|  |  |
| --- | --- |
| **كلية الادارة والاقتصاد** | College Name |
| **ادارة عامه** | Department |
| **عادل عبد الودود طاهر العباسي** | Full Name as written in Passport |
|  | e-mail |
|  **Professor**  |  **Assistant Professor** |  **Lecturer** |  **Assistant Lecturer**  | Career  |
|  PhD  |  Master  |  |
| أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المزيج التسويقي المصرفي  | Thesis Title  |
|  **1431**هـ بغداد **2010** م  | Year |
| **لقد بات مستوى الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات "الاجهزه, البرامجيات, البيانات, المستخدمين والاتصالات"هو المعيار الحقيقي في قياس مدى نجاح أو فشل المنظمات الماليه بشكل عام والمصارف والبنوك بشكل خاص, أن تشابه الخدمات المصرفيه فرض مبدأ التنويع والتفرد في تقديم خدمات مصرفية مميزة تميز مصرف عن مصرف اّخر"كخدمات الصراف الاّلي(ATM) ونقاط البيع الالكترونيه (POS) والصيرفه الالكترونيه والتي تعتمد على شبكة الانترنت في تقديم خدماتها للزبائن, وهي بذلك تكسر الحواجز الزمانيه والمكانيه (إذ إنها تقدم خدماتها طوال اليوم وعلى مدار الاسبوع), كما تتميز بأنها مصارف تأتي الى الزبون بدل من ذهاب الزبون اليها , عن طريق إستعمال الحاسوب الشخصي للزبون (PC), أو الهاتف للاتصال بمايسمى بالمصرف الناطق.** **لذلك أصبح من الضروري على فروع مصرف الرافدين من تطوير منافذ التوزيع التسويقي لخدماتها بالاعتماد على التسويق الالكتروني في تقديم خدماتها للزبائن, وإعتماد مزيج تسويقي الكتروني يطور من خلال تقنيات حديثه (البطاقات البلاستيكية, الصرافات الاّليه), ونشر ثقافة النقود الالكترونية في المجتمع لما تمثله من جانب حضاري في التعامل.****إن مشكلة الدراسة تتمثل في الاجابة على التساؤل التالي: هل أن التقنيات المستعملة في إدارة عمليات مصرف الرافدين كافية لرفع مستوى تسويق الخدمات المقدمة للزبائن وإشباع رغباتهم وتلبية حاجاتهم وتطلعاتهم؟.** **لقد تبنت الدراسه منهجاً وصفياً تحليلياً لتفسير دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المزيج التسويقي المصرفي, وسعت الدراسه الى الاجابه على عدد من الاسئله وذلك من خلال صياغة الفرضيات الرئيسيه والفرعيه, وقد إختبرت العلاقات إرتباطاً وتأثيراً مابين أبعاد المتغير المستقل وأبعاد المتغير المعتمد, وجمعت البيانات لعينة المدراء والعاملين والزبائن من خلال إستبيانات خاصه أعدت لكل منهما في المصارف محل الدراسه.****وتمت الدراسة من خلال مجموعة مقاييس بعضها معتمدة ومختبرة علمياً والبعض الاخر تم تطويرها وما يتلائم مع البيئة العراقية, وقد تم إختيار فرعين من فروع مصرف الرافدين لاغراض علمية.****وإعتمدت الدراسه على أساليب إحصائيه وصفيه وإستدلاليه معتمده على نظام (SPSS), وتمثلت نتائج إختبار الفرضيات وتحليلها وتفسيرها بعدم وجود علاقه إرتباطيه وتأثيريه للفرضيات الرئيسيه, وأغلبية الفرضيات الفرعيه, وذلك بسبب عدم الإستعمال الامثل لابعاد متغير (تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) ليكون له دور في متغير (المزيج التسويقي المصرفي) وخدمةالبطاقه الذكية.****وإنتهت الدراسه بمجموعه من الاستنتاجات منها, ضعف استعمال المصارف موضوع الدراسة للتقنيات الحديثة في عملها (المكننة في عمليات تقديم الخدمات, والانترنت) بالاضافة الى قلة الاهتمام باراء الزبون وقناعته, لعدم وجود أقسام للعلاقات العامة أو التسويق المصرفي.****وقد أوصت الدراسة بانشاء مواقع الكترونية للفروع محل الدراسة على الانترنت للاعلان عن الخدمات المقدمة للزبون لتسويقها, وزيادة عديد الصرافات الالية للفروع محل الدراسة, كذلك ايجاد أمكنة اخرى عامة محمية توضع فيها الصرافات خارج ساعات الدوام الرسمي ليستطيع الزبون الحصول على خدمة الصرافات الالية في أي وقت وعلى مدار أيام الاسبوع .**   |  Abstract  |