

تواريخ البحث تاريخ تقديم البحث : 2023/11/15 تاريخ قبول البحث : 2023/12/20 تاريخ رفع البحث على الموقع: 2024/6/15	نظم المعلومات الاستراتيجية ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية- دراسة تطبيقية لموظفي مصرف أشور الاهلي
	المدرس المساعد: سارة عباس علي
	جامعة البصرة/ الادارة والاقتصاد/ قسم العلوم المالية والمصرفية
	المدرس المساعد: امل طه ياسين
	جامعة البصرة/ الادارة والاقتصاد/ قسم نظم المعلومات الادارية

المستخلص :

يهدف البحث الحالي الى دراسة دور نظم المعلومات الاستراتيجية في تحسين جودة الخدمة المصرفية، في مصرف اشور الاهلي، ولتحقيق اهداف البحث، تم الاعتماد على تطوير استبانة لغرض الحصول على البيانات، اذ تم الاعتماد على موظفي المصرف المبحوث بصورة شاملة، اذ يبلغ عددهم (40) موظف وموظفة، وتم استخدام برمجيات (Spss.v.23) و (Amose.v.23) لتحليل البيانات. توصل البحث الى ان تصورات المبحوثين لمستوى اهمية نظم المعلومات الاستراتيجية في تحسين جودة الخدمة المصرفية كان مرتفعاً، اضافة الى وجود دور لنظم المعلومات الاستراتيجية في تحسين جودة الخدمة المصرفية. وقد خرج البحث بمجموعة توصيات اهمها تكثيف الجهد المعرفي الخاص بالتغييرات المعرفية والمفاهيمية المعاصرة كموضوعات نظم المعلومات الاستراتيجية بعدد عوامل مؤثرة في العمليات المصرفية والمصدر الاساسي في تحسين جودة الخدمة المصرفية.

الكلمات المفتاحية : نظم المعلومات الاستراتيجية ، جودة الخدمة المصرفية، الافراد، المعلومات، الاستجابة ، الملموسية.

Strategic Information Systems and their Role in Improving the Quality of Banking Services - an Applied Study for Employees of Ashur Bank

Assistant Teacher: Sarah Abbas Ali

Administration & Economics College , Department of Banking & finance

Assistant Teacher: Amal Taha Yassin

University of Basra/ College of Administration and Economics

Department of Management Information Systems

University of Basrah

Abstract :

The current research aims to study the role of strategic information systems in improving the quality of banking service at Ashur National Bank. To achieve the research objectives, reliance was placed on preparing a questionnaire for the purpose of obtaining data, and reliance was also placed on the employees of the bank under study in a comprehensive manner, as their number reached (40). Male and female employees and (Spss.v.23) and (Amose.v.23) programs were used to analyze the data. The research found that respondents' perceptions of the level of importance of strategic information systems in improving the quality of banking service were high, in addition to the existence of a role for strategic information systems in improving the quality of banking service. The research came out with a set of recommendations, the most important of which is intensifying the cognitive effort related to contemporary cognitive and conceptual changes, such as the topics of strategic information systems, which are considered among the factors influencing banking operations and the main source in improving the quality of banking service.

Keywords: Strategic information systems, quality of banking service, individuals, information, responsiveness, tangibility

المقدمة :

تمثل نظم المعلومات الاستراتيجية في المؤسسات المصرفية المحرك الاساس الذي يحافظ على كيان المؤسسة، كما انه الحافز الرئيس لإنجاز الاعمال فيها، كما ان انظمة المعلومات تهيئ الظروف المناسبة لتحسين المصارف لجودة الخدمات المقدمة من قبلها. اذ ان التقدم التكنولوجي ساعد على تطوير انظمة المعلومات بصورة كبيرة، ولا سيما في الوقت الراهن، وكاستجابة لهذه التغييرات سعت المؤسسات المصرفية الى اتباع انظمة معلوماتية حديثة لتطوير وتحسين خدماتها المقدمة، لذا فإن المؤسسات المصرفية بحاجة الى اتباع نظم المعلومات الاستراتيجية فعال يساعدها بمتابعة العمل ويسيطر على وضع المؤسسة من التقلبات البيئية التي تواجهها (ديب و إسماعيل، 2018:1). ويمكن وصف نظم المعلومات الاستراتيجية بأنها مجموعة من الانظمة الخاصة بكشف المعلومات وما يحدث في البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة أثناء إجراء الانشطة المختلفة للمساعدة في اتخاذ القرارات داخل المؤسسة (ابتسام ومريم، 2020:30). وفي العصر الحاضر تحتل المصارف المرتبة الأولى بين جميع المؤسسات المالية. وفي الاقتصاد الحديث، لا يستطيع أي فرد أو شركة أو حكومة أن يتحمل تكاليف تجنب ذلك. اذ تعمل المصارف على بتسهيل الشركات والأفراد من خلال تقديم القروض والمدخرات وخدمات الاستثمار. وبسبب التغييرات في التكنولوجيا واللوائح الحكومية والعملة، تقدم الآن خدمات مبتكرة متنوعة باستخدام نظم المعلومات الاستراتيجية لتحسين جودة خدماتها ويمكن وصف جودة الخدمة المصرفية بأنها انجاز اعمال المؤسسة بين مقدم الخدمة وملتقيا بما يحقق ارضاء العملاء ويلبي احتياجاتهم (Zabala & Ślusarczyk,2020:3).

يسعى البحث الحالي الى معرفة دور نظم المعلومات الاستراتيجية في تحسين جودة الخدمة المصرفية ، وذلك من خلال الاعتماد على مصرف (اشور الاهلي) كمجتمع للبحث ، أذ يعد الاعتماد على نظم المعلومات الاستراتيجية ذا اهمية بالغة في عصرنا الحالي كما ان تحسين جودة الخدمة المصرفية بحاجة الى نظم تكنولوجياية مستحدثة.

أولاً: مشكلة البحث

في ظل تيارات المنافسة المتصاعدة ظهرت قضية تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال الاعتماد على نظم المعلومات الاستراتيجية، اذ اصبحت المؤسسات المصرفية تبحث عن التقنيات والوسائل المستحدثة التي تمكنها من البقاء والاستمرارية في اطار المنافسة المتسارع، وتمثل نظم المعلومات الاستراتيجية احدي التقنيات الحديثة التي ينظر اليها على انها اختبار مفروض وليس خياراً يمكن تبنيه اورفضه في مصرف اشور الاهلي مجتمع البحث.

استنادا الى ما سبق يمكن تلخيص مشكلة البحث الحالي بالتساؤل الاتي ((ما دور نظم المعلومات الاستراتيجية في تحسين جودة الخدمة المصرفية في مصرف اشور الاهلي مجتمع البحث)).

ثانياً: اهداف البحث

اتفقت اغلب الباحثين على ان اهداف اي دراسة هي امتداد لمشكلة وتساؤل البحث لذا فأن الباحثان تسعى من خلال هذه البحث الحالي الى تحقيق الاهداف التالية :

- 1- معرفة مستوى اهتمام مصرف اشور الاهلي مجتمع البحث في توظيف نظم المعلومات الاستراتيجية لتحسين جودة الخدمة المصرفية .
- 2- معرفة دور نظم المعلومات الاستراتيجية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في مصرف (اشور الاهلي) مجتمع البحث.

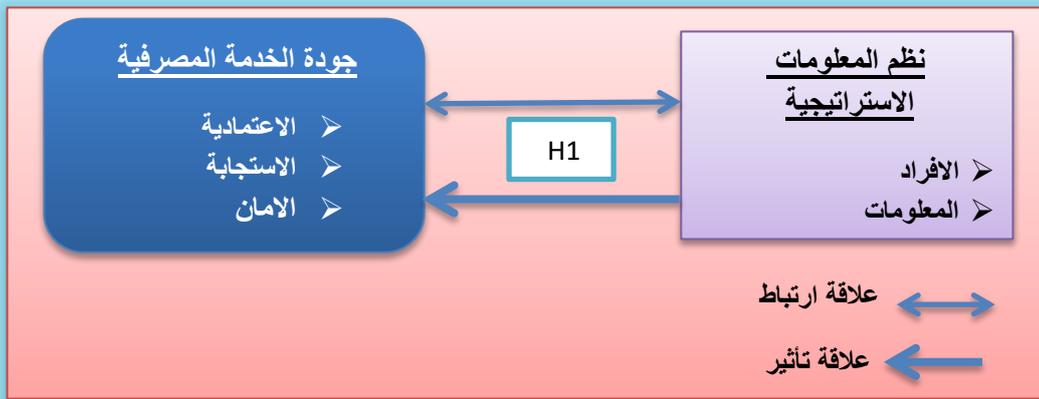
ثالثاً: اهمية البحث

تبرز أهمية البحث في محاولة إثارة اهتمام المصرف مجتمع البحث إلى أهمية الدور الذي تقوم به نظم المعلومات الاستراتيجية بأبعادها التي تتضمن (الافراد ، المعلومات ، تكنولوجيا المعلومات) بوصفها واحدة من عناصر النجاح الرئيسة في تحسين جودة الخدمة المصرفية فضلاً عن اشتراك البحث في وضع الحلول المناسبة للمشكلات التي تواجهها البيئة المصرفية العراقية لتتمكن من التغلب على التحديات التي تعيق عملها التي قد تجعل كثير من هذه المصارف خارج ميدان المنافسة.

رابعاً: المخطط الفرضي للبحث

توضح هذه الفقرة العلاقة بين المتغيرين التي جرى على اساسها صياغة مشكلة البحث . وكما موضحة في الشكل (1) وقد تم اختيار ابعاد المتغيرات استناداً للمسوحات الفكرية والادبيات السابقة وبما توفر للباحثان من مصادر، اذ تم الاعتماد على دراسة (Haags et al ., 1998) ودراسة (الياسري و مردان، 2018) في تحديد ابعاد المتغير المستقل المتمثلة ب(الافراد ، المعلومات ، تكنولوجيا المعلومات) وتم الاعتماد على دراسة الأبعاد Abdullah et al.(2011). لتحديد ابعاد المتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية) ويمكن تمثل متغيرات البحث الحالي بالشكل التالي :

الشكل(1) المخطط الفرضي للبحث



المصدر: من اعداد الباحثان استناداً الى ما عكسته الادبيات السابقة

خامساً: صياغة فرضيات البحث :

الفرضية الرئيسية H1: -توجد علاقة ارتباط وتأثير ايجابية ذات دلالة احصائية ومعنوية بين نظم المعلومات الاستراتيجية وتحسين جودة الخدمة المصرفية. وتنبتق منها الفرضيات الفرعية الاتية:-
الفرضيات الفرعية :-

H1-a:- توجد علاقة ارتباط وتأثير ايجابية ذات دلالة احصائية ومعنوية بين الافراد وجودة الخدمة المصرفية

H1-b :- توجد علاقة ارتباط وتأثير ايجابية ذات دلالة احصائية ومعنوية بين المعلومات وجودة الخدمة المصرفية.

H1-c :- توجد علاقة ارتباط وتأثير ايجابية ذات دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية.

سادساً: طرق جمع البيانات: تم جمع البيانات بالجانب النظري والجانب التطبيقي وذلك تحقيقاً لغاية البحث وهي كالآتي :

1- الجانب النظري : تم اعتماد الباحثان على المصادر التي تتوافر في المجالات العلمية الالكترونية، فضلاً عن الاطلاع على مجموعة المصادر الاجنبية والعربية .

2- الجانب التطبيقي : اعتمدت الباحثان على المصادر الاتية في جمع البيانات التي تخص الجانب التطبيقي وهي :
أ- الاستبانة : تعد الاستبانة من الوسائل المهمة في جمع البيانات ويشيع استخدامها في الدراسات السلوكية والاجتماعية اذ تكون البيانات المطلوبة لها صلة وثيقة بمشاعر الأفراد ودوافعهم وعقائدهم واتجاهاتهم نحو موضوع معين، فضلاً عن المواقف التي يصعب الحصول على بيانات عنها بطرائق الملاحظة كالمواقف والاحداث السابقة والمستقبلية وتم الاعتماد على الاستبانة مصدراً أساسياً في جمع المعلومات (Sekaran & Bougie,2016:143).

سابعاً: مجتمع وعينة البحث: يتمثل مجتمع البحث الحالي في مصرف اشور الاهلي ، وقد اعتمدت الباحثان على موظفي المصرف بصورة شاملة اذ يبلغ عددهم (40) فرداً وتم الاعتماد على دراسة (Sekaran & Bougie ,2016:160)

ثالثاً: الاساليب الاحصائية المستخدمة: اعتمد البحث الحالي على مجموعة من الاساليب الاحصائية منها (كمجروف سميرنوف ، الاحصاء الوصفي المتمثل بالوسط الحسابي والانحراف المعياري ، معامل الاختلاف ، معامل ارتباط بيرسون ، تحليل المسار لقياس التأثير بين المتغيرات) ، تم تطبيق تلك الادوات الاحصائية بواسطة برنامجي (SPSS.V.23) و (Amos .V.23).

الفصل الثاني/ الاطار النظري للبحث المبحث الاول : نظم المعلومات الاستراتيجية

اولاً : مفاهيم نظم المعلومات الاستراتيجية :- قبل الانتقال إلى مفهوم نظم المعلومات الاستراتيجية لابد من التطرق إلى الخطوة الأولى والأساسية والتي هي معرفة المعلومات الاستراتيجية عن غيرها من المعلومات، فمن الصعب تحديد ما هو استراتيجي وما ليس استراتيجي من المعلومات المقدمة لمتخذي القرار، فهذه الطريقة تتطلب أساساً جيداً لتمييز بين نوع المعلومات ومن ثم تحديد مفهوم المعلومات الاستراتيجية، فالمعلومات الاستراتيجية معلومات التنبؤ المستقبلية، وذلك من خلال التنبؤ بالمشكلات قبل وقوعها واستثمار الفرص المتاحة وتكون مرتبطة بخطط طويلة الأجل، تغطي الغموض وعدم اليقين البيئي وهو مهم لتطوير المعلومات التنظيمية، وتنفيذها وتقييمها لتحقيق أهداف المؤسسة الاستراتيجية(ابتسام ومريم، 2022: 30). وتمثل انظمة المعلومات الاستراتيجية مجموعة من الانظمة التي تدعم المؤسسة في اجراء التغييرات المناسبة في المنتجات والخدمات التي تقدمها(Merali & Nadkarni, 2012:127). كما وصفها (Laudon & Laudon, 2012:16) هي انظمة محوسبة تعمل في جميع مستويات المؤسسة وتكون قادرة على تحقيق الاهداف والعمليات والخدمات مما يمكنها من تحقيق اسبقية تنافسية للمؤسسة.

من المفاهيم السابقة يمكن تلخيص مفهوم نظم المعلومات الاستراتيجية وحسب وجهة نظر الباحثان ((بأنها مجموعة من الانظمة المحوسبة التي تمكن المؤسسة من مواجهة كافة التغييرات البيئية)).

ثانياً: اهمية نظم المعلومات الاستراتيجية: تساعد نظم المعلومات الاستراتيجية في التكيف مع كافة التغييرات البيئية، وامكانية التعامل مع حالة اللاتأكد البيئي، اذ تتمكن هذه النظم من التميز وامتلاكها القدرات التي لا يمكن تقليدها، كما ان نظم المعلومات الاستراتيجية تمكن الادارة العليا في المؤسسة من صنع القرارات في جميع المستويات التنظيمية، وخاصة المستويات الاستراتيجية من خلال ما توفره من تقارير ومعلومات ضرورية لاتخاذ القرارات في الوقت المناسب (Merali & Nadkarni, 2012:130). تسهم نظم المعلومات الاستراتيجية في تشجيع الابتكار من خلال تعزيز قواعد المعرفة في المؤسسة وتجسيد مفاهيم إدارة المعرفة (هو عبارة عن أسلوب إداري وعملية ديناميكية مستمرة تتضمن سلسلة من الأنشطة والممارسات التي تحول المعارف الضمنية إلى معارف صريحة قائمة على المستوى التنظيمي تعمل على تطويرها، مشاركتها، حفظها والرجوع إليها وقت الحاجة وذلك لخلق قيمة مضافة للمؤسسة ويساعد على تحسين مستويات أدائها(بده، 2021: 31)

ثالثاً: ابعاد نظم المعلومات الاستراتيجية: بعد الاطلاع على بعض الدراسات السابقة وجدت الباحثان تعدد وتنوع انواع المقاييس المعتمدة في قياس نظم المعلومات الاستراتيجية ، واستندت الباحثان على اختيار مقياس لنظم المعلومات الاستراتيجية المتمثلة بـ (الافراد ، المعلومات ، تكنولوجيا المعلومات) والتي تتناسب مع موضوع البحث الحالي ومعرفة كيف يمكن قياس نظم المعلومات الاستراتيجية وفق دراسة (Haag & Dawkins, 1998). ودراسة (الياسري و مردان، 2018) وسيتم توضيح ابعاد نظم المعلومات الاستراتيجية وفقاً للمصادر المذكورة انفاً:

البعد الأول: الافراد: هي أهم مكون من مكونات انظمة المعلومات الذي يمتلك تراكمياً ضمنياً للمعرفة في أذهانهم في المؤسسة، وتأتي أهمية الافراد من تعاظم دور انظمة المعلومات في المؤسسة والذي يتطلب درجة كبيرة من الخبرة والمهارات اللازمة لإدارته فكلما اكتسب الافراد القدرات اللازمة كلما ازداد تقييمهم للتكنولوجيا المتوافرة (الياسري و مردان، 2018: 35).

البعد الثاني: المعلومات: هي مجموعة البيانات التي تتم معالجتها لتكون ذات معنى، يؤدي الغرض المطلوب منها ولها دور كبير في الحياة البشرية وتطورها، وتعد اساس نجاح المؤسسات في تحقيق الأهداف لكونها مجموعة من الحقائق التي تكون الغاية منها تنمية معرفة البشر وزيادة قدراته مما يجعلها ذات قيمة (الياسري و مردان، 2018: 36).

البعد الثالث: تكنولوجيا المعلومات: مجموعة متكاملة من الأجهزة والمعدات والقدرات الفردية وشبكات الاتصال من أجل جمع وتحليل البيانات وتصنيفها واستخراج المعلومات و تخزينها واسترجاعها عند الحاجة لتيسير الأعمال المصرفية (الياسري و مردان، 2018: 37).

((ترى الباحثان أن نظم المعلومات الاستراتيجية بأبعادها كافة هي مجموعة من الانظمة التي تعتمد على قدرات ومهارات الافراد وامكانية جمع البيانات وتحويلها الى معلومات عن طريق مجموعة الاجهزة والمعدات والشبكات الالكترونية ذات اهمية تخدم الحياة البشرية)).

المبحث الثاني : جودة الخدمة المصرفية

اولاً: مفاهيم جودة الخدمة المصرفية : يمكن تعريف جودة الخدمة على أنها درجة التناقض بين توقعات العملاء المعيارية للخدمة وتصوراتهم لأداء الخدمة او هي تلبية احتياجات وتوقعات العميل (Lau et al.,2013:266). كما وصف (Ahmed et al.,2021:4) جودة الخدمة بأنها الاتجاه ودرجة الاختلاف بين تصورات وتوقعات خدمة العملاء. اشار (Ahmed,2017:120) الى جودة الخدمة المصرفية بأنها العامل الاساس الذي يمكن المؤسسات المصرفية من الحصول على العملاء الجدد مع الاحتفاظ بالعملاء القدامى. وهي اداة تستخدم من قبل العملاء للاستفادة من الخدمات المصرفية وتمثل ارضاء العملاء وتلبية احتياجاتهم (Zabala & Ślusarczyk,2020:2).

وترى الباحثان يمكن وصف جودة الخدمة المصرفية بأنها ((المقياس الحقيقي للخدمة المقدمة من قبل المصرف، مع بذل المزيد من الجهد اللازم لتعديل مستوى الخدمة المقدمة، بناء على نتائج عملية لقياس مستويات الخدمات)).

ثانياً: أهمية جودة الخدمة المصرفية : تظهر أهمية جودة الخدمة المصرفية من خلال ما قدمه الكتاب والباحثين بالاتي (الحلي، 2017: 61) و (عبد الرضا، 2022: 267) وسيم توضيح أهمية جودة الخدمة المصرفية كما اشارت اليها المصادر المذكورة انفاً:

1- تعد جودة الخدمة المصرفية ذات قيمة استراتيجية، وان معرفتها تمكن المؤسسات المصرفية من المحافظة على زبائنها وموظفيها، وتحقيق رضاهم .

- 2- تزيد جودة الخدمة المصرفية من فرص جذب العملاء الجدد، وامكانية تطوير علاقة المصرف بالزبون.
- 3- ان جودة الخدمة في المصارف تعزز سمعة المصرف بين المصارف المنافسة الاخرى، وتعمل على تحسين ادائها وفقاً لاحتياجات الزبون.
- 4- كما ان جودة الخدمة المصرفية لفتت انتباه وتركيز المسوقين المصرفيين مما دفع المؤسسات المصرفية على معرفة ما هي جودة الخدمة وما هي ابعادها وكيف يمكن قياسها وتوظيفها والاستفادة منها في مؤسساتهم المالية، الامر الذي عزز جودة الخدمة المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية المصرفية، وبالتالي التمكين من مواجهة كافة الضغوطات والتحديات في السوق، والقدرة على مواجهة المنافسين.
- 5- ان تقديم خدمات مصرفية مميزة ونادرة وذات قيمة تزيد من قدرة المصرف على الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب الزبائن الجدد بصورة مستمرة.

((نرى الباحثان ان الاهتمام بتعزيز جودة الخدمة المصرفية يمكن المؤسسات المصرفية من مواجهة كافة الصعوبات الخارجية بالإضافة الى ضمان بقائها واستمرارها في ظل بيئة شديدة التغيير)).

ثالثاً ابعاد جودة الخدمة المصرفية: بعد الاطلاع على بعض الدراسات السابقة وجدت الباحثان تعدد وتنوع انواع المقاييس المعتمدة في قياس جودة الخدمة المصرفية، واستندت الباحثان على مجموعة دراسات في اختيار مقياس جودة الخدمة المصرفية، اذ تم الاطلاع الى دراسة كلا من (Bahia, & Nantel, 2000)، (Hammoud, et al., 2018)، (Rod, 2009) واتفقت الباحثان مع دراسة (Abdullah et al., 2011) لغرض اختيار مقياس جودة الخدمة المصرفية المتمثل ب (الاعتمادية، الاستجابة، الامان) لكونها ركزت على تطوير أداة قياس جديدة مكونة من 29 عنصراً، مصممة خصيصاً للمؤسسات المصرفية. سيكون المقياس الصالح والموثوق به، كما انه أداة يمكن للمؤسسات المصرفية استخدامها لتحسين أداء الخدمة في ضوء المنافسة المتزايدة وعدم اليقين في الأسواق المالية العالمية. تعتبر نتائج الدراسة الحالية حاسمة لأن الدراسات السابقة قد أنتجت مقاييس تشبه جودة الخدمة، وهي مقياس عام لجودة الخدمة، والتي قد لا تكون كافية لتقييم الجودة المتصورة في القطاع المصرفي. وبالتالي، استوعبت الدراسة الحالية تقييم العملاء لجودة الخدمة في استبيان مكون من 29 عنصراً، تم تكييفه حصرياً مع الطبيعة الفريدة للقطاع المصرفي. وأكدت النتائج أن الأبعاد الثلاثة وهي (الاعتمادية الاستجابة و الامان) كانت متميزة وواضحة من الناحية المفاهيمية. ويمكن توضيح ابعاد البحث الحالي بالاتي:

البعد الاول: الاعتمادية: تشير إلى القدرة على أداء الخدمات الموعدة بشكل موثوق ودقيق (Rod, 2009:104). كما اضاف (Santhiyavalli, 2011:79) الاعتمادية هي القدرة على تنفيذ الوعود بتقديم الخدمات بكل دقة وثقة.

البعد الثاني: الاستجابة: تشير إلى استعداد مقدمي الخدمة لمساعدة العملاء وتقديم خدمة سريعة (Rod 2009:105). اكد (Firdous & Farooqi, 2017:12) تشير الاستجابة إلى الخدمات التمثيلية للعملاء المقدمة لتلبية متطلباتهم، والتعامل مع محاجرهم وحل الشكاوى و تعتبر خدمات ممثل العملاء جذابة للغاية ومفيدة في حل مشاكلهم.

البعد الثالث : الامان: تشير الى الشعور المتعلق بمعرفة الموظفين ومجاملتهم وقدرتهم على التعامل بأمان مع العملاء (Rod ,2009:105).

الفصل الثالث: الجانب العملي

يقدم هذا الفصل تحليلاً للبيانات التي تخص متغيرات وابعاد البحث، التي تم الحصول عليها عن طريق استمارة الاستبانة، إذ تضمن البحث الحالي مجموعة من الفرضيات والاهداف المطلوب اختبارها، والتحقق منها وتوضيح فيما اذا كانت هذه البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً ام لا. وعلى ضوء ما سبق يمكن تحديد نوع الادوات و الاساليب الاحصائية المناسبة لهذه البيانات. ولغرض تحقيق ذلك تم الاعتماد على مجموعة من الاساليب الاحصائية وفق برنامجي (SPSS.V.23) و (AMOS.V.23).

اولاً: التحليل الاولي لمتغيرات البحث

1- اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات :

من اجل تطبيق الاختبارات الاحصائية المعروفة التي تحقق الهدف المنشود للبحث يجب التأكد من توزيع البيانات ،اذ ان اغلب الاختبارات الاحصائية تشترط ان تكون البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً وتسمى في هذه الحالة بالاختبارات المعلمية، اما اذا لم تتوزع البيانات توزيعاً طبيعياً ففي هذه الحالة يجب استخدام الاختبارات اللامعلمية (Sekaran & Bougie,2010:337-338) وعلى اساس ذلك قامت الباحثتان بإجراء اختبار البيانات باستخدام المختبر (Kolmogorov-Smirnov^a) لمعرفة توزيع البيانات إذا تم توزيعها توزيعاً طبيعياً أم لا (Cooper & Schindler,2014:612) من خلال إجراء اختبار الفرضيات التالية :

Ho: البيانات لا تتوزع توزيعاً طبيعياً .

H1: البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً .

سنلاحظ نتائج الاختبار لكل متغير من متغيرات البحث من خلال الجداول المدرجة في ادناه .

أجراء اختبار (Kolmogorov-Smirnov) للتوزيع الطبيعي على متغيرات و ابعاد البحث:

بناءً على ما تم التطرق إليه في اعلاه سيتم تلخيص اختبار البيانات للمتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية) بأبعاده والمتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية) بأبعاده، وسيتم توضيحهما على وفق الجدول (1) الآتي .

الجدول (1) نتائج الاختبار للمتغيرات البحث وابعاده

Kolmogorov-Smirnov			متغيرات وابعاد البحث
Sig. (2 tailed)	n	Test Statistic	
.549	40	.218	الافراد
.662		.217	المعلومات
.443		.290	تكنولوجيا المعلومات
.551		.236	نظم المعلومات الاستراتيجية
.252		.300	الاعتمادية
.541		.249	الاستجابة
.650		.128	الامان
.553		.225	جودة الخدمة المصرفية

الجدول: من اعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول المذكور أن قيم (sig) لجميع الفقرات متغيرات البحث وابعادها اعلى من قيمة (0.05) وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية والتي تنص على ان البيانات لا تتوزع توزيع طبيعياً و قبول الفرضية البديلة.

2- اختبار الصدق النهائي: يعبر اختبار الصدق النهائي للاستبيان عن المدى الذي يكون فيه المقياس او مجموعة المقاييس ممثلة بشكل صحيح لمتغيرات البحث، وإلى إي مدى تعد اداة جمع البيانات خاليه من اي خطأ مقصود (Hair et al,2019:3). ولغرض التأكد من صدق مقاييس البحث، سوف يتم الاعتماد على قيم (Corrected Item-Total Correlation) التي تشير الى مدى ارتباط كل فقرة من فقرات المقياس بالمجموع الكلي لبقيه الفقرات، ومن خلال ذلك سيتم تصحيح المقياس بواسطة استبعاد الفقرات التي تحصل على قيم ارتباط غير كافية (اقل من 0.40) بهدف الابقاء على الفقرات التي تزيد صدق المقياس فعلياً وترتبط ارتباطاً جيداً وكافياً ببقيه الفقرات الاخرى التي تمثل مقياساً معيناً. يشير الجدول (2) المدرج في ادناه الى الفقرات الخاصة بأداة البحث وفق مقياس (Corrected Item-Total Correlation).

الجدول (2) نتائج الصدق النهائي الداخلي

Corrected Item -Total Correlation	الفقرة	Corrected Item -Total Correlation	الفقرة	Corrected Item -Total Correlation	الفقرة
.544	Q21	.786	Q11	.651	Q1
.638	Q22	.591	Q12	.561	Q2
.537	Q23	.676	Q13	.560	Q3
.585	Q24	.743	Q14	.584	Q4
.751	Q25	.798	Q15	.644	Q5
.561	Q26	.663	Q16	.850	Q6
.445	Q27	.562	Q17	.749	Q7
.690	Q28	.654	Q18	.840	Q8
		.687	Q19	.709	Q9
		.680	Q20	.664	Q10

الجدول: من اعداد الباحثان بالاستناد الى مخرجات (spss.v.23)

يوضح الجدول (2) المدرج في اعلاه ان جميع قيم الفقرات اكبر من (0.40)، وهذا ما يوضح بأن جميع فقرات الاستبانة تتصف بالصدق والاتساق الداخلي المقبول، ويمكن الاعتماد عليها بالتحليل الاحصائي .

3- ثبات اداة البحث : يقصد بالثبات هو عند تكرار الأسئلة وتطبيقها على افراد عينة البحث في أوقات مختلفة تعطي نفس الإجابة وبالاعتماد على معامل (Cronbach's Alpha) الذي يعد احد انواع الاختبارات الشائعة التي تستخدم لثبات ادارة البحث، وان اغلب الدراسات تشير الى ان قيمة معامل (Cronbach's Alpha) تكون جيدة ومقبولة عندما تكون اكبر من (0.70) (Morgan et al.,2004:122) وقد استخدمت الباحثان معامل (Cronbach's Alpha) لقياس الثبات وكانت النتائج كما موضحة في الجدول (3) الاتي:

الجدول (3) قيم (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات ابعاد البحث

المحاور	عدد الفقرات	Cronbach's Alpha قيمة معامل
الافراد	4	.929
المعلومات	4	.914
تكنولوجيا المعلومات	5	.923
المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية)	13	.915
الاعتمادية	5	.926
الاستجابة	5	.935
الامان	5	.918
المتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية)	15	.919
جميع المحاور	28	.932

الجدول : من اعداد الباحثين بالاستناد الى مخرجات (spss.v.23)

من خلال نتائج (Cronbach's Alpha) في الجدول المذكور أنفاً توصلت الباحثتان الى ان المقياس المعتمد في البحث يتسم بالثبات كون جميع النتائج التي تم التوصل اليها اكبر من (0.70) وهذا ما يؤكد ان الصدق والاتساق النهائي للبيانات التي تم الحصول عليها من خلال افراد عينة البحث وهذا ما يوضح بدوره ثبات النتائج التي تم التوصل اليها (Sekaran & Bougie, 2016:290).

ثانياً: وصف متغيرات البحث وتشخيصها

1-الاحصاء الوصفي: يعد الاحصاء الوصفي مجموعة من الاساليب الاحصائية الاساسية التي تقدم وصفا دقيقا للخصائص الاساسية وتلخص البيانات بطريقة واضحة ومبسطة (Zikmund et al., 2010:413).

1- وصف وتشخيص بيانات المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية) بأبعاده:

تقدم هذه الفقرة وصفاً لاستجابات الموظفين في مصرف اشور الاهلي ومناقشتها من خلال الاعتماد على ثلاثة ابعاد تخص المتغير المستقل التي تم توضيحها ضمن (13) فقرة من فقرات الاستبانة، وثلاثة ابعاد تخص المتغير التابع ضمن (15) فقرة، وسيتم استخدام الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف من اجل تفسير النتائج وصفيًا، اذ اعتمدت الباحثتان على مقياس (Likert) الخماسي الذي يعتمد الاوزان التصاعديّة (1,2,3,4,5) وتتضمن هذه الفقرة عرض المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف والاعتماد على المتوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) كمتوسط اداة القياس وباستخدام نتائج الحاسبة الالكترونية ضمن البرامج الاحصائية (SPSS.V.23) سيتم عرض التحليل في الجدول (4) الاتي :

وابعاده الجدول (4) ملخص نتائج الاحصاء الوصفي للمتغير البحث

ت	المتغيرات والابعاد	Mean	s.d	C.V
1	الافراد	4.08	.922	0.23
2	المعلومات	3.87	.741	0.19
3	تكنولوجيا المعلومات	3.80	.880	0.23
	المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية)	3.93	.832	0.21
1	الاعتمادية	3.93	.591	0.15
2	الاستجابة	3.53	1.00	0.28
3	الامان	3.60	.897	0.25
	المتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية)	3.73	.866	0.23

الجدول :من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج (SPSS.V.23)

نلاحظ من الجدول (4) المذكور أنفاً متغيرات و ابعاد البحث اذ سيتم مناقشة الجدول وفقاً للمتغير الاول المتمثل بالمتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية)، اذ يوضح الجدول ان البعد الاول من ابعاد المتغير المستقل (الافراد) سجل اعلى متوسط حسابي بلغت قيمته (4.08) وانحراف معياري (.922) وهذا يبين ان بعد (الافراد) هو اول الابعاد من حيث تأثيرها على نظم المعلومات الاستراتيجية، وسجل البعد الثالث (تكنولوجيا المعلومات) (3.87) ثاني اعلى متوسط حسابي وانحراف معياري يبلغ (.741)، اما البعد الثاني (المعلومات) فقد حصل على اقل متوسط حسابي بلغ (3.80) وانحراف معياري (.880). وهذا ما يدل على ان اجابات افراد العينة جاءت متجانسة مع المقياس الذي تم اختياره في قياس المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية).

كما يبين الجدول ان البعد الاول من ابعاد المتغير التابع (الاعتمادية) سجل اعلى متوسط حسابي تبلغ قيمته (3.93) وانحراف معياري (.591)، في حين سجل البعد الثالث (الامان) ثاني اعلى متوسط حسابي يبلغ (3.60) وانحراف معياري (.897)، اما البعد الثاني فقد سجل اقل متوسط حسابي يبلغ (3.53) بانحراف معياري يبلغ (1.00). وهذا ما يدل على ان اجابات افراد العينة جاءت متجانسة مع المقياس الذي تم اختياره في قياس المتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية).

يوضح الجدول ايضا ان الوسط الحسابي للمتغير المستقل يبلغ (3.93) بأنحراف معياري يبلغ (.832) وهو اعلى من المتوسط الحسابي للمتغير التابع البالغ (3.73) بأنحراف معياري (.866). وهذا يدل على ان ترابط المتغيرات جاء متجانساً مع موضوع البحث الحالي ومتوافق مع اجابات افراد العينة.

الثالث: اختبار فرضيات البحث

1- اختبار الفرضيات الارتباط :

سيتناول هذا المبحث معرفة علاقة الارتباط بين متغيرات البحث (نظم المعلومات الاستراتيجية ، جودة الخدمة المصرفية) بالاستناد إلى اجابات افراد عينة البحث، من خلال استمارة الاستبانة اذ استخدمت الباحثان معامل الارتباط (Pearson) لكون البيانات موزعة توزيعاً طبيعياً، اي انها ذات طابع احصاء معلمي حيث ان قيم معامل

الارتباط تتراوح بين (+1) و(-1) فإذا كان معامل الارتباط ذات قيمة موجبة يفسر الارتباط بأنه ايجابي إما اذا كانت قيمة معامل الارتباط تساوي (+1) فيفسر الارتباط على انه ارتباط ايجابي تام إما اذا كانت قيمة معامل الارتباط سالبة (-1) فيفسر على انه ارتباط عكسي إما اذا كانت قيمة معامل الارتباط تساوي (-1) يفسر الارتباط على انه ارتباط عكسي تام وفي حال كانت قيمة معامل الارتباط تساوي (0) فيفسر ذلك عدم وجود ارتباط ، وتوضح الجداول الآتية اختبار فرضيات الارتباط بين متغيرات البحث وابعادها.

الجدول (5)

علاقة الارتباط بين متغيرات و ابعاد البحث على وفق معامل ارتباط (Pearson)

ت	بيانات الارتباط	الافراد	المعلومات	تكنولوجيا المعلومات	نظم المعلومات الاستراتيجية	الاعتمادية	الاستجابة	الامان	جودة الخدمة المصرفية
1	الافراد	1							
2	المعلومات	.804**	1						
3	تكنولوجيا المعلومات	.474**	.706**	1					
4	نظم المعلومات الاستراتيجية	.866**	.838**	.752**	1				
5	الاعتمادية	.494**	.758**	.602**	.577**	1			
6	الاستجابة	.353**	.534**	.541**	.568**	.645**	1		
7	الامان	.579**	.752**	.777**	.734**	.536**	.565**	1	
8	جودة الخدمة المصرفية	.571**	.784**	.632**	.846**	.832**	.613**	.715**	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج (SPSS.V.23) بعد ترتيبها

يشير الجدول (5) الى مصفوفة معاملات الارتباط البسيط (Pearson) ونوع الاختبار (2-tailed) ومختصر (Sig) فضلاً عن حجم عينة البحث البالغة (40) ويوضح ايضاً اختبار معنوية معامل الارتباط من خلال (T) المحسوبة مع الجدولية من غيران يظهر قيمها فإذا ظهر وجود علامة (***) دل على ان مستوى المعنوية المعتمد (0.01) سيتم توضيح النتائج كما يلي :

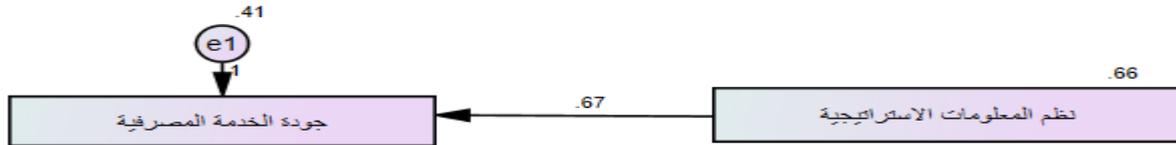
- 1- ان قيمة معامل الارتباط بين نظم المعلومات الاستراتيجية وجودة الخدمة المصرفية بلغت (***) .846) وتفسر هذه القيمة ان هناك علاقة طردية قوية وذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية (0.01).
- 2- إن قيمة معامل الارتباط للبعد الاول من أبعاد المتغير المستقل (الافراد) مع المتغير التابع بأبعاده تبلغ (***) .571 وهي قيمة طردية وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الفرعية الاولى .

3-إن قيمة معامل الارتباط للبعد الثاني من أبعاد المتغير المستقل (المعلومات) مع المتغير التابع بأبعاده بلغ (0.784^{**}) وهي قيمة طردية قوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الفرعية الثانية .

4-إن قيمة معامل الارتباط للبعد الثالث من أبعاد المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) مع المتغير التابع بأبعاده (0.632^{**}) وهي قيمة طردية قوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01) وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الفرعية الثالثة.

2-اختبار علاقة التأثير: توضح هذه الفقرة اختبار الفرضيات الرئيسية والفرعية باستخدام تحليل المسار من خلال برنامج (AMOS.V.23) إذ ان تحليل المسار يعتمد على فكرة المربعات الصغرى (Least Square) المستخدمة في تحليل الانحدار ويتضمن تحليل المسار أوزان الانحدار (Regression Weights) التي تتضمن مخرجاتها معاملات المسار (Estimate) وهي اوزان مشابهة لأوزان الانحدار (Beta) اما النسبة الحرجة (Critical Ratio) (C.R) فتقابل قيمة (T) المحسوبة فتبين مستوى الاختلافات بين اوزان الانحدار ولكي تكون الفرضية مقبولة ينبغي ان تكون قيم (C.R) اكبر من (± 1.96) عند مستوى معنوية ($p < 0.05$) (Tabachnick & Fidell,2001:687) وكما موضح في الجدول (10) والشكل (2) في تحليل الفرضية الرئيسية الاولى التي تنص على وجود علاقة تأثير ايجابية ذات دلالة احصائية بين نظم المعلومات الاستراتيجية وجودة الخدمة المصرفية.

الشكل (2) : تأثير المتغير المستقل في المتغير التابع



المصدر: مخرجات برنامج (AMOS.V.23)

الجدول (6) تأثير المتغير المستقل في المتغير التابع

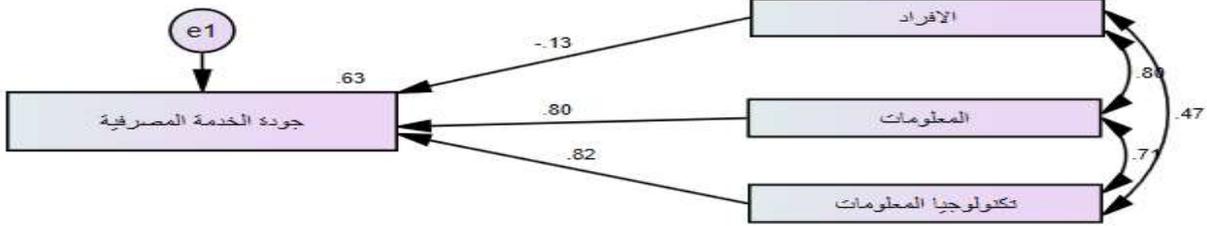
Label	P	C.R.	S.E.	Estimate	مسار الفرضية الرئيسية الاولى		
قبول	***	3.691	.182	.673	نظم المعلومات الاستراتيجية	جودة الخدمة المصرفية	H1

الجدول : مخرجات برنامج (AMOS.V.23)

نلاحظ من الجدول (6) والشكل (2) المذكورين أنفاً نجد وجود مساري سلكه المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية) خلال تأثيره في المتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية)، وهذا ما يفسر وجود تأثير ذي دلالة احصائية، إذ ان قيمة (CR) اكبر من 1.96 بين نظم المعلومات الاستراتيجية وجودة الخدمة المصرفية والذي بلغ (33.621) وبذلك تقبل الفرضية الرئيسية الاولى .

ويمكن توضيح الفرضيات الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية بالشكل (3) والجدول (7) المدرج في ادناه:

الشكل (3) : تأثير ابعاد المتغير المستقل في المتغير التابع



المصدر: مخرجات برنامج (AMOS.V.23)

الجدول (7) تأثير ابعاد المتغير المستقل في المتغير التابع

Label	P	C.R.	S.E.	Estimate	مسار الفرضية الرئيسية الاولى		
رفض	.579	-.555	.225	-.125	جودة الخدمة المصرفية	...<	الافراد
قبول	***	2.678	.348	.933	جودة الخدمة المصرفية	...<	المعلومات
قبول	***	2.681	.350	.936	جودة الخدمة المصرفية	...<	تكنولوجيا المعلومات

نلاحظ من الجدول (7) والشكل (3) المذكورين أنفاً نجد الاتي :

- 1- عدم وجود مسار يسلكه البعد الاول من ابعاد المتغير المستقل (الافراد) خلال تأثيره في المتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية)، وهذا ما يفسر عدم وجود تأثير ذي دلالة احصائية وبذلك ترفض الفرضية الفرعية الاولى .
- 2- وجود مسار يسلكه البعد الثاني من ابعاد المتغير المستقل (المعلومات) خلال تأثيره في المتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية)، وهذا ما يفسر وجود تأثير ذي دلالة احصائية وبذلك تقبل الفرضية الفرعية الثانية .
- 3- وجود مسار يسلكه البعد الثالث من ابعاد المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) خلال تأثيره في المتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية)، وهذا ما يفسر وجود تأثير ذي دلالة احصائية وبذلك تقبل الفرضية الفرعية الثالثة .

الفصل الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاج الاول : يوضح البحث الحالي ومن خلال اجابات افراد العينة، ان مصرف اشور الاهلي يولي اهتمام في اعتماد نظم المعلومات الاستراتيجية، باعتبارها احد الطرائق والاساليب المستحدثة التي تميز المصرف عن غيره من المصارف المنافسة، وبما يمكنه من تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن.

التوصية الاولى: تكثيف الجهد المعرفي الخاص بالتغييرات المعرفية والمفاهيمية المعاصرة كموضوعات نظم المعلومات الاستراتيجية بعدها عوامل مؤثرة في العمليات المصرفية والمصدر الاساسي في تحسين جودة الخدمة المصرفية.

الاستنتاج الثاني: اثبتت نتائج البحث الحالي وجود علاقة تأثير ايجابية بين نظم المعلومات الاستراتيجية وتحسين جودة الخدمة المصرفية، وهذا ما يفسران امتلاك المصرف المبحوث لنظم المعلومات الاستراتيجية يعزز من جودة الخدمة المصرفية داخل المصرف المبحوث.

التوصية الثانية: ضرورة ادراك إدارة المصرف بأهمية تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال الاعتماد على نظم المعلومات الاستراتيجية لضمان لتعزيز فرص التقدم التنافسي ومن أجل تحسين دورها في تحقيق التنمية المستدامة وضمان رفاه المجتمع.

الاستنتاج الثالث: اثبتت نتائج البحث الحالي عدم وجود علاقة تأثير ايجابية بين البعد الاول من ابعاد المتغير المستقل (الافراد) من خلال جودة الخدمة المصرفية، وهذا ما يفسر ضرورة توفير الدعم من قبل المصرف للأفراد وتطويرهم وتحسين قدراتهم لغرض اعتماد نظم المعلومات الاستراتيجية في تعزيز جودة الخدمة المصرفية داخل المصرف المبحوث.

التوصية الثالثة: ضرورة ادراك إدارة المصرف المبحوث بضرورة تفعيل الدورات التدريبية لأفرادها بما يطور من مهاراتهم وقدراتهم لاستخدام نظم المعلومات الاستراتيجية في تحسين جودة الخدمة المصرفية و لضمان تعزيز فرص التقدم التنافسي ومن أجل تحسين دورها في تحقيق التنمية المستدامة وضمان رفاه المجتمع.

الاستنتاج الرابع: اثبتت نتائج البحث الحالي وجود علاقة تأثير ايجابية بين بعدي المتغير المستقل (المعلومات) و(تكنولوجيا المعلومات) في تحسين جودة الخدمة المصرفية، وهذا ما يفسر توافر المعلومات وتوافر تكنولوجيا المعلومات في المصرف مجتمع البحث.

التوصية الرابع: لفت انتباه المصرف الى اهمية استغلال المعلومات وتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية في المصرف مجتمع البحث، وذلك من خلال عمل ندوات تثقيفية لتعريف الموظفين بذلك.

المصادر

1. ابتسام، توتي ومريم، سعدي (2022) واقع تطبيق نظم المعلومات الاستراتيجية- دراسة حالة موقع الجامعة بريكة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير طور ثاني بتخصص الموارد البشرية.
2. بدة. (2021). أثر نظام تخطيط موارد المؤسسة على الابتكار التنظيمي: دراسة حالة مؤسسة كوندور إلكترونيك برج بوغريج.
3. الحلبي، جود ماجد (2017)، دراسة ابعاد جودة الخدمة المصرفية وتأثيرها في ولاء العملاء للمصارف السورية، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية الادارة والاقتصاد لنيل شهادة الماجستير، جامعة حماة، سوريا.
4. ديبب & إسماعيل. (2018). تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية.
5. عبد الرضا، مصطفى سلام(2022)، رأس المال الفكري ودوره في تعزيز جودة الخدمة المصرفية بحث استطلاعي لعينة من زبائن مصرف بغداد التجاري، جامعة الفرات الاوسط التقنية، المعهد التقني المسيب، العدد(34)، المجلد المؤتمر التقويي الخامس.
6. الياسري، اكرم و مردان ، نورس(2018) نظم المعلومات الاستراتيجية ودورها في تحقيق الأداء المتميز-دراسة تطبيقية في عينة من المصارف الاهلية العراقية.

المصادر الاجنبية

1. Abdullah, F., Suhaimi, R., Saban, G., & Hamali, J. (2011). Bank service quality (BSQ) index: an indicator of service performance. *International Journal of Quality & Reliability Management*.
2. Ahmed, M. (2017). Service quality measurement regarding banking sector. *International Journal of Business and Social Science*, 8(6), 116-127.
3. Ahmed, S., Mohiuddin, M., Rahman, M., Tarique, K. M., & Azim, M. (2021). The impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services: mediating role of service quality. *Journal of Islamic Marketing*.
4. Bahia, K., & Nantel, J. (2000). A reliable and valid measurement scale for the perceived service quality of banks. *International journal of bank marketing*, 18/2, pp84-91.
5. Firdous, S., & Farooqi, R. (2017). Impact of internet banking service quality on customer satisfaction. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(1), 1-17.
6. Haag, S., Cummings, M., & Dawkins, J. (1998). Management information systems. *Multimedia systems*, 279, 280-297.
7. Hair, G., Black, B., Babin, B., Anderson, R. and Tatham, R. (2019) *Multivariate Data Analysis*. 8th Edition, Pearson, Upper Saddle River, New Jersey.
8. Hammoud, J., Bizri, R. M., & El Baba, I. (2018). The impact of e-banking service quality on customer satisfaction: Evidence from the Lebanese banking sector. *Sage Open*, 8(3), 2158244018790633.
9. Lau, M. M., Cheung, R., Lam, A. Y., & Chu, Y. T. (2013). Measuring service quality in the banking industry: a Hong Kong based study. *Contemporary management research*, 9(3).

10. Merali, Y., Papadopoulos, T., & Nadkarni, T. (2012). Information systems strategy: Past, present, future?. *The Journal of Strategic Information Systems*, 21(2), 125-153.
11. Morgan, G.A., Leech, N.L., Gloeckner, G.W., & Barrett, K.C., (2004). SPSS for Introductory Statistic , use and Interpretation. 2 nd ed: Lawrence Erlbaun Associate,Inc.
12. Rod, M., Ashill, N. J., Shao, J., & Carruthers, J. (2009). An examination of the relationship between service quality dimensions, overall internet banking service quality and customer satisfaction: A New Zealand study. *Marketing Intelligence & Planning*.
13. Santhiyavalli, G. (2011). Customer's perception of service quality of state bank of India: A factor analysis. *International Journal of Management & Business Studies*, 1(3), 78-84.
14. Sekaran Uma and Bougie Roger (2016) .Research methods for business : a skill-building approach. 7th ed, Peshkova. Used under license from Shutterstock. com Registered office John Wiley and Sons Ltd, The Atrium, Southern Gate, Chichester, West Sussex, PO19 8SQ, United Kingdom.,
15. Sekaran, U., and Bougie, R. (2010). Research Method For Business, 5th ed, John Wiley and Sons Ltd .
16. Zabala Aguayo, F., & Ślusarczyk, B. (2020). Risks of banking services' digitalization: The practice of diversification and sustainable development goals. *Sustainability*, 12(10), 4040.
17. Zikmund, W., Babin, B., Carr, J., and Griffin, M. (2013). Business research methods. 9 th ed., South-Western, Cengage Learning.