمو:

يقصد بالتعلم والنمو تحديد وتشخيص البنية التحتية التي تبني عليها المنظمة لخلق وتطوير طويل الأجل، وأن أي منظمة تحتاج إلى ما هو مناسب من الموارد والأنظمة والتسهيلات لمساندتهم في انجاز الأهداف، وبدون التعلم والنمو في المنظمة، فأنها غير قادرة على التكيف مع البيئة المتغيرة (الجبوري،2016،ص155).

ويشير (Khatoon&Farooq,2014,p115) بأن التعلم والنمو يمكن أن يشمل قضايا أخرى مثل رضا الموظفين ومواءمة مهارات الموظفين مع فرص العمل وتنفيذ عدد من اقتراحات الموظفين وتغيير وصف الوظائف وانتقال الموظف إلى وحدة إضافية أو تنفيذ برامج تحفيز الموظف لتقديم اقتراحات.

المبحث الثالث: الإطار العملي للدراسة

أولاً: أداة الدراسة:

تم إعداد استمارة استبيان لجمع البيانات من عينة الدراسة وتتكون هذه الاستمارة من محورين:

- المحور الأول: تكنولوجيا المعلومات ويشمل محاور فرعية هي (الأجهزة والمعدات، والبرمجيات، وشبكات الاتصال، وقواعد البيانات) ويتكون كل محور من هذه المحاور من (5) عبارات.
- المحور الثاني: أداء المصارف التجارية ويتكون هذا المحور من (12) عبارة.

لقد تم صياغة الاستبيان بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي، وذلك لقياس إجابات عينة الدراسة وفق الدرجات والمتوسطات المرجحة والأوزان النسبية كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (1) الدرجات والمتوسطات المرجحة والأوزان النسبية لإجابات مقياس ليكرت الخماسي

الرأي	الدرجة	المتوسط المرجح	الوزن النسبي %	المستوى
غير موافق بشدة	1	(1 – 1.79)	(20– 35.8)	ضعيف جداً
غير موافق	2	(1.8 – 2.59)	(36 – 51.8)	ضعيف
محايد	3	(2.6 – 3.39)	(52– 67.8)	متوسط
موافق	4	(3.4 – 4.19)	(68– 83.8)	قوي
موافق بشدة	5	(4.20 – 5)	(84– 100)	قوي جداً

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في أعضاء مجالس الإدارة ومدراء الإدارات والفروع في المصارف التجارية العاملة بمدينة طرابلس وهي (الجمهورية، والصحاري، والوحدة، والتجاري الوطني) والبالغ عددهم (140) مفردة، في حين تمثلت عينة الدراسة في (103) مفردة (سيكاران،2010،ص421)، وقد تم توزيع استمارات الاستبيان على جميع أفراد العينة حيث بلغ عدد الاستمارات المستردة (75) استمارة من إجمالي عدد الاستمارات الموزعة والبالغ (103) استمارة استبيان أي بنسبة استجابة (72.81%).

ثالثاً: ثبات وصدق الاستبيان Reliability and Validity:

تم إجراء اختباري الثبات لبيانات الاستبيان للتأكد من إمكانية الاعتماد على نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج، وذلك من خلال حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ.

كما تم إجراء اختبار الصدق للتأكد من أن أداة الدراسة والمتمثلة في الاستبيان تقيس ما أعدت من أجله وتم حسابه عن طريق إيجاد الجذر التربيعي لمعامل

الثبات، وكانت جميعها قيم مقبولة، وبالتالي يمكن الاعتماد على الاستبيان كأداة لقياس ما أعدت من أجله، والجدول التالي يوضح معامل الثبات والصدق لبيانات الاستبيان:

جدول رقم (2) معاملات الثبات والصدق لبيانات الاستبيان

ت	المحاور	معامل الثبات الداخلي Cronbach's Alph	معامل الصدق
.1	الأجهزة والمعدات	0.570	0.754
.2	البرمجيات	0.672	0.819
.3	شبكات الاتصال	0.859	0.926
.4	قواعد البيانات	0.691	0.831
.5	أداء المصارف التجارية	0.900	0.948
	الاستبيان ككل	0.871	0.933

من الجدول السابق يتضح أن:

1- الثبات الداخلي حصل على معاملات ثبات قدرها (0.570، 0.672، 0.859، 0.691، 0.900، 0.871) وهذا يعني أن نتائجها ثابتة إن أعيد استخدامها مرات أخرى على نفس العينة وفي نفس الظروف.

2- الصدق الداخلي حصل على معاملات صدق قدرها (0.754، 0.819، 0.926، 0.831، 0.948، 0.933) فهي بذلك صالحة لقياس ما صممت فعلياً لقياسه.

رابعاً: أساليب التحليل الإحصائي:

لتحقيق أهداف الدراسة ولاختبار فرضياتها تم استخدام برنامج SPSS لتطبيق الأساليب الإحصائية التالية:

1- الإحصاء الوصفي للإجابة على أسئلة الدراسة تم حساب المتوسط المرجح، والانحراف المعياري، والوزن النسبي، والأهمية النسبية، لكل عبارة من عبارات الاستبيان.

2- الإحصاء الاستدلالي: لاختبار فرضيات الدراسة تم تطبيق ما يلي:

- معامل ألفا كرونباخ لحساب معاملي الثبات والصدق لمحاور الاستبيان.
- تحليل الانحدار البسيط للاختبار فرضيات الدراسة لمعرفة تأثير (الأجهزة والمعدات، البرمجيات، شبكات الاتصال، قواعد البيانات) على أداء المصارف التجارية.
- تحليل الانحدار المتعدد لاختبار فرضية الدراسة الرئيسية لمعرفة تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية.

خامساً: تحليل بيانات الاستبيان:

1- التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة:

أ- الإحصاء الوصفي للمتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات):

ويتضمن الأبعاد التالية:

البعد الأول: الأجهزة والمعدات:

يوضح الجدول التالي عرض الإحصاءات الوصفية المتمثلة في الأهمية النسبية، والانحرافات المعيارية، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (3) الأهمية النسبية والانحرافات المعيارية لبعد الأجهزة والمعدات

ت	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	ترتيب الأهمية النسبية
1	تعمل أجهزة تكنولوجيا المعلومات على ضمان مصداقية العمل.	2.89	0.993	57.8	5
2	توفر الحواسيب في المصرف بعدد كاف.	3.59	1.085	71.8	4
3	تستعمل أجهزة تكنولوجيا المعلومات في زيادة الإيرادات وتطوير العمل المصرفي.	4.25	0.534	85	1
4	تقلل أجهزة تكنولوجيا المعلومات من الوقت المطلوب للعمل المصرفي.	3.77	0.831	75.4	3

ت	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	ترتيب الأهمية النسبية
5	يوفر استخدام تكنولوجيا المعلومات حالة من الشفافية في العمل المصرفي ويقلل من الفساد الإداري.	4.07	0.728	81.4	2
	المعدل العام	3.71	0.834	74.2	

يتضح من الجدول السابق أن أعلى العبارات أهمية هي(تستعمل أجهزة تكنولوجيا المعلومات في زيادة الإيرادات وتطوير العمل المصرفي) بمتوسط حسابي (4.25) وانحراف معياري (0.534)، في حين كان أقل العبارات أهمية هي (تعمل أجهزة تكنولوجيا المعلومات على ضمان مصداقية العمل) بمتوسط حسابي (2.89) وانحراف معياري (0.993)، وإن المتوسط العام بلغ (3.71) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد الأجهزة والمعدات جاءت بدرجة موافقة قوية.

البعد الثاني: البرمجيات:

يوضح الجدول التالي عرض الإحصاءات الوصفية المتمثلة في الأهمية النسبية، والانحرافات المعيارية، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (4) الأهمية النسبية والانحرافات المعيارية لبعد البرمجيات

ت	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	ترتيب الأهمية النسبية
1	يستفيد المصرف من البرمجيات في عمليات التخطيط وإصدار التقارير الدورية.	4.07	0.759	81.4	1
2	يستخدم المصرف برمجيات تمتاز ببساطتها لإتاحة استخدامها من قبل العاملين.	3.84	0.776	76.8	2

ت	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	ترتيب الأهمية النسبية
3	يعتمد المصرف على برمجيات ذات التصميم العالمي في علمية تقديم الخدمات.	3.66	1.010	73.2	4
4	يستخدم المصرف برمجيات متعددة لأغراض تقديم خدمات جيدة ومتابعة العملاء.	3.55	1.088	71	5
5	تساهم البرمجيات في دعم عمليات اتخاذ القرارات وحل المشاكل من خلال توفير المعلومات.	3.75	0.918	75	3
	المعدل العام	3.77	0.910	75.4	

يتضح من الجدول السابق أن أعلى العبارات أهمية هي (يستفيد المصرف من البرمجيات في عمليات التخطيط وإصدار التقارير الدورية) بمتوسط حسابي (4.07) وانحراف معياري (0.759)، في حين كان أقل العبارات أهمية هي (يستخدم المصرف برمجيات متعددة لأغراض تقديم خدمات جيدة ومتابعة العملاء) بمتوسط حسابي (3.55) وانحراف معياري (1.088)، وإن المتوسط العام بلغ (3.77) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد البرمجيات جاءت بدرجة موافقة قوية.

البعد الثالث: شبكات الاتصال:

يوضح الجدول التالي عرض الإحصاءات الوصفية المتمثلة في الأهمية النسبية، والانحرافات المعيارية، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (5) الأهمية النسبية والانحرافات المعيارية لبعد شبكات الاتصال

ت	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	ترتيب الأهمية النسبية
1	يستخدم المصرف البريد الالكتروني للاتصال بالمكلفين بالعمل والإجابة على استفساراتهم.	3.52	1.191	70.4	2
2	يحرص المصرف على توفير أمن الشبكات لغرض حماية المعلومات والبيانات والحفاظ على سريتها.	3.91	0.830	78.2	1
3	يتم استخدام شبكة الانترنت للاتصال بين العاملين داخل المصرف.	3.50	0.976	70	3
4	يتم الاتصال بالمكلفين عن طريق الاكسترانت.	3.23	1.273	64.6	5
5	يستخدم المصرف شبكة الانترنت في عرض إجراءات وخطوات تقديم الخدمات للمكلفين بالعمل.	3.45	0.999	69	4
	المعدل العام	3.52	1.053	70.4	

يتضح من الجدول السابق أن أعلى العبارات أهمية هي(يحرص المصرف على توفير أمن الشبكات لغرض حماية المعلومات والبيانات والحفاظ على سريتها) بمتوسط حسابي (3.91) وانحراف معياري (0.830)، في حين كان أقل العبارات أهمية هي (يتم الاتصال بالمكلفين عن طريق الاكسترانت) بمتوسط حسابي (3.23) وانحراف معياري (1.273)، وإن المتوسط العام بلغ (3.52) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد شبكات الاتصال جاءت بدرجة موافقة قوية.

البعد الرابع: قواعد البيانات:

يوضح الجدول التالي عرض الإحصاءات الوصفية المتمثلة في الأهمية النسبية، والانحرافات المعيارية، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (6) الأهمية النسبية والانحرافات المعيارية لبعد قواعد البيانات

ت	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	ترتيب الأهمية النسبية
1	تسهم قاعدة البيانات في تحسين عملية تقديم الخدمات المصرفية.	4.14	0.510	82.8	1
2	يتيح المصرف لكافة العاملين في الأقسام ذات العلاقة بعملية تقديم الخدمات المصرفية الاطلاع على البيانات والمعلومات المخزونة في قواعد البيانات.	3.73	0.949	74.6	4
3	يتم تحديث قاعدة البيانات بشكل مستمر.	3.68	0.674	73.6	5
4	يقوم المصرف بالتعاون مع المكلفين بالعمل لبناء قاعدة البيانات.	3.82	0.815	76.4	3
5	تحتوي قواعد البيانات في المصرف على معلومات دقيقة ومتنوعة تسهم في كفاءة تخطيط العمل المصرفي.	4.05	0.746	81	2
	المعدل العام	3.88	0.738	77.6	

يتضح من الجدول السابق أن أعلى العبارات أهمية هي(تسهم قاعدة البيانات في تحسين عملية تقديم الخدمات المصرفية) بمتوسط حسابي (4.14) وانحراف معياري (0.510)، في حين كان أقل العبارات أهمية هي (يتم تحديث قاعدة البيانات بشكل مستمر) بمتوسط حسابي (3.68) وانحراف معياري (0.674)، وإن المتوسط العام بلغ (3.88) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد قواعد البيانات جاءت بدرجة موافقة قوية.

ب- الإحصاء الوصفي للمتغير التابع (أداء المصارف التجارية):

يوضح الجدول التالي عرض الإحصاءات الوصفية المتمثلة في الأهمية النسبية، والانحرافات المعيارية، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (7) الأهمية النسبية والانحرافات المعيارية لبعد أداء المصارف

ت	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	ترتيب الأهمية النسبية
1	تتناسب العوائد التي يحققها المصرف مع عملياته.	3.89	0.655	77.8	1
2	يقدم المصرف الحوافز المادية للعاملين بعدالة	3.25	1.241	65	10
3	يوفر المصرف فرص استثمارية مجزية تجذب المودعين والمستثمرين	3.11	1.185	62.2	11
4	يقدم المصرف خدمات مصرفية جديدة تحقق رضا العملاء	3.55	1.044	71	6
5	يهتم المصرف بشكاوي العملاء ويضعها في الاعتبار	3.43	0.900	68.6	8
6	يعمل المصرف على الوفاء بحاجات العملاء للخدمة في الوقت المناسب	3.59	0.996	71.8	5
7	يقدم المصرف خدمات جديدة ترضي توقعات العملاء للخدمات المصرفية	3.68	0.934	73.6	4
8	يلتزم المصرف في عملياته الداخلية بالعمل وفقاً لإجراءات وسياسات العمل المصرفي	3.82	0.843	76.4	2
9	يهتم المصرف بتقديم الخدمات المصرفية بصورة ممتازة يتفوق على المنافسين	3.70	1.002	74	3
10	يعمل المصرف على إعداد دورات تدريبية للعاملين بصورة ملائمة لطبيعة عملهم	3.36	1.259	67.2	9
11	يضم المصرف مجموعة من العاملين ذوي خبرات ومؤهلات في العمل المصرفي	3.70	0.930	74	3
12	يراعي المصرف جوانب الاهتمام بالرضا الوظيفي	3.48	1.067	69.6	7
	المعدل العام	3.55	1.005	71	

يتضح من الجدول السابق أن أعلى العبارات أهمية هي(تتناسب العوائد التي يحققها المصرف مع عملياته) بمتوسط حسابي (3.89) وانحراف معياري (0.655)، في حين كان أقل العبارات أهمية هي (يوفر المصرف فرص استثمارية مجزية تجذب المودعين والمستثمرين) بمتوسط حسابي (3.11) وانحراف معياري (1.185)، وإن المتوسط العام بلغ (3.55) وهي درجة قوية، وهذا يعني أن إجابات أفراد عينة الدراسة بخصوص بعد أداء المصارف التجارية جاءت بدرجة موافقة قوية.

2- اختبار فرضيات الدراسة:

اختبار الفرضية الرئيسية والتي تنص على أنه: لا يوجد تأثير معنوي لتكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية.

ولاختبار الفرضية السابقة، فإنه تم استخدام تحليل الانحدار كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (8) تحليل الانحدار لبيان تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية

المتغير المستقل	R	R^2	ANOVA		القرار الإحصائي
			F	Sig	دال
تكنولوجيا المعلومات	0.735	0.493	11.443	0.000	

يتضح من الجدول السابق أن قيمة الارتباط (R) بلغت (0.735) وهي تعني أن الارتباط قوي وموجب، وقيمة معامل التحديد (R^2) بلغت (0.493) وهي تعني أن 49.3% من أداء المصارف التجارية هو من تأثير تكنولوجيا المعلومات، وقيمة (F) بلغت (11.443)، وأن قيمة معنوية النموذج (Sig) بلغت المقدار (0.000) وهي أقل من (0.05) وهذا يدل على معنوية أو جوهرية النموذج المفسر لأداء المصارف التجارية، وبالتالي يتم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه: يوجد تأثير معنوي لتكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية.

ويتفرع من الفرضية الرئيسية أربعة فرضيات فرعية يتم اختبارها على النحو التالي:

1- الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على أنه: لا يوجد تأثير معنوي لأجهزة والمعدات على أداء المصارف التجارية.

ولاختبار الفرضية السابقة، فإنه تم استخدام تحليل الانحدار كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (9) تحليل الانحدار لبيان تأثير الأجهزة والمعدات على أداء المصارف التجارية

المتغير المستقل	R	R^2	ANOVA		Coefficients					القرار الإحصائي
			F	Sig	B	B_0	Beta	t	Sig	
الأجهزة والمعدات	0.452	0.185	10.765	0.002	0.654	0.988	0.452	3.281	0.002	دال

يتضح من الجدول السابق أن قيمة الارتباط (R) بلغت (0.452) وهي تعني أن الارتباط متوسط وموجب، وقيمة معامل التحديد (R^2) بلغت (0.185) وهي تعني أن 18.5% من أداء المصارف التجارية هو من تأثير الأجهزة والمعدات، وقيمة (F) بلغت (10.765)، وأن قيمة معنوية النموذج (Sig) بلغت المقدار (0.002) وهي أقل من (0.05) وهذا يدل على معنوية أو جوهرية النموذج المفسر لأداء المصارف التجارية.

كما بلغت قيمة (t) المقدار (3.281)، وأن قيمة معنوية النموذج بلغت المقدار (0.002) وهي أقل من (0.05)، وبالتالي يتم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه: يوجد تأثير معنوي للأجهزة والمعدات على أداء المصارف التجارية.

2- الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على أنه: لا يوجد تأثير معنوي للبرمجيات على أداء المصارف التجارية.

ولاختبار الفرضية السابقة، فإنه تم استخدام تحليل الانحدار كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (10) تحليل الانحدار لبيان تأثير البرمجيات
على أداء المصارف التجارية

المتغير المستقل	R	R^2	ANOVA		Coefficients					
			F	Sig	B	B_0	Beta	t	Sig	القرار الإحصائي
البرمجيات	0.647	0.404	30.177	0.000	0.751	0.715	0.647	5.493	0.00	دال

يتضح من الجدول السابق أن قيمة الارتباط (R) بلغت (0.647) وهي تعني أن الارتباط قوي وموجب، وقيمة معامل التحديد (R^2) بلغت (0.404) وهي تعني أن 40.4% من أداء المصارف التجارية هو من تأثير البرمجيات، وقيمة (F) بلغت (30.177)، وأن قيمة معنوية النموذج (Sig) بلغت المقدار (0.000) وهي أقل من (0.05) وهذا يدل على معنوية أو جوهرية النموذج المفسر لأداء المصارف التجارية.

كما بلغت قيمة (t) المقدار (5.493)، وأن قيمة معنوية النموذج بلغت المقدار (0.000) وهي أقل من (0.05)، وبالتالي يتم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه: يوجد تأثير معنوي للبرمجيات على أداء المصارف التجارية.

3- الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على أنه: لا يوجد تأثير معنوي لشبكات الاتصال على أداء المصارف التجارية.

ولاختبار الفرضية السابقة، فإنه تم استخدام تحليل الانحدار كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (11) تحليل الانحدار لبيان تأثير شبكات الاتصال على أداء المصارف التجارية

المتغير المستقل	R	R^2	ANOVA		Coefficients					
			F	Sig	B	B_0	Beta	T	Sig	القرار الإحصائي
شبكات الاتصال	0.682	0.452	36.519	0.000	0.562	1.568	0.682	6.043	0.000	دال

يتضح من الجدول السابق أن قيمة الارتباط (R) بلغت (0.682) وهي تعني أن الارتباط قوي وموجب، وقيمة معامل التحديد (R^2) بلغت (0.452) وهي تعني أن 45.2% من أداء المصارف التجارية هو من تأثير شبكات الاتصال، وقيمة (F) بلغت (36.519)، وأن قيمة معنوية النموذج (Sig) بلغت المقدار (0.000) وهي أقل من (0.05) وهذا يدل على معنوية أو جوهرية النموذج المفسر لأداء المصارف التجارية.

كما بلغت قيمة (t) المقدار (6.043)، وأن قيمة معنوية النموذج بلغت المقدار (0.000) وهي أقل من (0.05)، وبالتالي يتم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه: يوجد تأثير معنوي لشبكات الاتصال على أداء المصارف التجارية.

4- الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص على أنه: لا يوجد تأثير معنوي لقواعد البيانات على أداء المصارف التجارية.

ولاختبار الفرضية السابقة، فإنه تم استخدام تحليل الانحدار كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (12) تحليل الانحدار لبيان تأثير قواعد البيانات على أداء المصارف التجارية

المتغير المستقل	R	R^2	ANOVA		Coefficients					
			F	Sig	B	B_0	Beta	T	Sig	القرار الإحصائي
قواعد البيانات	0.619	0.369	26.097	0.000	0.863	0.197	0.619	5.109	0.000	دال

يتضح من الجدول السابق أن قيمة الارتباط (R) بلغت (0.619) وهي تعني أن الارتباط قوي وموجب، وقيمة معامل التحديد (R^2) بلغت (0.369) وهي تعني أن 36.9% من أداء المصارف التجارية هو من تأثير قواعد البيانات، وقيمة (F) بلغت (26.097)، وأن قيمة معنوية النموذج (Sig) بلغت المقدار (0.000) وهي أقل من (0.05) وهذا يدل على معنوية أو جوهرية النموذج المفسر لأداء المصارف التجارية.

كما بلغت قيمة (t) المقدار (5.109)، وأن قيمة معنوية النموذج بلغت المقدار (0.000) وهي أقل من (0.05)، وبالتالي يتم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه: يوجد تأثير معنوي لقواعد البيانات على أداء المصارف التجارية.

سادساً: النتائج والتوصيات:

أ- نتائج الدراسة:

يمكن استخلاص بعض النتائج الهامة ذات الصلة بموضوع الدراسة وذلك على النحو التالي:

1- أثبتت الدراسة أن اتجاهات عينة الدراسة لأبعاد تكنولوجيا المعلومات جاءت بدرجة موافقة عالية، حيث جاءت مرتبة تنازلياً على النحو التالي:(قواعد البيانات، البرمجيات، الأجهزة والمعدات، شبكات الاتصال).

2- أظهرت الدراسة أن المتوسط العام لبعد أداء المصارف التجارية بلغ (3.55) وبانحراف معياري (1.005)، وهذا يعني أن اتجاهات عينة الدراسة جاءت بدرجة موافقة عالية.

3- خلصت الدراسة إلي وجود تأثير معنوي لتكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف التجارية، وكانت قيمة معامل التحديد (r^2=%49.3) وهذا يعني أن التغيرات التي تحدث في تكنولوجيا المعلومات مسئولة عن تفسير ما نسبته (49.3%) من التغيرات التي تحدث في أداء المصارف التجارية.

4- خلصت الدراسة إلي وجود تأثير معنوي للأجهزة والمعدات على أداء المصارف التجارية، وكانت قيمة معامل التحديد (r^2=%18.5) وهذا يعني أن التغيرات التي تحدث في الأجهزة والمعدات مسئولة عن تفسير ما نسبته (18.5%) من التغيرات التي تحدث في أداء المصارف التجارية.

5- خلصت الدراسة إلي وجود تأثير معنوي للبرمجيات على أداء المصارف التجارية، وكانت قيمة معامل التحديد (r^2=%40.4) وهذا يعني أن التغيرات التي تحدث في البرمجيات مسئولة عن تفسير ما نسبته (40.4%) من التغيرات التي تحدث في أداء المصارف التجارية.

6- خلصت الدراسة إلي وجود تأثير معنوي لشبكات الاتصال على أداء المصارف التجارية، وكانت قيمة معامل التحديد (r^2=%45.2) وهذا يعني أن التغيرات التي تحدث في شبكات الاتصال مسئولة عن تفسير ما نسبته (45.2%) من التغيرات التي تحدث في أداء المصارف التجارية.

7- خلصت الدراسة إلي وجود تأثير معنوي لقواعد البيانات على أداء المصارف التجارية، وكانت قيمة معامل التحديد (r^2=%36.9) وهذا يعني أن التغيرات التي

تحدث في قواعد البيانات مسئولة عن تفسير ما نسبته (36.9%) من التغيرات التي تحدث في أداء المصارف التجارية.

ب- توصيات الدراسة:

من خلال النتائج السابقة يمكن عرض التوصيات التالية:

1- ضرورة توفير البنية التحتية المعلوماتية الملائمة من حيث أجهزة الحاسوب والبرمجيات وخدمات الاتصالات والإنترنت.

2- العمل على إجراء التطوير والتحديث المستمر لتكنولوجيا المعلومات وقواعد البيانات وبالشكل الذي يسهم في سرعة ودقة الأعمال المنجزة.

3- ضرورة الاهتمام بمتطلبات العملاء من حيث تطوير نظم وأساليب العمل المصرفي وتقديم خدمات جديدة معتمدة على تكنولوجيا المعلومات وتقليل وقت الانتظار عند تقديم الخدمة.

4- العمل على تدريب الكوادر البشرية وتأهيلها على استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة وبما يسهم في الرفع من مستوى الخدمات المقدمة للعملاء.

5- تعميق وعي إدارات المصارف التجارية بأهمية موضوع تكنولوجيا المعلومات لما لها من دور بارز في ظل التغيرات والظروف المختلفة التي يشهدها العالم من خلال الاطلاع على التجارب العربية والعالمية وما توصلت إليه في مجال تكنولوجيا المعلومات.

6- ضرورة تخلي إدارات المصارف التجارية عن النظم التقليدية في العمل المصرفي واعتماد الأساليب الحديثة والمتطورة والتي يمكن من خلالها الارتقاء بجودة الخدمات المقدمة للعملاء.

7- القيام بإجراء دراسات ميدانية بين مدة وأخرى للتعرف على أخر المستجدات التي تظهر في مجال التكنولوجيا المصرفية لغرض تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء وكذلك التعرف على الخدمات التي تقدمها المصارف المنافسة في الداخل والخارج.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

أ- الكتب:

1- إدريس، وائل محمد صبحي والغالبي، طاهر محسن منصور، (2009)، سلسلة إدارة الأداء الاستراتيجي أساسيات الأداء وبطاقة التقييم المتوازن، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.

2- الربيعي، حاكم محسن وراضي، حمد عبد المحسن، (2012)، حوكمة البنوك وأثرها في الأداء والمخاطرة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان.

3- سيكاران، أوما، 2010، طرق البحث في الإدارة: مدخل لبناء المهارات البحثية، دار المريخ، الرياض.

ب- الدوريات:

1- ارشيد، عقلة نواش محمد، 2017، أثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات على أداء المصارف السعودية، المجلة العربية للادارة، المجلد37، العدد1.

2- الرفاعي، عبد الهادي وعكو، فرج فؤاد، (2014)، أثر تكنولوجيا المعلومات في أداء العاملين في مصرف التسليف الشعبي: دراسة تطبيقية في فرع جبلة لمصرف التسليف الشعبي، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات، المجلد36، العدد2.

3- الحداد، حسون محمد ورحيم، عباس فاضل، (2017)، أثر نظم المعلومات على الأداء الاستراتيجي في المصارف الإسلامية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد51.

4- الجبوري، إحسان علي، (2016)، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين الأداء المصرفي: بحث في عينة من المصارف الخاصة العراقية، مجلة كلية مدنية العلم الجامعة، المجلد8، العدد2.

5- السوداني، علي صيهود وشونة، حسام حمدان، (2017)، تأثير التوجه الاستراتيجي في أداء المصارف العراقية الأهلية: مدخل مقارن، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد23، العدد101.

6- البتانوني، علاء محمد، (2005)، إطار مقترح لتفعيل استخدام القياس المتوازن للأداء في البنوك التجارية، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، المجلد42، العدد2.

7- الداوي، الشيخ، (2010)، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء، مجلة الباحث، العدد7.

8- حسين، يسري محمد، (2010)، تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية: دراسة تطبيقية في فندق السدير، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد85.

9- محمد، نبيل عبد المنعم، (2010)، إطار مقترح لاستخدام بطاقات القياس المتوازن لتقييم الأداء بالبنوك المصرية: دراسة تطبيقية على مجموعة من البنوك المصرية، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، العدد1.

ج- الرسائل العلمية:

1- الحمداني، صبا نوري، (2015)، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي من وجهة نظر العاملين في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة أل البيت.

2- سيدن، بأباة ولد، (2012)، دور الموارد البشرية في التأثير على الأداء: دراسة حالة البنك الموريتاني للتجارة الدولية، رسالة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقياد.

3- عجام، إبراهيم محمد حسين، (2007)، تقانة المعلومات وإدارة المعرفة وأثرها في الخيار الاستراتيجي، رسالة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية.

4- فرج الله، أحمد موسى، (2012)، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات في تطوير الأداء المؤسسي في مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية: دراسة تطبيقية على الجامعات الفلسطينية العاملة بقطاع غزة، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة.

5- ميهوب، سماح، (2014)، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية: حالة نشاط البنك عن بعد، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة.

6- مراد، مرابط، (2015)، أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر.

7- معلا، ربهام حسين، 2018، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء التسويقي في المصارف التجارية السورية: دراسة ميدانية للمصارف التجارية العامة والخاصة، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين.

ثانياَ: المراجع الأجنبية:

1- Khatoon. S & Farooq. A, (2014), Balanced Scorecardto Measure Organizational Performance: Acase Based Study, The International Journal of Business & Management, Vol.2, No.9.

2- Osei. K & Harvey. S, (2011), Investments in Information Technology (IT) and Bank Business Performance in Ghana, International Journal of Economics and Finance, Vol.3, No.2.

3- Sauders. R, (2007), The Benefits of Using E- Business Technology: The Supplier Perspective, Journal of Business Logistics, Vol.28, No.2.