

أثر أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية

دراسة ميدانية في بنك التسليف التعاوني والزراعي في كاك بنك

روان نبيل محمد صالح

قسم العلوم المالية والمصرفية-كلية الاقتصاد والعلوم السياسية-جامعة عدن

المُلخص:

هدفت الدراسة إلى قياس أثر أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية دراسة ميدانية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، والتعرف إلى مستوى الاهتمام بأنظمة ذكاء الأعمال بأبعادها: (التنقيب عن البيانات، ومستودع البيانات، والمعالجة التحليلية للبيانات، وتقنيات عرض المعلومات) في بنك التسليف التعاوني والزراعي، وكذا التعرف إلى مستوى جودة الخدمة المصرفية بأبعادها: (الملموسية، والاستجابة، والاعتمادية، والتعاطف، والأمان) في بنك التسليف التعاوني والزراعي. وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وجمعت البيانات باستخدام أداة الاستبانة؛ أما مجتمع الدراسة فقد تكون العاملين جميعًا في بنك التسليف التعاوني والزراعي في كاك بنك، والبالغ عددهم (570) مفردة، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية حجمها (230) مفردة وتم استرداد (206) استبانة صالحة للتحليل، وبعد تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها: أن مستوى استخدام تقنيات أنظمة ذكاء الأعمال في بنك التسليف التعاوني والزراعي كان مرتفعًا، بأبعادها جميعًا (التنقيب عن البيانات، ومستودع البيانات، والمعالجة التحليلية للبيانات، وتقنيات عرض المعلومات)، كما كان مستوى جودة الخدمة المصرفية مرتفعًا بأبعادها كافة (الاعتمادية والتعاطف والأمان والملموسية والاستجابة) في بنك التسليف التعاوني والزراعي، كما أظهرت الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية ل أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية، وقد كان تأثير أبعاد أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية متفاوتًا فقد جاء بُعد تقنيات عرض المعلومات الأعلى تأثيرًا في جودة الخدمة المصرفية، يليه بُعد المعالجة التحليلية للبيانات، ثم بُعد مستودع البيانات، وأخيرًا كان بُعد التنقيب عن البيانات الأقل تأثيرًا في جودة الخدمة المصرفية. الكلمات المفتاحية: أنظمة ذكاء الأعمال-جودة الخدمة المصرفية.

The impact of business intelligence systems on achieving banking service quality A Case Study in Cooperative and Agricultural Credit Bank (CAC Bank)

Abstract

The study aimed to measure the impact of business intelligence systems in achieving banking service quality in the Cooperative and Agricultural Credit Bank, and to identify the level of interest in business intelligence systems in its dimensions (data mining, data warehouse, data analytical processing, information display techniques) in the Cooperative and Agricultural Credit Bank, as well as to identify the level of banking service quality in its dimensions (tangibility, responsiveness, reliability, empathy, security) in the Cooperative and Agricultural Credit Bank. The study followed the descriptive analytical approach, and data were collected using a questionnaire tool. As for the study community, the current study community consists of all employees of the Cooperative and Agricultural Credit Bank (CAC Bank), numbering (570) individuals. A stratified random sample of (230) individuals was selected, and (206) valid questionnaires were retrieved for analysis. After analyzing the data using appropriate statistical methods.

The study reached many conclusions, the most important of which are: The level of use of business intelligence systems technologies in the Cooperative and Agricultural Credit Bank was high, in all its dimensions (data mining, data warehouse, data analytical processing, information display techniques), and the level of banking service quality was high in all its dimensions (reliability, empathy, security, tangibility, responsiveness) in the Cooperative and Agricultural Credit Bank. The study also showed a statistically significant effect of business intelligence systems in achieving banking service quality. The effect of business intelligence systems dimensions in achieving banking service quality was varied, as the information display techniques dimension had the highest impact on banking service quality, followed by the data analytical processing dimension, then the data warehouse dimension, and finally the data mining dimension had the least impact on banking service quality.

المقدمة

شهد القطاع المصرفي تسارعاً ملحوظاً في السنوات الأخيرة في مجال تقنية المعلومات والاتصالات، التي ترتب عليها ظهور تغيرات سريعة فرضت عليها مواكبة التقدم التقني وتحديث أنظمتها وأجهزتها، وإحداث تغيرات على أساليب التعامل مع الكم الكبير للبيانات الداخلية والخارجية، والعمل على معالجتها وتخزينها وتحديثها للاستفادة منها في تطوير الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

وتمثل الخدمة المصرفية التي تقدمها البنوك الركيزة الأساسية للتفوق والتميز؛ ولكي تصبح الخدمة ذات جودة عالية يجب ألا تتوقف عند حدود الاعتناء والاحتفاظ بالعملاء الموجودين، وتقديم كل ما من شأنه رضاهم، واكتساب ولائهم للبنك؛ بل تهدف لجذب عملاء جدد إلى البنك، وتطوير العلاقات بين العميل والبنك، وتخفيض التكاليف وزيادة الحصة السوقية وهو الأمر الذي ينعكس إيجاباً على الربحية ويجعل الأداء المصرفي ذا مستوى عالٍ في صناعة الخدمة المصرفية.

ونتيجة لازدياد شدة المنافسة والنمطية والتشابه الكبير بين الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء، لجأت البنوك إلى البحث عن وسائل وأساليب ذات فاعلية وقدرة عالية للارتقاء بجودة الخدمة المصرفية إلى المستويات المطلوبة بعد أن أصبحت الخطط المحدودة والإجراءات التي تتخذها لمواجهة هذه المتغيرات غير كافية للحفاظ على بقائها واستمرارها فضلاً عن تعزيز الوضع التنافسي لها، وأساليب وتقنيات ذكاء الأعمال تعدّ من الأساليب الحديثة التي تساعد البنوك على اكتساب فهم أفضل لعملياتها وعمالئها وآفاقها، كما أن نظم ذكاء الأعمال تمكن البنوك من الاستجابة للظروف الاقتصادية المتغيرة في الأوقات الاقتصادية العادية والمضطربة، فذكاء الأعمال يعتبر حقلاً إدارياً فنياً، متعدد التخصصات، متنوع الأشكال، مختلف الأوجه، متناسق ومتكامل الأبعاد يهدف إلى بلورة الأعمال والتكنولوجيات في وتيرة واحدة، تقوم على ركيزة وبنية نظم المعلومات وتطبيقها.

أهمية البحث: تستمد هذه البحث أهميتها من جانبين، هما:

الأهمية العلمية (النظرية):

(1) يستمد البحث أهميتها من أهمية أنظمة ذكاء الأعمال؛ لكونها من الموضوعات الحديثة، والمعاصرة والمتطورة، التي تتيح للمؤسسات عمومًا، والبنوك خاصة، إدارة كمية كبيرة من البيانات، وتحويلها إلى معلومات تهم البنك بمتابعة التطور التكنولوجي.

(2) ستشكل هذه الدراسة إضافة متواضعة تسهم في الأثر المعرفي للمكتبة اليمنية عامة ومكتبة كلية الاقتصاد خاصة، والعربية وذلك لقلّة البحوث والدراسات المقدمة في هذا الموضوع، بحسب معرفة وإطلاع الباحثة.

الأهمية العملية:

(1) تتبع أهمية البحث من أهمية القطاع المصرفي في كل البلدان بما فيها اليمن، لاسيما البنوك اليمنية، والتي تشكل عصب أو عمود الاقتصاد اليمني؛ وذلك يستدعي التركيز عليها والبحث عن طرائق وأدوات تساعد في تحقيق جودة خدماتها.

(2) ستسهم النتائج التي ستوصل إليها الدراسة في إثارة انتباه متخذي القرارات في البنوك اليمنية لأهمية أنظمة ذكاء الأعمال، كمورد إستراتيجي للبنوك، وإبراز دورها في تحقيق جودة الخدمة المصرفية، كما ستسهم نتائج الدراسة في اتخاذ قرارات وصناعة إستراتيجيات تسهم في تحسين جودة الخدمة المصرفية.

أهداف البحث

يتمثل الهدف الأساس لهذه البحث في قياس أثر أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي: وينبثق من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية الآتية:

- (1) التعرف على مستوى الاهتمام ب أنظمة ذكاء الأعمال بأبعادها: (التنقيب عن البيانات، ومستودع البيانات، والمعالجة التحليلية للبيانات، وتقنيات عرض المعلومات) في بنك التسليف التعاوني والزراعي.
 - (2) التعرف إلى مستوى جودة الخدمة المصرفية بأبعادها (الملموسية، والاستجابة، والاعتمادية، والتعاطف، والأمان) في بنك التسليف التعاوني والزراعي.
 - (3) تحديد أثر التنقيب عن البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.
 - (4) تحديد أثر مستودع البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.
 - (5) تحديد أثر المعالجة التحليلية للبيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.
 - (6) تحديد أثر تقنيات عرض المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.
- مشكلة البحث:**

تتجسد المشكلة في وجود فجوة معرفية وفجوة مكانية وفجوة تطبيقية جديرة بالدراسة، تتمثل الفجوة المعرفية في أن الباحثة من المسح المكتبي، والبحث الطويل في المواقع الإلكترونية وفي المكتبات، ومن نتائج الدراسات السابقة، التي تمكنت من الحصول عليها، لم ترصد أي دراسات محلية جمعت بين متغيرات الدراسة الحالية، كما أن الدراسات العربية أو الأجنبية التي جمعت بين متغيرين من متغيرات الدراسة ما زالت قليلة، وذلك ترك المجال مفتوح أمام الباحثين لسد الفجوة البحثية، ومن ثم ستحاول سد هذه الفجوة المعرفية، والمكانية، وتحديد الفجوة التطبيقية في حاجة البنوك اليمنية لدراسة واستقصاء أثر أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية، وذلك لإيجاد آليات لمساعدة البنوك اليمنية على تطوير أدائها، وتحقيق جودة الخدمة المصرفية المقدمة.

فرضيات البحث: صيغت فرضيات البحث كما يأتي:
الفرضية الرئيسية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.

1. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتنقيب عن البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.
2. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستودعات البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.
3. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعالجة التحليلية للبيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.
4. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتقنيات عرض المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.

مجتمع البحث:

يشير مجتمع البحث إلى المجموعة الكاملة من الأشخاص أو الملاحظات التي تهتم بها أو التي دارست، أو هي مجموعات من الأفراد، أو الشركات، أو المنتجات، أو أي موضوع يهتمك وترغب بدراسته ويتكون يتكون مجتمع الدراسة الحالية من العاملين جميعاً في بنك التسليف التعاوني والزراعي في كاك بنك، ويبلغ حجم مجتمع الدراسة (570) عنصراً.

منهج البحث:

بناءً على طبيعة الدراسة ولتحقيق أهدافها اتبعت الدراسة الحالية المنهج الوصفي التحليلي باعتباره أكثر المناهج البحثية ملائمة لطبيعة الدراسة وأهدافها، ويقوم على البحث الظاهرة كما هي في الواقع بوصفها وصفاً دقيقاً، والتعبير عنها كمّاً ونوعاً، فالتعبير كميّاً (يفسر الظاهرة ويوضح سماتها وخصائصها)، أما التعبير كميّاً (وصف الظاهرة رقمياً ويوضح مقدارها أو حجمها)، كما لا يقتصر هذا المنهج على عملية وصف الظاهرة (محل البحث) بل يتضمن تحليلاً وتفسيراً شاملياً للبيانات وقياسها، ثم الوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة.

ويعرف المنهج الوصفي بأنه: "مجموعة من الإجراءات الدراسية المناسبة والتي تتكامل لوصف الظواهر أو مشكلة الدراسة، اعتماداً على وصف الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها، وتحليلها.

مجتمع البحث:

يشير مجتمع البحث إلى المجموعة الكاملة من الأشخاص أو الملاحظات التي تهتم بها أو التي تُدرس، أو هي مجموعات من الأفراد، أو الشركات، أو المنتجات، أو أي موضوع يهتمك وترغب بدراسته. ويتكون مجتمع البحث الحالية من العاملين جميعاً في بنك التسليف التعاوني والزراعي في كاك بنك، ويبلغ حجم مجتمع الدراسة (570) عنصراً، والجدول (1) يوضح مجتمع الدراسة:

جدول (1) مجتمع الدراسة في بنك التسليف التعاوني الزراعي

م	الوظيفة	العدد
1	مدير عام (رئيس مجلس الإدارة)	1
2	نائب الرئيس التنفيذي	4
3	مديرو الفروع	18
4	مديرو العمليات	18
5	مديرو الإدارات	23
6	رؤساء الأقسام	36
7	مسؤول وحدة	14
8	موظفون	456
	الإجمالي	570

(المصدر: الموارد البشرية في بنك التسليف التعاوني والزراعي 2024م)

المحور الأول: أنظمة ذكاء الأعمال

مقدمة:

يعدّ ذكاء الأعمال من ممارسات الحديثة التي شهدتها منظمات الأعمال، الذي يقوم على أساس عملية جمع البيانات من مصادرها ومعالجتها وتنظيمها وتحويلها إلى معلومات من توفير قاعدة معلومات، ومستودع بيانات من الممارسات والتطبيقات التي تساعد في تحديد الخيارات الإستراتيجية وتحسينها، علاوة على تمكين منظمات الأعمال من التعلم والتكيف مع الممارسات الجديدة. ويعدّ ذكاء الأعمال حقلاً إدارياً فنياً، متعدد التخصصات، متنوع الأشكال، مختلف الواجهات، متناسق ومتكامل الأبعاد يهدف إلى بلورة الأعمال والتكنولوجيات في وتيرة واحدة، تقوم على ركيزة وبنية نظم المعلومات وتطبيقها، ولعلّ أهمية ذكاء الأعمال ترتبط بوضوح في عصرنا هذا عصر التطور والتسارع في اقتصاد المعرفة.

1- نشأة وتطور أنظمة ذكاء الأعمال:

ظهر مصطلح ذكاء الأعمال بوصفه منتجات جديدة لأسلوب إبداعي مستندة إلى الانماط المتطورة من خوارزميات الاسترجاع والإحصائيات المتقدمة التي كان لها دور الأساس في نضج تطبيقات نظم ذكاء الأعمال وتكاملها؛ إذ وصفت هذه المنتجات وصفاً أولياً على أنها أدوات نظم دعم القرارات (DSS)، ومن ثم

تطورها نحو تطبيقات نظم المعلومات التنفيذية، كما وصفت على أنها نظم للتنقيب على البيانات من أجل اكتشاف المعرفة وأخيرًا نظم ذكاء الأعمال⁽¹⁾.

وقد ظهر مفهوم ذكاء الأعمال (BI) إلى النور الخمسينيات من القرن الماضي، وقد انبثق من تقنية تعرف باسم دعم القرار، ولا يزال دعم القرار يستخدم من عديد من الشركات للتوصل إلى قرارات من شأنها أن تساعد على اكتساب ميزة تنافسية بين منافسيها.

وقد طرح لأول مرة في عام 1958 من الباحث (Hans Peter Luhn) تسمية ذكاء الأعمال وذلك في بحث نشر في مجلة (IBM Journal) تحت عنوان A Business intelligence system ، إذ تقوم فكرة هذا النظام المقترح على استخدام تقنيات النشر الانتقائي للمعلومات بين مختلف أقسام المؤسسة المختلفة تلقائيًا، وبذلك أسس (Luhn) لمفهوم ذكاء الأعمال من تعريف ثلاثة مفاهيم أساسية وهي على التوالي: الأعمال وهي مجموعة من الأنشطة التي تُنجز لتحقيق أي غرض سواء أكانت تلك الأنشطة تكنولوجية أم تجارية أم قانونية أم أخرى، ونظم الاتصالات- التي تخدم سلوك الأعمال بمفهومها الواسع كنظام للذكاء في وحدات الأعمال، وأخيرًا الذكاء الذي عرف على أنه القدرة على تشخيص وفهم العلاقات المتبادلة بين الحقائق المقدمة بالطريقة التي توجه الأعمال نحو تحقيق الأهداف المنشودة⁽²⁾.

ومنذ ظهور هذا المصطلح في أواخر خمسينيات القرن الماضي بقي مجرد فكرة يصعب تنفيذها على الواقع، حتى عام 1989م حين أعاد الباحث reser Howard هذا المصطلح إلى الواجهة، وفي أواسط تسعينيات القرن المنصرم جرى تداول نظام ذكاء الأعمال عبر تقارير نظم المعلومات الإدارية ومنذ ذلك الحين أصبح نظام ذكاء الأعمال محط إهتمام عديد من الباحثين وشركات الأبحاث، أهمها مجموعة 'Gartner' للأبحاث التي تبنته وطورته في السنوات الماضية لتصبح المرجع الأول لأغلب الشركات الكبرى المصنعة لمنتجات نظام ذكاء الأعمال كونه يمثل القدرة على الوصول إلى المعلومات وتحليلها، وبحلول عام 2005 بدأ نظام ذكاء الأعمال يشمل إمكانية الذكاء الاصطناعي فضلًا إلى إمكانية التحليل والفحص من ذوي القدرة القوية على العطاء لصالح المنظمة، ويبقى قطاع ذكاء الأعمال أحد أسرع أسواق البرمجيات نموًا في ظل الثورة التكنولوجية على الرغم من عجلة النمو الاقتصادي في بعض الدول، وذلك بسبب مواصلة الشركات اعتماد برمجيات ذكاء الأعمال كأداة حيوية لأعمال أكثر ذكاء ومرونة وكفاءة⁽³⁾.

كما برز في بداية عقد الثمانينيات من ذلك القرن مفهوم نظم معلومات الإدارة التنفيذية العليا إلا أن المفهوم نشط وتوسع بدعم ومساندة تكنولوجيا الحاسوب سيما لمصلحة المديرين من الإدارة العليا ومن بين المهارات التي زودها ذكاء الأعمال التنبؤ والتحليل وبعمق للكشف عن المحركات والعوامل ذات الاعتبار من جانب القرارات الإستراتيجية، وقد برزت مثل هذه الصفات عبر المنتجات التجارية في منتصف السبعينيات من القرن الماضي وبعد كل هذا التطور برز مفهوم ذكاء الأعمال متضمنًا المواصفات المنوه عنها. وبذلك يمكن القول أن المعلومات كافة التي تحتاجها الإدارة العليا تبني قاعدة جيدة لذكاء الأعمال في نظم المعلومات الخاص بالمنظمة المعنية؛ لذا فقد تحول مفهوم نظم معلومات الإدارة العليا إلى ذكاء الأعمال، وبحلول العام 2005م من الألفية الجديدة بدأت نظم ذكاء الأعمال تشتمل على إمكانيات الذكاء الاصطناعي علاوة على إمكانيات التحليل والفحص ذوي القدرة القوية على العطاء لمصلحة إدارة المؤسسة⁽⁴⁾.

(1) أسامة، غواطي، ومروان، سعيود (2020م). أثر أنظمة ذكاء الأعمال في تحسين تدبير الموارد البشرية: دراسة حالة جامعة عبد الحفيظ بو الصوف ميلة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميلة، الجزائر، ص50.

(2) الناصر، عامر عبد الرزاق عبد المحسن (2015م). إدارة المعرفة في إطار نظم ذكاء الأعمال، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، ص 86-87.

(3) أمير، بو الزرايب، وإسلام، بوجدع (2023م). أنظمة ذكاء الأعمال كآلية لتحسين جودة القرارات الإدارية بالمؤسسة الاقتصادية: دراسة ميدانية بالمنطقة الصناعية سطيف، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميلة، الجزائر، ص2.

(4) أسامة، غواطي، ومروان، سعيود (2020م). مرجع سابق، ص 51.

2- مفهوم أنظمة ذكاء الأعمال:

يعدُّ هوارد دريسنر (Howard Dresner)، المحلل في شركة جارتنر (Gartner) الاستشارية، هو أول من توصل إلى تعريف أنظمة ذكاء الأعمال على أنه "الإدارة العلمية لمعلومات المؤسسة" ⁽¹⁾، أن هدف أنظمة ذكاء الأعمال هو اتخاذ قرارات أفضل بشكل أسرع وأسهل، ويوفر ذكاء الأعمال تأثيراً متزايداً على في الأعمال وصنع القرار داخل المنظمات، لقد أدى تطور الانترنت إلى ظهور تقنيات جديدة، مثل الذكاء الاصطناعي واستخراج البيانات وما إلى ذلك، وفي مواجهة السوق المتغيرة، يجب على كل من المؤسسات الكبيرة والشركات الصغيرة تقديم استجابات فعالة وفي الوقت المناسب، ومع ذلك، يجب أن تستند هذه الاستجابات إلى أسس شاملة معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب.

وقد تعددت وتنوعت المفاهيم والتعريفات التي قدمها الكتاب، والباحثين بشأن مصطلح أنظمة ذكاء الأعمال كل بحسب وجهة نظره إلى المفهوم وخلفيته العلمية، ويُعرف ذكاء الأعمال في اللغة الانجليزية بـ (BI)، وهو اختصار لـ (Business Intelligences). وقد اختلف الباحثون بشأن تعريف المصطلح بسبب اختلاف الخلفيات العلمية أو الزاوية التي ينظرون منها إلى هذا المفهوم، وسيجري فيما يلي استعراض آراء بعض الباحثين بخصوص هذا المفهوم: فقد عرفت أنظمة ذكاء الأعمال بانها: " طريقة لتخزين وعرض البيانات الأساسية للمؤسسة بحيث أن أي شخص في المؤسسة يمكنها أن يطرح أسئلة بسرعة وبسهولة حول بيانات دقيقة وفي حينها. ويسمح ذكاء الأعمال الفعال للمستخدمين النهائيين باستعمال البيانات لفهم لماذا تؤدي الأعمال إلى نتائج معينة كهذه، ويقرر حول الفعل المتوقع المبني على البيانات الماضية، والتنبؤ بدقة بالنتائج المستقبلية ⁽²⁾". وعرفت أنظمة ذكاء الأعمال بانها: امتلاك الوصول المناسب إلى البيانات المناسبة أو المعلومات الضرورية لاتخاذ القرارات الإدارية المناسبة في الوقت المناسب.

وتتكون أنظمة ذكاء الأعمال من مجموعة من النماذج الرياضية، والمنهجيات التحليلية التي تستغل بصفة نظامية البيانات المتاحة لاستخراج معلومات ومعرفة تفيد في دعم عمليات صنع القرارات المعقدة.

كما تُعرف أنظمة ذكاء الأعمال على أنها نظم معلومات ذات معمارية مرنة ومفتوحة تعمل على التكامل بين التقنيات الإبداعية التي تكون قادرة على ضمان التخزين الموحد والثابت والمتسق لكل البيانات ذات الصلة بالمنظمة وبين البيئة التي تعمل فيها وتتصرف على وفقها من تحويل البيانات إلى معلومات ومعرفة واستخدامها بحكمة وتعقل في عملية صنع القرار بحيث تساعد في اكتساب مزايا تنافسية لمواجهة حالات المنافسة ⁽³⁾. وتُعرف أنظمة ذكاء الأعمال (BI)، بانها برامج حاسوبية تزود صناع القرار بالمعلومات اللازمة للحفاظ على كفاءة الأعمال. وهو مصطلح شامل يتضمن جمع البيانات التنظيمية ودمجها وتقييمها وتصورها للمساعدة في تطوير البيانات التنظيمية. تعدُّ فوائد ذكاء الأعمال ضمنية إلى حد كبير وتكمل عملية صنع القرار القائمة على الحقائق وتزيد من سمة النتائج ⁽⁴⁾.

أنظمة ذكاء الأعمال، بحسب الباحثين، هي مجموعة من الأساليب والأدوات والاتجاهات والقيم التي يجب على المنظمة تمكينها من التنبؤ بسلوك البيئة الخارجية، مثل المنافسين وأصحاب المصلحة والعملاء. وتتمثل في القدرات التقنية التي تعمل على جمع البيانات وتحليلها ومعالجتها، لخلق معرفة جديدة تخزن لوقت الحاجة. وتتمثل القدرات التنظيمية في هيكل نظام ذكاء الأعمال وثقافة ذكاء الأعمال في المنظمة، وتوزيع الصلاحيات

H.(2003)., "Predicts 2003: Business intelligence and datawarehousing", Business Intelligence and Data Warehousing., 1) Dresner, <https://www.gartner.com/resources/112200/11>

2) Langit, Lynn (2007), Foundations of SQL Server 2005 Business Intelligence. New York: Apress, P 1.

3) Matei, Gheorghe, (2010), A collaborative approach of Business Intelligence systems, Journal of Applied Collaborative Systems, 2(2), P 101.

4) Asghar, S. A., Khawaja, K. F., Khalil, M., & Ozturk, I. (2021). Role of Business Intelligence in Banking Sector for Achieving Competitive Advantage-An Empirical Analysis. JISR management and social sciences & economics, 19(1), P 88.

والصلاحيات للوصول إلى المعلومات، وأنظمة التوجيه والتحكم. تعريف قدرات ذكاء الأعمال، بناءً على ما سبق، هوانها أصول المنظمة (البشرية والتكنولوجية)⁽¹⁾.

وتوضح قدرات ذكاء الأعمال قدرة المنظمات على استغلال الموارد المتاحة من العمليات التنظيمية لتحقيق الميزة التنافسية، والتي يعبر عنها في الاستغلال الأمثل للموارد التقنية والبشرية، للحصول على معلومات قيمة⁽²⁾.

أما (Khrisat, & Darwazeh) فقد عرفا ذكاء الأعمال بأنه السبيل لحل المشكلات واتخاذ القرارات، خاصة وأن بيئة الأعمال تعاني من الحمل الزائد للمعلومات، وذلك جعل تكنولوجيا ذكاء الأعمال عاملاً مهماً لممارسة الأعمال التجارية. بسبب قدرته على استخراج البيانات ومعالجتها عبر الانترنت وإعداد التقارير⁽³⁾. بناءً على ما سبق ومن وجهة نظر الباحثة يمكن القول أن أنظمة ذكاء الأعمال عبارة عن مجموعة من المناهج والعمليات والأنظمة المتكاملة التي تعمل باستخدام التكنولوجيا على جمع البيانات وتخزينها وتحليلها عن أنشطة ومهام المنظمة المختلفة من أجل تقديم المعلومات الدقيقة بأشكال متنوعة وفي الوقت المناسب لمساعدة متخذي القرارات في مستويات المنظمة كافة في اتخاذ القرارات التي تخص أعمالهم بكفاءة.

3- أهمية أنظمة ذكاء الأعمال:

تعد أنظمة ذكاء الأعمال من المفاهيم والتقنيات الحديثة التي تطورت عبر الزمن على وفق التطور الهائل في نظم المعلومات والتكنولوجيا الحديثة، وأن أول ظهور له كان في مجال نظم دعم القرار في المنظمات والمؤسسات المالية؛ إذ يعمل على استيعاب الوضع السائد لبيئة العمل والذي يتمثل بازدياد حدة المنافسة على وفق منظور التعقيد في البيانات في بيئة العمل ومراقبة الأحداث باستمرار وسبل معالجتها، كما يعمل على توظيف التقنيات الحديثة والتكنولوجية المتطورة في مجال النظم الذكية التي تدعم متخذي القرار في اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب، وتساهم في توفير المعلومات والبيانات بصورة سريعة وسهلة لكي تدعم متخذ القرار بصنع القرار الأكثر فعالية في مجال العمل المصرفي والمالي⁽⁴⁾.

تظهر أهمية ذكاء الأعمال في قدرته على توقع التغيرات في البيئة، من ملاحظة أي تغييرات واكتساب الفرص الجديدة؛ كذكاء الأعمال ضمن قدرته على إجراء التحليل التفاعلي واستخراج البيانات الإحصائية القادرة على معالجة تلك التطبيقات لأي أنشطة للمنظمة، مثل: الانتاج والعمليات المالية وما إلى ذلك، وذلك يؤدي إلى اتخاذ قرارات أكثر جودة من معلومات أكثر دقة في الوقت والمكان المناسبين⁽⁵⁾.

وقد لخص Hindriks أهمية أنظمة ذكاء الأعمال وما تقدمه من فائدة للمنظمات بالنقاط الآتية⁽⁶⁾:
✓ يسمح ذكاء الأعمال للمنظمات بأن تكون مهاجمة واستباقية بدلاً من الدفاع والتقليد من استخدام التنبؤ وتقنيات التحليل.

1) Ahakhatreh, L. M. & Al-Hawary, S. I. S. (2022). Impact of business intelligence capabilities on the competitive performance of Islamic banks in Jordan. Journal of Hunan University Natural Sciences, 49(10), P 206.

2) Ahakhatreh, L. M. & Al-Hawary, S. I. S. (2022), op. cit. p 208.

3) Khrisat, D. A., & Darwazeh, S. S. (2023). The Impact of Business Intelligence on the Effectiveness of Decision Making at the Islamic International Arab Bank. Journal of Intelligence Studies in Business, 13(3), P 77.

⁽⁴⁾ الجبوري، علي جاسم شلاش، (2015م). توظيف تقنيات ذكاء الأعمال في تعزيز إدارة العلاقة مع الزبون، (رسالة ماجستير)، جامعة الموصل، العراق، ص 33.

5) Khrisat, D. A., & Darwazeh, S. S. (2023). The Impact of Business Intelligence on the Effectiveness of Decision Making at the Islamic International Arab Bank. Journal of Intelligence Studies in Business, 13(3), P 77.

6) Hindriks, Corneel, (2007), Towards chain wide Business Intelligence: Business Intelligence in the Dutch Retail Sector, Phd Thesis Unpublished, University of Twente, P 13.

✓ يقوم ذكاء الأعمال بعملية تكامل بين البيانات التي تحصل عليها من المصادر الداخلية والخارجية، والخروج بنتائج تحسن عملية الاتصال وتبادل المعارف بين الإدارات المختلفة لتنسيق الأنشطة المشتركة بينها للتكيف بسرعة مع التغيرات في الأسواق، رغبات الزبائن، وعمليات سلسلة التوريد وغيرها.

✓ ان تطبيق ذكاء الأعمال يجعل المنظمة قادرة على تحقيق التوازن بين إستراتيجياتها ورسالتها وأهدافها ومهامها.

✓ يحقق رضا الزبائن بتحديد طلباتهم المتغيرة والاستجابة لها بسرعة.

✓ يوفر ذكاء الأعمال المعلومات الرئيسة لصناع القرار في الوقت المناسب والذي يمكنهم من اتخاذ أفضل القرارات وأسرعها مع أدنى مستوى من التخمين والمجازفة.

4- أهداف أنظمة ذكاء الأعمال:

لكل نظام معلومات مجموعة من الأهداف يسعى إلى تحقيقها، إلا أن هذه الأهداف قد تتخذ غايات شمولية لتحقيق مجمل أهداف للمؤسسات المصرفية على حد سواء، ولاسيما إذا ما ارتبطت بتلك الأنواع من التقنيات والتطبيقات الذكية والشمولية والتي من بينها أنظمة ذكاء الأعمال التي تسعى لدعم عمليات الأعمال في مجالات مختلفة، ويهدف ذكاء الأعمال من تتبع المنافسين الحاليين والمتوقعين⁽¹⁾.

أ. جذب الطاقات والموارد البشرية ذات الكفاءة والمتخصصة وإستثمارها في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتتميتها واستثمارها لصالح المصرف.

ب. يحوي ذكاء الأعمال على منظومة متكاملة لتوزيع المعلومات على الشعب وأقسام المصرف جميعاً في اللحظة نفسها.

ج. يهدف ذكاء الأعمال إلى وضع برامج تعقب المنافسين الحاليين والمتوقعين من تحليل الأسواق.

د. تحديد المنتجات المصرفية والقروض المصرفية الأكثر ربحاً عبر تطبيق ذكاء الأعمال.

وحدد حمد⁽²⁾؛ والشيخ⁽³⁾ أهداف أنظمة ذكاء الأعمال فيما يلي:

- 1- توفير المعلومات المناسبة وفي الوقت الملائم والذي من شأنه تحسين صياغات قرارات مهمة وتوليد التقارير والأدوات المساندة سهلة الاستعمال، وأيضاً الحد من تأثير العوامل الشخصية في عملية اتخاذ القرار.
- 2- مساعدة المديرين والمسؤولين عن وضع إستراتيجية الأعمال في فهم أنشطة المؤسسة التشغيلية وتقديم نصائح واتخاذ القرارات أفضل علاوة على إدارة الأداء التشغيلي.
- 3 - تقليل التكاليف وزيادة كفاءة الأداء عن طريق خفض تكلفة شراء برامج جاهزة وترخيصها علاوة على تكاليف تدريب العاملين على استعمالها، وتقليل المدة اللازمة لتوفير المعلومات.
- 4 - إيجاد أدوات للتخطيط ذات القدرة على تحديد الاتجاهات، وذلك يساعد على القيام بالتنبؤ بدقة اكبر.
- 5- الإسهام في إنشاء تقارير تتصف بالدقة العالية والقدرة على الحصول على مزايا للتنافس، فضلاً عن معدلات للنمو موجهة.

المحور الثاني: جودة الخدمة المصرفية

مقدمة:

مع التطور السريع للخدمات المصرفية، وزيادة التنافسية، والتوسع الهائل في الخدمات المصرفية، وتزايد صعوبات الدخول إلى سوق الخدمات المالية، أصبح على البنوك التطوير المستمر للخدمات وطريقة تقديم هذه

(1) الجبوري، علي جاسم شلاش، (2015م)، مرجع سابق، ص 35.

(2) حمد، محمد نجيب (2012م)، الدور التأثيري لاستخدام تطبيقات ذكاء الأعمال في تحسين مصداقية المعلومات المحاسبية بهدف دعم فاعلية اتخاذ القرارات، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، الأردن، ص 450.

(3) الشيخ، زيد فوزي أيوب (2020م). مرجع سابق، ص 125.

الخدمات وقد ازدادت أهمية الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء أساساً لتحقيق التميز في مواجهة المنافسين في البنوك والمؤسسات المالية، وأصبحت الخدمة المميزة هي الأساس في المفاضلة بين بنك وآخر، ومن ثم أصبح مستوى جودة الخدمات المصرفية أحد الأسلحة التنافسية القوية في تأسيس الإستمرار والنمو لمؤسسات الخدمات عموماً والبنوك علي وجه الخصوص .

وفي المبحث الآتي سوف توضّح الباحثة مفهوم جودة الخدمة المصرفية، وأهميتها وأهدافها، ومستويات جودة الخدمة المصرفية، ثم سنتطرق إلى أبعاد جودة الخدمة المصرفية، وخطوات تحقيق الجودة في الخدمات المصرفية، وذلك على النحو الآتي:

1- جودة الخدمة المصرفية

تتنافس البنوك فيما بينها حول تقديم الخدمات المصرفية، وغالباً ما يكون جوهر المنافسة يدور حول مستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة التي تعد مفتاح نجاح ومستقبل المنظمات الخدمية بصفة عامة والمصرفية بصفة خاصة وذلك لما لها من أهمية ودور فعال في تحسين خدمات البنك، وتعدّ جودة الخدمة المصرفية من الأساسيات التي تسبق إرضاء العملاء وشرطاً ضرورياً لإشباع رغباتهم وكسب ولائهم ومن ثم ضمان البقاء في السوق المصرفي؛ إذ يسعى عديد من الباحثين في مجال الخدمات إلى تحديد مجموعة الأبعاد المختلفة وكذا النماذج المختلفة لقياسها، لتكون حجر الأساس في الحكم على جودة الخدمة ودرجة رضا العملاء عن الخدمة المقدمة إليهم.

وتحظى جودة الخدمة المصرفية باهتمام كبير من قبل المختصين والباحثين نظراً للدور المهم والفعال للخدمات في عمل المنظمات وتسهيل حياة الأفراد، وهو الأمر الذي أدى إلى تعدد المفاهيم لجودة الخدمة المصرفية وفي عديد من الدراسات، والتي نستعرض بعضها، ابتداءً من مفهوم الجودة ثم الخدمة والخدمة المصرفية وصولاً إلى جودة الخدمة المصرفية على النحو الآتي:

مفهوم الجودة:

ان مصطلح الجودة ظهر نتيجة للتنافس بين الدول الصناعية المتقدمة، إذ عرف ابن منظور كلمة الجودة في معجم لسان العرب على أنها: جود والحيد نقيض الرديء، وجاد الشيء جوده، وجوده أي صار جيداً وأحدث الشيء، فجاد والتجويد مثله وقد جاد جوده وأجاد أي أتى بالحيد من القول والفعل (1). ويمكن تعريف الجودة بأنها الخصائص التي يتصف بها المنتج (خدمة أو سلعة) والتي تتطابق مع المواصفات المحددة، ومع حاجات العملاء ورغباتهم وتلبي توقعاتهم.

مفهوم الخدمة:

تُعرف الخدمة بأنها: عبارة عن الانشطة أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تقدم مرتبطة مع السلع المباعة (2). كما تُعرف على أنها: نشاط اقتصادي مقدم من طرف لآخر غالباً دون انتقال للسلع، وخلق القيمة من تأجير أو استغلال سلع، يد عاملة، كفاءات مهنية، تجهيزات أو هياكل، شبكات أو أنظمة، بشكل منفرد أو مجتمع (3)، وتُعرف الخدمة بأنها أداء لنشاط موجة لإشباع حاجات المستفيدين (4) مما سبق يمكن للباحثة تعريف الخدمة بأنها: الانشطة أو المنافع غير الملموسة التي تقدم من طرف إلى آخر، أو من منظمة لعمالها بهدف إشباع حاجاتهم ورغباتهم، وقد يكون تقديم الخدمة مرتبط أو غير مرتبط بتقديم منتج مادي ملموس.

(1) الطائي، يوسف حبيب، والعبادي، محمد فوزي، العبادي، هاشم فوزي (2008م)، إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ص 25.

(2) الصميدعي، محمود جاسم، يوسف، ردينة عثمان (2001م)، التسويق المصرفي، مدخل إستراتيجي كمي تحليلي، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 19.

(3) الصحن، محمد فريد (2002م) قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، ص 211.

(4) الناجي، السيد عبده (2003م)، تسويق الخدمات المصرفية الأسس والتطبيق العملي في البنوك، اتحاد المصارف العربية، بيروت، ص 20.

مفهوم الخدمة المصرفية:

لا يختلف تعريف الخدمة المصرفية كثيرًا عن مفهوم الخدمة عمومًا؛ إذ تمثل الخدمة المصرفية مجموعة الخدمات التي يقوم البنك بتقديمها لعملائه حيث يمكن تعريفها على أنها نشاط أو مجموعة الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموس يقوم بتقديمها البنك لعميله بغية إشباع حاجاته ورغباته قد يكون إنتاجها مرتبط بمنتج مادي وقد لا يكون ولا يترتب عنها أي انتقال للملكية، ويمكن اظهار ارتباط الخدمة المصرفية بمنتج مادي كما يلي: (1)

- 1- ترتبط سرعة إنجاز الخدمة وطريقة تقديمها بمدى تطور الأجهزة والمعدات التي تساعد في تحقيق ذلك.
 - 2- لجأ المستفيد إلى الصراف الآلي عند قيامه بسحب نقود منه.
 - 3- كما أن ملء استمارة السحب أو الإيداع يرتبط باستخدام سلعة مساعدة وهي مستندات السحب والإيداع.
- تُعرف الخدمة المصرفية بأنها مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة (الحقيقية)، وغير الملموسة (غير الحقيقية) المدارة من الأفراد أو المؤسسات من دلائلها وقيمتها المنفعية التي تشكل مصدرًا لإشباع حاجاتهم المالية والانتمائية الحالية والمستقبلية التي تشكل في الوقت نفسه مصدرًا لربحية الخدمة المصرفية (2).
- من عرض ما سبق ومن وجهة نظر الباحثة يمكن القول إن الخدمات المصرفية هي عن الخدمات جميعًا المعروضة والمقدمة من البنوك لعملائها كافة لإشباع حاجاتهم ورغباتهم، والتي يدركها المستفيدون من ملامحها وقيمتها النفعية، والتي تشكل مصدرًا لأرباح البنك.

مفهوم الخدمة:

تبرز أهمية جودة الخدمات المصرفية من المزايا التي تحققها للبنك في بلوغ أهدافه والنجاح في صناعة الأعمال المصرفية، وتقديمها للعملاء في مستويات ملائمة تحقق لهم منافع والإشباع، ويمكن تلخيصها مزاياها في تحسين جودة الخدمات المصرفية في النقاط الآتية (3):

- أدرك توقعات واحتياجات العملاء من الخدمات المصرفية، وبالاتي الفهم الصحيح لتوقعاتهم بما يؤدي إلى تسليم الخدمة المصرفية بالشكل المطلوب وهو ما يحقق رضا العميل عنها ويساعد المصارف في قياس هذا الرضا.
 - تقديم خدمة متميزة تزيد من قدرة البنك على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.
 - تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك وبالاتي القدرة على مواجهة الضغوط التنافسية.
- تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء والتحكم في أداء العمليات البنكية.
- وتعد جودة الخدمة المصرفية هي العامل الأكثر أهمية لتعزيز الميزة التنافسية (4).
- ومن ما سبق ومن وجهة نظر الباحثة يمكن القول أن تحقيق جودة الخدمة المصرفية لا يعد أمرًا لازمًا في حد ذاته فبحسب، وإنما يعتبر من إنجح الطرق لتحسين الانتاجية وخفض التكاليف، ومحددًا استراتيجيًا لبقاء البنك واستمراره. إذ أصبحت جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها البنوك ضرورة تتزايد أهميتها مع زيادة احتياجات ورغبات وتوقعات العملاء من الخدمة وبحسب قدرة البنك على تلبية هذه الاحتياجات والرغبات

(1) كافي، مصطفى يوسف. (2017م). التسويق المصرفي. الفا للوثائق والنشر، الجزائر، ص 98.
(2) إكرام، طيبي، وأمينة، مولاي (2023م). أثر الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المصرفية: دراسة حالة البنوك التجارية ولايتي البيض/تيارت، مجلة المنتدى للدراسات والابحاث الاقتصادية، 7(1)، ص 62.

(3) عبد العزيز، خنفوسي (2018م). قانون الدفع الإلكتروني، الطبعة الأولى، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن.
(4) Islam, R., Ahmed, S., Rahman, M., & Al Asheq, A. (2021). Determinants of service quality and its effect on customer satisfaction and loyalty: an empirical study of private banking sector. The TQM Journal, 33(6), 1163-1182.

والتوقعات، لذا فإن البنوك تعمل جاهدة على إيجاد طرق فعالة لمواجهة التغيرات الخارجية من أجل البقاء وتعزيز فعاليتها من تفعيل خدماتها وانشاء خدمات جديدة وتطويرها.

اهداف الخدمة المصرفية:

ان تبني إدارة المصرف لبرنامج بنشاط وفعالية لتطوير وابتكار الخدمات الجديدة يعتبر مؤشرا صحيحا على مدى إدراك المصرف لأهمية الجودة، وذلك لتحقيق الأهداف المرجوة، وهناك نوعان من أهداف الجودة هما(1):

أ-أهداف تخدم ضبط الجودة: وهي التي تتعلق بالمعايير التي يرغب المصرف في المحافظة عليها، وهي تصاغ على مستوى المصرف كاملاً.

ب-أهداف تحسين الجودة: وهي غالبا ما تنحصر في الحد من الأخطاء وتطوير خدمات جديدة ترضي العملاء بفعالية أكبر.

أهداف البنوك في جودة الخدمة المصرفية إلى(2):

- أهداف الأداء الخارجي للمصرف وتتضمن الأسواق والبيئة والمجتمع.
- أهداف أداء الخدمة وتتناول حاجات العملاء والمنافسة.
- أهداف العمليات وتتناول مقدرة العمليات وفعاليتها وقابليتها للضبط.
- أهداف الأداء الداخلي وتشمل مقدرة المصرف ومدى استجابته للتغيرات ومحيط العمل.
- أهداف الأداء للعاملين، وتشمل المهارات والقدرات والتحفيز والتطوير للعاملين.

أبعاد جودة الخدمة المصرفية:

فقد حدد (jun and cain) في العام 2000م 17 بعددًا لقياس جودة الخدمة البنكية، وتتمثل في: الاعتمادية، والاستجابة، والكفاءة، والمجاملة، الوصول، والاتصال، وفهم العملاء، والتع أون، والاستمرار في التحسن، والمحتوى، والدقة، وسهولة الاستعمال، والوقت المناسب، والصفة الجمالية، والأمن، ومختلف العوامل الأخرى المختلفة(3). وعمومًا فأشهر نموذج لأبعاد جودة الخدمات بما فيها الخدمات المصرفية هو النموذج الذي اقترحه كل من (Purasuraman et al, 1985) والذي يتشكل من عشرة أبعاد أساسية، هي(4):

- 1- **المصداقية:** المعتمدة (كون الشيء جدير بالثقة والاعتماد)، وإمكانية التصديق، وأمانة واستقامة.
- 2- **الأمن:** أي الخلو من الخطر (مخاطرة أو شك) .
- 3- **سهولة الوصول للشيء:** إمكانية الوصول إليه وسهولة الاتصال.
- 4- **الاتصالات:** الاستماع إلى العملاء، والمحافظة على إخبارهم باللغة التي يستطيعون فهمها.
- 5- **فهم ومعرفة العملاء:** وضع الجهود لمعرفة العملاء والتعرف الدقيق على احتياجاتهم.
- 6- **الملبوسية:** إظهار التسهيلات المادية، المعدات، الأشخاص، وسائل الاتصالات، وغيرها.
- 7- **الاعتمادية:** القدرة على أنجاز الوعود للخدمة باعتمادية وعلى نحو دقيق وصحيح.
- 8- **الاستجابة:** استجابة الإدارة لمساعدة العملاء وتزويدهم فورًا بالخدمة.
- 9- **الكفاءة:** امتلاك المهارات والمعرفة المطلوبة.

(1) راجو، بلال (2015م)، الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، المدينة الجزائر، ص 75.

(2) بوطويل، سهيلة، ومهدي، ندى(2022م)، مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر عينة من موظفي مجموعة من البنوك بولاية المسيلة (رسالة ماجستير)، جامعة محمد بوضياف -المسيلة، الجزائر، ص 21- 22.

(3) عالية، بوباج(2021م)، مرجع سابق، ص 595.

(4) خوالد، أبوبكر(2017م)، قياس مدى توافر أبعاد جودة الخدمات في المصارف التجارية الجزائرية الحكومية: دراسة حالة البنك الوطني الجزائري بعناية، المجلة العالمية للاقتصاد والإدارة، (3)3، ص 256.

10- المجاملة: لطف (كياسة)، والاحترام، ومراعاة المشاعر، والصدقة، والودية لموظفي الاتصال المباشر.

المحور الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

لاختبار فرضيات الدراسة استخدم أسلوب الانحدار الخطي البسيط Simple Regression Analysis لمعرفة أثر أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، وقد أجري ذلك كما يأتي:

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

تنص هذه الفرضية على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ل أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.

ولاختبار هذه الفرضية أجري اختبار تحليل الانحدار الخطي البسيط والجدول الآتي يوضح ذلك.

جدول (2) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى.

Sig.T	اختبار	الانحدار	Sig.F	اختبار	R ²	R
مستوى الدلالة	T	β	مستوى الدلالة	F	معامل التحديد	معامل الارتباط
0.000	9.663	0.567	0.000	93.378	0.314	0.560

المصدر: التحليل الإحصائي من بيانات الدراسة الميدانية.

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (30) وجود أثر ذي دلالة إحصائية ل أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، فمعامل التحديد R² يوضح بان أنظمة ذكاء الأعمال عمومًا تفسر ما نسبته (0.314) من التغيرات الحاصلة في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، وذلك يشير إلى أن (31.40%) من تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي ناتجة عن اهتمام البنك بتطبيق أنظمة ذكاء الأعمال، كما تعني هذه النتيجة أن (68.60%) من التغيرات التي تحدث في مستوى جودة الخدمة المصرفية تعود لعوامل أخرى غير أنظمة ذكاء الأعمال، لم يُشر إليها في النموذج.

كما تفسر قيمة درجة التأثير β التي بلغت (0.567)، انه بافترض تحييد أثر أي متغيرات أخرى لم تخضع للدراسة فان الزيادة بنسبة (100%) في مستوى الاهتمام ب أنظمة ذكاء الأعمال في بنك التسليف التعاوني والزراعي ستؤدي إلى زيادة بمقدار (56.70%) في مستوى جودة الخدمة المصرفية في البنك، ويؤكد معنوية هذا الأثر قيمة F المحسوبة والتي بلغت (93.378) عند مستوى دلالة (0.05)، وهذا يثبت وجود أثر ذي دلالة إحصائية ل أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، وهذا يعني قبول الفرضية الرئيسية الأولى للدراسة التي تنص على أنه: **يوجد أثر ذي دلالة إحصائية لأنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.**

ويمكن تفسير هذه النتيجة أن أنظمة ذكاء الأعمال أصبحت عنصرًا أساسيًا في تحقيق نجاح المؤسسات؛ لان أنظمة ذكاء الأعمال تمثل عمليةً مهم لجميع المؤسسات، فهي تعمل على توفير المعلومات المناسبة وفي الوقت الملائم والذي من شأنه تحسين صياغات قرارات مهمة وتوليد التقارير والأدوات المساندة التي تدعم اتخاذ القرار بصنع القرار الأكثر فعالية في مجال العمل المصرفي والمالي، كما تفسر هذه النتيجة أن بنك التسليف التعاوني والزراعي يهتم بتطبيق أنظمة ذكاء الأعمال، كما بينت ذلك نتائج التحليل الوصفي ل أنظمة ذكاء الأعمال بأبعادها جميعًا والتي كانت عالية؛ وذلك أثر إيجابيًا على جودة الخدمة المصرفية.

وهذه النتيجة تتفق مع نتائج عديد من الدراسات السابقة التي أظهرت وجود أثر إيجابي لذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المصرفية الرقمية في البنوك الإسلامية الأردنية، والتي بينت وجود أثر ذي دلالة

معنوية للذكاء الاصطناعي في جودة الخدمة المصرفية بأبعادها (الملموسية، والاستجابة، والأمان، والاعتمادية، كما تتفق مع دراسات التي أثبتت وجود أثر للذكاء الاصطناعي في جودة الخدمات في البنوك الإسلامية الأردنية، التي أكدت وجود أثر إيجابي قوي لتكنولوجيا المعلومات المعتمدة في تقنيات الحاسوب في جودة الخدمة المصرفية في بنك الكريمي، والتي أظهرت أن تطبيق الذكاء الاصطناعي له دور في تحسين الخدمات المصرفية، وتطوير أداء المصارف من تحسين جودة الخدمة المصرفية، والتي أظهرت وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات بأبعادها (كفاءة الموارد البشرية، والاتصالات، وشبكة الانترنت، والأجهزة المعدات) في جودة الخدمة المصرفية بأبعادها: (الملموسية، والاستجابة، والأمان، والاعتمادية، والتعاطف).

اختبار الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتغيب عن البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.

ولاختبار هذه الفرضية استخدم اختبار تحليل الانحدار البسيط والجدول الآتي يوضح ذلك.

جدول (3) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى.

Sig.T	اختبار	الانحدار	Sig.F	اختبار	R ²	R
مستوى الدلالة	T	β	الدلالة مستوى	F	معامل التحديد	معامل الارتباط
0.000	4.912	0.290	0.000	24.131	0.106	0.325

المصدر: التحليل الإحصائي من بيانات الدراسة الميدانية.

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (31) وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتغيب عن البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، فمعامل التحديد R² يوضح بان التغيب عن البيانات عمومًا تفسر ما نسبته (0.106) من التغيرات الحاصلة في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في البنك، وذلك يشير إلى أن نسبة (10.60%) من جودة الخدمة المصرفية المتحقق في بنك التسليف التعاوني والزراعي ناتج عن اهتمام البنك بممارسة التغيب عن البيانات، كما تفسر قيمة درجة التأثير β التي بلغت (0.290)، أنه بافتراض تحييد أثر أي متغيرات أخرى لم تخضع للدراسة فإن الزيادة بنسبة (100%) في مستوى الاهتمام بالتغيب عن البيانات في بنك التسليف التعاوني والزراعي ستؤدي إلى زيادة بمقدار (29.00%) في مستوى تحقيق جودة الخدمة المصرفية في البنك، ويؤكد معنوية هذا الدور قيمة F المحسوبة التي بلغت (24.131) عند مستوى دلالة (0.05)، وهذا يثبت وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتغيب عن البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الأولى للدراسة التي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتغيب عن البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستودعات البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.

ولاختبار هذه الفرضية أجري اختبار تحليل الانحدار البسيط والجدول الآتي يوضح ذلك.

جدول (4) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية.

Sig.T	اختبار	الانحدار	Sig.F	اختبار	R ²	R
مستوى الدلالة	T	β	مستوى الدلالة	F	معامل التحديد	معامل الارتباط
0.000	7.063	0.350	0.000	49.886	0.196	0.443

المصدر: التحليل الإحصائي من بيانات الدراسة الميدانية

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (32) وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمستودعات البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، فمعامل التحديد R² يوضح بان مستودع

البيانات عموماً يفسر ما نسبته (0.196) من التغيرات الحاصلة في مستوى تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، وذلك يشير إلى أن نسبة (19.60%) من مستوى جودة الخدمة المصرفية المتحقق في بنك التسليف التعاوني والزراعي ناتج عن اهتمام البنك بمستودعات البيانات، كما تفسر قيمة درجة التأثير β التي بلغت (0.350)، أنه بافتراض تحييد أثر أي متغيرات أخرى لم تخضع للدراسة فإن الزيادة بنسبة (100%) في مستوى الاهتمام بمستودع البيانات في بنك التسليف التعاوني والزراعي ستؤدي إلى زيادة بمقدار (35.00%) في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في البنك، ويؤكد معنوية هذا الدور قيمة F المحسوبة والتي بلغت (49.886) عند مستوى دلالة (0.05)، وهذا يثبت وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمستودعات البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الثانية للدراسة التي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمستودعات البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.

ولاختبار هذه الفرضية أجري اختبار تحليل الانحدار البسيط والجدول الآتي يوضح ذلك.

جدول (5) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة.

R	R ²	اختبار F	Sig.F	الانحدار β	اختبار T	Sig.T
معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة		مستوى الدلالة	
0.548	0.300	87.334	0.000	0.458	9.345	0.000

المصدر: التحليل الإحصائي من بيانات الدراسة الميدانية.

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (33) وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمعالجة التحليلية للبيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، فمعامل التحديد R² يوضح بان المعالجة التحليلية للبيانات عموماً تفسر ما نسبته (0.300) من التغيرات الحاصلة في مستوى جودة الخدمة المصرفية في البنك، وذلك يشير إلى أن نسبة (30%) من مستوى جودة الخدمة المصرفية المتحقق في بنك التسليف التعاوني والزراعي ناتج عن اهتمام البنك بممارسة المعالجة التحليلية للبيانات، كما تفسر قيمة درجة التأثير β التي بلغت (0.458)، أنه بافتراض تحييد أثر أي متغيرات أخرى لم تخضع للدراسة فإن الزيادة بنسبة (100%) في مستوى ممارسة المعالجة التحليلية للبيانات في بنك التسليف التعاوني والزراعي ستؤدي إلى زيادة بمقدار (45.80%) في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في البنك، ويؤكد معنوية هذا الدور قيمة F المحسوبة والتي بلغت (87.334) عند مستوى دلالة (0.05)، وهذا يثبت وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمعالجة التحليلية للبيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة التي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعالجة التحليلية للبيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل الانحدار البسيط والجدول الآتي يوضح ذلك.

جدول (6) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة.

R	R ²	اختبار F	Sig.F	الانحدار β	اختبار T	Sig.T
معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة		مستوى الدلالة	
0.576	0.332	101.475	0.000	0.521	10.073	0.000

المصدر: التحليل الإحصائي من بيانات الدراسة الميدانية .

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (34) وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتقنيات عرض المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، فمعامل التحديد R^2 يوضح بان تقنيات عرض المعلومات بشكل عام تفسر ما نسبته (0.332) من التغيرات الحاصلة في مستوى جودة الخدمة المصرفية في البنك، ما يشير إلى أن نسبة (33.20%) من مستوى جودة الخدمة المصرفية المتحقق في بنك التسليف التعاوني والزراعي ناتج عن اهتمام البنك بتقنيات عرض المعلومات، كما تفسر قيمة درجة التأثير β التي بلغت (0.521)، أنه بافتراض تحديد أثر أي متغيرات أخرى لم تخضع للدراسة فإن الزيادة بنسبة (100%) في مستوى الاهتمام بتقنيات عرض المعلومات في بنك التسليف التعاوني والزراعي ستؤدي إلى زيادة بمقدار (52.10%) في مستوى جودة الخدمة المصرفية، ويؤكد معنوية هذا الدور قيمة F المحسوبة التي بلغت (101.475) عند مستوى دلالة (0.05)، وهذا يثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتقنيات عرض المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة التي تنص على أنه: **يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتقنيات عرض المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.**

ولتحديد ترتيب تأثير أبعاد أنظمة ذكاء الأعمال: (التنقيب عن البيانات، ومستودع البيانات، والمعالجة التحليلية للبيانات، وتقنيات عرض المعلومات) في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، موضحة في الجدول كما يلي:

جدول (7) ترتيب تأثير أبعاد أنظمة ذكاء الأعمال في جودة الخدمة المصرفية

الترتيب	Sig.F مستوى الدلالة	اختبار F	R^2 معامل التحديد	البعد
4	0.000	24.131	0.106	التنقيب عن البيانات
3	0.000	49.886	0.196	مستودع البيانات
2	0.000	87.334	0.300	المعالجة التحليلية للبيانات
1	0.000	101.475	0.332	تقنيات عرض المعلومات

المصدر: التحليل الإحصائي من بيانات الدراسة الميدانية.

يتضح من الجدول (6) أن تأثير أبعاد أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي كان متفاوتاً فقد جاء بُعد تقنيات عرض المعلومات الأعلى تأثيراً في جودة الخدمة المصرفية، يليه بُعد المعالجة التحليلية للبيانات، ثم بُعد مستودع البيانات، وأخيراً كان بُعد التنقيب عن البيانات الأقل تأثيراً في جودة الخدمة المصرفية.

بناء على ما سبق وبعد الانتهاء من اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة، والفرضيات الفرعية لها، يمكن القول إن الهدف الرئيس للدراسة الذي ينص على: (قياس أثر أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي) والأهداف الفرعية الثالث والرابع والخامس والسادس للدراسة الآتية (تحديد أثر التنقيب عن البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، وتحديد أثر مستودع البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، تحديد أثر المعالجة التحليلية للبيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي، وتحديد أثر تقنيات عرض المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي) قد حققت.

كما يمكن القول أن التساؤل الرئيس للدراسة الذي ينص على: (ما أثر أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي؟)، والتساؤلات الفرعية الثالث والرابع والخامس والسادس للدراسة التالية (ما أثر التنقيب عن البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف

التعاوني والزراعي؟، ما أثر مستودع البيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي؟، ما أثر المعالجة التحليلية للبيانات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي؟، ما أثر تقنيات عرض المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي؟، قد أجيب عنها.

النتائج والتوصيات

1.النتائج:

بناءً على النتائج توصل إليها من التحليل الإحصائي للبيانات الأولية خرجت بالاستنتاجات الآتية:

1-ان مستوى استخدام تقنيات أنظمة ذكاء الأعمال في بنك التسليف التعاوني والزراعي كان مرتفعاً، بأبعادها جميعاً (التنقيب عن البيانات، ومستودع البيانات، والمعالجة التحليلية للبيانات، وتقنيات عرض المعلومات).

2-يهتم بنك التسليف التعاوني والزراعي اهتماماً عالياً باستخدام تقنية التنقيب عن البيانات للبحث عن البيانات وتحليلها، وتلخيصها بطرائق يمكن فهمها، من استخدام أحدث الأنظمة في التنقيب عن البيانات اللازمة ولمختلف العمليات، كما ان نظام المعلومات الموجود في البنك يوفر أدوات مختلفة للتنقيب عن البيانات، لاستخراج البيانات المفيدة من غير المفيدة، واستخلاص المعلومات بالوقت المحدد، لاستخدامها في اتخاذ القرارات الصحيحة.

3-يُعطي بنك التسليف التعاوني والزراعي اهتماماً مرتفعاً بمستودع البيانات؛ من امتلاكه قواعد بيانات يمكن الرجوع إليها في وقت الحاجة، وامتلاك تقنيات متكاملة تساعد في الاحتفاظ بالبيانات، ويعتمد على قواعد بيانات تتصف بالدقة والموثوقية، وتتسم بالمرونة العالية في عملية استرجاع البيانات، علاوة على أن قواعد البيانات في البنك تحوي معلومات من مصادر داخلية وخارجية.

4-يُظهر بنك التسليف التعاوني والزراعي إهتماماً مرتفعاً باستخدام تقنيات المعالجة التحليلية للبيانات؛ إذ تأخذ إدارة البنك زمام المبادرة في استخدام التقنيات المتطورة في تحليل البيانات، لتوفر معلومات تفصيلية لمختلف عملياته، وتقارير عن أداء البنك لفترات زمنية مختلفة، وتوفير المعلومات بدقة وسرعة عالية، علاوة على تحليل البيانات وتصنيفها وترتيبها بدقة.

5-يُولي بنك التسليف التعاوني والزراعي اهتماماً مرتفعاً بتقنيات عرض المعلومات؛ إذ يعتمد البنك على تقنيات فعالة لعرض المعلومات الخاصة بعملياته المختلفة، في شكل تقارير تفاعلية، ورسوم بيانية، وجد أول بيانات وخرائط، وعرضها بأسلوب واضح لمستخدميها كافة، وتوفر التقارير ملخصات يمكن التفاعل معها للحصول على التفصيل المطلوب.

6-يُبيدي بنك التسليف التعاوني والزراعي اهتماماً مرتفعاً بتحقيق الاستجابة لطلب العملاء عند تقديم الخدمة المصرفية؛ إذ تحرص إدارة البنك على سرعة حل المشكلات التي تواجه العملاء، ويبيدي موظفو البنك استعداداً دائماً دائماً لخدمة العملاء، ويلتزم موظفو البنك بالرد السريع على استفسارات العملاء وشكاواهم ومقترحاتهم كافة.

7-يحرص بنك التسليف التعاوني والزراعي حرصاً مرتفعاً على تقديم خدمة مصرفية صحيحة، وبدون أخطاء تُمكن العملاء من الاعتماد عليها، وعلى تقديم خدماته بطريقة صحيحة وخالية من الأخطاء، وتقديم الخدمات المصرفية بجودة في المقام الأول، علاوة على التزامه بتقديم الخدمة المصرفية بانتظام في المواعيد المحددة، كما يحتفظ بملفات المعاملات ووثائقهم مع العملاء بطريقة سليمة.

8-يُولي بنك التسليف التعاوني والزراعي اهتماماً مرتفعاً بالتعاطف مع العملاء؛ إذ يعدُّ البنك خدمة العميل في مقدمة اهتماماته، وتراعي إدارة البنك بالدرجة الأولى خدمة العملاء، ويلتمس موظفو البنك احتياجات العملاء

ومشكلاتهم ويحلونها، ويتميز موظفو البنك باللطف واللباقة في التعامل مع العملاء، كما تبدي إدارة البنك تعاطفًا مع مشكلات العملاء وتعمل جميعًا على حلها.

9- يحرص بنك التسليف التعاوني والزراعي حرصًا مرتفعًا على تحقيق الأمان في خدماته المصرفية؛ إذ يتعامل مع المعلومات الخاصة بالعملاء بسرية تامة، ويوفر حماية عالية للمعلومات الشخصية للعملاء؛ ولذا يشعر العميل بالثقة والأمان عند التعامل مع البنك، كما أن العاملين جميعًا في البنك يشعرون بالعمل بالأمان والراحة النفسية، ويتمتع معظم موظفي البنك بالمهارات اللازمة لتنفيذ الأعمال من دون أخطاء.

10- وجود أثر ذي دلالة إحصائية ل أنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك التسليف التعاوني والزراعي.

2. التوصيات

- في ضوء نتائج الدراسة التي تُحصّل عليها خرجت الدراسة مجموعة من التوصيات كما يأتي:
- 1- الاستمرار في الاهتمام أكثر من البنك باستخدام أنظمة ذكاء الأعمال؛ كونها تُعدُّ أداة إستراتيجية للنمو والتطوير في الخدمات المالية والمصرفية، وتوظيف مزاي تقنيات ذكاء الأعمال فيما يتعلق بجودة الخدمات المصرفية، خاصة وأن القطاع المصرفي اليمني يعاني من منافسة عالية.
 - 2- ضرورة مواكبة التغيرات، والحرص على تطوير نظام المعلومات، والتوجه نحو استخدام نظم ذكاء الأعمال كاملةً يعزز دوره في تحقيق جودة الخدمات المصرفية.
 - 3- العمل على بذل مزيد من الجهد والمتابعة لكل المستجدات والتطورات التكنولوجية في مجال تقنيات التنقيب عن البيانات تبني كل جديد في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات نظرًا للتوجه العالمي القائم على المعرفة والابتكار.
 - 4- المحافظة على مستوى الاهتمام بمستودع البيانات المتحقق في البنك؛ كونها أصبحت ضرورية لإدارة البيانات وتحليلها بكفاءة، وخاصة الخدمات المصرفية، وتعمل على تنظيم البيانات من مصادر مختلفة من دمج البيانات وتوحيدها بطريقة منظمة.
 - 5- الاستمرار في الاهتمام بالمعالجة التحليلية للبيانات من البنك، عن طريق تحديث أنظمة تحليل البيانات والتقارير عن أداء البنك وتجهيزها، من أجل تحقيق التميز والنمو والتوسع.
 - 6- ضرورة إعطاء مزيد من الاهتمام بتقنيات عرض المعلومات من البنك، لاسيما وهي الأكثر تأثيرًا في تحقيق جودة الخدمة المصرفية.
 - 7- ضرورة الاهتمام بشكل خصوصًا بالتقانات في البنك، وتطويرها وتحديثها باستمرار بما يتناسب في احتياجات العمل، ومع التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي.
 - 8- أوصت الدراسة البنك والبنوك اليمنية عمومًا، بالاستفادة من التجارب العربية العالمية في مجال أنظمة ذكاء الأعمال من أجل تحسين جودة الخدمات المصرفية.
 - 9- ضرورة إدراك قيادات البنك محل الدراسة العلاقة التأثيرية لأنظمة ذكاء الأعمال في تحقيق جودة الخدمة المصرفية، وأن تعمل على تعزيز هذه العلاقة من الاعتراف بمفهوم أنظمة ذكاء الأعمال، وجودة الخدمة المصرفية، بوصفها جزءًا من فلسفة عملها، مع الأخذ في الحسبان أهميتهما في المحافظة على المنافسة في قطاع البنوك.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

الكتب:

1. الصحن، محمد فريد (2002م) قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.

2. الصميدعي، محمود جاسم، يوسف، ردينة عثمان (2001م)، التسويق المصرفي، مدخل استراتيجي كمي تحليلي، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
3. الطائي، يوسف حليم، والعبادي، محمد فوزي، العبادي، هاشم فوزي (2008م)، إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن.
4. عبد العزيز، خنفوسي. (2018م). قانون الدفع الإلكتروني، الطبعة الأولى. عمان، الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي.
5. كافي، مصطفى يوسف. (2017م). التسويق المصرفي. الفا للوثائق والنشر، الجزائر.
6. المعلا، ناجي. (2021م). التسويق المصرفي المفاهيم، العمليات، الأساليب، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن.
7. الناجي، السيد عبده (2003م)، تسويق الخدمات المصرفية الأسس والتطبيق العملي في البنوك، اتحاد المصارف العربية، بيروت.
8. الناصر، عامر عبد الرزاق عبد المحسن (2015م). إدارة المعرفة في إطار نظم ذكاء الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.
- ثانياً: البحوث والدوريات والمؤتمرات والتقارير العلمية:**
1. إكرام، طيبي، وأمينه، مولاي (2023م). أثر الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المصرفية: دراسة حالة البنوك التجارية ولايتي البيض/تيارت، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، 7(1)، 57-71.
2. بريش، عبد القادر (2005م)، " جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، 2(3).
3. حمد، محمد نجيب (2012م)، الدور التأثيري لاستخدام تطبيقات ذكاء الأعمال في تحسين مصداقية المعلومات المحاسبية بهدف دعم فاعلية اتخاذ القرارات، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان، الأردن.
4. خوالد، أبوبكر (2017م). قياس مدى توافر أبعاد جودة الخدمات في المصارف التجارية الجزائرية الحكومية: دراسة حالة البنك الوطني الجزائري بعنابة، المجلة العالمية للاقتصاد والإدارة، 3(3)، 252-266.
5. الشيخ، زيد فوزي أيوب (2020م). دور ذكاء الأعمال في اتخاذ القرارات المالية دراسة استطلاعية لبعض المصارف الأهلية في مدينة أربيل، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، 12(29)، 122-137.
6. عالية، بوباج (2021م)، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على الميزة التنافسية في بعض البنوك في ولاية قسنطينة بالجزائر، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، 8(3)، 590-610.
7. كامل، أحمد عبدالبديع عبدالله (2022م)، العينات الإحصائية في البحوث التجريبية، المجلة الدولية للتصاميم والبحوث التطبيقية، جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون، مصر، 1(1)، 50 – 73.
- ثالثاً: الرسائل العلمية:**
1. أحمد، العلاوي عماد أبو شعيبان (2017م). أثر التدريب على جودة الخدمات المصرفية الإسلامية بمحافظات غزة. (رسالة ماجستير)، البرنامج المشترك بين أكاديمية الإدارة والسياسة العليا وجامعة الأقصى غزة.
2. أسامة، غواطي، ومروان، سعيود (2020م). أثر أنظمة ذكاء الأعمال في تحسين تسيير الموارد البشرية: دراسة حالة جامعة عبد الحفيظ بو الصوف ميلة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميلة، الجزائر.
3. أمير، بوالزرايب، وإسلام، بوجدع (2023م). أنظمة ذكاء الأعمال كآلية لتحسين جودة القرارات الإدارية بالمؤسسة الاقتصادية: دراسة ميدانية بالمنطقة الصناعية سطيف، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميلة، الجزائر.

4. بوطويل، سهيلة، ومهدي، ندى (2022م)، مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر عينة من موظفي مجموعة من البنوك بولاية المسيلة (رسالة ماجستير)، جامعة محمد بوضياف -المسيلة، الجزائر.
5. الجبوري، علي جاسم شلاش، (2015م)، توظيف تقنيات ذكاء الأعمال في تعزيز إدارة العلاقة مع الزبون، (رسالة ماجستير)، جامعة الموصل، العراق.
6. راحو، بلال (2015م)، الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، المدينة الجزائر.
7. مريم، درويش، وسارة، جوادي (2022م). دور التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المصرفية: دراسة حالة بنك الخليج الجزائر وكالة عقالة-مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة 8 ماي 1945م، الجزائر.

رابعاً: المراجع الأجنبية:

1. Ahakhatreh, L. M. & Al-Hawary, S. I. S. (2022). Impact of business intelligence capabilities on the competitive performance of Islamic banks in Jordan. *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 49(10), 204-217.
2. Asghar, S. A., Khawaja, K. F., Khalil, M., & Ozturk, I. (2021). Role of Business Intelligence in Banking Sector for Achieving Competitive Advantage-An Empirical Analysis. *JISR management and social sciences & economics*, 19(1), 85-97.
3. Dresner, H.(2003)., "Predicts 2003: Business intelligence and datawarehousing", *Business Intelligence and Data Warehousing*, https://www.gartner.com/resources/112200/112225/predicts_2003_business_intel_112225
4. Hindriks, Corneel, (2007), *Towards chain wide Business Intelligence: Business Intelligence in the Dutch Retail Sector*, Phd Thesis Unpublished, University of Twnnte
5. Islam, R., Ahmed, S., Rahman, M., & Al Asheq, A. (2021). Determinants of service quality and its effect on customer satisfaction and loyalty: an empirical study of private banking sector. *The TQM Journal*, 33(6), 1163-1182. <https://doi.org/10.1108/TQM-05-2020-0119>.
6. Khrisat, D. A., & Darwazeh, S. S. (2023). The Impact of Business Intelligence on the Effectiveness of Decision Making at the Islamic International Arab Bank. *Journal of Intelligence Studies in Business*, 13(3), 71-90.
7. Langit, Lynn (2007), *Foundations of SQL Server 2005 Business Intelligence*. New York: Apress.
8. Matei, Gheorghe, (2010), *A collaborative approach of Business Intelligence systems*, *Journal of Applied Collaborative Systems*, Vol. 2, No.