



Journal of University Studies for inclusive Research (USRIJ)
مجلة الدراسات الجامعية للبحوث الشاملة

ISSN: 2707-7675

Journal of University Studies for Inclusive Research

Vol.5, Issue 16 (2023), 10060- 10095

USRIJ Pvt. Ltd.

" الدور الوسيط لنظام إدارة علاقات الزبائن في اثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية "

**The Mediating Role Of Customer Relationship Management System In
The Impact Of Accounting Information Systems On Profitability**

الباحث

أحمد علي طه "الشيخ حسين"

البريد الالكتروني: ahmadalitaha95@gmail.com

أ.د عبد الرحمن خالد الدلابيح

أستاذ دكتور, قسم المحاسبة, كلية الأعمال

جامعة آل البيت, المفرق, المملكة الأردنية الهاشمية

البريد الالكتروني: dalabih@aabu.edu.jo

" الدور الوسيط لنظام إدارة علاقات الزبائن في اثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية "

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الوسيط لنظام إدارة علاقات الزبائن في اثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية في البنوك الاردنية, واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الاستقرائي في عرضه لمفهوم نظام إدارة علاقات الزبائن وأبعادها وعلاقتها بنظم المعلومات المحاسبية والربحية, كما اتبعت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي للحصول على البيانات من مصادرها الاولية وذلك من خلال تطوير قائمة استقصاء (استبانة) تم توزيعها على عينة الدراسة, وتكون مجتمع الدراسة من البنوك الأردنية المدرجة في بورصة عمان وعددها (15) بنكاً, وتمثلت وحدة المعاينة من الموظفين العاملين في قسم الدائرة المالية ودائرة التدقيق في الإدارات الرئيسية للبنوك والبالغ عددهم (121) موظف.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام برنامج حزمة العلوم الاجتماعية (SPSS) لاجراء التحليل الاحصائي من خلال تطبيق الأساليب الاحصائية المناسبة, كما تم استخدام برنامج (Amos) المدعم ببرنامج (SPSS) لاختبار الأثر المباشر وغير المباشر للدور الوسيط لنظام إدارة علاقات الزبائن في اثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية, وأظهرت نتائج الدراسة وجود دور إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لنظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الأردنية كمتغير وسيط في أثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية عند دراسة أبعاد نظم المعلومات المحاسبية مجتمعة, وأوصى الباحث أن على البنوك الأردنية العمل بشكل مستمر على تعزيز الدور الذي يحققه نظام إدارة علاقات الزبائن في تحسين نظم المعلومات المحاسبية والربحية, لما لهذا التعزيز من أهمية في دعم قدرة الإدارات على إجراء عمليات معالجة على مختلف المجالات المتعلقة بأنشطتها وعملياتها وضبطتها وهو ما ينعكس على ربحيتها.

الكلمات المفتاحية: نظام إدارة علاقات الزبائن, نظم المعلومات المحاسبية, الربحية, البنوك الأردنية.



The Mediating Role Of Customer Relationship Management System In The Impact Of Accounting Information Systems On Profitability

Abstract

This study aimed to know the mediating role of customer relationship management system in the impact of accounting information systems on profitability in Jordanian banks, and this study relied on the inductive approach in presenting the concept of customer relationship management system and its dimensions and its relationship to accounting information systems and profitability. The study also followed the descriptive and analytical approach to obtain the data is from its primary sources through the development of a survey list (questionnaire) distributed to the study sample. The study population consisted of (15) Jordanian banks listed on the Amman Stock Exchange, The sampling unit consisted of employees working in the financial department and the audit department in the main departments. For banks, who number (121) employees.

To achieve the objectives of the study, the Social Sciences Package (SPSS) program was used to conduct statistical analysis through the application of appropriate statistical methods, and the Amos program supported by the (SPSS) program was used to test the direct and indirect effect of the mediating role of the customer relationship management system on the impact of accounting information systems. on profitability, and the results of the study showed a positive role with statistical significance at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$) for

the customer relationship management system in Jordanian banks as a mediating variable in the impact of accounting information systems on profitability when studying the dimensions of accounting information systems combined, and the researcher recommended that Jordanian banks Work continuously to enhance the role played by the customer relationship management system in improving accounting information systems and profitability, because of the importance of this enhancement in supporting the ability of departments to conduct processing operations on various areas related to their activities, operations and controls, which is reflected in their profitability.

Keywords: Customer Relationship Management System, Accounting Information Systems, Profitability, Jordanian Banks.

المقدمة

تعيش المؤسسات الدولية والمحلية العديد من التحديات والتغيرات سواء كانت مؤسسات مالية أو مؤسسات خدمية، ودعت هذه التحديات المؤسسات إلى تحديث مفاهيمها وانظمتها وخصوصاً أنظمة معلومات منها مما كان من دوره زيادة أهمية النظم في عمليات اتخاذ القرار حيث أن استخدام بيانات دقيقة وصحيحة أصبحت من أكثر أنشطة البنوك أهمية وذلك للوصول الى قرارات سليمة سواء كانت تشغيلية أو استثمارية أو تمويلية مما يؤدي ذلك الى البقاء والاستمرار في عالم تنافسي وتحقيق مستويات أفضل للأداء، وكل ذلك سيكون له تأثير إيجابي على الأداء العام للمؤسسة. وتشكل أنظمة المعلومات المحاسبية جزءاً مهماً في قياس نشاط المنظمة وربحيته، لذلك فإن الاهتمام بهذه الأنظمة واستخدام الإجراءات الفنية المتقدمة يعد مطلباً مهماً لمواجهة التحديات المستمرة والمتزايدة لهذا العصر حيث توفر كافة المعلومات المناسبة في الأوقات الأكثر ملائمة لمختلف المستويات الإدارية، مما يوفر الوقت

والتكلفة وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة وبالتالي زيادة الأداء المالي للمؤسسة (عبد الرحمن, 2016).

وفي ظل هذه التحديات, فإن البنوك كغيرها من الشركات تكافح من أجل المحافظة على زبائنها الحاليين ومحاولة جذب زبائن جدد لضمان بقائها في السوق بين الشركات المنافسة وتحقيق منافع لأصحاب المصالح فيها, ويأتي ذلك من خلال تحقيق رضا الزبائن وبناء علاقات طويلة الأمد معهم, حيث إن نظام إدارة علاقات الزبائن يعلب دوراً مهماً في زيادة الاهتمام بالزبائن والتعرف على حاجاتهم ورغباتهم مما يؤدي الى الاحتفاظ بالزبائن وتسهيل تخصيص الخدمات والمنتجات وتقليل التكاليف مما يؤدي الى تعزيز ربحية البنك (حدادين, 2014). ويعد تعظيم الربح أحد الأهداف الرئيسية التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها لأن تعظيم الربحية يساعد هذه الشركات على البقاء والاستمرار في النمو, ويدعم وضعها المالي, ويزيد من حقوق الملكية وبالتالي تحسين قدرتها على مواجهة المخاطر. ومن المهم قياس فعاليتها في تحسين استخدام الموارد المتاحة لتحقيق أقصى ربح, ويعتبر أيضاً مؤشراً مهماً لأداء المؤسسة ولهذا فقد اختار الباحث فكرة هذه الدراسة للتعرف على الدور الوسيط لنظام إدارة علاقات الزبائن في اثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية.

مشكلة الدراسة وأسئلتها

تعد أنظمة المعلومات المحاسبية جزءاً مهماً للقياس والتقرير عن نشاط المؤسسات (البنوك) وربحياتها لذلك فإن الاهتمام بهذه الأنظمة واستخدام الإجراءات التقنية المتقدمة يعد مطلباً مهماً لمواجهة التحديات المستمرة والمتزايدة لهذا العصر, ولتوفير الوقت والتكلفة والجهد وتحسين الخدمات البنكية المقدمة وتطوير الأداء المالي والتشغيلي, وتطوير مؤشر الأسهم (أبو مهادي, 2017), ويعتبر قطاع البنوك من القطاعات الهامة في الاقتصاد الأردني, لأنه يلعب دوراً فاعلاً في تحريك عجلة الاقتصاد الأردني ودوراً هاماً في ازدهار جميع القطاعات الأخرى. من ناحية أخرى تحتل إدارة علاقات الزبون مكانة مميزة في قطاعات الاعمال ومنها قطاع البنوك والمتسمة بالتطورات المتسارعة في المجالات كافة, إذا أصبح الزبون محور الاهتمام واهم عوامل النجاح وتحقيق الربحية والتنافس, لذا فالقرارات المرتبطة بالزبون من القرارات المهمة التي تدعم عملية صنع واتخاذ وتنفيذ ومتابعة القرارات الإدارية ومنها القرارات المالية بهدف تحسين الأداء المالي للبنوك وتميزها عن المنافسين, وهكذا عدت التقنيات المستخدمة في برامج إدارة علاقات الزبون بهدف جمع البيانات والمعلومات وتحليلها واستخدامها والتي

أصبحت ضرورة حتمية للبنوك الساعية إلى تحسين ادائها المالي بشكل أفضل من المنافسين (محمد والامين, 2017), من هنا تم تحديد مشكلة الدراسة من معرفة الدور الوسيط لنظام إدارة علاقات الزبائن في اثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية في البنوك الأردنية. لذا تتمحور مشكلة الدراسة في الاجابة على الاسئلة الآتية:

السؤال الأول: ما أثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية في البنوك الاردنية ؟

السؤال الثاني: ما أثر نظم المعلومات المحاسبية على نظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الاردنية ؟

السؤال الثالث: ما أثر نظام إدارة علاقات الزبائن على الربحية بوجود نظم المعلومات المحاسبية في البنوك الاردنية ؟

السؤال الرابع: ما أثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية من خلال نظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الاردنية ؟

أهمية الدراسة

- تقدم هذه الدراسة إضافة علمية في مجال المحاسبة حيث تساهم في إثراء المكتبة المحلية والعربية والعالمية في مجال نظم المعلومات المحاسبية ونظام إدارة علاقات الزبائن وأثرها على الربحية.
- تحسين نظام المعلومات المحاسبي للبنوك من خلال تحديد الاستخدامات التي لها أكبر اثر على إرضاء العملاء وتطويرها بالشكل المناسب مما يجعلها أكثر كفاءة من حيث السرعة والدقة.
- دور نظم المعلومات المحاسبية ونظام إدارة علاقات الزبائن في توفير المعلومات والخصائص المطلوبة واللازمة لاتخاذ القرارات المتعلقة بالربحية كوسيلة لتحقيق الأهداف الاستراتيجية.
- تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الأولى حسب علم الباحث التي ناقشت ودرست نظم المعلومات المحاسبية ونظام إدارة علاقات الزبائن على الربحية على مستوى الاردن، مما يوفر للباحثين فرصة الاستفادة منها في تنفيذ دراساتهم في المستقبل.
- تستمد الدراسة أهميتها من أهمية قطاع البنوك, حيث أنه من القطاعات الهامة في الاقتصاد الأردني لأنه يلعب دورا فاعلا في تحريك عجلة الاقتصاد الأردني وازدهار جميع القطاعات الأخرى.

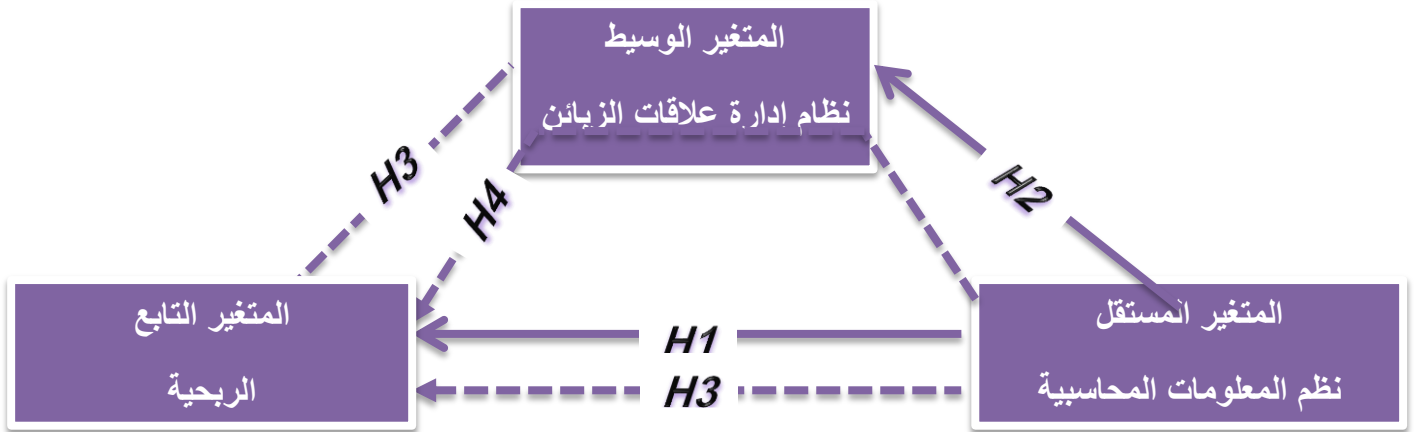
أهداف الدراسة

بناء على مشكلة الدراسة واسئلتها, فان الدراسة تسعى الى تحقيق هدفها العام وهو التعرف على الدور الوسيط لنظام إدارة علاقات الزبائن في اثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية في البنوك الاردنية ويمكن عرض اهداف الدراسة بشكل محدد بمجموعة الاهداف الآتية:

- 1- التعرف على أثر لنظم المعلومات المحاسبية على الربحية في البنوك الاردنية.
- 2- التعرف على أثر لنظم المعلومات المحاسبية على نظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الاردنية.
- 3- التعرف على أثر لنظام إدارة علاقات الزبائن على الربحية بوجود نظم المعلومات المحاسبية في البنوك الاردنية.
- 4- التعرف على أثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية من خلال نظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الاردنية.

فرضيات الدراسة

- الفرضية الرئيسية الاولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ على الربحية في البنوك الاردنية.
- الفرضية الرئيسية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ على نظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الاردنية.
- الفرضية الرئيسية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظام إدارة علاقات الزبائن عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ على الربحية بوجود نظم المعلومات المحاسبية في البنوك الاردنية.
- الفرضية الرئيسية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ على الربحية من خلال نظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الاردنية.



الشكل (1): إنموذج الدراسة ومتغيراتها

المصدر: من إعداد الباحث إستناداً لدراسة (محمد والامين, 2017؛ حسين, 2018؛ الرواد, 2021)

تعريف نظم المعلومات المحاسبية:

ذكر Al-Dalaien & Dalayeen (2018) أن نظام المعلومات المحاسبي هو نظام يوفر معلومات حيوية للتخطيط والتنظيم والتوجيه والقيادة والسيطرة على الأنشطة التنظيمية ومساعدة المسؤولين على اتخاذ قرارات استراتيجية في الشركة.

كما ينظر إلى أنظمة المعلومات المحاسبية كنظام جزئي من أنظمة معلومات الشركة وأنه مصمم للمساعدة في إدارة ومراقبة الأنشطة اليومية المتعلقة بالمجالات الاقتصادية والمالية للشركة، ويساعد الإشراف على تسهيل اتخاذ القرار داخل الشركة، ويجب أن يتكيف مع بيئة المنظمة ومتطلبات المهمة والهيكل (Daniel & Victor, 2019). ويعرف نظم المعلومات المحاسبية انه هو نظام يقوم بتجميع وتخزين ومعالجة البيانات من اجل إنتاج المعلومات لمتخذي القرار (Romney & Steinbart, 2021)

عناصر نظم المعلومات المحاسبية:

يتكون نظام المعلومات المحاسبي مجموعة من العناصر التي تعد الاساس في إنجاز الأعمال, وذلك من

اجل تحقيق الأهداف التي وجد من أجلها (Al-Qudah, 2011) (Romney & Steinbart, 2015):

- 1- المستندات والمستندات المؤيدة للعمليات المالية التي تتم في المؤسسة.
- 2- قاعدة بيانات لتخزين البيانات المالية المتعلقة بالعمليات المالية التي تتم في المنشأة.
- 3- أجهزة وبرامج حاسوبية لمعالجة البيانات المخزنة وتحويلها إلى معلومات مناسبة وذات مغزى.
- 4- إجراءات محاسبية مجدولة مصممة للتشغيل المالي للمنشأة.
- 5- الأشخاص الذي يتعامل مع مكون أو أكثر من مكونات نظام المعلومات المحاسبية مثل المبرمج أو المحاسب الذي يستخدم النظام.
- 6- ربط الوسائل الإلكترونية والاتصالات الفنية بين مكونات أنظمة المعلومات المحاسبية (نظام الرواتب ونظام الدخل) والأنظمة الأخرى (مثل نظام الموارد البشرية).

تعريف نظام ادارة علاقات الزبائن:

أشار الصميدعي وآخرون (2020) إنها استراتيجية عمل تعظم وتزيد الربحية والعائد ورضى الزبون وذلك من خلال تنظيم حول قطاعات الزبون، وتشجيع الأداء والسلوك الذي يرضى الزبائن وتطبيق عمليات واجراءات الزبون المركزي, كما عرفت إنه أحد أنظمة المعلومات الذكية الحديثة التي توفر بيانات قيمة وذات صلة لصناع القرار في الأعمال، خاصة فيما يتعلق بالمكونات الثلاثة لإدارة علاقات العملاء (التسويق والمبيعات والخدمة) (Gil-Gomez.at el., 2020). وعرفت إنها عملية جمع المعلومات لزيادة فهم إدارة علاقة المؤسسة مع عملائها، وإنها استراتيجية عمل تستخدم تكنولوجيا المعلومات لتزويد الشركة برؤية شاملة وموثوقة ومتكاملة لقاعدة عملائها، حيث تساهم جميع العمليات والتفاعلات مع العملاء في الحفاظ على علاقات المنفعة المتبادلة وتوسيعها (Anh, 2021)

أسباب ظهور إدارة علاقات الزبائن:

يشير الصميدعي وآخرون (2020) الاسباب التالية لظهور نظام إدارة علاقات الزبائن:

1. محاولة زيادة المبيعات بشكل يحقق الاستقرار لإيرادات المنظمة وربحيتها.

2. تطوير الوسائل اللازمة لزيادة فاعلية الأنشطة التسويقية بالأخص الترويجية منها، وذلك بهدف واختيار الزبائن الأكثر ربحية للمنظمة.

3. زيادة رضا الزبائن ثم ولأنهم من خلال تقديم أفضل الخدمات، لأنهم يمثلون أساس ربحية المنظمة.

4. الوقوف والفهم بشكل أعمق لاتجاهات وتفضيلات الزبائن والعمل على تقديمها بجودة تتناسب مع ما يرغب الزبائن به.

أهمية إدارة علاقات الزبائن:

يمكن أن تكون هذه بمثابة أدلة إستراتيجية لمساعدة المديرين على تطوير خطط إستراتيجية مناسبة والمساعدة في تحسين فهمهم للأنشطة التي ينطوي عليها تنفيذ CRM, لذلك فإن التنفيذ الأفضل لإدارة علاقات العملاء سيحسن الأداء المالي وغير المالي للمنظمة (Singh & Badugu, 2017), ومن أجل المحافظة على مركز تنافسي يجب على البنوك التركيز على جودة الخدمة ورضا العملاء حيث يساعدهم ذلك على تحسين الأداء المالي وهو الهدف النهائي لأي مؤسسة مربحة, يجب على المديرين اتباع استراتيجيات مثل هذه لمساعدتهم على الاحتفاظ بالعملاء في بيئة العمل الصعبة (Jafar et al, 2021).

تعريف الربحية:

اشار الصمادي (2018) الى الربحية إنها العلاقة بين الأرباح التي تحققها المنظمة والاستثمارات التي تساهم في تلك الأرباح هي أهداف المنظمة ومقياس مدى كفاءة استخدام مواردها الإدارية. ويعد تحقيق الربحية مهمًا للغاية للشركة من أجل البقاء في عالم الأعمال، وتعظيم ثروة المالك وتحمل عواقب المنافسة (Odusanya et al., 2018), وإنه مقياس لقدرة الشركة على تحقيق الأرباح وكفاءة استخدام الموارد وتطويرها، ولاتستخدم الربحية فقط لقياس قدرة المنشأة على تحقيق الأرباح، ولكن أيضًا من أجل تحديد مدى فعالية الشركة في إدارة مواردها (Mulyana & Adidarma., 2020).

الربحية وعلاقتها بقيمة الشركة:

إن تحقيق الأرباح أو الفوائد للمستثمرين هو نتيجة للسياسات التي تتبعها إدارة الشركة، بينما الربحية هي قدرة الشركة على تحقيق أرباح من المبيعات والأصول وحقوق الملكية، كما يظهر فاعلية الإدارة في تحقيق عوائد من المبيعات والاستثمارات (Kontesa, 2015), تؤثر الربحية العالية على المرونة المالية

للشركة، مما يمكّن الشركة من دفع توزيعات الأرباح والحصول على تصنيف جيد في سوق رأس المال (Manu, et al., 2019)، وتعكس الربحية المتاحة للمستثمرين كفاءة الشركة في استخدام الأموال للأنشطة التشغيلية للحصول على أرباح أعلى، وتعكس الأرباح المرتفعة الآفاق الفريدة للشركة، وبالتالي جذب المستثمرين لزيادة طلبهم على أسهم الشركة وزيادة الطلب على أسهم الشركة يؤدي إلى زيادة قيمة الشركة (Rahayu, et al., 2019).

مؤشرات الربحية:

1- مؤشرات الربحية التي تعتمد على القياس المحاسبي:

غالبًا ما تُعتبر المقاييس التي تعتمد على المقاييس المحاسبية مقاييس صالحة لتقييم ربحية الشركة وأدائها خاصةً عند مقارنتها بالمقاييس المعيارية، ويجمع تحليل الربحية على أساس المقاييس المحاسبية بين مقياسين أو نسب، ونسبة تظهر الربحية فيما يتعلق بالمبيعات، ونسبة تظهر الربحية فيما يتعلق بالاستثمار، والربحية فيما يتعلق بالمبيعات فهو مقياس لنسبة هامش الربح إلى المبيعات (مثل هامش الربح (PM)، والأرباح التشغيلية (OP)، والعائد على المبيعات (ROS))، بينما الربحية المتعلقة بالاستثمار هي مقياس العائد على مكون من مكونات قائمة المركز المالي (مثل العائد على الأصول (ROA)، والعائد على حقوق الملكية (ROE)، والعائد على الاستثمار (ROI) ويتضمن تحليل الربحية أيضًا مجموعة أخرى من المقاييس، والتي تشمل النسب التي تجمع بين البيانات المالية مثل بيان الدخل وبيان التدفقات النقدية، وبيان المركز المالي، بما في ذلك نسبة التدفق النقدي التشغيلي (OCF) وربحية السهم (EPS) ومقاييس أخرى تعتمد على القياس المحاسبي (Mulyana & Adidarma, 2020).

2020

2- مؤشرات الربحية التي تعتمد على القياسات السوقية:

النوع الثاني من مؤشرات الربحية هو مؤشر يعتمد بشكل أساسي على القيمة السوقية للشركة، وهو مؤشر قياس يقوم بتقييم أداء الشركة على المدى الطويل في السوق، ويتميز قياس السوق بأنه يعكس وضع المساهمين، يمكن لتوقعات الأداء المستقبلي للشركة التي تستند بالطبع إلى مؤشرات أداء السوق السابقة أو الحالية أن تساعد الإدارة والمستثمرين على تقييم تصور السوق لقيمة الشركة بشكل عام كلما ارتفعت نسبة الرسملة السوقية، ارتفع سعر سهم الشركة لأن السوق يرى آفاق نمو جيدة و / أو أنهم

يرون مخاطر أقل في الاستثمار في الشركة, تتضمن هذه المقاييس مؤشر Tobin's Q، نسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية (MTBV)، القيمة السوقية المضافة (MVA)، نسبة السعر إلى الربحية أو مكرر الربحية (P/E) وغيرها اعتمادًا على قياس السوق (Al-Matari et al., 2014).

الدراسات السابقة باللغة العربية

1- دراسة محمد والامين, (2017) والتي هدفت الى تحليل مكونات إدارة علاقات الزبون (رضا الزبون, قيمة الزبون, الاحتفاظ بالزبون) في تحسين الاداء المالي, وبحث علاقات الارتباط والاثر باتجاه التأكد من نموذج الافتراضي لما للمعلومات من دور حاسم في عملية صنع واتخاذ القرارات ومنها ذات الصلة بتحسين الاداء المالي واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي للبيانات والمكونة بـ (4) مصارف (مدير ورئيس قسم ومساعد رئيس قسم) بالمصارف العراقية، واختبرت الفرضيات من خلال الاسلوب الاحصائي (SPSS), توصلت الدراسة الى وجود علاقة وأثر لإدارة علاقات الزبون على الاداء المالي وتبين نتائج علاقات الارتباط بين ادارة علاقات الزبون وتحسين الاداء المالي وجود علاقة معنوية موجبة بينهما.

2- دراسة حسين, (2018) والتي هدفت الى تحليل علاقة الارتباط والأثر بين المتغيرات لعناصر نظم المعلومات الادارية ممثلة (التحديث، الدقة ، الملائمة ، التوقيت) وادارة علاقات الزبون ممثلة (رضا الزبون، ولاء الزبون، قيمة الزبون، الاحتفاظ بالزبون) في تحسين الاداء المالي تم قياسه من خلالها (الربحية، السيولة، المديونية النشاط), واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واعتمد الباحث الاستبانة كأداة رئيسة فضلاً عن اعتماد التقارير المالية السنوية للمصارف خلال (2010-2015) لتحليل البيانات والمعلومات اذ تم تحليل البيانات باستعمال عدد من الأساليب الاحصائية المتمثلة بـ (الوسط الحسابي الانحراف المعياري، معامل الاختلاف، ومعامل الارتباط بيرسون، وتحليل الانحدار المتعدد والمتدرج وتحليل المسار باستخدام أسلوب النمذجة الهيكلية، فضلاً عن تحليل النسب المالية) توصلت الدراسة الى وجود علاقات ارتباط وتأثير معنوية بين نظم المعلومات الإدارية (التحديث، الدقة الملائمة، التوقيت) وإدارة علاقات الزبون (رضا الزبون، ولاء الزبون، قيمة الزبون، الاحتفاظ بالزبون) في تحسين الأداء المالي (الربحية، السيولة، المديونية، النشاط)، فضلاً عن ان هناك تأثير معنوي لنظم المعلومات الإدارية في تحسين الأداء المالي من خلال إدارة علاقات الزبون.

3- دراسة **بخيت وعز الدين, (2018)** والتي هدفت الى مدى تأثير استخدام نظم المعلومات المحاسبية الالكترونية ممثلة في (أمن نظم المعلومات المحاسبي وسلامة عمليات نظم المعلومات المحاسبي وجاهزية نظام المعلومات المحاسبي) على الربحية مقاسا بمعدل (العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية), واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي والاستقرائي على عينة من (٢٢) شركة صناعية مسجلة بالبورصة المصرية، وتم تحليل القوائم المالية للشركات الصناعية خلال الفترة من (2007) وحتى (2017) وتم استخدام برنامج (SPSS) وبرنامج (e-views) واختبرت الفرضيات باستخدام كل من معامل الارتباط وإختبار ليكرت لقياس المتوسط الحسابي والأهمية النسبية واختبار T-test وإختبار تحليل التباين (F) وإختبار الانحدار المتعدد باستخدام برنامج (e-views) إختبار السببية باستخدام برنامج (e-views) لتحليل السببية, اما تحليل القوائم المالية لتحديد كل من معدل العائد علي حق الملكية ومعدل العائد على الاصول فتشمل تحديد معامل الارتباط واجراء إختبار تحليل التباين (F), بالاضافة الي إختبار الانحدار المتعدد باستخدام برنامج (e-views), توصلت الدراسة الى انه توجد علاقة سببية ذات دلالة احصائية بين نظم المعلومات المحاسبية ممثلة (جاهزية نظام المعلومات المحاسبي و أمن نظم المعلومات المحاسبي وسلامة عمليات نظام المعلومات المحاسبي) على ربحية الشركات ممثلة (معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية).

4- دراسة **الرواد, (2021)** والتي هدفت للتعرف على أثر نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة بأبعادها (الافراد المؤهلون البرمجيات، المعدات، الاجراءات وقواعد البيانات) على تحسين بطاقة الأداء المتوازن بأبعادها (المالي العملاء، العمليات الداخلية والتعلم والنمو) في البنوك الأردنية، ولتحقيق هدف الدراسة اعتمدت الدراسة على إتباع المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم البيانات اللازمة باستخدام استبانة وزعت في مجتمع الدراسة البالغ (16) بنكا اردنياً، حيث اعتمدت على الأساليب الإحصائية كالإحصاء الوصفي، والانحراف المعياري، وكذلك الإنحدار الخطي البسيط والانحدار الخطي المتعدد, توصلت الدراسة الى وجود أثر دال احصائيا لنظم المعلومات المحاسبية المحوسبة بأبعادها (الافراد المؤهلون، البرمجيات، المعدات، الاجراءات وقواعد البيانات) على تحسين تطبيق بطاقة الأداء المتوازن بأبعادها (المالي، العملاء، العمليات الداخلية والتعلم والنمو) في البنوك الأردنية، وكذلك وجود أثر دال إحصائيا للمتغير المستقل بأبعاده مجتمعة على كل بعد من أبعاد بطاقة الأداء المتوازن، بالإضافة إلى عدم وجود

فروق بين اجابات العينة على تحسين بطاقة الأداء المتوازن بأبعدها (البعد المالي، بعد العملاء، بعد العمليات الداخلية، بعد التعلم والنمو) في البنوك الأردنية تعزى لنوع البنك (تجاري إسلامي).

الدراسات باللغة الانجليزية

1- دراسة (Al-zoubi, 2016) والتي هدفت إلى شرح دور إدارة علاقات العملاء (CRM) ممثلة (رضا العميل، ولاء العميل، قيمة العميل) وكيفية تأثيرها على الميزة التنافسية ممثلة (ميزة التكلفة، ميزة الجودة، ميزة المرونة، ميزة السرعة) وتقديم اطار نظري لبيان مفهوم إدارة علاقات العملاء والميزة التنافسية وتوضيح دور إدارة علاقات العملاء ودورها في تحقيق الميزة التنافسية على مستوى بعض البنوك العاملة في مدينة اربد وتوفير قاعدة البيانات التي تساعد البنوك المدروسة في علاقات العملاء من أجل تحقيق الميزة التنافسية، واعتمدت الدراسة على تحليل استبانة موزعا على مديري ورؤساء اقسام مجموعة من البنوك التجارية في مدينة إربد واستخدمت التحليل الاحصائي باستخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات والانحرافات المعيارية والانحدار البسيط، توصلت الدراسة إلى أن إدارات البنوك في الدراسة ركزت على علاقة العميل من خلال بناء الثقة معهم وأن إدارات البنوك في الدراسة ركزت على تحقيق الميزة التنافسية من خلال جودة الخدمات المقدمة للعملاء وهناك علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين إدارة علاقات العملاء وتحقيق الميزة التنافسية وجود تأثيرات ذات دلالة إحصائية ايجابية على للادارة علاقات العملاء في دعم الميزة التنافسية للبنوك في عينة الدراسة.

2- دراسة (AL-BAWAB, 2017) والتي هدفت الى دور نظم المعلومات المحاسبية في رفع أداء الإدارة المالية من خلال أنظمة المعلومات المحاسبية والمحاسبون الماليون في تطبيق المحاسبة والتمويل الخاصة بهم وتصورات المحاسبين والأهمية المالية لاستخدام نظم المعلومات المحاسبية في المستشفيات الأردنية الخاصة وبالتالي رفع أداء الإدارة المالية، واعتمدت الدراسة على تصميم استبانة لدراسة دور (AIS) في رفع أداء الإدارة المالية تم توزيع استبانة على المحاسبين والعاملين الماليين في المستشفيات الأردنية الخاصة وتم استخدام برنامج (SPSS) واختبرت الفرضيات من خلال الوسط الحسابي، وهو مقياس للاتجاه المركزي، و الانحراف المعياري، والذي يمثل مقياساً للتشتت، وللغرضيات الاختبار تم استخدام اختبار عينة واحدة t -test، توصلت الدراسة الى تحقيق نظم المعلومات المحاسبية لرفع أداء الإدارة المالية ويساعد نظم المعلومات المحاسبية المنظمة في تحقيق جودة المعلومات لرفع أداء الإدارة المالية واتخاذ القرار العقلاني في الإدارة المالية لرفع الأداء.

3- دراسة (Singh & Badugu, 2017) والتي هدفت الى تقييم تأثير أبعاد ادارة علاقات العملاء ممثلة (توجيه العملاء, إدارة معرفة الزبائن ادارة علاقات الزبائن المبنية على التكنولوجيا, تنظيم علاقات الزبائن) على أداء الفنادق ودراسة العلاقة بين ابعاد ادارة علاقات العملاء على أداء الفنادق, واعتمدت الدراسة على بحث استكشافي وتقنية كمية وتم إجراء المسح في نيودلهي وتم توزيع استبانة على المديرين موزعا على 20 فندقا تم استخدام برنامج (SPSS) واختبرت الفرضيات باستخدام تحليل الانحدار المتعدد كأداة إحصائية, وتوصلت الدراسة الى التأثير الإيجابي القوي لأبعاد ادارة علاقات العملاء ممثلة (توجيه العملاء, إدارة معرفة الزبائن, ادارة علاقات الزبائن المبنية على التكنولوجيا, تنظيم علاقات الزبائن) على أداء الفنادق وفحص العلاقات بينهم.

4- دراسة (Eldesouki & Wen, 2018) والتي هدفت الى قياس تأثير أبعاد إدارة علاقات العملاء ممثلة (الاحتفاظ بالعملاء ورضا العملاء وملاحظات العملاء وتخزين البيانات) على أداء الفنادق في مدينة القاهرة بمصر, واعتمدت الدراسة على منهج بحثي كمي ونوعي باستخدام المسح الوصفي على مدراء الفنادق وتم استخدام برنامج (SPSS) واختبرت الفرضيات بتحليل ارتباط بيرسون وتحليل التباين وتحليل الانحدار المتعدد واختبارات المتوسط والانحراف المعياري ومعامل الارتباط الصفري لكارل بيرسون والانحدار المتعدد الخطي, توصلت الدراسة الى وجود تأثير ايجابي وكبير للابعاد الاربعة لادارة علاقات العملاء (الاحتفاظ بالعملاء ورضا العملاء وملاحظات العملاء وتخزين البيانات) على اداء الفنادق في القاهرة.

5- دراسة (Al-Dalaien & Dalayeen, 2018) والتي هدفت الى معرفة تأثير نظم المعلومات المحاسبية على الربحية من خلال فحص تأثير نظم المعلومات المحاسبية على ربحية البنك العربي وللتحقيق تأثير (AIS) ربحية البنك الأردني الكويتي ولتحليل تأثير (AIS) على ربحية بنك القاهرة عمان ولتقييم تأثير (AIS) على ربحية بنك الأردن ودراسة تأثير (AIS) على ربحية البنك الأهلي الأردني واعتمدت الدراسة على استبانة مكونة من جميع الموظفين العاملين في بنوك مختارة وهي البنك العربي, البنك الأردني الكويتي, البنك الأهلي الأردن, بنك القاهرة عمان, بنك الأردن, تم استخدام (SPSS) إصدار (20), واختبرت الفرضيات باستخدام الانحدار الخطي لتحليل النتائج من خلال الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية, توصلت الدراسة الى أن هناك تأثيرًا كبيرًا لـ نظم المعلومات المحاسبية على ربحية البنك العربي والبنك الأهلي الأردني والبنك الأردني الكويتي وبنك

القاهرة عمان ومع ذلك هناك لا يوجد تأثير كبير لـ AIS على ربحية بنك الأردن, تسليط الضوء على البنك العربي والقاهرة عمان نتائج مماثلة تقريبا.

6- دراسة (Eklof, et, al., (2020) والتي هدفت الى تقديم تحليل تجريبي لتأثير المقاييس غير الملموسة مثل رضا العملاء وولائهم - على الأداء المالي للمجموعات المصرفية الاسكندنافية الرئيسية مع إيلاء اهتمام خاص لرضا العملاء المتأخرين وتأثير الولاء المتأخر على الأداء المالي يقاس من خلال مؤشرات الربحية المحاسبية ومؤشرات السوق ويقاس الرضا والربحية بالعائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية وهامش الربح والدخل التشغيلي، وكذلك مؤشرات السوق (القيمة السوقية و Tobin's q), واعتمدت الدراسة على عينة البحث تتكون من تسعة بنوك إسكندنافية تتم مراقبتها على أساس سنوي بين عامي 2004 و 2014, توصلت الدراسة الى أن رضا العملاء وولائهم تأثير إيجابي كبير على ربحية البنوك ويمكن اعتباره متنبئ بالربحية المستقبلية كمؤشر الرضا للسنة السابقة يؤثر على الأداء المالي للعام المقبل, وهناك علاقة إيجابية بين رضا العملاء عن العام السابق ومؤشرات السوق للعام الحالي.

7- دراسة (Anh, (2021) والتي هدفت الدراسة الى تنظيم بعض النظريات حول ادارة العلاقات مع العملاء في مجال البنوك التجارية وتقييم الوضع الحالي للقضايا المتعلقة بادارة العلاقات مع العملاء بالبنك واقتراح حلول كاملة لتحسين التشغيل كفاءة نظام إدارة علاقات العملاء, واعتمدت الدراسة على الاحصاء الوصفي وتم جمع البيانات من خلال تقارير الأعمال والبيانات من الإدارات المتخصصة في البنك ومقابلة مباشرة مع العملاء الذين يستخدمون منتجات وخدمات البنك, وتم تحليل البيانات طريقة المقارنة المطلقة: تستخدم لمقارنة مؤشرات المؤشرات الاقتصادية في فترة التحليل مع الفترة الأساسية لرؤية المستويات المتغيرة لتلك المؤشرات والطريقة النسبية توضح تقلب المؤشرات الاقتصادية في فترة زمنية معينة والعدد النسبي تُظهر المقارنة بين العدد النسبي للهياكل الفرق في نسب كل مكون في فترة التحليل الكلية والفترة الأساسية للمعايير التحليلية, توصلت الدراسة ان تطبيق نظام CRM في البنوك ضروري للغاية في السياق الحالي, وتعتبر هذه احدى الادوات الفعالية للبنوك التجارية لتحسين قدرتها التنافسية في سياق التكامل والعولمة.

8- دراسة (Jafar, et, al., (2021) والتي هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير تدريب الموظفين على الأداء المالي للبنوك واقتراح إطار مفاهيمي ملاحظة الارتباط بين تدريب الموظفين والأداء المالي لـ

البنوك في حين أن رضا العملاء وجودة الخدمة المتصورة يتم اختبارها كمتغيرات وسيطة, واعتمدت الدراسة على التحليل الوصفي تم توزيع استبانة وتم استخدام تقنية أخذ العينات العشوائية من أجل اختبار النموذج واختبرت الفرضيات باستخدام نمذجة المعادلة الهيكلية القائمة على التباين المشترك (SEM), توصلت الدراسة أن جميع الفرضيات قد تم قبولها, أي رضا العميل وجودة الخدمة المتصورة يتوسطان جزئياً في العلاقة بين تدريب الموظف والأداء المالي للمنظمة.

9- دراسة **PETR, et, al., (2021)** والتي هدفت إلى التعرف على عوامل إدارة رضا العملاء ممثلة (إدارة الابتكار, إدارة المعرفة تحديد رضا العملاء, تحديد عدم رضا العملاء) التي تؤثر على الأداء المالي للشركة وتحليلات علاقات عوامل مختارة لإدارة رضا العملاء ومتغيراتها الجزئية إلى الأداء المالي للشركة, واعتمدت الدراسة على إجراء البحث كميّاً باستخدام استبيان على عينة من (113) شركات من مختلف الصناعات في جمهورية التشيك, يتم تقييم الأداء المالي على أنه الربحية ذاتياً, من قبل المجيبين على البحث, والتي تكونت من مديري الشركات التي شملتها الدراسة, تم تحليل العلاقات بين العوامل والكميات الفردية أولاً باستخدام تحليل العوامل ثم الانحدار, تم التحقق من الدلالة الإحصائية عن طريق الاختبارات المعيارية المناسبة (اختبار t) وأهمية النموذج بواسطة معامل التحديد, توصلت الدراسة الى أن الأداء المالي يتأثر برضا العملاء وتعتمد بشكل أساسي على إدارة التدفق العكسي (من العميل) والابتكار والمعرفة, مصدرها العميل ونظام دعم إدارة رضا العملاء الداخلي.

10- دراسة **Tulcanaza-Prieto, et, al., (2022)** والتي هدفت الى العلاقة بين تصور العملاء والأداء المالي في البيئة المصرفية الإكوادورية واعتمدت الدراسة من خلال استبيان عبر الإنترنت المصمم ذاتياً تم إجراؤها لجمع المعلومات المتعلقة بعوامل إدراك العملاء (ضمان الثقة والخدمة الملموسة والتعاطف ورضا العملاء وولاء العملاء), في حين أن البيانات المالية الخاصة بـ الأداء المالي ممثلة بمقاييس الربحية تم الحصول على البنوك الإكوادورية من تقارير المؤشرات المالية السنوية (الكفاءة المالية والسيولة), تم استخدام (SPSS) اصدار (26) لتحليل البيانات, تم استخدام نمذجة المعادلة الهيكلية للاختبار الفرضيات, توصلت الدراسة الى أن تصور العملاء له تأثير إيجابي وهام (عند على الأقل عند مستوى 5%) التأثير على الأداء المالي للبنوك, وبالمثل ولاء العملاء هو تتأثر باللموسة والثقة وضمان الخدمة والتعاطف ورضا العملاء, يذاكر النتائج في الغالب بما يتوافق مع البيئة



المصرفية للبلدان الأخرى، ولا سيما نيجيريا، والدول الاسكندنافية، قد يعطي مديرو البنك الأولوية دائماً لتصور العميل للبنك لأنه يعتبر مؤشراً قوياً على الأداء المالي للبنك.

منهجية الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الاستقرائي في عرضه لمفهوم نظام إدارة علاقات الزبائن وأبعادها وعلاقتها بنظم المعلومات المحاسبية والربحية لتحقيق أهداف الدراسة، وذلك بالرجوع إلى الأدبيات والمؤلفات والدراسات السابقة ذات الصلة، كما اتبعت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي للحصول على البيانات من مصادرها الأولية وذلك من خلال تطوير قائمة استقصاء (استبانة) تم توزيعها على عينة الدراسة، وتحليلها باستخدام الأدوات والأساليب الإحصائية المناسبة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من البنوك الأردنية المدرجة في بورصة عمان وعددها (15) بنكاً في نهاية عام (2022) وتمثلت وحدة المعاينة من الموظفين العاملين في قسم الدائرة المالية ودائرة التدقيق (مدير مالي، مدقق داخلي، رئيس الحسابات، محاسب). تكونت عينة الدراسة من الأفراد العاملين في الدائرة المالية ودائرة التدقيق في البنوك الأردنية، ونظراً لعدم قدرة الباحث الحصول على عدد الموظفين في الدوائر المعنية، كونها تعتبر من المعلومات السرية للبنك فقد تم توزيع (150) استبانة على العاملين في الدائرة المالية ودائرة التدقيق في البنوك الأردنية وبلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي (121) استبانة وبنسبة (80.7%).

مصادر جمع البيانات:

1- مصادر أولية: تم جمع البيانات الأساسية المتعلقة بأسئلة الدراسة من خلال أداة الدراسة وهي الاستبانة التي تم بنائها من أجل تحقيق أهداف الدراسة، بشكل ينسجم مع مشكلة الدراسة وأسئلتها، بحيث تغطي كافة جوانب الدراسة.

2- مصادر ثانوية: اعتمد الباحث في جمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية من خلال الرجوع إلى الكتب الأصلية، والأبحاث العلمية المحكمة، وأطاريح الدكتوراه، ورسائل الماجستير باللغة العربية

والإنجليزية والمواقع الإلكترونية المتعلقة بنفس الموضوع وتعد المصادر الثانوية مصدرا رئيسا لتشكيل الإطار النظري والدراسات السابقة وتطوير الاستبانة.

ثبات أداة الدراسة:

يهدف اختبار ثبات أداة الدراسة إلى قياس درجة الاتساق والانسجام في إجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات أداة الدراسة، وقد تم التحقق من ثبات أداة الدراسة من خلال احتساب معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha Coefficient)، حيث تشير قيمة المعامل التي تساوي (0.70) أو أكبر منها إلى ثبات أداة الدراسة، واقتراب قيمة المعامل من القيمة (1) يشير إلى اتصاف أداة الدراسة بدرجات ثبات عالية (Sekaran & Bougie, 2016)، والجدول رقم (1) يبين نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة والتي ظهرت على النحو الآتي:

جدول رقم (1): معامل الثبات (كرونباخ ألفا) لمجالات اداة الدراسة

الرقم	المتغير / البعد	حدود الفقرات	عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا
	نظام إدارة علاقات الزبائن	16-1	16	0.919
	نظم المعلومات المحاسبية	40-17	24	0.929
	الربحية	46-41	6	0.896
	أداة الدراسة	46-1	46	0.962

يتبين من النتائج المبينة في الجدول رقم (1) ارتفاع قيمة معامل كرونباخ ألفا لأداة الدراسة ككل عن القيمة المقدره (0.70)، حيث ظهرت قيم المعامل بين (0.896) كأقل قيمة و(0.929) كأكبر قيمة، وبلغت قيمة المعامل عند أداة الدراسة ككل (0.962)، وهذا يدل على ثبات أداة الدراسة وصلاحيتها لتحليل النتائج واختبار الفرضيات.

عرض النتائج الاحصائية:

النتائج الوصفية لمتغيرات الدراسة

1- وصف متغير نظام إدارة علاقات الزبائن وأبعاده

يمثل متغير (نظام إدارة علاقات الزبائن) المتغير الوسيط في الدراسة، وقد تمت دراسة هذا المتغير من خلال (4) أبعاد. يعرض الجدول رقم (2) ملخصاً لوصف أبعاد متغير نظام إدارة علاقات الزبائن، ووصفاً للمتغير حيث كانت النتائج على النحو الآتي:

جدول رقم (2): ملخصاً لوصف أبعاد متغير نظام إدارة علاقات الزبائن، ووصفاً للمتغير

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد	الرقم	الرتبة
مرتفع	0.528	4.248	رضا الزبون	1	3
مرتفع	0.505	4.256	ولاء الزبون	2	2
مرتفع	0.513	4.207	قيمة الزبون	3	4
مرتفع	0.501	4.335	الاحتفاظ بالزبون	4	1
مرتفع	0.432	4.261	نظام إدارة علاقات الزبائن		

يتبين من النتائج ان البنوك الأردنية تولى اهمية عالية لنظام إدارة علاقات الزبائن بتبني كافة الأنشطة والممارسات التي تسهم في تطوير علاقتها بالعملاء والمحافظة عليهم، واستقطاب المزيد منهم، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (4.261)، وانحراف معياري (0.432) كما يتبين ارتفاع الأهمية النسبية لجميع الأبعاد.

2- وصف متغير نظم المعلومات المحاسبية وأبعاده

يمثل متغير (نظم المعلومات المحاسبية) المتغير المستقل في الدراسة، وقد تمت دراسة هذا المتغير من خلال (6) أبعاد، يعرض الجدول رقم (3) ملخصاً لوصف أبعاد متغير نظم المعلومات المحاسبية، ووصفاً للمتغير حيث كانت النتائج على النحو الآتي:

جدول رقم (3): ملخصاً لوصف أبعاد متغير نظم المعلومات المحاسبية، ووصفاً للمتغير

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد	الرقم	الرتبة
مرتفع	0.549	4.093	الأشخاص	1	6
مرتفع	0.484	4.353	الإجراءات والتعليمات	2	4
مرتفع	0.469	4.510	البيانات	3	1
مرتفع	0.566	4.200	البرمجيات	4	5
مرتفع	0.466	4.382	البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات	5	3
مرتفع	0.415	4.384	الرقابة الداخلية ومتطلبات أمن المعلومات	6	2
مرتفع	0.381	4.321	نظم المعلومات المحاسبية		

يتبين من النتائج ان البنوك الأردنية تولي اهمية عالية لنظم المعلومات المحاسبية بتوفير كافة المقومات والمتطلبات (المادية والبشرية) التي تدعم الفاعلية في نظم المعلومات المحاسبية لديها، وتحقق الجودة في مخرجاتها من المعلومات المحاسبية، بما يعزز إمكانية الاستفادة منها في عمليات التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (4.321) وانحراف معياري (0.381)، كما يتبين ارتفاع الأهمية النسبية لجميع الأبعاد.

3- وصف متغير الربحية

يمثل متغير (الربحية) المتغير التابع في الدراسة، ويعرض الجدول الآتي (4) تحليلاً لآراء المجيبين على فقرات متغير (الربحية)، ووصفاً للمتغير حيث كانت النتائج على النحو الآتي:

جدول رقم (4): تحليل ووصف متغير الربحية

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
في السنوات الأخيرة					
5	41	ازداد مستوى الانتاجية للبنك.	4.207	0.576	مرتفع
3	42	ازداد معدل نمو الايرادات للبنك.	4.355	0.604	مرتفع
2	43	ازداد معدل نمو الارباح التشغيلية للبنك.	4.364	0.606	مرتفع
1	44	ازداد معدل نمو التدفقات النقدية للبنك.	4.421	0.616	مرتفع
4	45	ازداد صافي الربح بعد الضريبة للبنك.	4.314	0.707	مرتفع
6	46	ازداد العائد على الأصول بعد الضريبة للبنك.	4.174	0.628	مرتفع
		الربحية	4.306	0.506	مرتفع

يتبين من النتائج ان البنوك الأردنية تولي اهمية عالية للربحية بتعزيز موقفها التنافسي وتعظيم حصتها السوقية، والمحافظة على مكانتها في السوق وتحقيق أهدافها في ضمان البقاء والاستمرار من خلال تحسين أدائها المالي، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (4.306)، وانحراف معياري (0.506).

النتائج المتعلقة باختبار فرضيات الدراسة

يهدف هذا الجزء من الدراسة إلى عرض نتائج اختبار فرضيات الدراسة، حيث تم اختبارها باستخدام تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Linear Regression)، وذلك بالاعتماد على برنامج (SPSS)، كما تم الاعتماد على برنامج (Amos) المدعم ببرمجية (SPSS) لاختبار الأثر المباشر وغير المباشر للمتغيرات.

1- نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى للدراسة

أشارت الفرضية الرئيسية الأولى إلى أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) على الربحية في البنوك الأردنية". وكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول رقم (5): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

ملخص النموذج Model Summary	
0.720	معامل الارتباط (R)
0.518	معامل التحديد (R^2)
0.493	معامل التحديد المعدل ($Adj. R^2$)
0.361	الخطأ المعياري للنموذج
تحليل التباين ANOVA	
6	DF
20.432	قيمة F المحسوبة
0.000	Sig F

اظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط موجبة بين (نظم المعلومات المحاسبية) و(الربحية)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($R=0.720$)، وبلغت قيمة معامل التحديد ($R^2=0.518$)، وهي تدل على أن ما نسبته (51.8%) من التغير الحاصل في الربحية يتم تفسيره من خلال (نظم المعلومات المحاسبية)، وما تبقى يعود لعوامل أخرى تؤثر في الربحية، واطهرت النتائج وجود أثر معنوي لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) على الربحية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (20.432) وبمستوى دلالة ($SigF=0.000$) وهي أقل من (0.05)، وعلى ضوء ما سبق، يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة، التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) على الربحية في البنوك الأردنية".

2- نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية للدراسة

أشارت الفرضية الرئيسية الثانية إلى أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) على نظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الأردنية". وكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول رقم (6): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

ملخص النموذج Model Summary	
0.853	معامل الارتباط (R)
0.727	معامل التحديد (R^2)
0.712	معامل التحديد المعدل ($Adj. R^2$)
0.232	الخطأ المعياري للنموذج
تحليل التباين ANOVA	
6	DF
50.537	قيمة F المحسوبة
0.000	Sig F

اظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط موجبة بين (نظم المعلومات المحاسبية) و(نظام إدارة علاقات الزبائن)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($R=0.853$)، وبلغت قيمة معامل التحديد ($R^2=0.727$)، وهي تدل على أن ما نسبته (72.7%) من التغيير الحاصل في نظام إدارة علاقات الزبائن يتم تفسيره من خلال (نظم المعلومات المحاسبية)، وما تبقى يعود لعوامل أخرى تؤثر في نظام إدارة علاقات الزبائن. واظهرت النتائج وجود أثر معنوي لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في نظام إدارة علاقات الزبائن، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (50.537) وبمستوى دلالة ($SigF=0.000$) وهي أقل من (0.05)، وعلى ضوء ما سبق، يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة، التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) على نظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الأردنية".

3- نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة للدراسة

أشارت الفرضية الرئيسية الثالثة إلى أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظام إدارة علاقات الزبائن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) على الربحية بوجود نظم المعلومات المحاسبية في البنوك الأردنية". وكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول رقم (7): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

ملخص النموذج Model Summary	
0.713	معامل الارتباط (R)
0.509	معامل التحديد (R^2)
0.500	معامل التحديد المعدل (Adj. R^2)
0.358	الخطأ المعياري للمنموذج
تحليل التباين ANOVA	
2	DF
61.113	قيمة F المحسوبة
0.000	Sig F

اظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط موجبة بين (نظام إدارة علاقات الزبائن ونظم المعلومات المحاسبية) و(الربحية)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($R=0.713$)، وبلغت قيمة معامل التحديد ($R^2=0.509$)، وهي تدل على أن ما نسبته (50.9%) من التغير الحاصل في الربحية يتم تفسيره من خلال (نظام إدارة علاقات الزبائن ونظم المعلومات المحاسبية)، وما تبقى يعود لعوامل أخرى تؤثر في الربحية. واطهرت النتائج وجود أثر معنوي لنظام إدارة علاقات الزبائن ونظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) على الربحية، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (61.113) وبمستوى دلالة (SigF=0.000) وهي أقل من (0.05)، وعلى ضوء ما سبق، يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة، التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظام إدارة علاقات الزبائن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) على الربحية بوجود نظم المعلومات المحاسبية في البنوك الأردنية".

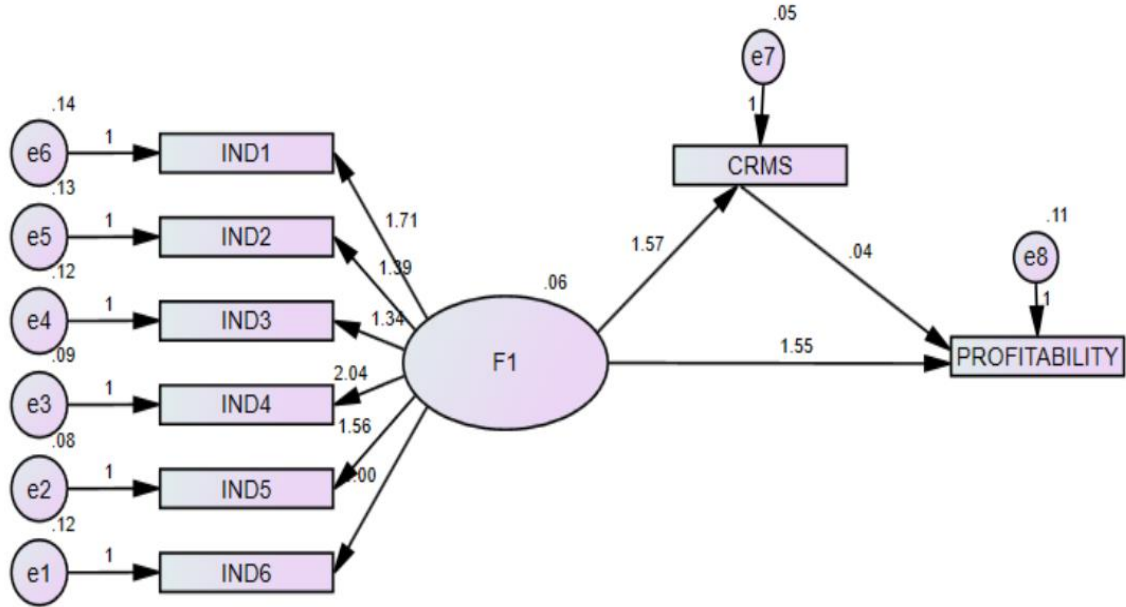
4- نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة

أشارت الفرضية الرئيسة الرابعة إلى أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) على الربحية من خلال نظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الاردنية". وكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول رقم (8): معاملات الأثر المباشر وغير المباشر والأثر الكلي للفرضية الرئيسة الرابعة H04

الأثر الكلي		الأثر غير المباشر		الأثر المباشر		المتغير
CRMS	AIS	CRMS	AIS	CRMS	AIS	
-	1.566	-	-	-	1.566	CRMS
0.039	1.613	-	0.062	0.039	1.551	PROFITABILITY

اظهرت النتائج أن الأثر المباشر المعنوي لنظم المعلومات المحاسبية على الربحية قد بلغ (1.551)، في حين بلغ الأثر المباشر المعنوي لنظم المعلومات المحاسبية على نظام إدارة علاقات الزبائن ما قيمته (1.566)، ومن جهة أخرى، فقد بلغ الأثر المباشر المعنوي لنظام إدارة علاقات الزبائن على الربحية ما قيمته (0.039)، كما أظهر الجدول (8) أن الأثر غير المباشر لنظم المعلومات المحاسبية على الربحية من خلال المتغير الوسيط نظام إدارة علاقات الزبائن قد بلغ (0.062)، وهو أثر معنوي يؤكد معنوية الدور الوسيط لنظام إدارة علاقات الزبائن في اثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية، حيث بلغ الأثر الكلي لنظم المعلومات المحاسبية من خلال الوسيط على الربحية ما قيمته (1.613)، وهو أثر معنوي عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، ولهذا فإن نظام إدارة علاقات الزبائن تعتبر وسيطاً جزئياً وهذا يؤكد وجود دور إيجابي لنظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الأردنية كمتغير وسيط في أثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية عند دراسة أبعاد نظم المعلومات المحاسبية مجتمعة، وعليه يمكن القول بوجود أثر غير مباشر لأبعاد نظم المعلومات المحاسبية مجتمعة على الربحية مع وجود نظام إدارة علاقات الزبائن وسيطاً لدى البنوك الأردنية، ويوضح الشكل التالي نتائج فرضية الرابعة H04:



حيث:

IND1: الأشخاص

IND2: الإجراءات والتعليمات

IND3: البيانات

IND4: البرمجيات

IND5: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات

IND6: الرقابة الداخلية ومتطلبات أمن المعلومات

F1: نظم المعلومات المحاسبية

CRMS: نظام إدارة علاقات الزبائن

PROFITABILITY: الربحية

وبناءً على ذلك فإنه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة، التي تنص على أنه: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) على الربحية من خلال نظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الاردنية".

مناقشة النتائج

1- مناقشة النتائج الوصفية لمتغيرات الدراسة

1-1 مناقشة نتائج نظام إدارة علاقات الزبائن

أظهرت النتائج ارتفاع الأهمية النسبية لنظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الأردنية، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (4.261)، كما يتبين ارتفاع الأهمية النسبية لجميع الأبعاد، حيث جاء بعد (الاحتفاظ بالزبون) في المرتبة الأولى، تلاه في المرتبة الثانية بعد (ولاء الزبون)، وفي المرتبة الثالثة جاء بعد (رضا الزبون)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاء بعد (قيمة الزبون) بمتوسط حسابي (4.207) وبانحراف معياري (0.513)، وهذا يدل على اهتمام البنوك الأردنية بتبني كافة الأنشطة والممارسات التي تسهم في تطوير علاقتها بالعملاء والمحافظة عليهم، واستقطاب المزيد منهم.

2-1 مناقشة نتائج نظم المعلومات المحاسبية

أظهرت النتائج ارتفاع الأهمية النسبية لنظم المعلومات المحاسبية في البنوك الأردنية، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (4.321)، كما يتبين ارتفاع الأهمية النسبية لجميع الأبعاد، حيث جاء بعد (البيانات) في المرتبة الأولى، تلاه في المرتبة الثانية بعد (الرقابة الداخلية ومتطلبات أمن المعلومات)، وفي المرتبة الثالثة جاء بعد (البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات)، وفي المرتبة الرابعة جاء بعد (الإجراءات والتعليمات)، وجاء بعد (البرمجيات) في المرتبة الخامسة، في حين جاء بعد (الأشخاص) في المرتبة السادسة والأخيرة، وهذا يدل على اهتمام البنوك الأردنية بتوفير كافة المقومات والمتطلبات (المادية والبشرية) التي تدعم الفاعلية في نظم المعلومات المحاسبية لديها، وتحقق الجودة في مخرجاتها من المعلومات المحاسبية، بما يعزز إمكانية الاستفادة منها في عمليات التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات.

3-1 مناقشة نتائج الربحية

أظهرت النتائج ارتفاع الأهمية النسبية للربحية في البنوك الأردنية، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (4.306)، وقد تبين أن البنوك الأردنية قد حققت في السنوات الأخيرة زيادة في معدل نمو تدفقاتها النقدية وأرباحها التشغيلية وإيراداتها وصافي أرباحها وإنتاجيتها والعائد على أصولها، وهذا دل على اهتمام البنوك الأردنية بتعزيز موقفها التنافسي وتعظيم حصتها السوقية، والمحافظة على مكانتها في السوق وتحقيق أهدافها في ضمان البقاء والاستمرار من خلال تحسين أدائها المالي.

2- مناقشة النتائج المتعلقة باختبار الفرضيات

فيما يلي مناقشة النتائج التي أظهرتها اختبار الفرضيات والتي تتعلق بالدور الوسيط لنظام ادارة علاقات الزبائن في اثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية، والذي تضمن أربعة فرضيات رئيسية كانت نتائجها كما يلي:

1- الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص على: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) على الربحية في البنوك الاردنية.

أشارت نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى إلى وجود أثر إيجابي دال إحصائياً لنظم المعلومات المحاسبية على الربحية في البنوك الأردنية، حيث ظهر الأثر المعنوي عند كل من (البيانات والبرمجيات)، في حين لم يظهر الأثر عند كل من (الأشخاص، الإجراءات والتعليمات، البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، والرقابة الداخلية ومتطلبات أمن المعلومات) وذلك عند دراستها مجتمعة، ووجود الأثر للبيانات والبرمجيات يدل على الأهمية الكبيرة التي يحققها هذين المتغيرين في نظم المعلومات المحاسبية، فالبيانات تمثل المدخل الرئيس لنظم المعلومات المحاسبية، وتعد البرمجيات من أهم الأدوات التي يستند عليها نظام المعلومات المحاسبي لمعالجة البيانات المدخلة والحصول على المعلومات المفيدة التي تساعد في تحقيق الأهداف العامة والأهداف الاستراتيجية للبنك والمتمثلة في الدرجة الأولى في زيادة ربحيتها وتعظيمها، وانفقت مع (AL-BAWAB, (2017) و (Al-Dalaien & Dalayeen (2018) وبخيت وعز الدين (2018) والرواد (2021) مع نتائج الدراسة الحالية حيث تبين الى وجود

أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($a \leq 0.05$) لنظم المعلومات المحاسبية على الربحية وتحسين الأداء المالي.

2- الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص على: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) على نظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الاردنية.

أشارت نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية إلى وجود أثر إيجابي دال إحصائياً لنظم المعلومات المحاسبية على نظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الأردنية، حيث ظهر الأثر المعنوي عند كل من (الأشخاص، البرمجيات، والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات)، في حين لم يظهر عند كل من (الإجراءات والتعليمات، البيانات، والرقابة الداخلية ومتطلبات أمن المعلومات) وذلك عند دراستها مجتمعة، ووجود هذا الأثر يدل على الأهمية الكبيرة التي تحققها متطلبات ومكونات نظم المعلومات المحاسبية في توفير كافة البيانات والمعلومات التي تساعد في تنظيم وتطوير علاقة البنك بعملائه وإدارة هذه العلاقة بالشكل الأمثل.

3- الفرضية الرئيسية الثالثة والتي تنص على: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظام إدارة علاقات الزبائن عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) على الربحية بوجود نظم المعلومات المحاسبية في البنوك الاردنية.

أشارت نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة إلى وجود أثر إيجابي دال إحصائياً لنظام إدارة علاقات الزبائن على الربحية بوجود نظم المعلومات المحاسبية في البنوك الأردنية، ووجود هذا الأثر يدل على الأهمية الكبيرة التي يحققها نظام إدارة علاقات الزبائن ونظم المعلومات المحاسبية في توفير المعلومات اللازمة وإعداد الخطط الاستراتيجية، كما أنها تساهم في تعزيز القدرة التنافسية للبنك من خلال التعرف على أنواع الزبائن وإدراك احتياجاتهم ومتطلباتهم والعمل على إشباعها، بالإضافة إلى التعرف على البيئة الخارجية للبنك وما تتضمنه من مخاطر وفرص مما يساهم في المحافظة على ربحيتها، واتخاذ القرارات بشأن تعظيمها وزيادتها.

4- الفرضية الرئيسية الرابعة والتي تنص على: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) على الربحية من خلال نظام إدارة علاقات الزبائن في البنوك الاردنية.

أشارت نتائج اختبار الفرضية الرئيسة الرابعة إلى وجود أثر إيجابي دال إحصائياً لنظام إدارة علاقات الزبائن كدور وسيط في اثر نظم المعلومات المحاسبية على الربحية في البنوك الأردنية, ووجود هذا الأثر يدل على الدور الهام الذي يحققه نظام إدارة علاقة الزبائن في تحسين علاقة نظم المعلومات المحاسبية في زيادة وتعظيم ربحية البنوك الأردنية، حيث تعتبر نظم المعلومات المحاسبية ونظام إدارة علاقات الزبائن من الأنظمة الإدارية في المنظمات، والتي تسهم في توفير كافة المعلومات التي تعزز من أداء المنظمات وتساهم في تحقيق أهدافها، وفي مقدمتها تعظيم ربحيتها.

التوصيات:

بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها، فإن الدراسة توصي بما يأتي:

1- أن على البنوك الأردنية العمل بشكل مستمر على تعزيز الدور الذي يحققه نظام إدارة علاقات الزبائن في تحسين نظم المعلومات المحاسبية والربحية، لما لهذا التعزيز من أهمية في دعم قدرة الإدارات على إجراء عمليات معالجة على مختلف المجالات المتعلقة بأنشطتها وعملياتها وضبطتها وهو ما ينعكس على ربحيتها.

2- إجراء البنوك الأردنية عمليات تحديث مستمرة على البيانات والمعلومات المتوفرة في قواعد البيانات ونظم المعلومات لديها، مما يضمن لها الإطلاع المستمر على الأحداث والتغيرات الحاصلة في بيئتها الداخلية والخارجية، والاستفادة منها في تحقيق أهدافها.

3- زيادة مستوى اهتمام البنوك الأردنية بالمواكبة المستمرة للتطورات الحاصلة في برامج وتقنيات نظم المعلومات وقواعد البيانات بما يضمن زيادة الكفاءة في نظم المعلومات وبالتالي تعزيز قدرتها على تحقيق أهدافها.

4- إجراء البنوك الأردنية المزيد من عمليات التحديث الدورية على البيانات والمعلومات المتوفرة في قواعد البيانات ونظم المعلومات لديها، مما يضمن لها الإطلاع المستمر على الأحداث والتغيرات الحاصلة في بيئتها الداخلية والخارجية، والاستفادة منها في تحقيق أهدافها.

5- أن على البنوك الأردنية العمل على تحقيق أعلى درجات الكفاءة والفاعلية في نظم المعلومات المحاسبية ونظم إدارة علاقات الزبائن لديها لما لهما من دور في توليد الربحية للبنك.

دراسات مستقبلية:

1- إجراء دراسات مستقبلية تتناول علاقة نظام إدارة علاقات الزبائن كمتغير وسيط في أثر نظم المعلومات المحاسبية في الرقابة الداخلية وحوكمة تكنولوجيا المعلومات وإدارة المخاطر المؤسسية.

2- التوسع في عينة الدراسة من خلال إجراء دراسات مقارنة بين قطاعات مختلفة، بالإضافة إلى إبعاد أخرى لنظام إدارة علاقات الزبائن واتباع مقاييس لقياس ربحية البنوك تستند على البيانات المالية.

3- الدور الوسيط لنظام إدارة علاقات الزبائن على العلاقة بين تخطيط موارد المؤسسات (ERP) والأداء المالي.

4- أثر نظم المعلومات المحاسبية على الأداء غير المالي في ظل نظام إدارة علاقات الزبائن.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

1. أبو مهادي، سناء طالب عبدالكريم.(2017). "أثر موثوقية نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية على مؤشرات الاداء المصرفي:دراسة تطبيقية على المصارف المحلية العاملة في فلسطين", رسالة ماجستير غير منشورة, الجامعة الإسلامية (غزة)، غزة.
2. بخيت، محمد بهاء وعز الدين، أسر حسن.(2018). "تأثير نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية على الربحية: دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية النشطة في البورصة المصرية خلال الفترة من 2007 – 2017", مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية، 2, (2), 1-46.

3. حدادين، ريناتا وديع سلامة.(2014). "أثر إدارة علاقات الزبائن في الأداء التنظيمي باستخدام بطاقة الأداء المتوازن: دراسة ميدانية في البنوك التجارية الأردنية", رسالة ماجستير غير منشورة, جامعة الشرق الأوسط, الأردن.
4. حسين، جمال هداش.(2018). "دور خصائص نظم المعلومات الإدارية في تحسين الأداء المالي من خلال إدارة علاقات الزبون: دراسة تطبيقية لعدد من المصارف التجارية الخاصة في بغداد", رسالة دكتوراه غير منشورة, جامعة النيلين، الخرطوم.
5. الرواد، محمود ذيب. (2021). "أثر نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة على تحسين تطبيق بطاقة الأداء المتوازن في البنوك الأردنية", رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة عمان العربية، عمان.
6. الصمادي، عدنان.(2018). "التسهيلات الائتمانية وأثر ذلك في استثمار وتنمية أموال البنوك اللاربوية"، اتحاد البنوك العربية، لبنان، بيروت.
7. الصمدي، محمود والدجاني، ديمة والقرم، ايهاب.(2020). إدارة علاقة الزبون، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
8. عبد الرحمن، شذي عبد الرحمن حسن.(2016). "أثر نظم المعلومات المحاسبية على ربحية المؤسسات المالية: دراسة ميدانية على شركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين المحدودة" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة شندي، السودان.
9. محمد، جمال هداش والأمين، فكري كباشي.(2017). "تأثير إدارة علاقات الزبون في تحسين الأداء المالي": دراسة استطلاعية في عدد من المصارف الأهلية العراقية. مجلة دراسات محاسبية و مالية، 12، (38)، 158-175.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1. AL-BAWAB, A. A. (2017). **The Role of Accounting Information Systems (AIS) in the Raising the Performance of the Financial Management in the Jordanian Private Hospitals.** International Review of Management and Business Research, 6(4), 1299-1304.



2. Al-Dalaien, B. O. A., & Dalayeen, B. O. A. (2018). **Investigating the impact of accounting information system on the profitability of Jordanian banks.** *Research Journal of Finance and Accounting*, 9(18), 110-118.
3. Al-Qudah, G. M. A., (2011). **The Impact of Accounting Information Systems on Effectiveness of Internal Control in Jordanian Commercial Banks "Field Study"**, *Interdisciplinary Journal of Contemporary research in Business*, Vol 2, No 9, PP : 365 377.
4. Al-zoubi, A. F. (2016). **The Role of Customer Relationships Management in Achieving Competitive Advantage** (A prospective study on a sample of employees at banks in Irbid city). *Journal of Marketing Management*, June, 4(1), 137-150.
5. Anh, D. B. H. (2021). **The implementation of CRM system for Agribank in Vietnam.** *International Journal of Multidisciplinary and Growth Evaluation*, 2(4), 49-54.
6. Al-Matari, E. M., Al-Swidi, A. K., & Fadzil, F. H. B. (2014). **The measurements of firm performance's dimensions.** *Asian Journal of Finance & Accounting*, 6(1), 24-49.
7. Daniel, C. & Victor, I., (2019). **Impact of Accounting Information System as a Management Tool in Organisations,** *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 3(4), -14-20.
8. Eldesouki, B. E. and Wen, Y. (2018). **The Impact of CRM Dimensions on the Performance of Hotel Industry in Egypt : A Case of Cairo Hotels.** *International Journal of Business and Management Review*, 6(3), 17-44.



9. Eklof, J., Podkorytova, O., & Malova, A. (2020). **Linking customer satisfaction with financial performance: an empirical study of Scandinavian banks**. Total Quality Management & Business Excellence, 31(15-16), 1684-1702.
10. Jafar, S., Zubair, D. S. S., & Khan, M. A. (2021). **Employee Training and Financial Performance: Mediating Effects of Perceived Service Quality and Customer Satisfaction**. Employee Training and Financial Performance: Mediating Effects of Perceived Service Quality and Customer Satisfaction, 14(5), 68-81.
11. Gil-Gomez, H., Guerola-Navarro, V., Oltra-Badenes, A. (2020). R., & Lozano-Quilis, J. **relationship Customer management : digital transformation and sustainable model innovation**. Economic research Ekonomska istraživanja, 33(1), 2733- 2750.
12. Kontesa, Maria, (2015), "Capital structure, profitability, and Firm Value, What's New?" **Research Journal of Finance and Accounting**, Vol. 6, No. 20, PP. 185-192.
13. Manu, R., Alhabsji, T., Rahayu, S., and Nuzula, N., (2019), "**The effect of corporate governance on profitability, capital structure and corporate value**", **Research Journal of Finance and Accounting**, Vol.10, No.8, pp.202-214.
14. Mulyana, B., & Adidarma, B. (2020). **Determinants Of Profitability & Its Implications On Corporate Values (Studies At Ceramic, Porcelain & Glass Sub Sector Listed In Indonesia Stock Exchange**, (2009-2018). International Economics & Journal of Business, Management, 7(4), 211-221.
15. Odusanya, I. A., Yinusa, O. G., & Ilo, B. M. (2018). **Determinants of firm from dynamic panel profitability in Nigeria : Evidence models**. SPOUDAI-Journal of Economics & Business, 68(1), 43-58.



16. PETR, S., SIMONA, Č., HANA, K., & STANISLAVA, D. (2021). **Business Financial Performance In The Context Of Customer Satisfaction Management**. *Quality-Access to Success*, 22(185).
17. Rahayu, S.M., Saif, S., and Saif, M., (2019), "**the reciprocal relationship between profitability and capital structure and its impacts on corporate values of manufacturing companies in Indonesia**", *International Journal of Productivity and Performance Management*, DOI 10.1108/IJPPM-05-2018-0196.
18. Romney Marshall, And Steinbart Paul Johan, (2015) .**Accounting Information Systems**. 13 th, by Pearson Education,Inc prentice hall, New Jersey.
19. Romney Marshall, And Steinbart Paul Johan, (2021) .**Accounting Information Systems**. 13 th, by Pearson Education,Inc prentice hall, New Jersey.
20. Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). **Research Methods. For Business: A Skill- Building Approach** (7th ed). John Wiley and Sons Inc., New York, USA.
21. Singh, P., & Badugu, D. (2017). **Application of customer relationship management (CRM) dimensions: A Critical assessment of their impact on the performance of hotels**. *International Journal of Modern Engineering Research (IJMER)*, 7 (7).
22. Tulcanaza-Prieto, A. B., Aguilar-Rodríguez, I. E., & Lee, C. W. (2022). **Customer Perception and Its Influence on the Financial Performance in the Ecuadorian Banking Environment**. *Sustainability*, 14(12), 6960.