

بحث مقدم لنيل شهادة ماجستير التأهيل والتخصص في إدارة التقنية بعنوان

مدى الاعتماد على مخرجات نظم المعلومات المصرفية في عملية تقييم الأداء المصرفي

دراسة حالة المصرف الدولي للتجارة والتمويل

The extent of reliance on the outputs of banking information systems in
the process of evaluating banking performance

Case study of the International Bank for Trade and Finance

إعداد الطالبة

داليا الصباغ الشيرازي

الرقم الجامعي: 156242

الشعبة C12

إشراف

الدكتورة: أنمار عرابي

الفصل الدراسي S22

الإهداء

إلى الدكتورة الفاضلة السيدة أنمار عرابي لتفضلها بالإشراف على هذا المشروع
ومتابعتها لي والتي كانت لآرائها الأثر الكبير في انجاز هذه الدراسة
إلى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعة الافتراضية السورية وإدارتها الموقرة
إلى روح والدي

إلى عائلتي لمساندتهم ودعمهم لي اثناء الدراسة وتشجيعهم على الاستمرارية

شكر وتقدير

يسعدني بعد توفيق الله تعالى لإنجاز هذه الدراسة أن أتقدم بجزيل الشكر والامتنان والتقدير إلى :

الدكتورة أنمار عرابي مشرفة البحث لملاحظاتها وتوجيهاتها التي أغنت البحث
السادة أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعة الافتراضية السورية لاهتمامهم
ومتابعتهم في جميع المواد

السيد مدير برنامج ماجستير إدارة التقنية لمساندته وإشرافه أثناء فصول
الدراسة

كما أخص بالشكر والامتنان للسادة لجنة المناقشة الأفاضل الذين أشرف
بمناقشتهم لمشروعي

ملخص البحث

هدفت الدراسة إلى توضيح مدى اعتماد المصارف على مخرجات نظم المعلومات المصرفية في عملية تقييم الأداء المصرفي تناول القسم النظري مفهوم نظم المعلومات المصرفية وأنواعها ومكوناتها ومحددات فعاليتها وأهميتها وأيضاً مفهوم تقييم الأداء المصرفي والطرق المتبعة وأهميته ومتطلباته أما القسم العملي ركز على مجتمع البحث وهو المصرف الدولي للتجارة والتمويل أهم نتائج الدراسة ان المصرف يتمتع بجاهزية عالية لنظم المعلومات المصرفية ولكنه لا يأخذ بأراء العملاء في خدماته و لا يعتمد في معظم الاحيان على مخرجات نظام المعلومات التسويقية في عملية تقييم الاداء التسويقي كما ان المصرف لا يعتمد في عملية معالجة البيانات على تقانات ذكاء الاعمال ولا توجد استراتيجية موحدة لتقييم الاداء التسويقي خرجت الدراسة بتوصيات منها العمل على استخدام تقنيات ذكاء الاعمال والاهتمام أكثر بنظام المعلومات التسويقية لأنه يرفد المصرف بمخرجات عن وضع الأداء التسويقي للمصرف وضرورة الاهتمام أكثر بالخدمات الجديدة التي تقدمها المصارف المنافسة ليضمن بقائه في السوق المصرفية وليحافظ على الميزة التنافسية و الاعتماد أكثر على طريقة تقييم المحتوى التسويقي والتركيز على الخطة الترويجية والتسويقية ومحاولة تدريب الموارد البشرية على تقانات ذكاء الاعمال والذكاء الاصطناعي والعمل على اشراك العملاء في تطوير الخدمات المصرفية و التركيز على الاستخبارات التسويقية المصرفية لأنها جزء هام من مدخلات نظام المعلومات التسويقية واقترحنا افتتاح قسم لتقييم الأداء المصرفي يكون على ارتباط ببقية الأقسام يتم تزويده بشكل دوري بتقارير مخرجات نظم العمليات لمصرفية لتكون من رديفاً أساسياً لطرق التقييم المتبعة وان يكون كافة العاملين على اطلاع على نظم المعلومات المصرفية بكافة أنواعها لان العمل المصرفي لا يتجزأ

Abstract

The study aimed to clarify the extent to which banks rely on the outputs of banking information systems in the process of evaluating banking performance.

The most important results of the study are that the bank has a high readiness for the banking information system, but it does not take into account the opinions of customers in its services and does not depend in most cases on the outputs of the marketing information system in the process of evaluating marketing performance, and the bank does not depend in the data processing process on business intelligence technologies and there is no strategy. The study came out with recommendations, including working on the use of business intelligence techniques and paying more attention to the marketing information system because it provides the bank with outputs on the status of marketing performance. J to the bank and the need to pay more attention to the new services provided by competing banks to ensure its survival in the banking market and to maintain the competitive advantage and rely more on the method of evaluating marketing content and focus on the promotional and marketing plan and try to train human resources on business intelligence and artificial intelligence technologies and work to involve customers in developing services Banking and focusing on banking marketing intelligence because it is an important part of the inputs of the marketing information system, and we suggested the opening of a banking performance evaluation section that is linked to the rest of the departments. Banking information of all kinds, because the banking business is indivisible

فهرس المحتويات

6.....	الفهرس
9.....	فهرس الجداول
11.....	فهرس الأشكال
12.....	الفصل الأول الإطار العام للبحث
12.....	1-1 مقدمة:
12.....	1-1-1 المصطلحات والتعاريف:
14.....	1-2-1 مشكلة البحث:
14.....	1-3-1 أهمية البحث:
15.....	1-4-1 أهداف البحث:
15.....	1-5-1 فرضيات البحث:
16.....	1-6-1 مجتمع البحث:
16.....	1-7-1 منهجية البحث:
17.....	1-8-1 متغيرات البحث:
17.....	1-9-1 الدراسات السابقة:
17.....	1-9-1-1 الدراسات العربية:
20.....	1-9-1-2 الدراسات الأجنبية:
22.....	1-9-1-3 التعقيب على الدراسات السابقة:
22.....	1-9-1-4 الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:
23.....	الفصل الثاني (الدراسة النظرية)
23.....	1-2-1 نظم المعلومات المصرفية
23.....	1-2-1-1 مفهوم نظم المعلومات المصرفية:

27	2-1-2- خصائص نظم المعلومات المصرفية:
29	2-1-3- محددات فاعلية نظم المعلومات المصرفية:
30	2-1-4- طرق معالجة البيانات:
31	2-1-5- أنواع نظم المعلومات المصرفية:
35	2-1-6- أهمية نظم المعلومات المصرفية:
36	2-2- تقييم الأداء المصرفي:
36	2-2-1- مفهوم الأداء المصرفي:
37	2-2-2- مفهوم تقييم الأداء:
37	2-2-3- أنواع الأداء المصرفي وطرق التقييم المتبعة:
43	2-2-4- متطلبات عملية التقييم المصرفي:
44	2-2-5- أهمية تقييم الأداء المصرفي:
46	2-3- أثر نظم المعلومات المصرفية في عملية تقييم الأداء المصرفي:
47	الفصل الثالث (الدراسة العملية)
47	3-1- المصرف الدولي للتجارة والتمويل
47	3-1-1- لمحة عن المصرف الدولي للتجارة والتمويل
48	3-1-2- الهيكل التنظيمي في المصرف
51	3-1-4- قياس جاهزية نظم المعلومات المصرفية في المصرف:
53	3-2- منهج الدراسة:
53	3-2-1- مصادر جمع البيانات
53	3-2-2- مجتمع وعينة البحث:
53	3-2-3- أداة جمع بيانات الدراسة
59	3-2-4- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

3-3- عرض بيانات الدراسة وتحليلها.....	59
3-3-1- توزيع العينة:	59
3-3-2- التساؤل الاول:	60
3-3-3- التساؤل الثاني:	61
3-3-4- التساؤل الثالث:	63
3-3-5- التساؤل الرابع:	64
3-3-6 اختبار الفرضيات الفرعية:	66
3-3-7 اختبار الفرضية الرئيسة:	70
3-3-8 دراسة الفروق للمحاور تبعا للبيانات التعريفية:	71
3-4- نتائج الدراسة العملية:	74
3-4-1- النتائج احصائياً:	74
3-4-2- تفسير النتائج الإحصائية:	75
3-4-3- نتائج جاهزية نظم المعلومات المصرفية:	76
3-5- التوصيات والمقترحات:	77
3-6 خاتمة:	78
قائمة المراجع	79
ملحق البحث.....	82

فهرس الجداول

الجدول رقم (1): يوضح الفرق بين البيانات والمعلومات.....	24
الجدول رقم (2): قياس جاهزية نظم المعلومات المصرفية في المصرف	51
الجدول رقم (3): محاور الدراسة	53
الجدول رقم (4): يوضح نتائج ثبات الأداة المستخدمة باستخدام معامل كرونباخ - ألفا	54
الجدول رقم (5): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محاور الاستبانة والدرجة الكلية للمحور (تقييم الأداء الخدمي).....	55
الجدول رقم (6): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محاور الاستبانة والدرجة الكلية للمحور (تقييم الأداء المالي)	56
الجدول رقم (7): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محاور الاستبانة والدرجة الكلية للمحور (تقييم الأداء الوظيفي)	57
الجدول رقم (8): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محاور الاستبانة والدرجة الكلية للمحور (تقييم الأداء التسويقي بالاعتماد على مخرجات نظام المعلومات التسويقي).....	58
الجدول رقم (9): التوزع النسبي لعينة الدراسة	59
الجدول رقم (10): الدالات الإحصائية لمستوى (الاعتماد على مخرجات نظام صنع الخدمة المصرفية في عملية تقييم الأداء الخدمي)	60
الجدول رقم (11): الدالات الإحصائية لمستوى الاعتماد على مخرجات نظام المعلومات الائتماني في عملية تقييم الأداء المالي لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل	62
الجدول رقم (12): الدالات الإحصائية لمستوى اعتماد تقييم الأداء الوظيفي على مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية	63
الجدول رقم (13): الدالات الإحصائية لمستوى الاعتماد على مخرجات نظام المعلومات التسويقي في عملية تقييم الأداء التسويقي لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل	65
الجدول رقم (14): الدالات الإحصائية لاختبار الفرضية الفرعية الأولى	66
الجدول رقم (15): الدالات الإحصائية لاختبار الفرضية الثانية	67

الجدول رقم (16): الدالات الإحصائية لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة.....	68
الجدول رقم (17): الدالات الإحصائية لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة.....	69
الجدول رقم (18): الدالات الإحصائية لاختبار الفرضية الرئيسة.....	70
الجدول رقم (19): الدالات الإحصائية لاختبار الفروق تبعا للمؤهل العلمي.....	71
الجدول رقم (20): الدلالة المعنوية للأداء الخدمي.....	72
الجدول رقم (21): الدالات الإحصائية لاختبار الفروق تبعا لسنوات الخبرة.....	72
الجدول رقم (22): الدلالة المعنوية للأداء التسويقي.....	73
الجدول رقم (23): الدالات الإحصائية لاختبار الفروق تبعا للجنس.....	73

فهرس الأشكال

- الشكل رقم (1): مكونات نظام المعلومات المصرفي 25
- الشكل رقم (2): مؤشرات النموذج الأمريكي للإنذار المبكر 38
- الشكل رقم (3): الموازنة بين الخدمة المقدمة والخدمة المتوقعة /المصدر (جبلي، 2010) 40
- الشكل رقم (4): يوضح المعايير الواجب استخدامها عند استخدام طريقة 360 في تقييم الأداء الوظيفي 41
- الشكل رقم (5) الهيكل التنظيمي للمصرف موضوع الدراسة..... 48

الفصل الأول

الإطار العام للبحث

1-1 مقدمة:

تعرف نظم المعلومات على أنها بيئة من البيانات تحتوي على عدد من العناصر التي تتفاعل فيما بينها ومع الوسط المحيط بها بهدف جمع البيانات ومعالجتها برمجياً وبالتالي استخلاص المعلومات اللازمة لبناء قراراته وخطته واستراتيجياته وتكتيكاته، والهدف الأساسي لأي نظام معلومات متبع في أي مؤسسة هو جمع البيانات ومعالجتها وإنتاجها وأتمتها.

وانطلاقاً من اعتبار أن المصرف نظاماً مفتوحاً ومتكيفاً مع التغييرات الداخلية والخارجية ويعمل في بيئة معينة وبالتالي يحتوي المصرف على مكونات النظام المتداخلة، من مدخلات وعمليات معالجة، ومخرجات بالإضافة للتغذية العكسية ومكونات تحكم وبيئة مناسبة للعمل.

وتعد نظم المعلومات المصرفية حاجة أساسية جاءت استجابة للتطورات التقنية الاقتصادية والاجتماعية التي فرضتها السوق المصرفية العالمية، فقد استطاعت هذه النظم أن تترك أثراً واضحاً على المصارف الحكومية والبنوك الخاصة وذلك لاعتمادها على التكنولوجيا الرقمية في تحقيق الخدمات المصرفية لعملائها، وتجلى هذا الأثر في كونها القاعدة الأساسية التي يجب الاعتماد عليها في عملية تقييم الأداء المصرفي الأمر الذي يتطلب مخرجات عالية الجودة من نظم المعلومات المصرفية لتكون متطلب أساسي من متطلبات تقييم الأداء المصرفي.

1-1-1 المصطلحات والتعاريف:

النظام:

مجموعة من الأجزاء المترابطة التي تتفاعل مع البيئة ومع بعضها البعض لتحقيق غاية أو هدف محدد عن طريق قبول المدخلات ومعالجتها والحصول على المخرجات، ويشمل مصطلح النظام المصطلحات المرتبطة التالية: (حماد، 2019)

المدخلات:

وتتعلق باستخلاص العناصر التي تدخل لنظام المعلومات أي البيانات وفق المؤسسة الخدمية المتواجدة بها، في المؤسسات المصرفية تعتبر بيانات العميل من اسم ورقم وغيرها من البيانات مدخلات للنظام.

المعالجة:

وهي عمليات حسابية أو تحويلية يتم من خلالها تحويل المدخلات (البيانات الخامة) إلى المخرجات المطلوبة، حيث تعتمد على أساليب علمية وإحصائية مختلفة.

المخرجات:

وهي ناتج عمليات المعالجة وتشكل الأسس التي تبني المؤسسة قراراتها بناءً عليها.

نظم المعلومات:

وهي مجموعة من الأفعال والإجراءات التي تشمل عمليات تجميع وتشغيل وتخزين وتوزيع واسترجاع المعلومات وذلك بهدف تدعيم عمليات صنع القرار والرقابة داخل المنظمة.

الأداء العام:

يشير الأداء إلى التنفيذ الفعلي لمراحل العمل، كما تعني درجة أو مستوى المهارة والمجهود المبذول في التنفيذ يقصد البعض بالأداء المخرجات أو الأهداف التي يسعى النظام (المصرفي) إلى تحقيقها، كما انه العلاقة بين المنجزات المتحققة والجهد المبذول لتحقيقها، وتشمل المنجزات وحدات المخرجات من سلع او خدمات مقدمة أما الجهد فيمثل وحدات المدخلات اللازمة لتحقيق تلك المخرجات، ولذلك يكون تقييم الأداء بمقارنة بين مدخلات مدة زمنية معينة ومخرجاتها، وعرف قاموس (Webster,1985) الأداء على انه " قابلية الأداء بكفاية " والأداء هو " تلك النتائج المرغوبة التي تسعى المنظمة لتحقيقها.

الأداء المصرفي:

ويقصد بالأداء المصرفي ما يحققه المصرف من أهداف مخططة ومن ثم فان قياس المتحقق ومقارنته مع المخطط هو أولى الخطوات على مستوى الأداء للنشاط الاقتصادي الذي تمارسه منظمات الأعمال ومنها المصارف سواء أكانت هذه المصارف حكومية ام مختلطة او تعود للقطاع الخاص ولذلك

لابد من تشخيص هذه الانحرافات ومن ثم اتخاذ الخطوات الكفيلة للنهوض بمستوى الوحدات الاقتصادية وعليه فالمقصود بالأداء المصرفي هو الوسائل اللازمة وأوجه النشاط المختلفة والجهود المبذولة لقيام المصارف بدورها، وتنفيذ وظائفها في ظل البيئة المصرفية المحيطة لتقديم الخدمات المصرفية التي تحقق الأهداف، وعليه فالأداء المصرفي يعرف بأنه صورة تعكس نتيجة ومستوى قدرة المصرف على استغلال موارده وقابليته في تحقيق أهدافه وفق المعايير التي تلائمه ومقارنة ما تحقق من الأهداف مع الخطة الموضوعة سابقاً لتشخيص الانحرافات إن وجدت واتخاذ الوسائل الكفيلة بمعالجتها.

1-2- مشكلة البحث:

إن تواجد نظم معلومات في المصرف - موضوع البحث - أمر يصاحبه بالنسبة للمؤسسة المصرفية لزوم توافر بنية تحتية عتادية وبرمجية، لا تقتصر على التجهيزات بل تحتاج لكادر بشري متخصص، وبالتالي تقديم خدمات عالية الجودة ولا بد من تقييم الأداء عن كل فترة زمنية من خلال مجموعة من المعايير وهنا لا بد من الاستعانة بنظم المعلومات المصرفية للحصول على مخرجات كل نظام فرعي والتي ستدخل في معايير تقييم الأداء وبالتالي في حال وجود نقص في نظم المعلومات المصرفية أو خلل أو الافتقار إلى التحديث المستمر فهذا يؤدي إلى تعذر عملية تقييم الأداء المصرفي وعليه يتمحور بحثنا حول التساؤلات التالية:

- ما مدى اعتماد تقييم الأداء المصرفي على مخرجات نظم المعلومات المصرفية؟
- ما هو واقع تطبيق المصرف الدولي للتجارة والتمويل لنظم المعلومات المصرفية؟
- هل يوجد كوادز مؤهلة لاستخدام نظم المعلومات المصرفية؟
- ما مدى استخدام معايير تقييم الأداء في المصرف موضوع الدراسة؟

1-3- أهمية البحث:

تتطلب أهمية البحث بشكل أساسي من كون تطبيق نظم المعلومات المصرفية هي الحل الأمثل للتغلب على العقبات، حيث ان الاستفادة من مخرجات نظم المعلومات المصرفية لتقييم الأداء المصرفي في تصحيح الانحرافات واكتشافها مبكراً والعمل على تصحيحها يساهم في رفع مستوى الأداء المصرفي حيث يعتبر القطاع المصرفي السوري من أكثر القطاعات نشاطاً اقتصادياً واستخداماً لأنظمة المعلومات، بما يجعلنا محاولين للفت انتباه القيادات الإدارية الخاصة بتلك المصارف لهذا البحث، وذلك من أهمية تقييم الأداء المصرفي بشكل عام وضرورة تطوير تطبيق نظم المعلومات المصرفية لرفع مستوى جودة

الأداء المصرفي حيث تعمل المصارف من خلال تفعيل نظم المعلومات على تحقيق الأداء المستهدف في ظل بيئة تتميز بالتنافسية والصراع. وبما أن وجود نظام للمعلومات يساهم في تحسين أداء المصرف، ولكي يتم قياس انعكاس نظم المعلومات على المصرف يجب متابعة أدائه فبعد الاستثمار في نظم المعلومات يتم العمل على التحقق من الوصول إلى الاهداف من خلال عملية تقييم الأداء الدورية والمستمرة أما إذا ظهر العجز عن تحقيق الأداء الأمثل فهذا يشير إلى عدم فعالية نظم المعلومات، فعند استخدام نظم المعلومات بالشكل المطلوب يعمل على رفع الأداء، أما إذا لم يتحسن الأداء قد يكون لسوء استخدام نظم المعلومات دور في ذلك

1-4- أهداف البحث:

يهدف البحث لتحقيق النقاط التالية:

- توضيح دور تطبيق نظم المعلومات المصرفية في عملية تقييم الأداء المصرفي في كافة مجالات عمل المصرف.
- إيضاح أهمية تقييم الأداء المصرفي لمعرفة الانحرافات وتصحيحها.
- تسليط الضوء على أنواع نظم المعلومات المصرفية.
- الإحاطة بأنواع الأداء المصرفي واختلاف الأداء حسب طبيعة عمل كل قسم من أقسام المصرف.
- معرفة الطرق المتبعة في تقييم الأداء المصرفي.
- مدى ارتباط نوعية الأداء المصرفي بنظام المعلومات المصرفي الفرعي المناسب.
- أهمية تطبيق نظم المعلومات المصرفية في المصرف موضوع الدراسة.
- توضيح متطلبات عملية التقييم المصرفي.
- اختبار جاهزية المصرف موضوع الدراسة من حيث نظم المعلومات المصرفية.
- تحليل مدى اعتماد المصرف موضوع الدراسة على مخرجات نظم المعلومات المصرفية في عملية تقييم الأداء المصرفي.

1-5- فرضيات البحث:

يقوم البحث على اختبار الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية:

لا يعتمد تقييم الأداء المصرفي على مخرجات نظم المعلومات المصرفية ويتفرع عنها الفرضيات

الفرعية التالية:

- لا يعتمد تقييم الأداء الخدمي على مخرجات نظام معلومات صنع الخدمة المصرفية.
- لا يعتمد تقييم الأداء المالي على مخرجات نظام المعلومات الائتماني.
- لا يعتمد تقييم الأداء الوظيفي على مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية.
- لا يعتمد تقييم الأداء التسويقي على مخرجات نظام المعلومات التسويقي.
- لا يوجد فروق إحصائية تبعا للمتغيرات الديموغرافية

1-6- مجتمع البحث:

- الحدود الزمانية: الفصل الدراسي S22 للعام الدراسي 2022.
- الحدود المكانية: محافظة دمشق-المصرف الدولي للتجارة والتمويل.
- الحدود البشرية: العاملين في المستوى العالي والمتوسط في المصرف الدولي للتجارة والتمويل.

1-7- منهجية البحث:

سيتم استخدام أسلوب المنهج الوصفي للجانب النظري من الدراسة والمنهج التحليلي للجزء العملي والذي يعتمد على دراسة الظاهرة، ولتحقيق الغرض من هذه الدراسة تم الاعتماد على مصدرين من البيانات:

- البيانات الأولية: من خلال تصميم وتطوير استبانة تتضمن المتغيرات للإجابة على أسئلة البحث حيث سنقوم بإجراء زيارات متابعة إلى المصرف موضوع الدراسة.
- البيانات الثانوية: من خلال جمع المعلومات المتعلقة بالبحث حيث قمنا باختيار مجموعة من المراجع التي لها علاقة بموضوع الدراسة والتي تساعد في تصميم هيكليّة البحث وتتضمن هذه المراجع مجموعة من الدراسات السابقة والكتب الالكترونية العربية والأجنبية ومواقع الإنترنت والرسائل الجامعية.

1-8-متغيرات البحث:

المتغير التابع	المتغير المستقل
تقييم الأداء المصرفي	مخرجات نظم المعلومات المصرفية
تقييم الأداء الخدمي	مخرجات نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية
تقييم الأداء المالي	مخرجات نظام المعلومات الائتماني
تقييم الأداء الوظيفي	مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية
تقييم الأداء التسويقي	مخرجات نظام المعلومات التسويقي

1-9- الدراسات السابقة:

تم الرجوع إلى عدد من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع نظم المعلومات المصرفية وموضوع تقييم الأداء المصرفي

1-9-1- الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: دراسة (سارة يوسف علي كاشف، 2022) بعنوان: دور مؤشرات CAMELS في تقييم الأداء المصرفي-مصر

تم دراسة حالة على البنك الأهلي المصري واستهدف البحث دراسة وتحليل الجهود المحاسبية في مجال الأداء المصرفي ومؤشرات تقييمه، وتقييم قوة واتجاه وجوهية العلاقة الارتباطية بين مؤشرات CAMELS وبين الأداء المصرفي، وتقييم الدلالة الإحصائية لأثر المتغيرات المستقلة مؤشرات CAMELS على المتغير التابع وهو الأداء المصرفي. ولتحقيق هذه الأهداف تم اختبار مجموعة من الفروض التي ترتب عليها مجموعة من النتائج أهمها توجد علاقة ارتباط جوهرية بين مؤشرات CAMELS وبين الأداء المصرفي، بالإضافة إلى وجود تأثير جوهري لمؤشرات CAMELS على الأداء .

واقترح الباحث في ضوء هذه النتائج مجموعة من التوصيات أهمها تطبيق تقييم الأداء المصرفي بشكل ضروري ودوري على كافة البنوك المصرية الأمر الذي يعني تفعيل دور الرقابة الداخلية

لاكتشاف نقاط القوة والضعف وكيفية تصحيح الأخطاء للعمل على التخلص من نقاط الضعف وتعزيز نقاط القوة الاستمرار في متابعة التطورات التي تتعلق بالتحليل المالي للبنوك.

الدراسة الثانية: دراسة (دريد حنان . غريب الطاوس . معمري علي ، 2021) بعنوان: تقييم الأداء المصرفي في المصارف الإسلامية باستخدام مؤشر كفاءة التسويق المصرفي دراسة حالة مصرف السلام الجزائر-الجزائر

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم الأداء المصرفي للبنوك الإسلامية باستخدام مؤشر كفاءة التسويق المصرفي الإسلامي في مصرف السلام الجزائر .وتوصلت الدراسة إلى أن مؤشر كفاءة التسويق المصرفي يعكس الأداء الجيد لإدارة التسويق في مصرف السلام الجزائر، وقدرته على جذب العملاء الجدد وإرضائهم، إلا أنه يبقى غير كاف في ظل دخول البنوك العمومية كمنافس في مجال الصيرفة الإسلامية. لذا أوصت الدراسة بالتركيز أكثر على الترويج للخدمات المصرفية المقدمة.

الدراسة الثالثة: دراسة (مجد عمران، 2021) بعنوان: تقييم أداء المصرف الصناعي خلال الفترة من 2013-2018. سوريا

هدفت الدراسة إلى تحليل وتقييم أداء المصرف الصناعي للوقوف على نقاط الضعف والقوة من خلال الاسترشاد بمعايير رئيسية تساعد على معرفة أوضاع المصرف وما هي الصعوبات التي واجهتها وصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالديون المتعثرة لان إهمالها يؤدي إلى ضعف المركز المالي.

الدراسة الرابعة: دراسة (كلثوم، 2021) بعنوان: تقييم مؤشرات الأداء المالي في مصرف السلام الجزائري خلال الفترة (2020-2015). -الجزائر

تناولت أهم مؤشرات تقييم أداء البنوك الإسلامية حيث تضمنت إطار نظري حول ماهية المصارف الإسلامية وخصائصها وكذا عموميات حول تقييم الأداء في البنوك مع الاخذ بعين الاعتبار الطبيعة المميزة للبنوك الإسلامية وأهم المؤشرات التي تعتمد عليها المصارف الإسلامية، وتم تطبيقه على مصرف السلام باعتباره احد البنوك الإسلامية الناشطة في الاقتصاد الجزائري خلال فترة ممتدة ما بين 2015 إلى 2020، وخلصت الدراسة الى أن البنك يتمتع بملاءة جيدة تمكنه من مواجهة المخاطر التي تواجهه ويحقق أرباح جيدة تضمن له الاستمرارية، الا أن الأداء غير مرضي فيها يتعلق بالسيولة مما يتوجب عليه اتخاذ إجراءات فورية لتقوية مركز السيولة في البنك لمواجهة الالتزامات الفورية

الدراسة الخامسة: دراسة (سعيد إسبر ، عفراء على 2018): دور نظم المعلومات المحاسبية في تحسين جودة القرارات الإدارية (دراسة ميدانية على المصارف العاملة في الساحل السوري) -سوريا

وصلت الدراسة الى ضرورة تعزيز الإمكانيات المادية والبرمجية والبشرية والتنظيمية للحصول على دعم ومساندة الإدارة العليا من أجل الحصول على نظام معلومات محاسبي فعال حيث تم توزيع 100 نسخة من الاستبانة على المصارف الخاصة في الساحل السوري ليتم تفرغ 77 نسخة صالحة للتحليل الإحصائي.

الدراسة السادسة: دراسة (دلوم وبحري، 2017): دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية: دراسة تطبيقية بوكالة القرض الشعبي الجزائري المسيلة -الجزائر

هدفت الدراسة إلى بيان العلاقة بين نظم المعلومات المصرفية وجودة الخدمة المصرفية وتحديد النماذج السائدة لقياس جودة الخدمة المصرفية خلصت الدراسة إلى وجود دور قوي لنظام المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية

الدراسة السابعة: دراسة (يونس يوسف عواد، 2016): أثر تطبيق نظم المعلومات على جودة أداء الخدمة المصرفية (دراسة ميدانية على المصارف الخاصة السورية) -سوريا

وصلت هذه الدراسة إلى أنّ نظم المعلومات يمكن أن تلعب دوراً كبيراً في المصارف الخاصة السورية عبر تحسين مستوى جودة الأداء مما يؤدي لتحسين الأداء التسويقي، وقد تم الاعتماد على مصادر ثانوية للبحث متجسدة بكتب ومؤلفات ومجلات علمية ورسائل ماجستير.....، بالإضافة لمصادر أولية تتجسد باستبانة كأداة لقياس متغيرات البحث بحجم عينة تساوي 80 موظف.

الدراسة الثامنة: دراسة (قاسم، العلي، 2012): أثر تقانة المعلومات في تطوير نظم عمليات المصارف العامة في سورية -سوريا

هدف البحث لمعرفة دور تقانة المعلومات في تطوير العمل في المصارف الحكومية في سورية، وكان ذلك من خلال اختبار العلاقة بين استخدام تقانة المعلومات وفعالية نظم العمليات في المصارف العامة، ولهذا الغرض تم تصميم استبانة وزعت على 33 موظف في المصارف الحكومية السورية، وذلك حيث صلحت للتحديد 33 استبانة، وقد تبين أن تقانة المعلومات لها دور هام في زيادة الأداء المصرفي وتحسينه.

1-9-2- الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى: دراسة (khan، 2022) بعنوان: PERFORMANCE APPRAISAL IN INDIAN BANKING SYSTEM

بين البحث بأن تقييم الأداء هو عملية متعددة الخطوات لمواءمة سلوك عمل الموظفين مع استراتيجية وأهداف المنظمة. من التقرير الإحصائي لـ Reserve Bank of India، تبين أنه لا تزال هناك حاجة لتطوير نظام تقييم الأداء المعمول به في القطاع المصرفي وأن الأداء في معظم البنوك يرتبط بالمكافآت وبالتالي تتأثر كفاءة وربحية هذه البنوك بحسب الأداء المصرفي، ووصت الدراسة بأنه يجب على المصارف الاستفادة بشكل فعال من تقييم الأداء لتحديد احتياجات التدريب وأيضاً كأساس للترقية.

الدراسة الثانية: دراسة (Khaled and kot-2021) بعنوان: The Impact of Accounting Information Systems on Performance Management in the Banking Sector

بحثت هذه الدراسة في تأثير نظم المعلومات المحاسبية (AIS) على الأداء في القطاع المصرفي في تايلاند. الدراسة استلزمتهما الحاجة إلى فهم الأداء المالي للبنوك في تايلاند في تطبيق تقنيات الإدارة، وتطوير الأعمال. استخدم البحث أخذ العينات الهادف لتحليل المحتوى للقوائم المالية الستة الكبرى للبنوك التجارية في تايلاند. تتألف الدراسة من أربع متغيرات مستقلة التي تمثل AIS: إجمالي الأصول، الأصول التشغيلية، إجمالي المطلوبات والأرباح بعد الضريبة؛ ومتغير واحد تابع للعائد على حقوق الملكية. وتم تطبيق الانحدار للإجابة على فرضيات الدراسة. أشارت نتائج الدراسة أن إجمالي الأصول والأصول التشغيلية والأرباح بعد الضريبة لها تأثير إيجابي وهام على العائد على حقوق الملكية. وجدت الدراسة أن AIS له أهمية وتأثير إيجابي على إدارة الأداء، وأوصت الدراسة بضرورة اعتبار AIS جانباً مهماً في إدارة الأداء وعملاً تجارياً إذا كان النمو طويل الأجل هو هدف المنظمة.

الدراسة الثالثة: دراسة (Archana V. Gaur، 2021) بعنوان:

"CO-OPERATIVE BANK EMPLOYEES PERFORMANCE APPRAISAL OF SOLAPUR DISTRICT

يلعب تقييم الأداء دورًا مهمًا جدًا في نمو المنظمة وتطويرها - وكذلك للموظفين. هناك العديد من الأدوات التي يتم من خلالها تقييم الموظف. الغرض من هذه الدراسة هو فهم النهج المعتمد لتقييم أداء الموظف تم دراسة تقييم البنك التعاوني وفاعليته. وتم إعداد استبيان لموظفي البنك التعاوني والتوصل الى ضرورة الاستفادة من أدوات التقييم في عملية التطوير والتحديث

الدراسة الرابعة دراسة (Bright and Asare, 2019) :

"Impact of MIS on University of Education Winneba, Kumasi Campus in Ghana"

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير نظام المعلومات الإدارية (MIS)، في جامعة وينيبا التعليمية، حرم كوماسي على وجه التحديد قام الباحث بتقييم مدى كفاية نظم المعلومات الإدارية المتاحة واستخدامها من قبل الطلاب والمحاضرين وكبار الموظفين الإداريين في جامعة وينيبا للتعليم، لدعم الأعمال الإدارية والتدريس والتعلم وقد أبرزت المراجعة الشاملة للأدبيات الأثر الإيجابي لنظام المعلومات الإدارية على إدارة المدرسة وإدارتها، بما في ذلك إمكانية الوصول بشكل أفضل إلى المعلومات، والإدارة الأكثر كفاءة، وزيادة استخدام موارد المدرسة، وتقليل عبء العمل، وإدارة الوقت بشكل أفضل، وتحسين جودة التقارير لتحقيق التدريس وأهداف التعلم، تم اختيار 100 مستجيب بشكل مقصود للدراسة وتم استخدام الجداول والنسبة المئوية لوصف البيانات التي تم الحصول عليها، وقد تم التوصل إلى نتيجة مفادها أن أنظمة المعلومات ليست كافية إلى حد ما في الجامعة، كما توصي الدراسة بربط فعال لجميع أنظمة المعلومات لتعزيز استخدامها لصالح جميع أصحاب المصلحة.

الدراسة الخامسة: (Vashistha, 2018) Journal of Business and Management

Role of Performance Appraisal in Motivation of Bank Employees

يعتبر تقييم الأداء أداة مهمة للإدارة الفعالة وتحفيز الموظفين في القطاع المصرفي. يعتمد أداء المنظمة على أداء موظفيها. وبالتالي، فإن نجاح أي مؤسسة سيعتمد على قدرتها على قياس أداء قدرتها

بدقة على قياس أداء موظفيها بدقة واستخدامها لتحسينها كمورد حيوي. تم اختيار عينة من 150 موظفًا من مختلف بنوك القطاعين العام والخاص من خلال أخذ العينات الملائمة. تم تطوير استبيان وإدارته على العينة من أجل قياس متغيرات تقييم الأداء والتحفيز. تشير نتائج الدراسة إلى أن هناك علاقة إيجابية وذات دلالة إحصائية بين تقييم الأداء والتحفيز.

1-9-3- التعقيب على الدراسات السابقة:

تشابهت الدراسات السابقة في الحديث حول مدى تأثير نظم المعلومات على جودة الخدمات المقدمة وجودة تحسين القرارات الإدارية ومدى تأثير ثقافة المعلومات على فعالية نظم المعلومات وتناولت مجموعة من المؤشرات لتقييم الأداء المصرفي وتشابهت أيضًا في الاعتماد على دراسة نوع واحد من تقييم الأداء في المصارف وأغفلت الدراسات السابقة الدور الأساسي الذي من الممكن أن تلعبه مخرجات نظم المعلومات المصرفية لتكون رديفًا أساسيًا في عملية تقييم الأداء المصرفي. واختلفت الدراسات السابقة في نوعية الأداء المدروس ومؤشراته المطلوبة

1-9-4- الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

الدراسات السابقة وجهت اهتمامها لنظم المعلومات بشكل مستقل فركزت على البنية التقنية ومدى توفر متطلبات هذه النظم لم تأخذ الدراسات السابقة بعين الاعتبار تقييم الأداء المصرفي بكافة أشكاله في ظل وجود نظم معلومات متكامل ومنسجم مع طبيعة عمل كل قسم والذي هو موضوع الدراسة الحالية ولم تربط مخرجات نظم المعلومات المصرفية مع أدوات التقييم.

الفصل الثاني (الدراسة النظرية)

1-2 - نظم المعلومات المصرفية

1-1-2 مفهوم نظم المعلومات المصرفية:

1-1-1-2 مفهوم النظام:

هو مجموعة من العناصر والأشياء والأفكار التي يتم توظيفها لتحقيق هدف معين وتشتمل هذه المكونات على مجموعة من الإمكانيات المادية والمنطقية التي تتفاعل مع بعضها ومع البيئة المحيطة لتحقيق أهداف مشتركة. (دلالة 2021)

وأيضا يعرف بأنه مجموعة من المكونات التي تتربط مع بعضها البعض ومع البيئة الداخلية والخارجية لأي منشأة تتحكم بها مجموعة من الإجراءات لتحقيق هدف معين. (حماد، 2019)

- مفهوم نظام المعلومات (دلالة، 2021)

مجموعة من الموارد البشرية وقواعد البيانات والتجهيزات الحاسوبية التي تتضافر من أجل جمع البيانات وتخزينها ومعالجتها واسترجاعها من خلال مجموعة من الإجراءات بهدف الوصول إلى المعلومات المطلوبة في التوقيت المناسب.

- مكونات نظم المعلومات: (بوط، 2013)

- المدخلات: وهي البيانات الخام التي يتم إدخالها بهدف المعالجة
- المعالجة: مجموعة من الإجراءات التي تكفل تحويل المدخلات إلى مخرجات ونتائج ملموسة
- المخرجات: المعلومات الناتجة عن معالجة البيانات
- التخزين: لابد من الاحتفاظ بنسخة عن كل من البيانات والمعلومات لتكون بمثابة أرشيف يمكن العودة إليه عند الحاجة
- التغذية العكسية: ضرورة ومهمة لمعرفة مدى توافق المخرجات مع الأهداف المرجوة ومدى توافقها مع الأهداف الموضوعية مسبقا

وهنا لابد من التمييز بين البيانات والمعلومات (حيدر، 2020)

البيانات: أعداد وأحرف أبجدية ورموز تستخدم لتمثيل الحقائق والمفاهيم ومن خلالها يتم ترجمة

الوقائع والأحداث

المعلومات: هي نتائج البيانات التي تمت معالجتها وتقدم معرفة معينة للمستخدم بما يلزمه في

عملية اتخاذ القرار.

الجدول رقم (1): يوضح الفرق بين البيانات والمعلومات

المجال	البيانات	المعلومات
المعالجة	أرقام غير تامة المعالجة	أرقام تامة المعالجة بواسطة النظام
الترتيب	غير منظمة في هيكل تنظيمي	منظمة في هيكل تنظيمي
المصدر	مصادر متعددة	محدودة المصادر
الدقة	منخفضة	عالية
الموقع	مدخلات النظام	مخرجات النظام
الحجم	كبيرة جدا	صغيرة نسبيا لحجم البيانات
القرار	لا يمكن اتخاذ القرار بناء عليها	يمكن اتخاذ القرار بناء عليها
القيمة	غير محددة القيمة	محددة القيمة بالضبط
الاستعمال	تستعمل على الصعيد غير الرسمي	تستعمل على الصعيد غير الرسمي والرسمي

(المصدر: (زكية، سعيدة، 2016))

2-1-1-2- نظام المعلومات المصرفي:

مجموعة من الإمكانيات المتوفرة لدى المصرف سواء أكانت برمجيات كفاءات بشرية أو تجهيزات مادية تعمل بشكل متكامل مع بعضها البعض من أجل جمع البيانات ومعالجتها وتجميع وتخزين واسترجاع المعلومات بما يخدم عملية اتخاذ القرار في المصرف

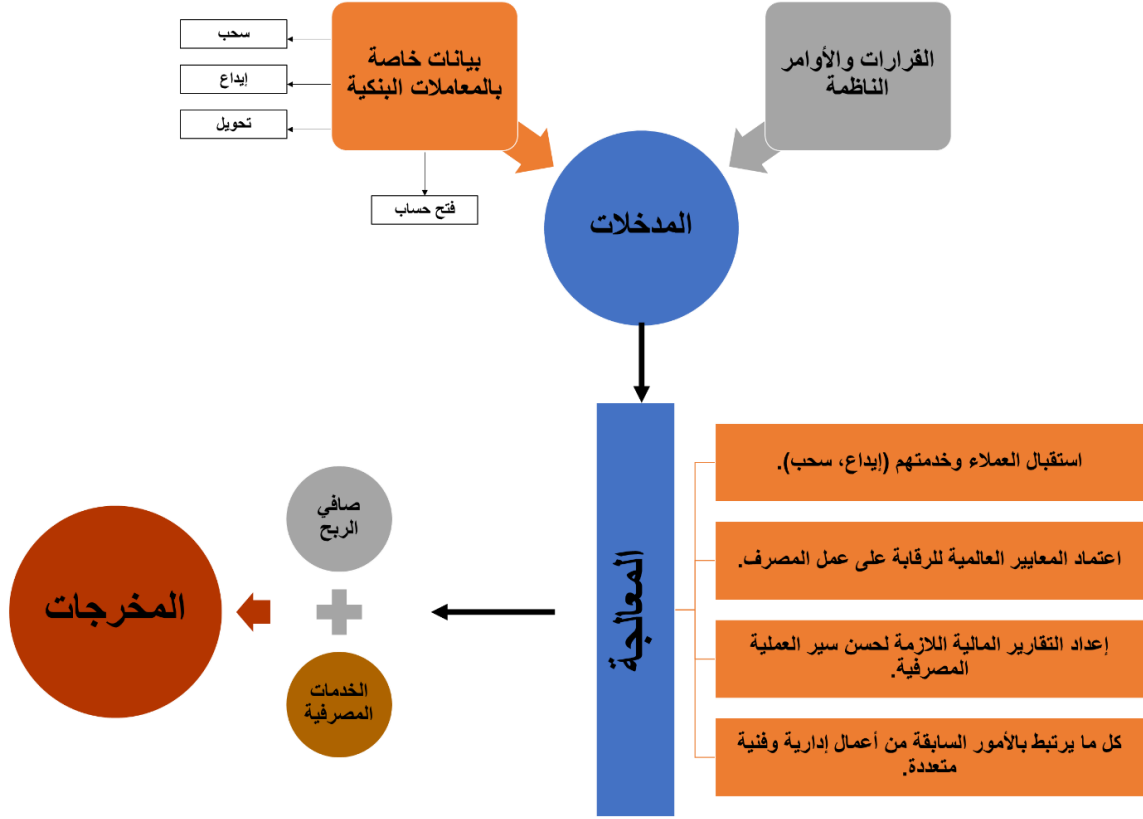
ويمكن تعريف النظام المصرفي أيضا أنه هو مجموعة من الموارد البشرية وقواعد البيانات والتجهيزات الحاسوبية والبرمجيات الحديثة بحيث يمكن من خلال مجموعة من الإجراءات المتمثلة في تجميع البيانات ومعالجتها الوصول إلى المعلومات وتخزين لتكون قابلة للرجوع إليها في أي وقت وهو أحد نظم المعلومات الفرعية في المصرف

وبتلخص نظام المعلومات المصرفي بأنه أحد الأنظمة الفرعية في المصرف التي تستخدم تكنولوجيا

المعلومات كوسيلة لتجميع ومعالجة ونقل المعلومات إلى المستخدم النهائي (عواد، 2016)

2-1-1-2-1- مكونات نظام المعلومات المصرفي:

الشكل رقم (1): مكونات نظام المعلومات المصرفي



- المدخلات: (مراد، 2015)

وتتمثل في العاملون في المستويات الوظيفية التكتيكية والاستراتيجية والتشغيلية ومحلو النظم ومطورو البرامج -الأجهزة الحاسوبية -الشبكات بنوعها ضيقة النطاق وواسعة النطاق-الطابعات-الشاشات-الماسحات الضوئية -الأقراص المرنة والممغنطة- برامج خدمة الزبائن - البيانات الخاصة بالعاملين-البيانات الائتمانية -البيانات التسويقية-العمليات المصرفية -إجراءات تصحيح الأخطاء- وسائل الاتصالات-الكابلات الضوئية-برمجيات تستخدم تقنيات ذكاء الاعمال -برامج الرواتب والأجور -أسعار الفائدة -أسعار الصرف

- المعالجة: (غسان ساكت، نظم المعلومات المصرفية)

التي من خلالها يمكن تحويل البيانات الى معلومات وهي نوعين معالجة أساسية ومعالجة متقدمة تتم من خلال استقبال العملاء وخدمتهم (إيداع، سحب) واعتماد المعايير العالمية للرقابة على عمل

المصرف وإعداد التقارير المالية اللازمة لحسن سير العملية المصرفية وكل ما يرتبط بالأمور السابقة من أعمال إدارية وفنية متعددة

- المخرجات: (عرب 2007)

هي نتائج عملية التجهيز وناتج عمل النظام معلومات عن تطور الخدمات المصرفية -تطلعات الزبائن الحالية والمستقبلية -معلومات عن المركز المالية -وضع الأسهم في سوق الأوراق المالية-نسب الديون المعدومة-نسب الديون المشكوك فيها - معلومات عن الوضع التدريبي للعاملين في المصرف- الحصة السوقية -نسب السيولة ونسب الربحية وهي تنقسم إلى:

- مخرجات ارتدادية: وهي المخرجات التي ترجع إلى النظام مرة أخرى ليعاد استخدامها كمدخلات

- مخرجات نهائية: وهي التي ينتجها النظام وتؤثر في بيئته

- التغذية العكسية: (بوط، 2013)

نوع من أنواع الرقابة لمعرفة مدى تحقيق نتائج نظام المعلومات للأهداف المعدة مسبقا في كل قسم فهي التي تربط بين مدخلات ومخرجات النظام

2-1-1-2- مراحل إنشاء نظام المعلومات المصرفي:

- اختيار وشراء الأجهزة (حماد، 2019)

يتم ذلك من خلال التعاقد مع الجهات المسؤولة عن بيع الأجهزة التي تم اختيارها في مرحلة التصميم وفق شروط معينة نذكر منها ملاءمة هذه الأجهزة لطبيعة عمل المصرف وسرعة تشغيل البرامج والتسهيلات المقدمة من صيانة دورية ووقائية

- اختيار البرامج (عربي، تطبيقات حاسوبية، 2017)

يتم تثبيت مجموعة من البرامج التخصصية لعمل المصرف وتختلف طبيعة هذه البرامج حسب طبيعة عمل كل قسم من أقسام المصرف وتكون مترافقة مع وجود دليل لمشغل النظم ودليل لمستخدم النظم

- اختيار وتدريب الافراد: (عربي، تطبيقات حاسوبية، 2017)

في هذه المرحلة يتم تدريب مجموعة من الافراد تختارهم الإدارة العليا للتعامل مع نظم المعلومات المصرفية أو تعديل أو تطوير النظام الحالي

- اختبار النظام: (عربي، تطبيقات حاسوبية، 2017)

يوضع النظام تحت التشغيل بأكمله حتى يصبح مقبولا ضمن فترة تجريبية وضمان جودة التدريب عليه من قبل المستخدمين

2-1-2- خصائص نظم المعلومات المصرفية:

- وجود معلومات موضوعية ومتجردة من أي تدخل شخصي (دلالة، 2021)
- الموثوقية في عرض المعلومات بحيث تكون متاحة للعملاء بشكل سهل وآمن وبدقة (وقاف، 2013)
- توفر المعلومات في الوقت المناسب للمسؤولين عن عملية اتخاذ القرار حيث ان وصول المعلومة بوقت متأخر يفقدها من جودتها وفعاليتها (وقاف، 2013)
- القابلية للمقارنة مع السنوات السابقة
- أن تكون المعلومات متاحة لكافة فئات العاملين ولكافة العملاء بمختلف شرائحهم (حسن، 2018)
- قدرة النظام على التكيف مع المتغيرات المستجدة مع المحافظة على الدقة (حسن، 2018)
- فعالية التغذية العكسية لمعرفة مدى توافق المعلومات مع الأهداف المحددة مسبقا وتكون التغذية العكسية نقطة بداية لتصحيح الانحرافات واكتشافها في وقت مبكر
- وضوح عمليات الاتصال الفعال لتبادل البيانات والمعلومات (دلالة، 2021)
- حداثة المعلومات في النظام وخلوها من حالات عدم التأكد (وسوف، 2020)
- القدرة على الاستفادة من نظام المعلومات لأغراض التحليل المالي وتحديد الديون المشكوك فيها
- الإيجاز وهو عبارة عن تقييم معلومات محددة وذات قيمة (وقاف، 2013)
- القدرة على اكتشاف الأخطاء وتصحيحها من خلال تقديم تقارير تعطي صورة كاملة عن المشكلة وتقديم حلول بديلة لمتخذي القرار في المصرف (وسوف، 2020)
- ضرورة توافق المعلومات مع الهدف المطلوب فمثلا طلب كشف حساب العميل يتضمن معلومات تفصيلية عن جميع الحركات والعمليات التي قام بها العميل أما طلب رصيد حساب فنكتفي بالوصول الى الرصيد الحالي للحساب حتى لحظة طلب الرصيد (حسن، 2018)

- الصدق والواقعية: على سبيل المثال كشف حساب العميل يجب ان يتضمن نفس المعلومات سواء تم هذا الطلب من خلال قنوات الخدمات المصرفية التقليدية عن طريق فروع المصرف او عن طريق الخدمات المصرفية الالكترونية (دلالة، 2021)
- عرض المعلومات في النظام بطريقة مرتبة ومنسقة ووفق معايير موضوعة مسبقا (وقاف، 2013)
- القدرة على اتلاف البيانات عندما تصبح متقادمة وتشكل عبء في التخزين
- توفر سجلات منفصلة متصلة مع بعضها البعض من خلال بيانات مشتركة تتيح مجموعة من وسائل الرقابة والضبط (حسن، 2018)
- سهولة الصيانة ورفد نظام المعلومات بالبرامج والتطبيقات السهلة المرنة وقابلة للتصحيح وتعديل الأخطاء (وسوف، 2020)
- تعدد مصادر توفر المعلومات نذكر من المصادر الداخلية:(وقاف، 2013)
 - مصادر التمويل
 - الودائع المصرفية
 - القروض
 - أماكن تواجد الصرافات الآلية
 - اللوائح التنظيمية
 - بطاقات الوصف الوظيفي
 - الرواتب والأجور
 - الخطط المستقبلية
 - قيمة الديون
 - تعليمات العمل
 - السياسات والاجراءات
- أما المصادر الخارجية:(وقاف، 2013)
 - أسعار الصرف
 - أسعار الفائدة
 - القوانين والتشريعات

2-1-3- محددات فاعلية نظم المعلومات المصرفية:

تعريف فاعلية نظم المعلومات:

قدرة النظام على الموارد في البيئة الداخلية والبيئة الخارجية ضمن الموارد والامكانيات المتاحة والمتوفرة ويحدد هذه الفاعلية مجموعة من العوامل نذكر منها

- حالة الاقتصاد سواء أكان يعاني من تضخم أو كساد لان حالة الاقتصاد تحدد أسعار الفائدة
- التشريعات واللوائح القانونية ومدى مرونتها وتجاوبها مع طبيعة العمل المصرفي
- الموارد البشرية والمادية والبرمجية (عجمي، حجازي 218)
- نوعية الهياكل التنظيمية حيث اثبتت الدراسات ان الهيكل التنظيمي المتعدد المستويات يفقد إلى الاتصال المرن بين المستويات الوظيفية وهذا يؤثر على مرونة وفعالية نظام المعلومات المصرفي وينعكس هذا على انسيابية تدفق المعلومات وضرورة الاتجاه نحو الهيكل المصفوف لأنه يتيح إمكانية العمل الجماعي وتوفير قنوات اتصال سريعة
- الثقافة التنظيمية ومدى توافر العوامل الإيجابية المشجعة لروح الفريق الواحد بما يساعد على تبادل الأفكار والحلول
- توفر تكنولوجيا معلومات متطورة من شبكة معلومات وبرمجيات متطورة ومصفاة معلومات
- ببحث يتم ربط هذه المعلومات بالقواعد الارشادية لسلوك النظام المصرفي
- توفر مهارات بشرية مدربة (عجمي، حجازي 2018)
- وجود دعم من الإدارة العليا لإنشاء نظام المعلومات المصرفي وتحديثه وتطويره بما يتناسب مع المتغيرات
- التحديات الاستراتيجية وهي مدى قدرة النظام على تلبية الاحتياجات الحالية والمستقبلية والمتوقعة نظرا لتسارع التغيرات وهذا يتطلب إعادة تصميم النظام لمواكبة التكنولوجيا (عجمي، حجازي 2018)
- تكلفة الوصول إلى المعلومات يجب أن تكون أقل من العائد المتوقع والا تكون بلا جدوى(عواد 2016)
- وجود تعارض بين التوقيت المناسب للمعلومة والقدرة التنبؤية
- مواصلة مراقبة مدخلات النظام (عجمي، حجازي 2018)
- الارتباط بين نظم المعلومات المصرفية الفرعية (عواد 2016)

- مدى وجود تعقيدات وعلاقات متشابكة وتكنولوجيا صعبة الفهم والاستخدام (شويحة، 2016)
- احتفاظ بعض الموظفين في المصرف بأسرار المصرف ومفاتيح الحل وعدم التعاون مع زملائهم لتبادل الخبرات والمعارف
- مدى وجود تحيز في منح المكافآت وإعطاء فرص التدريب الخارجي لبعض الموظفين حصراً دون غيرهم
- مدى اشتراك الإدارات المختلفة للمصرف في عملية اعداد وتصميم النظام

2-1-4- طرق معالجة البيانات:

2-1-4-1 المعالجة الأساسية: لا تتعامل مع البيانات الضخمة تكون من خلال الخطوات التالية:

- جمع البيانات: من المصادر المختلفة الداخلية والخارجية
- تصنيف البيانات: تتعدد أنواع التصنيف على سبيل المثال التصنيف المعياري يكون قائماً على بيانات تتعلق بالعمر والجنس والحالة الاجتماعية أما التصنيف الهرمي فيكون تبويب البيانات تبعا لمجموعات رئيسية -فرعية -ثانوية
- الترميز: إعطاء البيانات رموز معينة مختصرة
- التلخيص والمعالجة: دمج عناصر البيانات بحيث يكون لها أثراً مهماً يتناسب مع احتياجات المستخدمين
- التخزين والاسترجاع: جاهزية المعلومات لحين الطلب مع تفادي الأخطاء والتكرار (عرب، 2007)

2-1-4-2 المعالجة من خلال تقنيات ذكاء الاعمال او ما يسمى بالمعالجة المتقدمة: وتكون

ضرورية في حال وجود البيانات الضخمة والمفرزة والموزعة عشوائياً ضمن مواقع مختلفة:

2-1-4-1-2 تقانة المعالجة الفورية التحليلية: Online real-time analytical processing

هي ضرورة تنظيمية وتكنولوجيا حديثة تتيح انجاز الحسابات التحليلية المعقدة وتساعد على معالجة البيانات لإخراج تقارير تفيد في عملية التنبؤ وضرورة لدعم اتخاذ القرارات فهي قائمة على التحليلات للبيانات ضمن عدة أبعاد حيث تعتبر هذه الأبعاد من العوامل المتغيرة في العمل المصرفي والتي تترجم من خلال أعمدة واسطر في سجلات التقارير وتتم من خلال عدة خطوات وهي (البري، 2019):

-ادخال البيانات على ملف اكسل وتصنيفها مع مراعاة عدم تكرار البيانات وتجنب الخطأ اثناء

عملية الادخال

- حفظ البيانات في ملف اكسل

- استعراض البيانات ضمن نموذج olapمخصص لهذه

- الغاية حيث يتم تلخيص البيانات وفق ابعاد محددة

- القدرة على الاستعلام عن البيانات والنتائج هي معلومات ممثلة في شكل تقارير او مؤشرات

2-2-4-1-2-برنامج bower bi(اشرفاني، 2020)

يعد هذا البرنامج جوهر تقنيات ذكاء الاعمال وهو من انتاج شركة مايكروسوفت يقوم بمعالجة

البيانات الضخمة الموزعة عشوائيا وهو متوفر من خلال عدة أدوات:

- يمكن تحميله على الهاتف الذكي وهذا يتيح إمكانية الوصول الى البيانات في أي وقت ويدعم

التقارير التي تحتوي على الاحصائيات المهمة

- يمكن تحميله على الحاسب الشخصي وهو غير معقد وسهل الاستخدام يخدم عمليات التحليل

آلية العمل:

- يتم تحميل البرنامج والتحميل متوفر بشكل مجاني فقط يحتاج الى بريد الكتروني

- وجود جداول اكسل او نظام قواعد البيانات للوصول الى البيانات

- عرض التقارير بشكل فوري

- توفر التعليمات في البرنامج بحيث تتوفر إجابات جاهزة عن الأسئلة

2-1-5 أنواع نظم المعلومات المصرفية:

تقسم نظم المعلومات المصرفية الوظيفية بناء على التخصصات الموجودة في المصرف ولكل نظام

مدخلات يتم معالجتها لنحصل على مخرجات ثم تأتي التغذية العكسية لتقييم المخرجات ومدى توافقها مع

نظم المعلومات المطبق:

2-1-5-1-نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية (ذيب، 2012)

يعرف نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية، على أنه: " ذلك النظام الذي يختص بجمع

المعلومات المتعلقة بالمصرف من حيث الأنشطة الخدمية والإنتاجية المتنوعة، والعلاقات بينه وبين البيئة

الخارجية، ومعالجتها ونقل المعلومات إلى مراكز صنع القرار وفق الاحتياجات والتوقيت المطلوب

مكونات نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية:

1- مدخلات البيئة الداخلية وتتألف من:

- الطاقة الإنتاجية لإنجاز الخدمات: إن نظام معلومات صناعة الخدمة بحاجة لمعرفة بيانات طاقة الإنتاج حتى يتمكن المصرف من تلبية الطالبات الحالية والمستقبلية على الخدمات التي يقدمها.
- نظام بحوث صناعة الخدمة المصرفية: هذا النظام مسؤول عن اجراء مجموعة من الدراسات عن عملاء المصرف بشكل خاص حتى نتمكن من معرفة العيوب التي تعاني منها أي خدمة من خدمات المصرف والعمل على تصحيحها فرأي العميل هو العمود الفقري الذي يستند عليه المصرف لمعرفة وضع جودة الخدمات التي يقدمها.
- السجلات الداخلية: توثيق الحركات اليومية التي يقوم بها المصرف لمعرفة رقم أعمال المصرف إذا كان في تراجع او تقدم وتسجل فيها كافة البيانات عن أعمال البنك اليومية
- القوى البشرية: القائمة والمكلفة بتقديم الخدمات المصرفية من خلال هذا النظام ممكن الحصول على قاعدة بيانات لمعرفة الدورات التدريبية التي خضع لها موظفو المصرف حتى تتوفر لديهم القدرة لتقديم الخدمة المصرفية ضمن الوقت المناسب

2- مدخلات البيئة الخارجية وتتألف من:

- مخاطر صناعة الخدمة المصرفية: حتى يتمكن المصرف من تعزيز قدرته التنافسية لا بد تطوير الخدمات التي يقدمها من خلال الحصول على تقانة المعلومات التي تسهل من عملية تقديم الخدمة
- التشريعات والقوانين والعوامل الاقتصادية: حيث تعتبر من العوامل الخارجية التي لا يستطيع المصرف ان يغيرها والمطلوب فقط ان يكون على دراية باخر التطورات التشريعية والاقتصادية حتى يتمكن من إيجاد طريقة للتكيف معها

3- معالجة بيانات الخدمة المصرفية: بما أن عمل المصرف قائم على العديد من العمليات المصرفية

مثل الإيداع السحب وفتح اعتمادات مستندية وتحويل بين الحسابات لذلك لا بد من توثيق هذه العمليات وهنا يأتي دور نظام معالجة البيانات حيث يقوم بإدخال البيانات المسجلة ضمن السجلات الى ملفات خاصة بالمصرف فالملفات هي المكان الذي يتم فيه تحليل وفرز البيانات لكي يتم فهمها من قبل الموظفين النهائيين في القسم المختص

4- مخرجات نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية:

- معلومات عن أدلة تشغيل الخدمات المقدمة
- معلومات عن شكاوى العملاء
- معلومات عن حجم الخدمات المقدمة يوميا
- تقارير عن معدل الأخطاء اثناء تقديم الخدمة
- معلومات عن جاهزية الصرافات الآلية

2-5-1-2- نظام معلومات التسويق المصرفي: نظام يقوم بإنتاج معلومات تسويقية متعلقة ببحوث

التسويق -سلوك العملاء- بحوث الترويج والإعلان وتحليل المنافسة في السوق " (محمد، 2021)

1-مدخلات البيئة الداخلية لنظام معلومات التسويق المصرفي:

- **التنبؤ بالطلب:** يقوم قسم الدراسات في المصرف بإجراء دراسة معمقة على وضع السوق المصرفي العملاء الحاليين والمستقبليين من أجل وضع تقديرات للطلب المتوقع على خدمات المصرف وهذا يساعد المصرف على اجراء عروض تشجيعية لخدمة دون أخرى بما يتوافق مع دراسة حالة السوق والمستهلكين وهذا يعزز قدرة المصرف التنافسية.
- **بحوث التسويق المصرفي:** قيام المصرف بمجموعة من الدراسات لمعرفة أسباب المشكلات التسويقية وبالتالي تكون نتائج تحليل هذه الدراسات بمثابة قاعدة بيانات تفيد صناع القرار الاستراتيجي

-**استخبارات التسويق:** من الضروري معرفة الخطة التسويقية للمصارف المنافسة لتقديم خدمات

أكثر تميزا وجذب عملاء جدد

2-نظام معالجة البيانات: كل ما يتعلق بمعالجة سياسات الترويج والاعلان

3-مخرجات نظام معلومات التسويق المصرفي:

- معلومات عن سياسات جذب الزبائن
- معلومات عن المصارف المنافسة
- معلومات عن الخطة الترويجية والتسويقية
- معلومات عن المحتوى التسويقي
- معلومات عن عدد المشتركين في الموقع الالكتروني
- معلومات عن مدة استخدام العملاء للموقع الالكتروني

2-1-5-3- نظام معلومات الائتمان المصرفي: (ذيب، 2012)

مهمته توفير معلومات هامة عن طالب الاقتراض المصرفي ويقدم تقارير ائتمانية عن عملاء المصرف وأيضاً عن عملاء مؤسسات الإقراض الشخصي

مراحل نظام المعلومات الائتماني:

- مرحلة تجميع بيانات العملاء:

- استمارات خاصة ببيانات العملاء الافراد
- استمارات خاصة ببيانات العملاء الشركات
- استمارات خاصة بالجمعيات والمنظمات
- استمارات الأطراف المترابطة

- مرحلة ربط العملاء ذات العلاقة

- تحديد المجموعة الائتمانية الواحدة
- تحديد الموقف المالي والائتماني لكل شخص طبيعي او اعتباري

- مرحلة تجميع البيانات المالية

- الحصول على برامج تقنية للقيام بهذه المهمة
- تصميم بنية تحتية لضمان سرية البيانات

- مرحلة اعداد التقارير

- اعداد وتطوير التقارير الائتمانية
- ربط التقارير الائتمانية بنظام البحث عن العملاء

- مخرجات نظام المعلومات الائتمانية:

- معلومات عن اجمالي القروض
- معلومات عن القروض المتعثرة
- معلومات عن معدلات نمو رأس المال
- معلومات عن مخاطر الأوراق المالية
- معلومات عن الموجودات السائلة(السيولة)
- معلومات عن الربحية

2-1-5-4-نظام معلومات الموارد البشرية: نظام يقوم بتقديم معلومات عن حالة الموارد

البشرية في المصرف:(وقاف، 2013)

1-مدخلات نظام معلومات الموارد البشرية (شويحة، 2016)

- صكوك التعاقد مع الموارد البشرية

-أسماء العاملين

-الاجازات الصحية والإدارية

-بطاقات الوصف الوظيفي

-التشريعات القانونية فيما يخص التأمينات الاجتماعية

-عقود التأمين الصحي

1-مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية (شويحة، 2016)

- الكفاءات البشرية

- الرواتب والأجور والحوافز

- معلومات عن الدورات التدريبية التي خضع لها موظفو المصرف

- معلومات عن العقوبات وأوجه التقصير

2-1-6 أهمية نظم المعلومات المصرفية:

لنظم المعلومات المصرفية أهمية كبيرة للأسباب التالية:

- تساعد في تقييم الأداء المصرفي(بوط، 2013)
- لأنها تساعد في تشخيص المشكلات وتحديد مواطن الخلل
- تربط بين أقسام المصرف وبين فروع
- تساعد في عملية اتخاذ القرارات (البري، 2019)
- تساعد في معرفة الحقائق واكتمال المعرفة
- تحدد المسؤوليات والصلاحيات وتمكن من معرفة المقصرين
- ضمان انسياب العمل من خلال التنسيق بين النظم الفرعية بهدف التخلص من الاختناقات الموجودة
- الربط بين عمليات التخطيط والتنفيذ والرقابة

- انتشار الوسائل التكنولوجية الحديثة
- دخول الاقتصاد الرقمي الى السوق المصرفية وظهور النقود الإلكترونية
- ثورة تكنولوجيا المعلومات وما فرضته من وسائل تقنية متبعة
- منافسة البنوك والكيانات المالية الضخمة (البري، 2019)
- التطور المتسارع في مجال المعلومات والاتصالات

2-2 تقييم الأداء المصرفي:

2-2-1 مفهوم الأداء المصرفي

تعريف الأداء: كيفية استغلال المنشأة للموارد المتاحة بحيث تكون قادرة على تحقيق أهدافها يشير الأداء هو تنفيذ مراحل العمل ب التنفيذ الفعلي لمراحل العمل بدرجة من الابداع والمهارة وبذل مجهود عالي في التنفيذ

ويقصد به أيضا العلاقة بين المدخلات والمخرجات حيث تتمثل المدخلات بمجهود اقسام المنظمة والمخرجات نوعية وقيمة المنتجات والخدمات المقدمة وتتبلور هذه العلاقة خلال فترة زمنية معينة (حيدر، 2020)

وعرف قاموس (Webster,1985) الأداء على انه " قابلية الأداء بكفاية " والأداء هو " تلك النتائج المرغوبة التي تسعى المنظمة لتحقيقها.

ويمكن تعريف الأداء: مجموعة من الخطط الفعلية الكمية والنوعية التي تسعة المنظمة لتحقيقها من خلال تحقيق الكفاءة والفاعلية المستمرة والتكيف مع البيئة المحيطة

يمكن تلخيص تعريف الأداء: هو محصلة العمليات التي تقوم بها أي منشأة مهما كانت طبيعة عملها شرط خلو هذه العمليات من الخلل وضمان استمرارية تحقيق هذه العمليات للوصول الى النتيجة النهائية التي تطمح لها أي منظمة اقتصادية

ويقصد بالأداء المصرفي ما يحققه المصرف من أهداف مخططة ومن ثم فان قياس المتحقق ومقارنته مع المخطط هو أولى الخطوات على مستوى الأداء للنشاط الاقتصادي الذي تمارسه منظمات الأعمال ومنها المصارف سواء أكانت هذه المصارف حكومية ام مختلطة او تعود للقطاع الخاص ولذلك لابد من تشخيص هذه الانحرافات ومن ثم اتخاذ الخطوات الكفيلة للنهوض بمستوى الوحدات الاقتصادية وعليه فالمقصود بالأداء المصرفي هو الوسائل اللازمة وأوجه النشاط المختلفة والجهود المبذولة لقيام

المصارف بدورها، وتنفيذ وظائفها في ظل البيئة المصرفية المحيطة لتقديم الخدمات المصرفية التي تحقق الأهداف، وعليه فالأداء المصرفي يعرف بأنه صورة تعكس نتيجة ومستوى قدرة المصرف على استغلال موارده وقابليته في تحقيق أهدافه وفق المعايير التي تلائمه ومقارنة ما تحقق من الأهداف مع الخطة الموضوعة سابقاً لتشخيص الانحرافات أن وجدت واتخاذ الوسائل الكفيلة بمعالجتها (كاظم، 2013)

2-2-2 مفهوم تقييم الأداء:

مفهوم تقييم الأداء: (حيدر، 2020)

ويعرف تقييم الأداء بأنه عملية إدارية يتم من خلالها تحديد كفاءة العاملين ومدى إسهامهم في إنجاز الأعمال المناطة بهم، وكذلك الحكم على سلوك العاملين وتصرفاتهم أثناء العمل ومدى التقدم الذي يحرزونه أثناء عملهم. إن تقييم الاداء هو الصفة النظامية أو الرسمية التي تعبر عن مكامن القوتو ضعف المساهمات التي يعطيها الأفراد للوظائف التي كلفوا بإنجازها - هو عبارة اخرى قياس إنتاجية الفرد خلال فترة معينة وبيان مدى مساهمته في تحقيق أهداف الوحدة الادارية.

2-2-3 أنواع الأداء المصرفي وطرق التقييم المتبعة:

2-2-3-1 الأداء المالي: يعكس مدى قوة المركز المالي بالنسبة للمصرف (مهري، 2020)

يعد الأداء المالي جوهرياً ورئيسياً لأنه يعتمد على تكامل عمل كافة الأقسام في المصرف (الخماس، المطيري 2022)

مقياس كمي لمدى جودة استخدام الشركة لأصولها التجارية وتوليد الإيرادات، ويشير إلى درجة تحقيق الأهداف المالية للمصرف، ويعد أحد الجوانب الهامة لإدارة المخاطر المالية. يعطي الأداء المالي تقييماً كاملاً للمكانة العامة للمصرف في فئات مثل الأصول والخصوم وحقوق الملكية والمصروفات والإيرادات والربحية الإجمالية، والذي يساعد في تحديد كيفية تخصيص موارد المصرف، ويعطي توقعات عن الأرباح والنمو في المستقبل

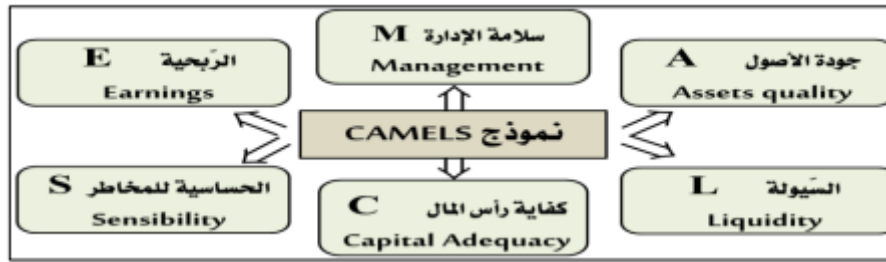
مفهوم تقييم الأداء المالي: مجموعة من الأساليب التي يستخدمها المصرف لمعرفة مدى تطابق النتائج الفعلية مع النتائج المرجوة وبالتالي القدرة على اكتشاف الانحرافات والعمل على تصحيحها والتعرف على مواطن القوة والضعف في المصرف (مهري، 2020)

طريقة تقييم الأداء المالي:

النموذج الأمريكي للإنذار المبكر: CAMELS: أداة للرقابة المصرفية المكتوبة باستخدام مجموعة من المؤشرات تساعد في تحليل المركز المالي والائتماني ويعتمد على التدقيق الميداني (الحماس، المطيري 2022).

استخدمت هذا النموذج الولايات المتحدة الأمريكية حيث استطاعت ان تكتشف من خلاله عن مواطن الخلل في المصارف وتحديد الدقيق للسلامة المصرفية وتحقيق درجة عالية من الشفافية من خلال الإفصاح المالي.

يعتبر هذا النموذج احدى أدوات التقييم المالي ذات وثوقيه عالية وبنفس الوقت احدى الوسائل الرقابية المباشرة عبارة عن مؤشر سريع للإلمام بحقيقة الموقف المالي لأي مصرف ومعرفة درجة تصنيفه.



الشكل رقم (2): مؤشرات النموذج الأمريكي للإنذار المبكر

مصطلح CAMELS هو مختصر المؤشرات التالية

- كفاية رأس المال capital adequacy

-جودة الأصول: assets quality

-سلامة الإدارة: management

الربحية earnings

-السيولة liquidity

-الحساسية للمخاطر sensibility

كفاية رأس المال: مؤشر هام لكشف مدى قدرة المصرف على مواجهة المخاطر المالية واكتشاف

الخلل في بنود الميزانية (مهري، 2020).

خط الدفاع الأول في المصرف في مواجهة الخسائر دون الحاجة للتعرض لأموال المودعين وهو يحدد مدى قدرة المصرف على الإقراض (الحماس، المطيري 2022).

وهو يعد عاملاً جوهراً في معرفة السلامة المصرفية

كفاية رأس المال = أجمالي رأس المال / الأصول المرجحة بأوزان المخاطر (قرفي، رملي، 2021).

جودة الأصول: وهي تتم من خلال حساب نسبة القروض غير العاملة إلى اجمالي القروض (مهري، 2020)

نوعية الموجودات وخصوصاً الموجودات السائلة وصعوبة تسيلها هي التي تحدد حالات الاعسار (الحماس، المطيري 2022)

فالهدف منها معرفة نسبة وجود القروض المتعثرة من اجمالي القروض (قرفي، رملي ' 2021)

سلامة الإدارة: قدرة الإدارة على قياس المخاطر لضمان استمرارية عمل المصرف (مهري، 2020) وأيضاً مدى التزام الإدارة بالقوانين والتشريعات الرقابية وقدرتها على التخطيط والتكيف مع المتغيرات الحاصلة سواء في بيئة المصرف الداخلية أو البيئة الخارجية (الحماس، المطيري 2022)

سلامة الإدارة = المصاريف التشغيلية / اجمالي الاصول (قرفي، رملي ' 2021)

الربحية: تتعلق بشكل مباشر بجودة الأصول وتقييم الأرباح من خلال نسبة العائد إلى اجمالي الأصول (مهري، 2020) نسب الربحية تعبر عن نجاح المصرف في توزيع الاستثمارات في محافظ مالية غير محفوفة بالمخاطر (الحماس، المطيري 2022)

وهي قدرة البنك على توليد الودائع من خلال توظيف أموال المساهمين من خلال الاعتماد على العائد على حقوق الملكية = صافي الدخل / حقوق الملكية (قرفي، رملي ' 2021)

السيولة: وتتحدد من خلال نسبة إجمالي القروض إلى اجمالي الودائع (مهري، 2020) وهي القدرة على تسديد المصرف لالتزاماته بدون خسائر ومدى وجود قروض سائلة او قابلة للتسييل لمواجهة تغيرات غير متوقعة او يصعب التنبؤ بها وهي تعبر عن مدى استخدام البنك للودائع (قرفي، رملي ' 2021)

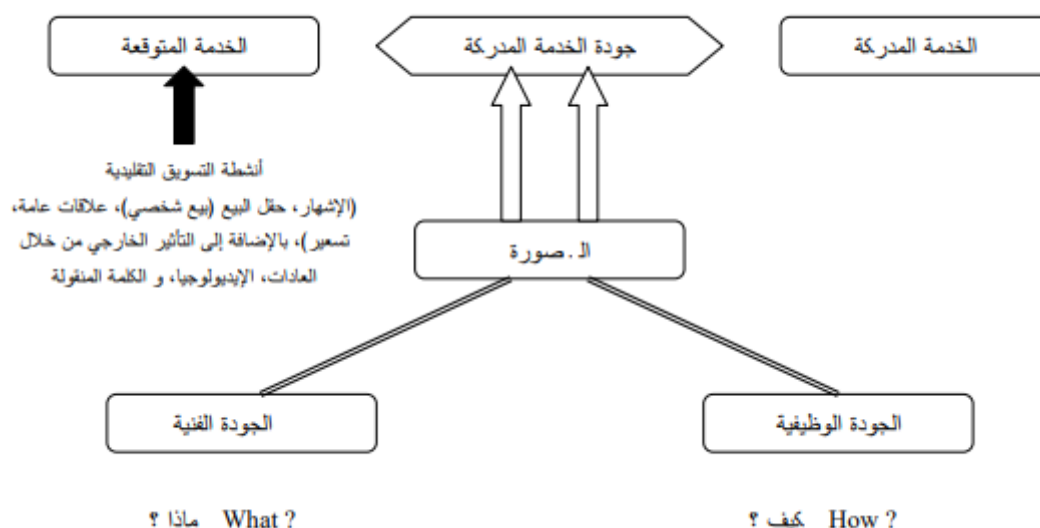
الحساسية لمخاطر السوق: وهي ناجمة عن التقلبات في أسعار الفائدة والعملات الأجنبية والأوراق المالية (مهري، 2020) الفجوة الحساسة للمخاطر = الموجودات الحساسة للمخاطر - المطلوبات الحساسة للمخاطر (الحماس، المطيري 2022)

اجمالي الأوراق المالية / اجمالي الأصول (قرفي، رملي ' 2021)

2-2-3-2 الأداء الخدمي: القدرة على تقديم خدمات مصرفية آمنة ومتوفرة في الوقت المناسب وتناسب أداء الخدمات المصرفية مع الأهداف المرجوة وهي رضا العميل بالدرجة الأولى وسرعة الاستجابة لشكوى ومتطلبات العميل

طريقة تقييم الأداء الخدمي: من خلال توزيع استبيان على العملاء سواء بحضور العميل شخصيا او من خلال الموقع الإلكتروني للمصرف او من خلال صندوق الشكاوى الغرض منه - **قياس عدد الشكاوى:** والمقدمة من طرف العميل خلال فترة زمنية، وتبين هذه الشكاوى عدم تناسب الخدمة المقدمة لهم مع المستوى الذي يطمحون إلى بلوغه

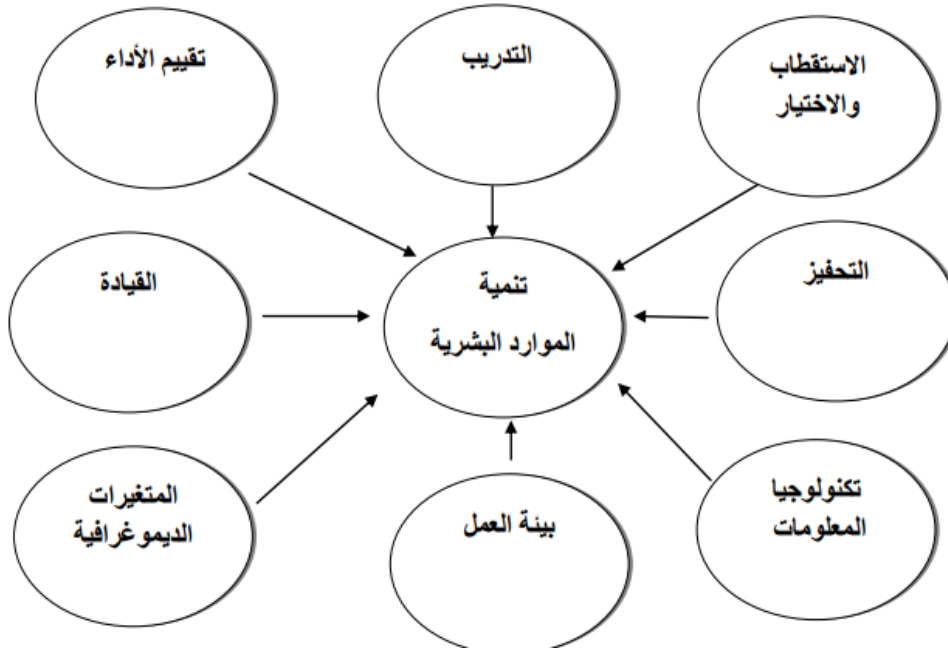
- **قياس رضا العميل:** وهي إحدى الطرق المعقدة في قياس جودة الخدمة، فنتم من خلال حصر خصائص الخدمة في جدول وسؤال العملاء عن ترتيب هذه الخصائص حسب أهميتها كما يدركها العملاء (تيناوي، 2019)



الشكل رقم (3): الموازنة بين الخدمة المقدمة والخدمة المتوقعة /المصدر (جبلي، 2010)

2-3-3 الأداء الوظيفي: هو الجهد البدني والذهني الذي يقوم به الفرد داخل الشركة بأداء كل ما يكلف به من واجبات ومهام، وذلك لتحقيق أهداف الشركة وأهدافه الشخصية" هو وجود موارد بشرية مؤهلة ومدرية بشكل جيد لأداء الخدمة المصرفية (حيدر، 2020)

طريقة تقييم الأداء الوظيفي (طريقة 360 درجة): نظام لتقييم أداء العاملين ومعرفة مدى كفاءتهم من خلال وضع معدلات أداء وقياس أداء الموظف بناء على هذه المعدلات مع توفير التغذية العكسية لمعرفة مواطن الضعف والعمل على تحسين الأداء وهي أن يُقيم الموظف استناداً على تقييم من حوله، كأن يُقيم من مديره وممن يديرهم ومن الموظفين الذين في نفس مستواه الوظيفي، وربما من العملاء الذين يتعاملون معه وبعدها يتم احتساب المتوسط الحسابي لهذه التقييمات. هذا النوع من التقييم سيحقق للموظف تقيماً صادقاً وعادلاً، وسيعرف الموظف كيف ينظر إليه الآخرون وبالتالي يسمح له بإعادة دراسة سلوكياته تجاههم. وبالنسبة لمديره اكتشاف جوانب الخلل والقصور الحقيقية لديه ويحاول تلافيها، ويوجهه إلى التدريب المناسب. والجانب الأكثر تحدياً للتقييم 360 درجة هو السرية، عند تنفيذ هذا النوع من التقييم، فمن الأفضل إعطاء ضمانات للموظفين أن ما يُتقاسم به من معلومات ستظل سرية للغاية وذلك لتضمن الإدارة الدقة في النتائج



الشكل رقم (4): يوضح المعايير الواجب استخدامها عند استخدام طريقة 360 في تقييم الأداء الوظيفي

المصدر: (النحاس، 2021)

2-3-4 الأداء التسويقي: مستوى تحقيق المصرف لأهدافه الموضوعة في الخطة التسويقية (ريمة، 2020)

وهو النشاط الذي ينطوي على تحديد أكثر الأسواق الأكثر ربحية في الوقت الحاضر والمستقبل وتقييم الحاجات الحالية والمستقبلية للعملاء فهو يتعلق بوضع أهداف المصرف وإعداد وتصميم الخطط اللازمة لتحقيق تلك الأهداف، وإدارة الخدمات المصرفية بالطريقة التي يمكن بواسطتها تنفيذ تلك الخطط كما يتضمن عملية التكيف التي يتطلبها التغيير البيئي

طريقة تقييم الأداء التسويقي: مؤشرات قياس المحتوى "Content" (محمد، 2022)

التسويق بالمحتوى Content Marketing هو نوع من أنواع التسويق الذي يُستعمل فيه المحتوى كالفديو والصور والنصوص... كأداة للترويج لمنتج أو علامة تجارية من أجل الوصول الى جمهور معين أو ترسيخ العلامة التجارية في ذهن الجمهور أو العملاء المحتملين

هو شكل من أشكال التسويق يركز على خلق ونشر وتوزيع المحتوى إلى الجمهور المستهدف عبر الإنترنت. وعلى اختلاف غيرها من أشكال التسويق عبر الإنترنت، يعتمد تسويق المحتوى على استباق وتلبية حاجة العملاء الحاليين من المعلومات

يجب أن يكون التركيز الرئيسي على احتياجات العملاء المحتملين. بمجرد تحديد حاجة العميل، يمكن عرض المعلومات في مجموعة متنوعة من الأشكال والصيغ المختلفة،

مؤخراً بدأت المصارف تعتمد على خلق المحتوى المناسب للعميل حتى يصل إليه ويتفاعل معه. وبالتالي زيادة القدرة على اختراق السوق المصرفي من خلال الإفصاح عن خدماته المقدمة عن طريق الموقع الالكتروني او من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ويحرص المصرف على أن يكون المحتوى الالكتروني كافياً للتعريف بخدماته بالرغم من تصاعد أهمية المحتوى الجيد بالنسبة إلى للتسويق إلا أنه مازال قياس ذلك المحتوى تحدياً يمكن قياس ذلك عن طريق بعض المؤشرات مثل

الوقت الذي يقضيه العميل في الصفحة zakwelding.com

لذلك كلما طالت المدة التي يقضيها الزائر في صفحة المصرف يصبح ذلك مؤشراً جيداً على جودة ما يقدمه.

عدد الصفحات خلال الجلسة الواحدة "Pages Per Session"

أي عدد الصفحات التي قام المستخدم بتصفحها في خلال الجلسة الواحدة والتي لا تتعدى الثلاثين دقيقة.

عدد المشتركين أو المتابعين "Number of subscribers"

يعتبر عدد المشتركين أو المتابعين لك في خلال مدة زمنية محددة مؤشراً على تفاعل الجمهور مع المحتوى واهتمامهم بما تقدم واستعدادهم لرؤية المزيد من ذلك المحتوى.

مشاركة المحتوى "Social Engagement"

عدد المرات التي تمت فيها مشاركة المحتوى الذي تقدمه يعد أيضاً مؤشراً هاماً على مدى اهتمام وتفاعل العملاء أو المتابعين وانشغالهم بما تقدمه من محتوى.

معدل ارتداد العميل "Bounce Rate"

معدل ارتداد العميل هو عدد المرات التي ترك فيها العملاء الموقع دون اتخاذ أي رد فعل أو إجراء أي تفاعل مع الصفحة أو دون زيارة صفحات أخرى مقارنة بإجمالي عدد الزيارات للعملاء كلما قل ذلك المعدل كلما أفصح عن جودة المحتوى الذي تقدمه في أعين الزائرين ووجود ما يدفعهم للتفاعل مع ذلك المحتوى

2-2-4- متطلبات عملية التقييم المصرفي:

لابد من وجود مجموعة من الأدوات والمعايير التي نستخدمها في عملية التقييم

متطلبات عملية تقييم الأداء المالي:

- استخدام طريقة النموذج الأميركي للإنذار المبكر
- مخرجات نظام المعلومات الائتماني

متطلبات عملية التقييم الخدمي

- استخدام طريقة الاستبيان لقياس رضا الزبائن
- مخرجات نظام معلومات صنع الخدمة المصرفية

متطلبات عملية تقييم الأداء الوظيفي

- استخدام طريقة 360
- مخرجان نظام معلومات الموارد البشرية

متطلبات تقييم الأداء التسويقي

- استخدام طريقة تقييم المحتوى التسويقي
- مخرجات نظام المعلومات التسويقي

2-2-5 أهمية تقييم الأداء المصرفي:

الوقوف على مستوى انجاز المصرف مقارنة بالأهداف المدرجة في خطته الموضوعة الكشف عن مواطن الخلل والضعف في نشاط كل قسم من أقسام المصرف واجراء تحليل شامل لها وبيان مسبباتها وذلك بهدف وضع الحلول اللازمة لها وتصحيحها وارشاد المنفذين الى وسائل تلافيها مستقبلا و تحديد مسؤولية كل قسم من أقسام المصرف عن مواطن الخلل والضعف في النشاط الذي يضطلع به وذلك من خلال قياس انتاجية كل قسم من اقسام المصرف وتحديد انجازاته سلبا او ايجابا، الامر الذي من شأنه خلق منافسة بين الاقسام باتجاه رفع مستوى الأداء والوقوف على مدى كفاءة استخدام الموارد المتاحة بطريقة رشيدة تحقق عائدا اكبر بتكاليف اقل وبنوعية جيدة تصحيح الموازنات التخطيطية ووضع مؤشراتها في المسار الصحيح بما يوازن بين الطموح والامكانيات المتاحة اذ تشكل نتائج تقييم الاداء قاعدة معلوماتية كبيرة في رسم السياسات والخطط العلمية والعملية وتحديد اوجه القصور في أداء الافراد والتعرف على جوانب الضعف في الاداء.الكشف عن الافراد الصالحين لشغل الوظائف القيادية تستخدم تقارير الأداء في تحديد الاحتياجات التدريبية للموظف وتستخدم تقارير الاداء كأداة لتقييم سياسات إدارة الموارد البشرية و تستخدم كأداة لتزويد الادارة بمعلومات عن العاملين بالمصرف تستخدم كوسيلة يعتمد عليها في قيام الرؤساء بالتوجيه المستمر لمروسيهم(ريمة، 2020)

أهمية تقييم الأداء التسويقي:

غالبا ما يستخدم التسويق بالمحتوى من قبل المصارف من أجل: (محمد، 2022)

-جذب الانتباه واكتساب عملاء محتملين

-التخفيض من تكاليف الإعلان مقارنة بالطرق التقليدية

-إنه أسهل أنواع التسويق التي يمكن تتبعها

-توسيع قاعدة العملاء

-زيادة الوعي بالخدمات المصرفية الالكترونية والتقليدية

أهمية تقييم الاداء المالي (مهري، 2020)

-القدرة على تحقيق الأهداف المخطط لها بالاستناد الى المعلومات التي يوفرها نظام المعلومات

الائتمانية

-القدرة على تلافي الأخطاء بشكل مبكر لأننا من خلال عملية التقييم نستطيع كشف مواطن الخلل

والعمل على تحليل أسبابها ومعالجتها

-معرفة تطور الأداء المالي للمصرف من خلال المقارنة بالسنوات السابقة والمقارنة أيضا مع

المصارف الاخرى

أهمية تقييم الأداء الوظيفي (حيدر، 2020)

- تزويد الادارة بمعلومات مفصلة عن أداء العاملين بشكل دائم لمعرفة أسباب ارتفاعه أو تدنيه

مما سينعكس على قرارات الإدارة المتعلقة بالترقية، النقل، الطرد

- كما أن الهدف الأساسي لعملية التقييم هو الحصول على معلومات واقعية وموضوعية عن أداء

وسلوك الموظفين

- التغذية العكسية الدائمة للموظف عن مستوى أدائه لمساعدته على معرفة وتحديد نقاط قوته

والعمل على تحسين نقاط ضعفه.

- التعرف على واقع الاتصالات الداخلية بين العاملين

أهمية تقييم الأداء الخدمي (ريمة، 2020)

- التعرف على ما تم انجزه بشكل يومي من الخدمات

- تشخيص الأخطاء والعمل على تفاديها

-التعرف على واقع الاتصالات بي المصرف وعملائه

-ادخال تطورات على الخدمات المصرفية

2-3 أثر نظم المعلومات المصرفية في عملية تقييم الأداء المصرفي:

أثر مباشر على تقييم الأداء المصرفي: ويظهر هذا من خلال معرفة مواطن الضعف والخلل وهذا ينعكس إيجاباً ويبرز ذلك من خلال التطور المستمر في المنتجات والسلع والخدمات المقدمة من طرف المصرف وينتج عنه زيادة في العوائد والأرباح المحققة.

- أثر غير مباشر على الأداء المصرفي: وهذا من خلال أثر نظم المعلومات على رؤية المصرف واستراتيجيته المستقبلية لزيادة العوائد وتقليل التكاليف وزيادة ثقة العملاء. (ذيب، 2012)

الفصل الثالث

(الدراسة العملية)

3-1 المصرف الدولي للتجارة والتمويل

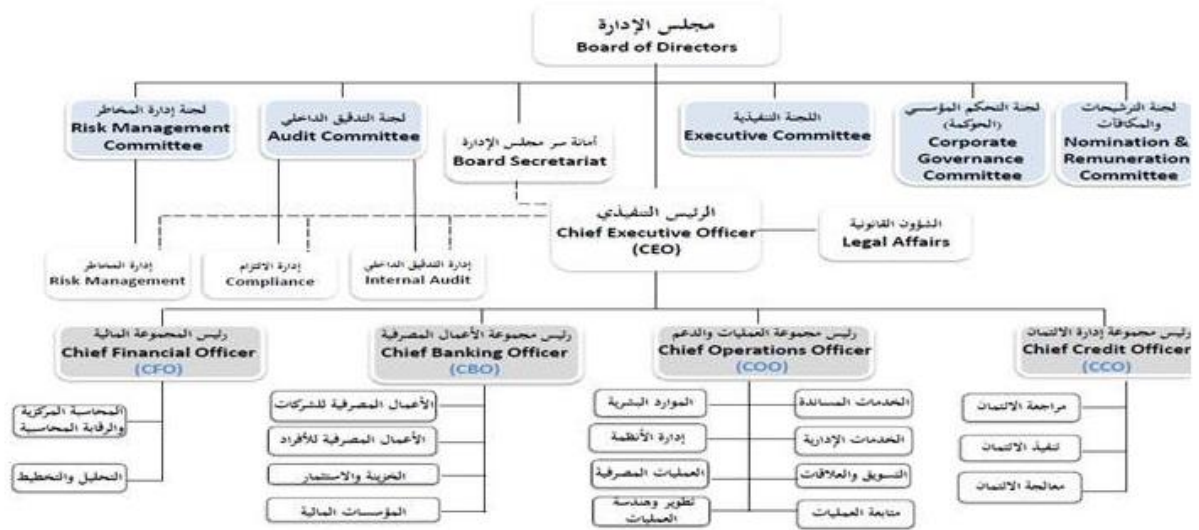
مقدمة : يلعب القطاع المصرفي دوراً مهماً لأنه يعبئ الموارد المالية من وحدات الفائض النقدي ويعمل على استخدامها في مختلف أوجه التوظيف في القنوات الاستثمارية إمداد القطاعات الاقتصادية المختلفة لمباشرة نشاطها على اختلاف أنواعها، كما يلعب دوراً ريادياً من خلال تحقيق أهداف و مكونات السياسة النقدية للدولة بعناصرها الائتمانية و النقدية، في تنفيذ يؤكد فيه وجوده ويستمد منه مقومات بقاءه وبذلك فالقطاع المصرفي السوري يزاول نشاطاً استراتيجياً يؤكد وجوده واستمراره كأحد أهم القطاعات الاقتصادية في سورية

3-1-1 لمحة عن المصرف الدولي للتجارة والتمويل

تم تأسيس المصرف الدولي للتجارة والتمويل كشركة مساهمة مغفلة في 14 كانون الأول 2003 وتحت السجل التجاري رقم (13885) حيث سُجل المصرف في سجل المصارف لدى مفوضية الحكومة تحت رقم 10 بوصفه مصرفاً خاصاً بموجب القرار رقم 231/ح بتاريخ 23 أيار 2004 وذلك بموجب قانون المصارف رقم 28 لعام 2001. كما اتخذ المصرف مركزاً رئيسياً له في سورية- دمشق. يبلغ رأس مال المصرف 8,400,000,000 ليرة سورية مقسم إلى 8,400,000,000 سهم بقيمة اسمية وقدرها 100 ل.س للسهم الواحد لعام 2003.

هذا ويقوم المصرف بتقديم عدة أنشطة وخدمات مصرفية متنوعة، وله شبكة فروع منتشرة في كافة المحافظات السورية.

3-1-2- الهيكل التنظيمي في المصرف



3-1-3- الخدمات المقدمة

الخدمات التي يقدمها المصرف الدولي للتجارة والتمويل

تعريف الخدمة المصرفية:

" مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للعميل سواء كان بمقابل مادي أو بدون مقابل، فقد يقدم البنك أحيانا خدمات مجانية بدون مقابل إلى عملائه"

أنواع الخدمات التي يقدمها المصرف:

- الخدمات المصرفية التي تمارسها المصارف لصالح العملاء

1. خدمات قبول الودائع المصرفية:

تتنوع الودائع حيث يوجد ودائع تحت الطلب وودائع لأجل أو على أساس ودائع التوفير كخدمات فتح الحساب الجاري من خلال الإيداع والسحب.

2. خدمات التحصيل:

يقوم المصرف بتحصيل الشيكات من خلال تسوية الديون التي تترجم عمليا من خلال الترحيل بين الحسابات في المصرف.

3. خدمات حفظ الأوراق المالية والمقتنيات الذهبية:

يوجد في المصرف العديد من الخزائن التي مهمتها حفظ الأوراق المالية أو الذهب العائدة لعملائه مقابل اجر معين لقاء تقديم المصرف لهذه الخدمة

4. خدمات بيع وشراء العملات الأجنبية:

يقوم أحيانا المصرف بشراء القطع الأجنبي لتلبية حاجة عملائه من القطع الأجنبي أو يكون الهدف من عملية الشراء تحقيق ربح

- الخدمات المصرفية الإلكترونية:

1- الصرافات الآلية:

يستطيع من خلالها العميل الحصول على العديد من الخدمات مثل السحب والإيداع النقدي أو الاستعلام عن رصيد أو التحويل بين الحسابات

2- **الهاتف المصرفي:** يستطيع العميل التحكم بحسابه من خلال رقم سري يمنح له من قبل المصرف وهذه الخدمة مفيدة في حال تواجد العميل خارج البلاد.

3- **الرسائل القصيرة:** تعد هذه الخدمات من الخدمات الترويجية التي يخبر من خلالها المصرف عن خدماته وما طرأ عليها من تطورات

4- **خدمة نهائي نقطة البيع الإلكترونية:** يستطيع العميل من خلال هذه الخدمة ان يسدد مدفوعاته الكترونيا خصوصا في حالة المبالغ الكبيرة سيقوم المصرف بتحويل المبالغ المدفوعة من حساب عميله المشتري الى حساب التاجر ويتم ذلك عن طريق تمرير بطاقة العميل المصرفية على جهاز دفع متصل بشبكة الكترونية

5- **مصرف الأنترنت:** يستطيع العملاء من خلال هذه الخدمة التحكم بحساباتهم وارصدتهم على مدار الساعة وايضا كانوا فقط بمجرد دخولهم على الموقع الإلكتروني للمصرف من خلال رقم شخصي يتم من خلاله الدخول الى الموقع حيث تتوفر درجة عالية من الأمان والحماية.

- خدمات تقديم القروض لمنظمات الاعمال:

1- القروض:

تمنح المصارف قروضا طويلا ومتوسطة وقصيرة الاجل. مقابل فوائد وضمانات معينة

2- خدمات خصم الأوراق التجارية:

يقوم العميل بالحصول على قيمة الورقة التجارية التي يدفع ثمنها المصرف قبل موعد استحقاقها مقابل خصم تعجيل الدفع

3- خصم الكمبيالات على أساس البيع:

يبيع حامل الكمبيالة الدين للمصرف وبالتالي يحل المصرف محل المستفيد الذي طلب خصم الكمبيالة ويصبح الدين الجديد هو المبلغ الذي دفعه المصرف لقاء خصم الورقة وسداد الدين لحاملها

3-1-4- قياس جاهزية نظم المعلومات المصرفية في المصرف:

الجدول رقم (2): قياس جاهزية نظم المعلومات المصرفية في المصرف

مكونات نظم المعلومات	موجود	غير موجود	تفاصيل (حالة الاستخدام)
أجهزة حاسوبية			HP-SAMSONG-DELL-LENOVO مكتبية +حاسبات مركزية
خوادم			DATA BASE SERVER
طابعات وفاكسات			CANON
ماسحات ضوئية			CANON
موارد بشرية مختصة ومدرية			إدارة المخاطر-معايير المحاسبة الدولية -التقارير المالية-خطط الطوارئ-الشيكات وفق احكام القانون السوري-الاعتمادات المستندية- معيار امن المعلومات
اللوائح التنظيمية			نظام داخلي تفصيلي لأقسام المصرف
POWER QUREY			لا يوجد
القوانين والتشريعات			التعليمات والبلاغات الصادرة من مصرف سوريا المركزي
بطاقات الوصف الوظيفي			
شبكات			الانترنت-شبكات LAN-WAN
الصرافات الآلية			WINCOR صيني المنشأ
الاتصالات السلكية			دارة E1 الضوئية دارة K64 الضوئية دارة K46 النحاسية
الاتصالات اللاسلكية			اتصال ليزري- اتصال مكروي-GPRS-G3
استخدام المعالجة الفورية التحليلية OLAP			
استخدام برنامج bower bi			
أنظمة تشغيل السيرفرات			LINUX

RECOVERIT DATA RECOVERY			برامج النسخ الاحتياطي للبرمجيات والبيانات
المتناظر وغير المتناظر			التشفير
PANDA-NOTRON			برامج كشف الفيروسات
ZONE ALARM FREE FIREWALL+SOPHOS			برامج الأمان وجدران الحماية
			توفر التغذية العكسية
SYGS			نظام المقاصة
			بيانات رأي العملاء من خلال الاستبيانات
SAB			النظام المصرفي
E-CARD			برنامج التحقق من هوية الزبون
SERVICE DESK			طلبات الصيانة
IPS-EC-SSL			بروتوكولات الاتصال
ROLE-BASED			ربط السماتيات بالأدوار
XAPI			واجهة التخابر مع المصرف
ATM SWITCH			نظام محولة الصرافات الآلية
SYGS			نظام العمليات المصرفية
SVS			برنامج التحقق من التوقيع
COLINDIR			برنامج حفظ البيانات
SQL			لغة معالجة البيانات
OLTP			إدارة التطبيقات الموجهة للمعاملات

3-2- منهج الدراسة:

هناك عدة مناهج تستخدم في البحث العلمي، ويستخدم كل منهج من هذه المناهج حسب الظاهرة التي يتم دراستها، وقد يتم استخدام أكثر من منهج لدراسة نفس الظاهرة، ويتوافق موضوع البحث مدى الاعتماد على مخرجات نظم المعلومات المصرفية في عملية تقييم الأداء المصرفي) مع المنهج الوصفي التحليلي. والذي يعد الأنسب في هذه الدراسة، والذي يهدف إلى توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع البحث لتفسيرها والوقوف على دلالاتها. وذلك من خلال جمع البيانات التي تتضمنها مشكلة الدراسة لبناء الإطار النظري المعرفي للبحث.

3-2-1 مصادر جمع البيانات

لقد تم جمع البيانات الأولية من الميدان بواسطة الاستبانة التي وزعت على عينة الدراسة أما البيانات الثانوية فقد تم جمعها من خلال الرسائل العلمية، والكتب والدوريات، والمواقع الالكترونية...الخ، ذات العلاقة بموضوع الدراسة(مدى الاعتماد على مخرجات نظم المعلومات المصرفية في عملية تقييم الأداء المصرفي).

3-2-2 مجتمع وعينة البحث:

مجتمع الدراسة العاملين في المستوى العالي والمتوسط في المصرف الدولي للتجارة والتمويل حيث تم الحصول على (48) استبانة قابلة للتحليل

3-2-3 أداة جمع بيانات الدراسة

تم تجميع البيانات الأساسية بواسطة الاستبيان صمم ليغطي متغيرات الدراسة وأبعادها، حيث قسم الاستبيان إلى متغيرات تقييم الأداء المصرفي بالاعتماد على مخرجات نظم المعلومات المصرفية

الجدول رقم (3): محاور الدراسة

عدد العبارات	المحور	
5	تقييم الأداء الخدمي بالاعتماد على مخرجات نظام صنع الخدمة المصرفية	1
7	تقييم الأداء المالي بالاعتماد على مخرجات نظام المعلومات الائتمانية	2
5	تقييم الأداء الوظيفي بالاعتماد على مخرجات نظام الموارد البشرية	3
6	تقييم الأداء التسويقي بالاعتماد على مخرجات نظام المعلومات التسويقي	4

وتم تصميم هذا الاستبيان وفق مقياس ليكرت الخماسي، وبالتالي اعتمد الوسط الفرضي (3) لمقارنته المتوسط الحسابي العام لبنود العبارات والفرضيات من أجل قبول أو رفض فرضية الدراسة.

- صدق وثبات الأداة المستخدمة:

تم اختبار الأداة المستخدمة بهدف معرفة مدى الاعتماد عليها في التعبير عن نتائج الدراسة وذلك باستخدام مايلي:

صدق الأداة المستخدمة:

تم عرض الاستبيان على الدكتورة المشرفة، وذلك للتأكد من ملائمة الأداة، والحكم على مدى قدرة الأداة على قياس ما صممت من أجله ومدى ملائمة الفقرات لمحاورها، وكذلك مدى وضوحها وسلامة لغتها، حيث تم بعد ذلك إجراء التعديلات واستبعاد عدد من الأسئلة والعبارات.

ثبات الأداة:

تم استخدام أسلوب معامل كرونباخ - ألفا، وذلك لتحديد درجة الاتساق الداخلي للفقرات، بهدف التعرف على ثبات الأداة المستخدمة، ودرجة الاعتماد على المحتويات الخاصة بها، والجدول التالي يعرض نتائج ثبات الأداة المستخدمة.

الجدول رقم (4): يوضح نتائج ثبات الأداة المستخدمة باستخدام معامل كرونباخ - ألفا

معامل كرونباخ- ألفا	العدد	مجال الدراسة
8170.	5	تقييم الأداء الخدمي بالاعتماد على مخرجات نظام صنع الخدمة المصرفية
7350.	7	تقييم الأداء المالي بالاعتماد على مخرجات نظام المعلومات الائتمانية
8190.	5	تقييم الأداء الوظيفي بالاعتماد على مخرجات نظام الموارد البشرية
7790.	6	تقييم الأداء التسويقي بالاعتماد على مخرجات نظام المعلومات التسويقي
8200.	23	الكلي

أوضحت النتائج في الجدول السابق أن قيمة معامل كرونباخ - ألفا لاستجابات أفراد عينة الدراسة أكبر من الحد الأدنى المقبول وهو (60%)، وهذا يشير إلى معامل ثبات جيد وعالي، ويؤكد جودة الأداة المستخدمة ودرجة الاعتماد عليها باعتبارها الأداة الأساسية في الدراسة.

3) الاتساق الداخلي internal Validity:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي اتساقك لفقرة من فقرات المقياس مع المحور الذي تنتمي إلى هذه الفقرة، وقد تم حساب الاتساق الداخلي للاستبانة وذلك من خلال حساب معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محاور الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

1- المحور الأول: تقييم الأداء الخدمي بالاعتماد على مخرجات نظام صنع الخدمة المصرفية
الجدول رقم (5): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محاور الاستبانة والدرجة الكلية للمحور (تقييم الأداء الخدمي)

تقييم الأداء الخدمي		
.885**	Pearson Correlation	يوفر النظام أدلة تشغيل عن الخدمات المقدمة
0.000	(Sig. (2-tailed	
.829**	Pearson Correlation	يوفر النظام معلومات عن شكاوى العملاء
0.000	(Sig. (2-tailed	
.645**	Pearson Correlation	يوفر النظام معلومات عن حجم الخدمات المقدمة يومياً
0.000	(Sig. (2-tailed	
.888**	Pearson Correlation	يوفر النظام تقارير عن معدل الأخطاء اثناء تقديم الخدمة
0.000	(Sig. (2-tailed	
.521**	Pearson Correlation	يوفر النظام تقارير عن جاهزية الصرافات الالية
0.000	(Sig. (2-tailed	

يوضح الجدول (5) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الأول (تقييم الأداء الخدمي) بالاعتماد على مخرجات نظام صنع الخدمة المصرفية) والدرجة الكلية للمحور، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة ثقة 95 % وبذلك يعتبر المحور صادق لما وضع لقياسه.

2- المحور الثاني: تقييم الأداء المالي بالاعتماد على مخرجات نظام المعلومات الائتماني
الجدول رقم (6): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محاور الاستبانة والدرجة الكلية للمحور (تقييم الأداء المالي)

تقييم الأداء المالي		
.548**	Correlation Coefficient	يقدم النظام معلومات عن وضع الربحية
0.000	Sig. (2-tailed)	
.515**	Correlation Coefficient	يتم استخدام طريقة النموذج الأمريكي للإنذار المبكر في عملية التقييم
0.000	Sig. (2-tailed)	
.688**	Correlation Coefficient	يقدم النظام معلومات عن وضع الموجودات السائلة
0.000	Sig. (2-tailed)	
.711**	Correlation Coefficient	يقدم النظام معلومات عن مخاطر الأوراق المالية
0.000	Sig. (2-tailed)	
.789**	Correlation Coefficient	يقدم النظام معلومات عن معدلات نمو رأس المال
0.000	Sig. (2-tailed)	
.752**	Correlation Coefficient	يقدم النظام معلومات عن اجمالي القروض
0.000	Sig. (2-tailed)	
.410**	Correlation Coefficient	يقدم النظام معلومات عن القروض المتعثرة
0.004	Sig. (2-tailed)	

يوضح الجدول (6) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الثاني تقييم الأداء المالي بالاعتماد على مخرجات نظام المعلومات الائتمانية والدرجة الكلية للمحور، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة ثقة 95 % وبذلك يعتبر المحور صادق لما وضع لقياسه.

3- المحور الثالث: تقييم الأداء الوظيفي بالاعتماد على مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية
الجدول رقم (7): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محاور الاستبانة والدرجة الكلية للمحور (تقييم الأداء الوظيفي)

تقييم الأداء الوظيفي	
.774**	Correlation Coefficient
0.000	Sig. (2-tailed)
.718**	Correlation Coefficient
0.000	Sig. (2-tailed)
.803**	Correlation Coefficient
0.000	Sig. (2-tailed)
.766**	Correlation Coefficient
0.000	Sig. (2-tailed)
.676**	Correlation Coefficient
0.000	Sig. (2-tailed)

يوضح الجدول (7) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الثالث تقييم الأداء الوظيفي والدرجة الكلية للمحور، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة ثقة 95 % وبذلك يعتبر المحور صادق لما وضع لقياسه.

4- المحور الرابع: تقييم الأداء التسويقي بالاعتماد على مخرجات نظام المعلومات التسويقي
الجدول رقم (8): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محاور الاستبانة والدرجة الكلية للمحور (تقييم الأداء التسويقي بالاعتماد على مخرجات نظام المعلومات التسويقي)

تقييم الأداء التسويقي		
.855**	Correlation Coefficient	يوفر النظام معلومات عن عدد المشتركين في الموقع الالكتروني
0.000	Sig. (2-tailed)	
0.284	Correlation Coefficient	يحاول النظام معلومات عن مدة استخدام العملاء للموقع الالكتروني
0.051	Sig. (2-tailed)	
.682**	Correlation Coefficient	يوفر النظام معلومات كافية المصارف المنافسة
0.000	Sig. (2-tailed)	
.811**	Correlation Coefficient	يوفر النظام معلومات عن الخطة الترويجية والتسويقية
0.000	Sig. (2-tailed)	
.730**	Correlation Coefficient	يوفر النظام معلومات عن سياسات جذب العملاء
0.000	Sig. (2-tailed)	
.821**	Correlation Coefficient	يتم استخدام طريقة تقييم المحتوى التسويقي في عملية التقييم
0.000	Sig. (2-tailed)	

يوضح الجدول (8) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحور الرابع تقييم الأداء التسويقي والدرجة الكلية للمحور، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة ثقة 95 % وبذلك يعتبر المحور صادق لما وضع لقياسه.

3-2-4- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها اعتمد على مجموعة من الأساليب الإحصائية بما يتلاءم مع طبيعة الدراسة وتوجهاتها، وتم الحصول على النتائج باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية **Statistical Package For Social Sciences (Spss) Ver 25**، وتمثلت الأساليب الإحصائية المستخدمة على النحو الآتي:

- 1- اختبار (كرونباخ-ألفا) وذلك لقياس درجة الاتساق لفقرات الأداة ومتغيرات الدراسة ككل، وجميع أسئلة الاستبانة.
- 2- اختبار one sample t test للتحقق من صحة الفرضيات.
- 3- الإحصاء الوصفي: لوصف متغيرات الدراسة (المتوسط الحسابي) والانحراف المعياري.
- 4- اختبار الفروق One way anova
- 5- الأهمية النسبية.

3-3- عرض بيانات الدراسة وتحليلها.

3-3-1- توزيع العينة:

الجدول رقم (9): التوزيع النسبي لعينة الدراسة

Column N %	Count	
50.0%	24	إجازة جامعية
45.8%	22	ماجستير
4.2%	2	دكتورة
100.0%	48	Total
58.3%	28	ذكر
41.7%	20	أنثى
100.0%	48	Total
22.9%	11	أقل من 5 سنوات
35.4%	17	10 سنة فأكثر
41.7%	20	من 6-10 سنوات
100.0%	48	Total

توزعت عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي إلى 50.0 % إجازة جامعية و 45.8 % ماجستير و 4.2 % دكتوراه ومن حيث الجنس نجد 58.3 % ذكور و 41.7 % إناث ومن حيث عدد سنوات الخبرة نجد 35.4 % من 10 سنوات فأكثر ونجد 41.7 % من 6-10 سنوات و 22.9 % أقل من 5 سنوات

3-2-3- التساؤل الأول:

ما مدى الاعتماد على مخرجات نظام صنع الخدمة المصرفية في عملية تقييم الأداء الخدمي لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل

فقد تم قياس هذا المحور (بمجموعة من العبارات) تبرز هذا التقييم والتي يعزى إليها الموافقة على تقييم أفراد عينة الدراسة والفروق في التقييم بينهم لاعتماد مخرجات نظام صنع الخدمة المصرفية وذلك من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري ودلالة التقييم باستخدام لكل عبارة، كما يلي:

الجدول رقم (10): الدالات الإحصائية لمستوى (الاعتماد على مخرجات نظام صنع الخدمة المصرفية في عملية تقييم الأداء الخدمي)

العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الوزن النسبي %	الدلالة الإحصائية Sig
48	4.31	0.97	9.36	86	0.000
48	4.00	0.85	8.15	80	0.000
48	4.40	0.49	19.57	88	0.000
48	4.04	0.74	9.72	81	0.000
48	4.19	0.39	20.86	84	0.000
48	4.19	0.55	14.97	84	0.000

إن المتوسط الحسابي العام لتقديرات أفراد العينة عن كافة العبارات الخاصة بهذا التساؤل قد بلغ (4.19) درجة من أصل 5 درجات، وهي قيمة أعلى من قيمة المتوسط الحسابي المعياري في هذه الدراسة والبالغ (3) درجات، وبلغت الموافقة النسبية (84%) والذي يقابل درجة عالية حسب آراء العينة، وبلغت قيمة الانحراف المعياري الكلي عن المتوسط الحسابي (0.55) فقط مما يدل على تقارب الإجابات وأنها تتقارب حول المتوسط الحسابي،

احتلت المرتبة الأولى في تقييم مستوى الأداء الخدمي بالاعتماد على نظام صنع الخدمة المصرفية العبارة (يوفر النظام معلومات عن حجم الخدمات المقدمة يومياً) نجد أن متوسط الاجابات عليها (4.40) وان الوزن النسبي للإجابات هو (88 %) تقييم بدرجة (عالي جداً) حسب آراء العينة ومستوى الدلالة الحسابية (0.000) اصغر من مستوى الدلالة المفترض 0.05 وفي المرتبة الثانية نجد عبارة (يوفر النظام أدلة تشغيل عن الخدمات المقدمة) بمستوى عالي 86 % وفي المرتبة الثالثة عبارة (يقدم النظام جاهزية الصرافات الآلية) بمتوسط حسابي 4.19 وبمستوى تقييم عالي (84 %)، وفي المرتبة الرابعة نجد (يوفر النظام تقارير عن معدل الأخطاء اثناء تقديم الخدمة) بمستوى تقييم عالي 81 % أما المراتب الأخيرة نجد عبارة (يوفر النظام معلومات عن شكاوى العملاء) بمستوى عالي 81 %.

3-3-3- التساؤل الثاني:

ما مدى الاعتماد على مخرجات نظام المعلومات الائتماني في عملية تقييم الأداء المالي لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل

لمعرفة مستوى اعتماد تقييم الأداء المالي على مخرجات نظام المعلومات الائتماني، فقد تم قياس هذا المحور (بمجموعة من العبارات) تبرز هذا التقييم والتي يعزى إليها الموافقة على تقييم أفراد عينة الدراسة والفروق في التقييم بينهم لاعتماد مخرجات نظام المعلومات الائتماني وذلك من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري ودلالة التقييم باستخدام لكل عبارة، كما يلي:

الجدول رقم (11): الدالات الإحصائية لمستوى الاعتماد على مخرجات نظام المعلومات الائتماني في عملية تقييم الأداء المالي لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل

العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الوزن النسبي %	الدلالة الإحصائية Sig
48	3.92	0.92	6.91	78	0.000
48	4.33	0.69	13.30	87	0.000
48	3.42	0.77	3.76	68	0.000
48	3.58	0.77	5.27	72	0.000
48	3.40	1.07	2.57	68	0.013
48	4.08	0.77	9.78	82	0.000
48	3.96	0.46	14.45	79	0.000
48	3.81	0.50	11.37	76	0.000

إن المتوسط الحسابي العام لتقديرات أفراد العينة عن كافة العبارات الخاصة بمستوى الاعتماد على مخرجات نظام المعلومات الائتماني في عملية تقييم الأداء المالي لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل قد بلغ (3.81) درجة من أصل 5 درجات، وهي قيمة أعلى من قيمة المتوسط الحسابي المعياري في هذه الدراسة والبالغ (3) درجات، وبلغت الموافقة النسبية على هذا التقييم (76%) والذي يقابل درجة عالية حسب آراء العينة، وبلغت قيمة الانحراف المعياري الكلي عن المتوسط الحسابي (0.50) فقط مما يدل على تقارب الإجابات وأنها تتقارب حول المتوسط الحسابي.

احتلت المرتبة الأولى في تقييم الأداء المالي بالاعتماد على مخرجات نظام المعلومات الائتمانية العبارة (يتم استخدام طريقة النموذج الأمريكي للإنذار المبكر في عملية التقييم) نجد أن متوسط الاجابات عليها (4.33) وان الوزن النسبي للإجابات هو (87 %) (تقييم بدرجة (عالي جداً) حسب آراء العينة

ومستوى الدلالة الحسابية (0.000) اصغر من مستوى الدلالة المفترض 0.05 وفي المرتبة الثانية نجد عبارة (يوفر النظام معلومات عن اجمالي القروض) بمستوى عالي 82 % وفي المرتبة الثالثة عبارة (يقدم النظام معلومات عن القروض المتعثرة) بمتوسط حسابي 3.96 وبمستوى تقييم عالي (79 %)، وفي المرتبة الرابعة نجد (يقدم النظام معلومات عن وضع الربحية) بمستوى تقييم عالي 78 % أما المراتب الأخيرة نجد عبارة (يقدم النظام معلومات عن مخاطر الأوراق المالية) بمستوى عالي 72 % وأخيراً عبارة (يقدم النظام معلومات عن معدلات نمو رأس المال) بدرجة 68 % عالية.

3-3-4- التساؤل الثالث:

ما مدى لاعتماد على مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية في عملية تقييم الأداء الوظيفي لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل

لمعرفة مستوى اعتماد تقييم الأداء الوظيفي على مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية، فقد تم قياس هذا المحور (بمجموعة من العبارات) تبرز هذا التقييم والتي يعزى إليها الموافقة على تقييم أفراد عينة الدراسة والفروق في التقييم بينهم لاعتماد مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية وذلك من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري ودلالة التقييم باستخدام لكل عبارة، كما يلي:

الجدول رقم (12): الدالات الإحصائية لمستوى اعتماد تقييم الأداء الوظيفي على مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية

العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الوزن النسبي %	الدلالة الإحصائية Sig
48	3.50	0.85	4.07	70	0.000
48	3.79	0.74	7.39	76	0.000
48	4.23	0.66	12.90	85	0.000
48	3.46	0.90	3.54	69	0.001
48	4.02	0.64	11.13	80	0.000
48	3.80	0.58	9.52	76	0.000

إن المتوسط الحسابي العام لتقديرات أفراد العينة عن كافة العبارات الخاصة قد بلغ (3.80) درجة من أصل 5 درجات، وهي قيمة أعلى من قيمة المتوسط الحسابي المعياري في هذه الدراسة والبالغ (3) درجات، وبلغت الموافقة النسبية على هذا التقييم (76%) والذي يقابل درجة عالية حسب آراء العينة، وبلغت قيمة الانحراف المعياري الكلي عن المتوسط الحسابي (0.58) فقط مما يدل على تقارب الإجابات وأنها تتقارب حول المتوسط الحسابي،

احتلت المرتبة الأولى في مستوى اعتماد تقييم الأداء الوظيفي على مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية العبارة (يوفر معلومات عن الدورات التدريبية التي خضع لها موظفو المصرف) نجد أن متوسط الإجابات عليها (4.23) وأن الوزن النسبي للإجابات هو (85%) تقييم بدرجة (عالية) حسب آراء العينة ومستوى الدلالة الحسابية (0.000) اصغر من مستوى الدلالة المفترض 0.05 وفي المرتبة الثانية نجد عبارة (يتم استخدام طريقة 360 في عملية التقييم) بمستوى عالي 80% وفي المرتبة الثالثة عبارة (يوفر معلومات عن الرواتب والأجور والحوافز) بمتوسط حسابي 3.79 وبمستوى تقييم عالي (76%)، وفي المرتبة الرابعة نجد (يوفر النظام معلومات عن الكفاءات البشرية) بمستوى تقييم عالي 70% أما المراتب الأخيرة نجد عبارة (يتوفر معلومات عن العقوبات وأوجه التقصير) بمستوى عالي 69% عالية.

3-3-5- التساؤل الرابع:

ما مدى الاعتماد على مخرجات نظام المعلومات التسويقي في عملية تقييم الأداء التسويقي لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل

لمعرفة مستوى اعتماد تقييم الأداء التسويقي على مخرجات نظام المعلومات التسويقي، فقد تم قياس هذا المحور (بمجموعة من العبارات) تبرز هذا التقييم والتي يعزى إليها الموافقة على تقييم أفراد عينة الدراسة والفروق في التقييم بينهم لاعتماد مخرجات نظام المعلومات التسويقية وذلك من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعيارية ودلالة التقييم باستخدام لكل عبارة، كما يلي:

الجدول رقم (13): الدالات الإحصائية لمستوى الاعتماد على مخرجات نظام المعلومات التسويقي في عملية تقييم الأداء التسويقي لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل

العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الوزن النسبي %	الدلالة الإحصائية Sig
48	3.44	1.09	-1.85	69	0.070
48	3.71	0.58	8.43	74	0.000
48	3.15	0.77	1.31	63	0.197
48	3.23	0.63	2.53	65	0.015
48	3.44	0.71	4.26	69	0.000
48	3.19	0.70	1.84	64	0.071
48	3.24	0.53	3.10	65	0.003

إن المتوسط الحسابي العام لتقديرات أفراد العينة عن كافة العبارات الخاصة بمستوى اعتماد تقييم الأداء التسويقي على مخرجات نظام المعلومات التسويقي قد بلغ (3.24) درجة من أصل 5 درجات، وهي قيمة أعلى من قيمة المتوسط الحسابي المعياري في هذه الدراسة والبالغ (3) درجات، وبلغت الموافقة النسبية على هذه التقييم (65%) والذي يقابل درجة وسط حسب آراء العينة، وبلغت قيمة الانحراف المعياري الكلي عن المتوسط الحسابي (0.53) فقط مما يدل على تقارب الإجابات وأنها تتقارب حول المتوسط الحسابي،

احتلت المرتبة الأولى في تقييم مستوى تقييم الأداء التسويقي بالاعتماد على نظام المعلومات التسويقية العبارة (يحاول النظام معلومات عن مدة استخدام العملاء للموقع الإلكتروني) نجد أن متوسط الاجابات عليها (3.71) وان الوزن النسبي للإجابات هو (74 %) تقييم بدرجة (عالية) حسب آراء العينة ومستوى الدلالة الحسابية (0.000) اصغر من مستوى الدلالة المفترض 0.05 وفي المرتبة الثانية نجد عبارة (يوفر النظام معلومات عن عدد المشتركين في الموقع الإلكتروني) بمستوى عالي 69 % وفي

المرتبة الثالثة عبارة (يوفر النظام معلومات عن سياسات جذب العملاء) بمتوسط حسابي 3.44 وبمستوى تقييم عالي (69 %)، وفي المرتبة الرابعة نجد (يوفر النظام معلومات عن الخطة الترويجية والتسويقية) بمستوى تقييم وسط 65 % أما المراتب الأخيرة نجد عبارة (يتم استخدام طريقة تقييم المحتوى التسويقي في عملية التقييم) بمستوى تقييم 64 % وسط غير دالة احصائياً وعبارة (يوفر النظام معلومات كافية المصارف المنافسة) بدرجة وسط 63% غير دالة احصائياً.

3-3-6 اختبار الفرضيات الفرعية:

الفرضية الرئيسة: لا يعتمد تقييم الأداء المصرفي على مخرجات نظام صنع الخدمة المصرفية

وبتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

H01 لا يوجد دلالة معنوية لاعتماد تقييم الأداء الخدمي على مخرجات نظام صنع الخدمة

المصرفية

تم اجراء اختبار One Sample t test لمقارنة الفروق في التقييم بين متوسط تقييم الحسابي ومتوسط التقييم المعياري في الدراسة وكانت النتائج التالية:

الجدول رقم (14): الدالات الإحصائية لاختبار الفرضية الفرعية الأولى

Test Value = 3							
Std. Deviation	Mean	95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	Df	T
		Upper	Lower				
0.55	4.19	1.347	1.028	1.188	0.000	47	14.972
الأداء الخدمي							

يبين الجدول أن متوسط تقييم الأداء الخدمي 4.19 وهو بالاتجاه الدرجة العالية بانحراف معياري 0.50 والدالة الإحصائية T=14.97 عند مستوى دلالة إحصائية Sig=0.000 أصغر من 0.05 وبالتالي نقبل الفرض البديل: (يوجد دلالة معنوية لاعتماد تقييم الأداء الخدمي على مخرجات نظام صنع الخدمة المصرفية لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل)

H02- لا يوجد دلالة معنوية لاعتماد تقييم الأداء المالي على مخرجات نظام المعلومات

الائتمانية

تم اجراء اختبار One Sample t test لمقارنة الفروق في التقييم بين متوسط تقييم الحسابي ومتوسط التقييم المعياري في الدراسة وكانت النتائج التالية:

الجدول رقم (15): الدالات الإحصائية لاختبار الفرضية الثانية

Test Value = 3							
Std. Deviation	Mean	95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	Df	T
		Upper	Lower				
0.50	3.81	0.956	0.669	0.813	0.000	47	11.372
الأداء المالي							

يبين الجدول أن متوسط تقييم الأداء المالي 3.81 وهو بالاتجاه الدرجة العالية بانحراف معياري 0.50 والدالة الإحصائية T=11.37 عند مستوى دلالة إحصائية Sig=0.000 أصغر من 0.05 وبالتالي نقبل الفرض البديل: (يوجد دلالة معنوية لاعتماد تقييم الأداء المالي على مخرجات نظام المعلومات الائتمانية لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل)

H03- لا يوجد دلالة معنوية لاعتماد تقييم الأداء الوظيفي على مخرجات نظام معلومات الموارد

البشرية

تم اجراء اختبار One Sample t test لمقارنة الفروق في التقييم بين متوسط تقييم الحسابي ومتوسط التقييم المعياري في الدراسة وكانت النتائج التالية:

الجدول رقم (16): الدالات الإحصائية لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

Test Value = 3							
Std. Deviation	Mean	95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	Df	T
		Upper	Lower				
0.58	3.80	0.969	0.631	0.800	0.000	47	9.523

يبين الجدول أن متوسط تقييم الأداء الوظيفي 3.80 وهو بالاتجاه الدرجة العالية بانحراف معياري 0.58 والدالة الإحصائية T=9.52 عند مستوى دلالة إحصائية Sig=0.000 أصغر من 0.05 وبالتالي نقبل الفرض البديل: (يوجد دلالة معنوية لاعتماد تقييم الأداء الوظيفي على مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل)

H04- لا يوجد دلالة معنوية لاعتماد تقييم الأداء التسويقي على مخرجات نظام المعلومات

التسويقي

تم اجراء اختبار One Sample t test لمقارنة الفروق في التقييم بين متوسط تقييم الحسابي ومتوسط التقييم المعياري في الدراسة وكانت النتائج التالية:

الجدول رقم (17): الدالات الإحصائية لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة

Test Value = 3							
Std. Deviation	Mean	95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	Df	T
		Upper	Lower				
0.53	3.24	0.389	0.083	0.236	0.003	47	3.098

يبين الجدول أن متوسط تقييم الأداء التسويقي 3.24 وهو بالاتجاه الدرجة الوسط بانحراف معياري 0.53 والدالة الإحصائية T=3.0 عند مستوى دلالة إحصائية Sig=0.003 أصغر من 0.05 وبالتالي نقبل الفرض البديل: (دلالة معنوية لاعتماد تقييم الأداء التسويقي على مخرجات نظام المعلومات التسويقي لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل)

3-3-7 اختبار الفرضية الرئيسية:

H- لا يوجد دلالة معنوية لاعتماد تقييم الأداء المصرفي على مخرجات نظم المعلومات المصرفية لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل

تم اجراء اختبار One Sample t test لمقارنة الفروق في التقييم بين متوسط تقييم الحسابي ومتوسط التقييم المعياري في الدراسة وكانت النتائج التالية:

الجدول رقم (18): الدالات الإحصائية لاختبار الفرضية الرئيسية

Test Value = 3								
		95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	Df	T	
Std. Deviation	Mean	Upper	Lower					
0.335	3.759	0.856	0.662	0.759	0.000	47	15.694	الأداء المصرفي

يبين الجدول أن اعتماد تقييم الأداء المصرفي على مخرجات نظم المعلومات المصرفية عند مستوى دلالة إحصائية Sig=0.000 أصغر من 0.05 وبالتالي نقبل الفرض البديل: (يوجد دلالة معنوية لاعتماد تقييم الأداء المصرفي على مخرجات نظم المعلومات المصرفية لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل)

3-3-8 دراسة الفروق للمحاور تبعا للبيانات التعريفية:

- من حيث المؤهل العلمي:

تم اجراء اختبار ONE WAY ANOVA لمقارنة الفروق تبعا للمؤهل العلمي كما يلي:

الجدول رقم (19): الدالات الإحصائية لاختبار الفروق تبعا للمؤهل العلمي

Sig.	F	Mean Square	Df	Sum of Squares		
0.020	4.250	1.127	2	2.255	Between Groups	الأداء الخدمي
		0.265	45	11.938	Within Groups	
			47	14.193	Total	
0.325	1.152	0.281	2	0.561	Between Groups	الأداء المالي
		0.243	45	10.955	Within Groups	
			47	11.517	Total	
0.970	0.031	0.011	2	0.022	Between Groups	الأداء الوظيفي
		0.353	45	15.898	Within Groups	
			47	15.920	Total	
0.136	2.086	0.556	2	1.112	Between Groups	الأداء التسويقي
		0.266	45	11.990	Within Groups	
			47	13.102	Total	
0.641	0.449	0.052	2	0.103	Between Groups	الأداء المصرفي
		0.115	45	5.174	Within Groups	
			47	5.277	Total	

يبين الجدول من حيث (الأداء المالي، الأداء الوظيفي، الأداء التسويقي، الأداء المصرفي) أن الدلالة المعنوية لاختبار الفروق Sig أكبر من 0.05 وبالتالي (لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم (الأداء المالي، الأداء الوظيفي، الأداء التسويقي، الأداء المصرفي) تبعا للمستوى العلمي وبين الجدول من حيث (الأداء الخدمي) أن الدلالة المعنوية لاختبار الفروق Sig أصغر من 0.05 وبالتالي (يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم (الأداء الخدمي) تبعا للمستوى العلمي وهي لصالح ماجستير حسب تشيفيه التالي

الجدول رقم (20): الدلالة المعنوية للأداء الخدمي

الأداء الخدمي Scheffe ^{a,b}		المؤهل العلمي	
Subset for alpha = 0.05		N	
1			
3.9750	24	إجازة جامعية	
4.2000	2	دكتورة	
4.4182	22	ماجستير	

- من حيث سنوات الخبرة:

تم اجراء اختبار ONE WAY ANOVA لمقارنة الفروق تبعا سنوات الخبرة كما يلي:

الجدول رقم (21): الدالات الإحصائية لاختبار الفروق تبعا سنوات الخبرة

Sig.	F	Mean Square	Df	Sum of Squares	
0.109	2.330	0.666	2	1.332	Between Groups
		0.286	45	12.861	Within Groups
			47	14.193	Total
0.079	2.686	0.614	2	1.228	Between Groups
		0.229	45	10.288	Within Groups
			47	11.517	Total
0.253	1.416	0.471	2	0.942	Between Groups
		0.333	45	14.978	Within Groups
			47	15.920	Total
0.000	13.752	2.485	2	4.970	Between Groups
		0.181	45	8.132	Within Groups
			47	13.102	Total
0.288	1.280	0.142	2	0.284	Between Groups
		0.111	45	4.993	Within Groups
			47	5.277	Total

يبين الجدول من حيث (الأداء الخدمي الأداء المالي، الأداء الوظيفي، الأداء المصرفي) أن الدلالة المعنوية لاختبار الفروق Sig أكبر من 0.05 وبالتالي (لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم (الأداء الخدمي الأداء المالي، الأداء الوظيفي، الأداء المصرفي) تبعا سنوات الخبرة

يبين الجدول من حيث (الأداء التسويقي) أن الدلالة المعنوية لاختبار الفروق Sig أصغر من 0.05 وبالتالي (يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم (الأداء التسويقي) تبعا سنوات الخبرة وهي لصالح 10 سنوات فأكثر حسب اختبار تشيفيه التالي

الجدول رقم (22): الدلالة المعنوية للأداء التسويقي

الأداء التسويقي		Scheffe ^{a,b}	
Subset for alpha = 0.05		N	عدد سنوات الخبرة
2	1		
	2.6667	11	أقل من 5 سنوات
3.3167		20	من 6 - 10 سنوات
3.5098		17	10 سنة فأكثر

- من حيث الجنس:

تم اجراء اختبار independent t test لمقارنة الفروق تبعا للجنس كما يلي:

الجدول رقم (23): الدالات الإحصائية لاختبار الفروق تبعا للجنس

Sig	df	t	Std. Deviation	Mean	N	الجنس
0.733	46	-0.343	0.52	4.16	28	ذكر
			0.60	4.22	20	أنثى
0.326	46	0.993	0.52	3.87	28	ذكر
			0.46	3.73	20	أنثى
0.843	46	0.199	0.54	3.81	28	ذكر
			0.66	3.78	20	أنثى
0.808	46	-0.244	0.53	3.22	28	ذكر
			0.54	3.26	20	أنثى
0.832	46	0.213	0.33	3.77	28	ذكر
			0.35	3.75	20	أنثى

يبين الجدول من حيث (الأداء الخدمي الأداء المالي، الأداء الوظيفي، الأداء التسويقي، الأداء المصرفي) أن الدلالة المعنوية لاختبار الفروق Sig أكبر من 0.05 وبالتالي (لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم (الأداء الخدمي الأداء المالي، الأداء الوظيفي، الأداء التسويقي، الأداء المصرفي) تبعا للجنس

3-4- نتائج الدراسة العملية:

3-4-1- النتائج احصائياً:

1. يوجد دلالة معنوية تقييم الأداء التسويقي بالاعتماد على نظام المعلومات التسويقية لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل.
2. يوجد دلالة معنوية تقييم الأداء الإداري بالاعتماد على نظام معلومات الموارد البشرية لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل
3. يوجد دلالة معنوية تقييم الأداء الخدمي بالاعتماد على نظام صنع الخدمة المصرفية لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل
4. يوجد دلالة معنوية لتقييم الأداء المالي بالاعتماد على نظام المعلومات الائتمانية لدى المصرف الدولي للتجارة والتمويل
5. (لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم (الأداء الخدمي الأداء المالي، الأداء الوظيفي، الأداء التسويقي، الأداء المصرفي) تبعا للجنس
6. يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم (الأداء التسويقي) تبعا سنوات الخبرة
7. يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم (الأداء الخدمي) تبعا للمستوى العلمي
8. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم (الأداء المالي، الأداء الوظيفي، الأداء التسويقي، الأداء المصرفي) تبعا للمستوى العلمي

3-4-2- تفسير النتائج الإحصائية:

1. يعتمد المصرف في عملية تقييم الأداء الخدمي بشكل كبير على مخرجات نظام صنع الخدمة المصرفية بالدرجة الأولى
2. يعتمد المصرف في عملية تقييم الاداء المالي بشكل كبير على مخرجات نظام المعلومات الائتمانية بالدرجة الثانية
3. يعتمد المصرف في عملية تقييم الأداء الوظيفي بشكل كبير على مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية بالدرجة الثالثة
4. لا يعتمد المصرف في معظم الأحيان في عملية تقييم الأداء التسويقي على مخرجات نظام المعلومات التسويقي
5. ليس لدى المصرف معلومات كافية عن الجديد الذي تقدمه المصارف المنافسة
6. ليس لدى المصرف معلومات كافية عن الخطة الترويجية والتسويقية قد يرجع هذا الخلل لعدم وجود التحديث المستمر لنظام المعلومات التسويقي
7. لا يستخدم المصرف طريقة الاستبيان لمعرفة آراء ومقترحات العملاء حول ما يقدمه من خدمات مصرفية
8. لدى المصرف معلومات كافية عن شكاوى العملاء قدمها نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية
9. لا يعتمد المصرف في معظم الأحيان على طريقة تقييم المحتوى التسويقي لتقييم الأداء التسويقي للمصرف
10. يعتمد المصرف طريقة 360 درجة لتقييم الأداء الوظيفي للموارد البشرية
11. يعتمد المصرف طريقة النموذج الأمريكي للإنذار المبكر لتقييم الأداء المالي
12. لا توجد استراتيجية موحدة لتقييم الأداء التسويقي واتضح ذلك من خلال اختلاف آراء الموظفين حسب سنوات خبرتهم في العمل داخل المصرف
13. ارتباط مستوى أداء الخدمات المصرفية بالتحصيل العلمي للموظف المسؤول عن أداء الخدمة وبالتالي يختلف تقييم الأداء الخدمي تبعاً للتحصيل العملي للموظف القائم على الخدمة
14. لدى المصرف نظام معلومات ائتماني قوي

15. لا يمتلك المصرف نظام معلومات تسويقي يصل لمستوى نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية

16. لدى المصرف نظام معلومات الموارد البشرية بمستوى عالي ويخضع للتحديث المستمر

17. من الواضح عدم توفر نظم المعلومات المصرفية لكافة الأقسام وهذا يتنافى مع ميزة تكامل المعلومات

3-4-3- نتائج جاهزية نظم المعلومات المصرفية:

1- يمتلك المصرف مجموعة متطورة من الخوادم الأجهزة الحاسوبية والبرمجيات وتقنيات المعلومات الحديثة والشبكات والمساحات الضوئية والطابعات وبرامج حماية وأمن المعلومات التي تحفظها من التلاعب والاختراق

2- ليس لدى المصرف بطاقات وصف وظيفي وهذا يخلق مشاكل في تحديد الصلاحيات والمسؤوليات لكل موظف ويعرقل من مقارنة الأداء الفعلي بالأداء المخطط له في البطاقة

3- لا يعتمد المصرف على تقنيات ذكاء الاعمال في عملية المعالجة للبيانات

4- لا يمتلك المصرف أي بيانات عن اراء ومقترحات العملاء بخصوص الخدمات المصرفية المقدمة

5- ينظم المصرف دورات تدريبية مستمرة لكافة الموظفين من اجل رفع أدائهم في العمل المصرفي تتسم بالطابع النظري والتقليدي

6- لدى المصرف برنامج التحقق من هوية الزبون وهذا يخفض من عمليات الاحتيال والسرقة التي من الممكن ان يتعرض لها

7- اتبع المصرف سياسة ربط السماحيات بالأدوار للحد من عمليات التعديل العشوائي على النظم

8- لدى المصرف برنامج التحقق من التوقيع لسلامة المعاملات المصرفية

3-5- التوصيات والمقترحات:

- 1- العمل على استخدام تقنيات ذكاء الاعمال في عملية معالجة البيانات بشكل يضمن حفظ البيانات والقدرة على استردادها في أي وقت والمعالجة الفورية للمدخلات
- 2- العمل على احداث قسم لتقييم الأداء المصرفي يكون على ارتباط مباشر ببقية الأقسام يتم تزويده بشكل دوري بتقارير مخرجات نظم المعلومات المصرفية لتكون من رديفاً أساسياً لطرق التقييم المتبعة
- 3- ان يكون كافة العاملين على اطلاع على نظم المعلومات المصرفية بكافة أنواعها لان العمل المصرفي لا يجزأ
- 4- العمل على تنفيذ بطاقات الوصف الوظيفي لأنها تتيح الفرصة لكل موظف ان يعرف صلاحياته ومسؤولياته في العمل وهي أداة من أدوات تقييم الأداء الوظيفي للموارد البشرية من خلال مقارنة الأداء الفعلي بالأداء المخطط له في بطاقات الوصف الوظيفي
- 5- العمل على الاهتمام أكثر بنظام المعلومات التسويقية لأنه يرفد المصرف بمخرجات عن وضع الأداء التسويقي للمصرف
- 6- على المصرف الاهتمام أكثر بالخدمات الجديدة التي تقدمها المصارف المنافسة لتضمن بقائه في السوق المصرفية ولتحافظ على الميزة التنافسية
- 7- الاعتماد أكثر على طريقة تقييم المحتوى التسويقي لان الانترنت أصبح الوسيلة الأسرع والاسهل لعرض وتسويق الخدمات المصرفية ولتخفيض التكاليف المصاحبة لاتباع الطرق التقليدية في التسويق المصرفي
- 8- الاهتمام أكثر بالخطة الترويجية والتسويقية لمقارنة الأداء التسويقي بالخطة ومعرفة مواطن الخلل والقصور
- 9- ضرورة الخروج من إطار الدورات التدريبية المتكررة والتي تعتمد على المادة العلمية النظرية ومحاولة تدريب الموارد البشرية على تقانات ذكاء الاعمال والذكاء الاصطناعي لأنه يخدم الأداء المصرفي ويقلل من الأخطاء

10- العمل على اشراك العملاء في تطوير الخدمات المصرفية من خلال الاخذ بأرائهم ومقترحاتهم بالأداء المصرفي لتجاوز الثغرات

11- الاستجابة السريعة للتغيرات في السوق المصرفي والمالي

12- التركيز على الاستخبارات التسويقية المصرفية لأنها جزء هام من مخرجات نظام المعلومات التسويقية

13- العمل على الكشف المبكر عن الفرص المتاحة في السوق وأيضا عن التهديدات المحتملة

3-6 خاتمة:

يمكن الاستفادة من نظم المعلومات المصرفية في الكثير من المجالات ومنها تقييم الأداء المصرفي لان مخرجات هذه النظم هي رديف فعال وقوي في عملية التقييم ومن خلالها نستطيع معرفة الانحرافات وتصحيحها مباشرة وهذا ما يرفع من مستوى الأداء المصرفي وينعكس ذلك على الميزة التنافسية

بحث مقترح للعمل به مستقبلا:

دور الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة وفعالية نظم المعلومات

قائمة المراجع

الرسائل العلمية:

1. أشرفاني، 2020 نموذج مقترح لتحليل بيانات التوظيف باستخدام تقنيات ذكاء الأعمال، الجامعة الافتراضية السورية.
2. البري، 2019، استخدام تقنيات ذكاء الأعمال في تطوير واتخاذ القرارات التمويلية في المصارف السورية الافتراضية.
3. بوط، 2013، أثر نظم المعلومات الإدارية على الأداء المالي للبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية.
4. حجازي، 2018، أثر المحددات لنجاح دمشق تطبيق نظم المعلومات في المنظمات البترولية، معهد البحوث والدراسات البيئية.
5. حسن، 2018، تقييم النظم المحاسبية في المنشآت الفردية، الجامعة الافتراضية.
6. حماد، 2019، أثر تطبيق نظم المعلومات المحاسبية في الحد من مخاطر التمويل، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، المجلد 15/، العدد 20/.
7. حيدر، 2020، أثر تكنولوجيا المعلومات على أداء العاملين في قطاع البنوك الخاصة التقليدية في دمشق، الجامعة الافتراضية السورية.
8. دلالة، 2021، أثر تطبيق نظم المعلومات المحاسبية على تحسين وفاعلية التدقيق الداخلي، مجلة أبحاث دراسات التنمية، المجلد 8/، العدد 1/.
9. ذيب، 2012، فعالية نظم المعلومات المصرفية في سير حالات فشل الائتمان، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية.
10. قرفي، علي، 2021، قياس الأداء المصرفي باستخدام النموذج الأمريكي للإنذار المبكر، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 8/، العدد 1/.
11. د. شريحة، 2016، واقع تطبيق نظم الموارد البشرية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، المجلة الجزائرية للدراسات المحاسبية والمالية، العدد 2/.

12. د. علي، غريب، دريد، 2021، تقييم الأداء المعرفي في المصارف الإسلامية باستخدام مؤشر كفاءة التسويق المصرفي، دراسة حالات مصرف السلام، الجزائر، دراسات اقتصادية، المجلد 18/، العدد 3/.
13. عمران، 2021 تقييم أداء المصرف الصناعي خلال الفترة من 2013-2018، مجلة جامعة دمشق، المجلد 37/ العدد 4/.
14. دراسة كلثوم، تقييم مؤشر الأداء المالي في مصرف السلام الجزائري، كلية العلوم المالية والاقتصادية.
15. كاشف، 2022، دور المؤشرات في تقييم الأداء المصرفي، المجلة العلمية للبحوث التجارية.
16. اسبر، 2018، دور نظم المعلومات المحاسبية في تحسين صورة القرارات الإدارية.
17. عواد، 2016، أثر تطبيق نظم المعلومات على جودة أداء الخدمة المصرفية.
18. قاسم والعلي، 2012، أثر ثقافة المعلومات في نظم عمليات المصارف العامة في سورية.
19. دلوم، بحري، 2017، دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية.
20. وقاف، 2013، أثر تطبيق نظم المعلومات التشريعية على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية.
21. مراد، 2015، أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة، كلية العلوم الاقتصادية والإدارية، الجزائر.
22. وسوف، 2020، دور نظم المعلومات المحاسبي في اتخاذ القرارات الإدارية، دراسة عملية للمجتمع الإنتاجي الوطني، الجامعة الافتراضية السورية.
23. كاظم، 2013، تقييم فاعلية أداء الائتمان المصرفي، إطار مفاهيمي مجلة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 5/ العدد 15/.
24. محمد، 2021، دور نظم المعلومات في فاعلية القرارات التسويقية للشركات الطبية في ظل الأزمة الجامعية الافتراضية.
25. محمد، 2022، تقييم تقنيات التسويق بالمحتوى الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد 36/.
26. طه، 2016، تحسين أداء نظام المعلومات باستخدام الموجة السحابة الهجينة، جامعة تشرين.

27. زكية، سعيدة، 2016، واقع تطبيق نظام المعلومات المحاسبي، كلية العلوم الاقتصادية والإدارية.

28. الخماس، المطيري، 2022، أثر تطبيق نموذج في التقييم المصرفي الأميركي كأداة للرقابة على المصارف التجارية الخاصة العراقية، مجلة الدراسات المحاسبية والمالية.

29. شويحة، 2016، واقع تطبيق نظم المعلومات البشرية في المؤسسة الاقتصادية، المجلة الجزائرية للدراسات المحاسبية والمالية، عدد 2/.

30. مهري، 2020، تقييم الأداء المالي دراسة نصية في بنك البركة، مجلة العلوم الإنسانية.

الكتب:

1. عرابي، 2016، تطبيقات حاسوبية في المصارف، جامعة دمشق، كلية الاقتصاد، قسم المصارف.

2. عربي، 2007، محاضرات في نظم المعلومات الإدارية ملتقى البحث العلمي.

3. غسان ساكت، نظم المعلومات المصرفية

المراجع الأجنبية:

PERFORMANCE APPRAISAL IN INDIAN BANKING SYSTEM (2022 ،khan)

The Impact of Accounting Information Systems : (Khaled and kot-2021)
on Performance Management in the Banking Sector

"CO-OPERATIVE BANK EMPLOYEES (2021 ،Archana V. Gaur)

PERFORMANCE APPRAISAL OF SOLAPUR DISTRICT

Impact of MIS on University of Education ":(Bright and Asare, 2019)

"Winneba, Kumasi Campus in Ghana

Journal –Role of Performance Appraisal in Motivation of Bank Employees

(Vashistha, 2018) of Business and Management

المواقع الالكترونية :

zakwelding.com المصرف الدولي للتجارة والتمويل

ملحق البحث

البيان	درجة عالية جدا	عالية	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جدا
اعتماد تقييم الأداء الخدمي على مخرجات نظام صنع الخدمة المصرفية					
1. يوفر النظام أدلة تشغيل عن الخدمات المقدمة	☐	☐	☐	☐	☐
2. يوفر النظام معلومات عن شكاوى العملاء	☐	☐	☐	☐	☐
3. يوفر النظام معلومات عن حجم الخدمات المقدمة يوميا	☐	☐	☐	☐	☐
4. يوفر النظام تقارير عن معدل الأخطاء اثناء تقديم الخدمة	☐	☐	☐	☐	☐
5. يقدم النظام معلومات عن جاهزية الصرافات الالية	☐	☐	☐	☐	☐
اعتماد تقييم الأداء المالي على مخرجات نظام المعلومات الائتماني					
6. يقدم النظام معلومات عن وضع الربحية	☐	☐	☐	☐	☐
7. يتم استخدام طريقة النموذج الأمريكي الإنذار المبكر في عملية التقييم	☐	☐	☐	☐	☐
8. يقدم النظام معلومات عن وضع الموجودات السائلة	☐	☐	☐	☐	☐
9. يقدم النظام معلومات عن مخاطر الأوراق المالية	☐	☐	☐	☐	☐
10. يقدم النظام معلومات عن معدلات نمو رأس المال	☐	☐	☐	☐	☐
11. يقدم النظام معلومات عن اجمالي القروض	☐	☐	☐	☐	☐
12. يقدم النظام معلومات عن القروض المتعثرة	☐	☐	☐	☐	☐
اعتماد تقييم الأداء الوظيفي بالاعتماد على مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية					
13. يوفر النظام معلومات عن الكفاءات البشرية	☐	☐	☐	☐	☐
14. يوفر معلومات عن الرواتب والأجور والحوافز	☐	☐	☐	☐	☐
15. يوفر معلومات عن الدورات التدريبية التي خضع لها موظفو المصرف	☐	☐	☐	☐	☐

☐	☐	☐	☐	☐	16. يتوفر معلومات عن العقوبات وأوجه التقصير
☐	☐	☐	☐	☐	17. يتم استخدام طريقة 360 في عملية التقييم
اعتماد تقييم الأداء التسويقي على مخرجات نظام المعلومات التسويقية					
☐	☐	☐	☐	☐	18. يوفر النظام معلومات عن عدد المشتركين في الموقع الالكتروني
☐	☐	☐	☐	☐	19. يحاول النظام معلومات عن مدة استخدام العملاء للموقع الالكتروني
☐	☐	☐	☐	☐	20. يوفر النظام معلومات كافية المصارف المنافسة
☐	☐	☐	☐	☐	21. يوفر النظام معلومات عن الخطة الترويجية والتسويقية
☐	☐	☐	☐	☐	22. يوفر النظام معلومات عن سياسات جذب العملاء
☐	☐	☐	☐	☐	23. يتم استخدام طريقة تقييم المحتوى التسويقي في عملية التقييم