

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غرداية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير

شعبة العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

اعداد الطالبان:

بلعيد حمزة

تناح حسين

العنوان:

أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك

- دراسة حالة عينة من بنوك ولاية غرداية -

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2018/06/24 .

أمام اللجنة المكونة من السادة :

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
- د/ زوزي محمد	أستاذ محاضر	جامعة غرداية	رئيسا
- أ/ بدة عيسى	أستاذ مساعد	جامعة غرداية	مشرفا ومقررا
- أ.د/ غزيل محمد مولود	أستاذ محاضر	جامعة غرداية	مشرفا ومقررا مساعدا
- د/ حنيش فتحي	أستاذ مساعد	جامعة غرداية	مناقشا

السنة الجامعية: 2017-2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



للوفاء
بما شرع

نهدي ثمرة هذا العمل
إلى الوالدين الكريمين
إلى كافة أفراد العائلة الكريمة
إلى كل من علمنا
إلى الزملاء ورفقاء الدرب
إلى جميع الأصدقاء

بلعير حمزة

تناح حسين

شكر و عرفان

□ نشكر الله العلي القدير الذي هدانا للإتمام هذا العمل وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله
□ نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذين الكريمين

أ.و. مخزول محمد مولود

أ. برة عيسى

اللذان لم يرخرا جهرا في ساعرتنا وتسهيل الأمور علينا جزاهم الله عنا
□ خيرا.

نشكر كل من علمنا حرفا خلال مشوارنا الدراسي و خاصة أساتذة كلية
□ العلوم الاقتصادية و علوم التسيير.

□ إلى كل من ساعرنا من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل ولو بكلمة طيبة.

□ بلعيد حمزة
تفاح حسين

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على تنافسية البنوك، و كذلك تسليط الضوء على دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تحقيق الميزة التنافسية السائدة في البنوك العاملة في ولاية غرداية.

حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على أهم جوانب تكنولوجيا المعلومات و الاتصال داخل البنوك و ذلك من خلال تطبيق المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، وقد تم توزيع قائمة استبيان لمجموعة من إطارات البنوك و عددهم (34) إطار، بحيث تم تحليلها و تفسيرها و تقديم مجموعة من النتائج و التي كان من ابرزها: ان تكنولوجيا المعلومات و الإتصال تلعب دورا هاما في تحقيق الميزة التنافسية، وكذلك توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصال ومجالات الميزة التنافسية (جودة المنتجات، الأداء المالي، السيطرة على الأسواق، كفاءة العمليات، الإبداع و التطوير) عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

الكلمات المفتاحية : تكنولوجيا معلومات واتصال، ميزة تنافسية ، بنوك ، صيرفة الكترونية.

ABSTRACT

This study aims at identifying the impact of information technology and communication on the competitiveness of banks, as well as highlighting the role of information technology and communication in achieving the competitive advantage prevailing in banks operating in the state of Ghardaia.

In this study, we tried to highlight the most important aspects of information technology and communication within banks through the application of the descriptive analytical approach in this study. A list of questionnaires was distributed to a group of 34 bank frames, which were analyzed, A number of results were presented, the most important of which were: Information and communication technology plays an important role in achieving competitive advantage. There is also a statistically significant relationship between information technology and communication, and areas of competitive advantage (product quality, financial performance, market control, , Creativity and Development) at the level of significance $\alpha = 0.05$.

The key words : information and communication technology, Competitive advantage, banks, electronic banking .

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتويات
I	الإهداء
II	الشكر
III	الملخص
V	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
X	قائمة الأشكال
XI	قائمة الملاحق
أ	المقدمة
01	الفصل الأول : الأدبيات النظرية
02	تمهيد
03	المبحث الأول : الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال و الميزة التنافسية
15	المبحث الثاني : الدراسات السابقة
20	خلاصة الفصل
21	الفصل الثاني : الدراسة الميدانية
22	تمهيد
23	المبحث الأول : منهجية الدراسة الميدانية
37	المبحث الثاني : تحليل و مناقشة النتائج

55 خلاصة الفصل
56 الخاتمة
61 قائمة المصادر و المراجع
65 الملاحق
82 الفهرس

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
13	دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مواجهة القوى التنافسية	الجدول رقم (1)
25	نتائج ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة	الجدول رقم (2)
26	التوزيع النسبي لأفراد الدراسة حسب الجنس	الجدول رقم (3)
27	التوزيع النسبي لفئة العمر	الجدول رقم (4)
28	التوزيع النسبي للمؤهل العلمي	الجدول رقم (5)
29	التوزيع النسبي للتخصص	الجدول رقم (6)
30	التوزيع النسبي للوظيفة	الجدول رقم (7)
31	التوزيع النسبي لنوع البنك	الجدول رقم (8)
31	التوزيع النسبي لتصنيف البنك	الجدول رقم (9)
32	التوزيع النسبي للصيرفة عبر الهاتف الثابت	الجدول رقم (10)
32	التوزيع النسبي للصيرفة عبر الهاتف النقال	الجدول رقم (11)
33	التوزيع النسبي للصيرفة عبر الصراف الآلي	الجدول رقم (12)
33	التوزيع النسبي للصيرفة عبر الإنترنت	الجدول رقم (13)
34	التوزيع النسبي للصيرفة عبر البريد و الفاكس	الجدول رقم (14)
34	التوزيع النسبي للبطاقات البنكية	الجدول رقم (15)
35	التوزيع النسبي للموقع الإلكتروني	الجدول رقم (16)
35	التوزيع النسبي لتطبيقات الهواتف المحمولة	الجدول رقم (17)

36	التوزيع النسبي للشيكات الإلكترونية	الجدول رقم (18)
37	الموافقة لمقياس ليكرت الخماسي	الجدول رقم (19)
38	مدى موافقة أفراد العينة على عبارات المستوى التكنولوجي	الجدول رقم (20)
39	اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات المستوى التكنولوجي	الجدول رقم (21)
40	مدى موافقة أفراد العينة على عبارات جودة المنتجات	الجدول رقم (22)
41	اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات جودة المنتجات	الجدول رقم (23)
42	مدى موافقة أفراد العينة على عبارات الأداء المالي	الجدول رقم (24)
43	اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات الأداء المالي	الجدول رقم (25)
44	موافقة أفراد العينة على عبارات السيطرة على الاسواق	الجدول رقم (26)
45	اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات السيطرة على الاسواق	الجدول رقم (27)
46	مدى موافقة أفراد العينة على عبارات الابداع و التطوير	الجدول رقم (28)
47	اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات الابداع و التطوير	الجدول رقم (29)
48	مدى موافقة أفراد العينة على عبارات كفاءة العمليات	الجدول رقم (30)
49	اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات كفاءة العمليات	الجدول رقم (31)
50	نتائج تحليل معامل الارتباط بين المستوى التكنولوجي/ جودة المنتجات	الجدول رقم (32)
51	نتائج تحليل معامل الارتباط بين المستوى التكنولوجي/ الأداء المالي	الجدول رقم (33)
51	نتائج تحليل معامل الارتباط بين المستوى التكنولوجي/ السيطرة على الاسواق	الجدول رقم (34)

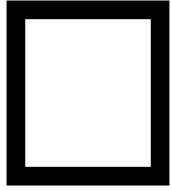
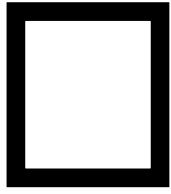
52	نتائج تحليل معامل الارتباط بين المستوى التكنولوجي/ الابداع و التطوير	الجدول رقم (35)
53	نتائج تحليل معامل الارتباط بين المستوى التكنولوجي/ كفاءة العمليات	الجدول رقم (36)

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
10	دورة حياة الميزة التنافسية	الشكل رقم (1)
26	تركيبية عينة الدراسة حسب الجنس	الشكل رقم (2)
27	تركيبية عينة الدراسة حسب العمر	الشكل رقم (3)
28	تركيبية عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	الشكل رقم (4)
29	تركيبية عينة الدراسة حسب التخصص	الشكل رقم (5)
30	عينة الدراسة حسب الوظيفة	الشكل رقم (6)

قائمة الملحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
66	استمارة الإستمبيان	الملحق رقم (1)
72	ثبات الدراسة لنتائج الاستبيان	الملحق رقم (2)
73	نتائج التكرارات و النسب المئوية لمتغيرات الدراسة	الملحق رقم (3)
79	نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغيرات الدراسة	الملحق رقم (4)
80	نتائج مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة	الملحق رقم (5)



 المقرفة

1- توطئة:

إن انتشار مفهوم تكنولوجيا المعلومات وتنوع استعمالها على مستوى المنظمات أعطى بعداً حديثاً للمعلومة، أين اكتسبت هذه الأخيرة أهمية كبيرة باعتبارها أصلاً معنوياً ومورداً استراتيجياً لا يقل أهمية عن الموارد البشرية، المالية و المادية، حيث أصبحت المعلومة تتحكم في تسيير النشاطات الحيوية للمنظمة و تمنحها قدرة أكبر وأسرع على الاستجابة لمتطلبات السوق.

لقد أصبحت إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات من أهم الأنشطة لأي منظمة أعمال تريد الاستمرار و النجاح في الأسواق. و تسعى إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا لاكتشاف ميدانياً و التوصل إلى عنصر تفوق و إبداع يمكنها من تحقيق ميزة تنافسية مستدامة لذلك يمكن القول بأن تدفق المعرفة يعد القلب النابض لمنظمات الأعمال الحديثة. و هنا تبرز أهمية الاستخدام السليم لتكنولوجيا المعلومات الحديثة و المتطورة في إدارة المعرفة بما يساهم في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك.

وعلى غرار مختلف المنظمات تحتاج المنظمات الجزائرية إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات بشكل فعال يمكنها من تحقيق الميزة التنافسية، لاسيما وان الزبون انفتحت أمامه فرص الاختيار والمفاضلة بين بدائل متعددة.

1- اشكالية البحث:

ومن خلال ما سبق يمكن صياغة الاشكالية كالتالي:

• ما مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تعزيز المنافسة المصرفية؟

ومن خلال هذا التساؤل تتفرع لنا مجموعة من الاسئلة الفرعية كما يلي:

- ما علاقة تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بالمزايا التنافسية للبنوك؟
 - هل هناك اختلافات في استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ما بين البنوك؟
 - هل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال دور في تحقيق الميزة التنافسية بين البنوك؟
- وللإجابة المبدئية على الاسئلة المطروحة وضعنا مجموعة من الفرضيات التي سنحاول من

خلال دراستنا التحقق من صحتها أو خطئها وهي كما يلي:

2- فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: يدعم استخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، المنافسة المصرفية من خلال عوامل شخصية ووظيفية لأفراد عينة الدراسة.

الفرضية الثانية: يدعم استخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، المنافسة المصرفية من خلال المستوى التكنولوجي الموجود في البنوك.

الفرضية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، و مجالات الميزة التنافسية للبنوك

3- مبررات اختيار الموضوع :

- السعي إلى معرفة الجانب النظري للموضوع و واقعه في البنوك الجزائرية .
- كون تكنولوجيا المعلومات من العوامل الأساسية لتحسين الوضع التنافسي للبنوك من جهة، وأهمية الميزة التنافسية في بقاء البنوك واستمرارها من جهة أخرى.
- تدرج في محور الأهمية، لاسيما وأن منظمات اليوم تنتقل من كونها نظاما ماديا إلى اعتبارها نظاما متدفقا للمعلومات ، وبالتالي على المؤسسات الجزائرية أن تولي اهتماما لهذا الجانب نظرا للدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في استمرارية تنافسية البنوك.
- معرفة مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.

4- أهمية الدراسة :

- تكمن أهمية هذه الدراسة في سبيل وضع قواعد تساعد البنوك على اكتساب تكنولوجيا المعلومات التي تمكنها من تحقيق الميزة التنافسية بشكل جيد وفعال.
- يكتسب أهمية في تقديم إطار عملي يربط أبعاد تكنولوجيا المعلومات بالميزة التنافسية، إذ أن تناول علاقة تكنولوجيا المعلومات بكل أبعادها في تحقيق الميزة تمثل بحد ذاتها إضافة عملية جديدة بالاهتمام.
- أن يكون إضافة جديدة ومساهمة في إثراء المكتبة وتبصير القارئ بما أحدثته تكنولوجيا المعلومات في عالم الأعمال.
- تعزز هذه الدراسة من كفاءة الأداء المتفقة مع عصر التكنولوجيا والمعرفة، والتي تنعكس بشكل ايجابي على القطاع الاقتصادي، من خلال فتح آفاق جديدة للمشاريع التنموية، التي تسعى للتجديد والابتكار، وتقديم خدمات جديدة بأساليب متطورة، وتحسين مستوى الخدمة المقدمة مما تنصب كلها في مصلحة المجتمع وإشباع رغبات أفراد.

5- أهداف الدراسة :

- المساهمة في إثراء المعارف النظرية والتطبيقية عن تكنولوجيا المعلومات و الإتصال.
- التعرف على الدور الذي تؤديه تكنولوجيا المعلومات في دعم الميزة التنافسية .
- حث البنوك الجزائرية على استخدام تكنولوجيا المعلومات كأداة لتحقيق الميزة التنافسية.
- محاولة إبراز كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات بالبنوك الجزائرية.

6- حدود الدراسة :

- من أجل دراسة الموضوع و بلوغ الاهداف المتوخاة، تم رسم حدود لهذه الدراسة، يأتي ذكرها كما يلي :
- الإطار المكاني للدراسة :

تمت الدراسة على ستة بنوك ، وكالة البنك الوطني الجزائري بغرداية BNA ، وكالة بنك التنمية

المحلية بغرداية BDL ، وكالة البنك الخارجي الجزائري بغرداية BEA ، وكالة سوسيتي جينرال بغرداية SG ، وكالة بنك الخليج بغرداية AGB ، وكالة القرض الشعبي الجزائري بغرداية CPA .

• الإطار الموضوعي للدراسة:

في هذه الدراسة تم التركيز على مدى تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على تنافسية البنوك .

• الاطار الزمني للدراسة :

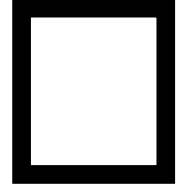
استغرقت مدة الدراسة حوالي 15 يوم ، من يوم 15 أفريل إلى 30 أفريل من سنة 2018.

7- منهج وأدوات الدراسة :

بالنظر إلى طبيعة الموضوع محل الدراسة ، ولإجابة على الأسئلة المطروحة في مشكلة الدراسة، ومن أجل الوصول إلى تحقيق الأهداف ، سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج الأنسب لهذه الدراسة، كونه يهتم بوصف الظاهرة المدروسة وصفا دقيقا والتعبير عنها تعبيرا كفييا وكميا. أما الجانب التطبيقي فقد تم اعتمادنا على دراسة الحالة، باستعمال مجموعة من الأدوات تمثلت في أسلوب المسح باستخدام العينات والذي يعتمد على الاستبيان للحصول على المعلومات، و لأجل اختبار صحة الفرضيات تم استخدام برنامج SPSS لغرض معالجة و تحليل الاستبيان.

8- هيكل الدراسة :

. ولتجسيد موضوع البحث تم اعتماد الخطة التالية التي تشمل فصلين نظري وتطبيقي ،حيث يضم الفصل الأول ثلاثة مباحث ،المبحث الأول يتناول الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال ، أما المبحث الثاني يتناول ماهية الميزة التنافسية وذلك من خلال مفاهيم عامة حول التنافسية، وأخيرا المبحث الثالث الذي يتناول دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية . في حين خصص الفصل الثاني الذي يحتوي على الدراسة الميدانية لبعض بنوك ولاية غرداية كمحاولة لإسقاط الجانب النظري على واقع هذه البنوك ومن ثم استخلاص بعض النتائج.



□ الفصل الأول

□ الأوبىات النظرية

تمهيد:

تمثل تكنولوجيا المعلومات و الإتصال عنصرا هاما في البنوك، والتي أصبحت موردا استراتيجيا تعتمد عليه في مواجهة ظروف المنافسة خاصة في ظل ما يشهده عالم اليوم من تغيرات مستمرة وسريعة، إذ أخذت البنوك تتعامل مع كمية هائلة من المعلومات في محاولة ل تخزينها وتطبيقها لغرض استعمالها بسهولة وذلك من خلال الاستعانة بتكنولوجيا المعلومات التي أصبحت احد دعائم البنك ، حيث تستخدمها في معظم وظائفها وأنشطتها الأمر الذي أدى إلى تحقيق العديد من الأهداف فضلا عن تخفيض التكاليف وتحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء هذا بالإضافة إلى أن تطور تكنولوجيا المعلومات كان له دور مهم في أنظمة المعلومات، إذ يساعدها على اتخاذ القرارات المناسبة التي تساعد المنظمة على البقاء والاستمرار.

وسوف نتطرق في هذا الفصل إلى النقاط التالية:

-المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات و الإتصال.

-المبحث الثاني : ماهية الميزة التنافسية.

- المبحث الثالث : دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تحقيق الميزة التنافسية.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال و الميزة التنافسية

المطلب الأول : تكنولوجيا المعلومات و الإتصال

تطرقنا في هذا المطلب للمفاهيم النظرية المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات و الإتصال باختصار شديد، و التي عبرنا عنها في الفروع الآتية :

الفرع الأول : مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

يكتسي موضوع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال أهمية بالغة، نظراً للدور الذي تلعبه في استغلال المعرفة في تحقيق التنمية ، لهذا سوف نتناول بعض مفاهيم تكنولوجيا المعلومات و الإتصال كما يلي:

- تعرف التكنولوجيا اصطلاحاً على أنها مجموعة من النظم و القواعد التطبيقية و أساليب العمل التي تستقر لتطبيق المعطيات المستخدمة لبحوث و دراسات مبتكرة في مجال الإنتاج و الخدمات تمثل مجموعة ال وسائل و الأساليب الفنية التي يستخدمها الإنسان في مختلف نواحي حياته العلمية و بالتالي فهي مركب قوامه المعدات و المعرفة الإنسانية¹.
- تعتبر المعلومات مورداً أساسياً تحتاج إليه المؤسسة في كل المراحل سواء عند إنشائها أو عند مزاوله نشاطها و عليه تعرف المعلومات على أنها بيانات أو حقائق تم معالجتها و يمكن تخزينها، استرجاعها و تشكيلها²
- يعرف الإتصال بأنه العملية أو الطريقة التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص إلى آخر حتى تصبح مشاعاً بينهما و تؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر، و بذلك يصبح لهذه العملية عناصر و مكونات و اتجاه تسعى إلى تحقيقه و مجال تعمل فيه و يؤثر فيها.³
- من خلال التعريفات السابقة يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على أنها مجموعة من التقنيات و الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى المعلوماتي و الاتصالي، الذي يراد توصيله من خلال عملية الإتصال الجماهيري،

¹-محمد الفاتح حمدي و آخرون، "تكنولوجيا الإتصال والاعلام الحديثة الاستخدام والتأثير"، كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، الجزائر، 1166، ص1 بتصرف.

²-محمد الصيرفي، "إدارة تكنولوجيا المعلومات IT"، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 1112، ص 6.

³-محمد الفاتح حمدي و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 3.

الشخصي أو الجمعي، التنظيمي أو الواسطي، أو التي يتم من خلالها جمع المعلومات و البيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة، المرسومة أو الرقمية من خلال الحاسبات الالكترونية أو الكهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال و المجالات التي يشملها هذا التطور.

الفرع الثاني : مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

وفيما يلي توضيح لمكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال:¹

1- الأجهزة:

وتعرف على أنها الجزء المادي لتكنولوجيا المعلومات المتمثل بالحاسوب و الأجهزة الملحقة بها لتنفيذ المهام المطلوبة.

2- البرمجيات:

هي عبارة عن مجموعة من المكونات المعنوية لنظام الحاسب من تعليمات وإجراءات وبرامج وأنظمة التشغيل ولغات برمجة وتقوم هذه البرمجيات بعدة وظائف أساسية أهمها إدارة عمليات الحاسوب واسترجاع البيانات ودعم تطبيقات الأعمال.

3- الشبكات:

وهي عبارة عن مجموعة من الحواسيب تنظم معا وترتبط بخطوط اتصال بحيث يمكن لمستخدمها المشاركة في الموارد المتاحة ونقل وتبادل المعلومات فيما بينهم، وتستخدم هذه الشبكات لتحقيق مجموعة من الأغراض مثل: توفير الاتصال بين الأشخاص والوصول للمعلومات عن بعد والتجارة الالكترونية وتخفيض المصروفات ومشاركة الموارد وغيرها، وهناك عدة أنواع من الشبكات منها:

- أ. **الشبكات المحلية:** يستخدم هذا النوع من الشبكات لربط أجهزة الحاسب وملحقاتها ضمن مبنى واحد أو مكتب واحد باستخدام ما يسمى بالخادم (client- serveur)
- ب. **شبكة المنطقة:** تستخدم مثل هذه الشبكات لتغطية مجموعة مباني أو مدينة بأكملها وقد تتكون من مجموعة من الشبكات المحلية وتستخدم عادة كابلات الألياف الضوئية لربط محاور هذه الشبكة.
- ج. **الشبكات الواسعة:** وتستخدم هذه الشبكات لتغطية منطقة جغرافية واسعة وقد تشمل الدول والقارات بحيث تمكن المستخدمين من تبادل المعلومات والاتصال دوليا.

¹ - Turban, Mclean, Wetherbe, "Information Technology", 2nd edition, John Wiley & Sons, Inc. 1999, P 13-14.

د. الانترنت: تمثل شبكة الانترنت لشبكات الحاسب والتي تنتشر في معظم أنحاء العالم وهذه الشبكة تعتبر أكبر أداة للاتصال والمعلوماتية وتقدم هذه الشبكة المعلومات في كل أو معظم الأنشطة المختلفة.

و. قواعد البيانات: وهي مجموعة من البيانات تجمع بينها علاقات منطقية يسهل تخزينها واسترجاعها بغرض استخدامها أو تعديلها أو الإضافة عليها لتكون جاهزة للاستخدام من قبل المستخدمين عند الحاجة، ويؤدي استخدام قواعد البيانات إلى تحقيق مجموعة من المزايا مثل عدم تكرار البيانات وزيادة إمكانيات اقتسام البيانات وتحقيق رقابة أكثر فاعلية والمحافظة على ثبات وتناسق البيانات وتوحيد المعايير المتعلقة بالبيانات.¹

الفرع الثالث: وظائف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يرى seen أنه يمكن حصر وظائف تكنولوجيا المعلومات بما يلي²:

- جمع تفاصيل قيود أو سجلات النشاطات؛
 - تحويل وتحليل وحساب جميع البيانات أو المعلومات؛
 - إجراء عدة أنواع من المعالجات للمعلومات في وقت واحد سواء كانت كتابة أو صوت أو صورة؛
 - تنظيم المعلومات بشكل مفيد حسب طبيعتها إن كانت صور أو أصوات أو غيرها؛
 - تخزين البيانات والمعلومات واسترجاعها لإنجاز عملية إضافية وإرسالها إلى مستفيد آخر؛
 - إرسال البيانات والمعلومات من موقع لآخر باستخدام الإيميل الإلكتروني أو الرسائل الصوتية أو غيرها.
- أما alter فقد عرف وظائف تكنولوجيا المعلومات على أنها تسجيل وتخزين ونقل ومعالجة واستخدام واسترجاع المعلومات.³

بينما ذهب curtin إلى القول بأن تكنولوجيا المعلومات تؤدي عدة وظائف من خلال أدواتها وهذه الوظائف هي⁴:

- معالجة البيانات لتحويلها إلى معلومات مفيدة؛

¹-عامر قندلجي وابراهيم السامرائي، "تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها"، مؤسسة الوراق، عمان الأردن، 2002، ص 190-192.

²-علاء عبد الرزاق السالمي، "تكنولوجيا المعلومات"، الطبعة الثانية، دار المناهج، عمان الأردن، 2000، ص 437.

³-alter, Information system : The foundation of E- Business of Opc.cit , pp 72 -74.

⁴-Curtin, Dennis and Foley, Kim and Morin, Cathleen , Information Technology _The Breaking wave 3rd Ed, Mc Graw -HILL, 2001, p3.

-إعادة معالجة المعلومات واستخدامها كبيانات في خطوات المعالجة الأخرى؛

- تبسيط المعلومات بحيث يسهل فهمها من قبل المستخدم لتصبح أكثر جاذبية وأكثر فائدة.

الفرع الرابع : الفوائد والمزايا المتحققة من استخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال:

يترتب على تطبيق واستخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات العديد من المزايا والفوائد أهمها¹ :

1- رفع مستوى الأداء والإنتاجية في المنظمات:

حيث يؤثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات تأثيرا إيجابيا على مستويات الأداء والإنتاجية في المنظمات

بشرط وجود درجة من التوافق بين ظروف المنظمة واستراتيجيات تطبيق تكنولوجيا المعلومات.

2- زيادة قيمة المنظمة:

يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات إلى خلق القيمة للمنظمة هذا بالإضافة إلى معاونتها

في تنفيذ استراتيجياتها وخاصة في ظل زيادة حدة المنافسة بين المنظمات.

3- فعالية اتخاذ القرارات:

تبسط تكنولوجيا المعلومات مهمة المديرين في اتخاذ القرارات التنظيمية وذلك من خلال توفير البيانات

والمعلومات الدقيقة والملائمة في التوقيت الملائم وبالشروط المطلوبة.

4- تنمية العمل:

حيث تعمل تكنولوجيا المعلومات على توفير النظام والانضباط بالوحدات الإدارية وتهتم بتعريف الأفراد

بما يدور حولهم وإمدادهم بصورة مستمرة بالتطورات التي تحيط بهم.

5- إعادة هندسة عمليات التشغيل:

تعد تكنولوجيا المعلومات عنصرا جوهريا لإنجاح إعادة هندسة عمليات التشغيل سواء قبل تصميم عمليات

التشغيل بما تقدمه من مقترحات لأفضل التصميمات أو بعد عمليات التصميم من خلال دورها في مراحل

التطبيق المختلفة.

6- تدعيم نجاح المنظمات في المجالات الإدارية والتنظيمية المعقدة:

¹-عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، "نظم المعلومات الإدارية : الأسس و المبادئ"، المكتبة العصرية، المنصورة ، مصر،

2002 ، ص 158-159.

يعتمد المديرون في مختلف المستويات والوحدات الإدارية على استخدام تكنولوجيا المعلومات في النواحي الإدارية والتنظيمية المعقدة والتي يصعب فيها استخدام النظم التقليدية.

7- تنمية السلوك الايجابي لأفراد المنظمة:

حيث تؤثر تكنولوجيا المعلومات على تدعيم عمليات الاتصال داخل و خارج المنظمة هذا إلى جانب مساعدتها على إدارة الوقت بكفاءة و تقليل درجة الغموض المحيط بمناخ العمل.

8- تحسين إدارة الجودة الشاملة:

تساعد تكنولوجيا المعلومات في عملية تحسين إدارة الجودة الشاملة من خلال جمع و مراقبة البيانات و تلخيصها و تحليلها و التقرير عنها، كما تساعد تكنولوجيا المعلومات في زيادة سرعة عمليات المراقبة و التفثيش و تحسين نوعية الاختبارات و تخفيض تكلفة القيام بمختلف نشاطات المراقبة و تساعد تكنولوجيا المعلومات أيضا في اكتشاف الأخطاء قبل ظهورها.

9- تحسين إدارة المعلومات و المعارف:

حيث يتم استخدام الأجهزة و البرمجيات و قواعد البيانات التي تسهل عمليات جمع و معالجة وتخزين و استرجاع المعلومات و ا لبيانات كما تعمل على تطوير معارف فنية و تسويقية و مالية و تكنولوجية و تشغيلية يمكن استخدامها في خلق ميزة تنافسية مقارنة بالمنظمات الأخرى.

10- تحسين و تطوير الخدمات المقدمة للعملاء:

حيث تؤدي تكنولوجيا المعلومات دورا هاما في دعم و خدمة العملاء من خلال استخدام التجارة الإلكترونية و عمليات إعادة هندسة العمليات للوفاء باحتياجات العملاء و نيل رضاهم و سرعة تأدية الخدمات المقدمة لهم¹.

و بناء على ذلك يمكن تحديد أهم الفوائد المترتبة على تطبيق و استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات بما يلي:

-السرعة و الدقة في عمليات معالجة و إيصال و استرجاع و حفظ البيانات والمعلومات؛

-تحسين العمليات الإنتاجية؛ تخفيض الوقت و التكلفة و تحسين مستوى جودة المنتجات؛

-تحسين الوضع التنافسي للشركة.

¹ - turban, , Mclean, Wetherbe, "Information Technology", Op.Cit, p:48 .

المطلب الثاني : الميزة التنافسية للبنوك

يعد مصطلح الميزة التنافسية مصطلح حديث وللتعرف عليه لدينا مجموعة من المفاهيم التالية:

الفرع الأول : مفهوم وأهمية الميزة التنافسية

1- مفهومها:

- الميزة التنافسية تنشأ بمجرد توصل البنك إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع.
- كما يعرف آخرون الميزة التنافسية على أنها تمثل قدرة البنك على اكتساح السوق المصرفية من خلال التحكم في التكاليف وأسعار الخدمات مع المحافظة على جودة الخدمات المقدمة.¹
- ان الميزة التنافسية عملية ديناميكية تتغير باستمرار بتغير مكوناتها الذاتية والتي تشمل الموارد التقنية والبشرية والنظم والنتائج، ويمكن اعتبار البنك قادر على المنافسة إذا استطاع المحافظة على حصته في السوق أو زيادتها عبر الزمن.²
- وبالتالي يمكن القول أن التنافسية على مستوى المنظمة هي قدرة هذه الأخيرة على تلبية رغبات المستهلكين بتوفير منتجات ذات جودة عالية وبأسعار مناسبة تستطيع من خلالها الحصول على حصة سوقية كبيرة.

2- الأهمية:

- في ظل التحديات التنافسية التي نتجت عن تحرير الخدمات المصرفية فإن اكتساب الميزة التنافسية وتطويرها تتحقق بأمرين أساسيين:
- إنتاج قيم ومنافع للعملاء - في شكل منتجات وخدمات مصرفية مختلفة - تلبى احتياجاتهم أعلى مما يحققه المتنافسون.
- التميز عن المنافسين فيما يخص الجودة والسعر.

الفرع الثاني: أنواع الميزة التنافسية في البنوك :

ومن هنا يمكن التمييز بين نوعين من الميزة التنافسية:

1- ميزة التكلفة الأدنى:

وهي الميزة التي يمكن للبنك أن يحوز عليها إذا ما كانت تكاليف إنتاج وتسويق منتجاته وخدماته أقل ما يمكن ولا يمكن أن تتخفف التكاليف إلى حدها الأدنى بصفة آلية، بل ينتج ذلك عن

¹- زيدان محمد، "دور التسويق في القطاع المصرفي"، دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة الجزائر، 2004، ص 21.

²- أحمد سيد مصطفى، "التنافسية في القرن الحادي والعشرون"، دار الكتب، القاهرة، 2013، ص 12.

تسيير قدرات ومهارات المسيرين تسييرا فعالا وهذا بالاستناد إلى مجموعة من العوامل كالتحفيز، التكوين... الخ.

2- ميزة الجودة العالية:

حيث يتفوق البنك بتقديم منتجات وخدمات مصرفية متميزة وعالية الجودة وذات قيمة كبيرة في نظر العملاء على المنافسين.

الفرع الثالث: محددات الميزة التنافسية

تحدد الميزة التنافسية من خلال بعدين او نطاقين هامين هما:

1- نطاق التنافس:

هي ثلاثة أبعاد من شأنها التأثير على الميزة التنافسية وهي:

- القطاع السوقي:

يعكس مدى تنوع مخرجات المؤسسة المصرفية والعملاء الذين يتم خدمتهم، وهنا يتم الاختيار ما بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل السوق.

- درجة التكامل الرأسي :

يعبر عن مدى أداء المؤسسة لأنشطتها داخليا أو خارجيا، فالتكامل الرأسي المرتفع مقارنة مع المنافس قد يحقق مزايا التكلفة الأقل أو التمييز.

- البعد الجغرافي :

يعكس عدد المناطق الجغرافية أو الدول التي تنافس فيها المؤسسة.

2- حجم الميزة التنافسية:

للميزة التنافسية دورة حياة مثلها مثل دورة حياة المنتجات والخدمات كما هو مبين في الشكل

الآتي:

- مرحلة التقديم:

تعتبر أطول المراحل ، باعتبارها تحتاج إلى الكثير من التفكير والاستعداد البشري المادي والمالي، تزيد المنافسة لاهتمام عدد متزايد من العملاء.

- مرحلة التبنى:

في هذه المرحلة تعرف الميزة استقرارا نسبيا من حيث الانتشار حيث المنافسين بدئوا يركزون عليها.

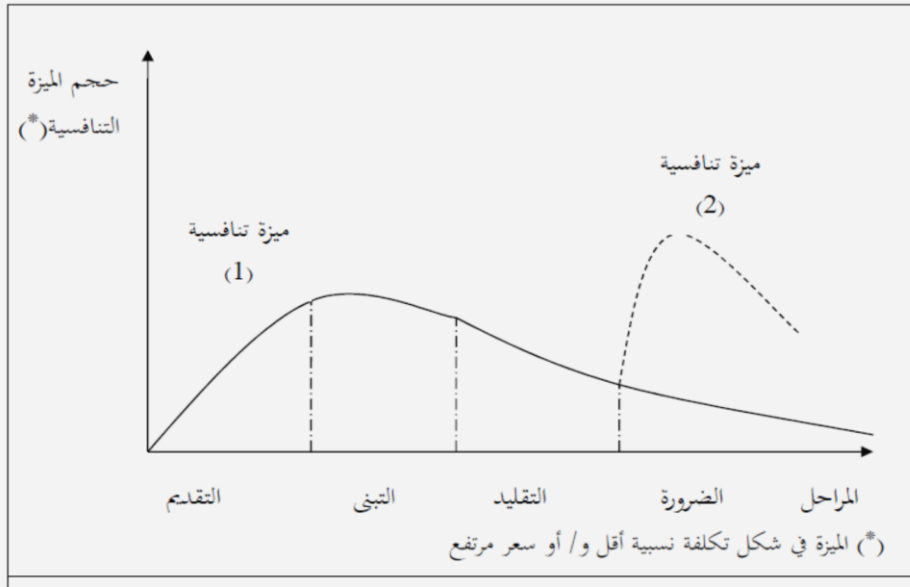
- مرحلة التقليد :

تعرف الميزة خلال هذه المرحلة تراجعاً وتتجه شيئاً فشيئاً نحو الركود لكون المنافسين قاموا بتقليد ميزة المؤسسة، وبالتالي تتراجع أسبقيتها عليهم.

- مرحلة الضرورة:

تأتي هنا ضرورة تحسين وتطوير الميزة الحالية بشكل سريع أو إنشاء ميزة جديدة على أسس تختلف تماما عن أسس الميزة الحالية ومعرفة الوقت المناسب لإجراء التحسين والتطوير أو إنشاء ميزة جديدة.

شكل رقم (1) : دورة حياة الميزة التنافسية :



المصدر: نبيل مرسي خليل، "الميزة التنافسية في مجال الأعمال"، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2004، ص 86.

المطلب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية

في المناخ الاقتصادي السائد تسعى معظم البنوك إلى الحفاظ على مركزها التنافسي، وأصبحت التكنولوجيا المعلومات سلاحا تنافسيا قويا لذا يجب على الإدارة أن تدرك مدى أهمية هذا السلاح في دعم وتحقيق الميزة التنافسية، خاصة وأن وظيفتها لم تعد تقتصر على تخفيض التكاليف فقط بل يتعدى إلى مساعدة البنوك على البقاء والاستمرار في البيئة التنافسية.

الفرع الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال و أبعاد الميزة التنافسية

يمكن توضيح الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات وذلك من خلال مساهمتها الجادة في التأثير على العناصر التالية:

1- جودة المنتج:

تكلف الجودة المتدنية المؤسسات الكثير من الخسائر، حيث تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا هاما في تحسين المنتجات وذلك من خلال تقليص الجودة المتدنية من خلال التقليل من المنتجات المعيبة¹.

2- الأداء المالي:

حيث تلعب دور في تحسين الأداء المالي للمؤسسات وزيادة ربحيتها وذلك من خلال تقليل حجم المرفوض-الوحدات المعيبة- وتوفير معالجتها جراء استخدام آلات ومعدات متطورة، كما استعانت المؤسسات لزيادة إنتاجيتها بأنظمة مكاتب، وأنظمة معلومات متقدمة للحصول على معلومات قيمة وأنظمة مساعدة اتخاذ قرارات سليمة².

3- السيطرة على الأسواق:

تكنولوجيا المعلومات من أهم الوسائل التي تساعد المؤسسات على مواجهة المنافسين في الدخول إلى السوق، حيث سهلت التكنولوجيا الحديثة عملية الحصول على أية معلومات عن أي سوق وبسرعة، وبذلك تستطيع المؤسسات باستخدام شبكة اتصالات حديثة ومتطورة أن تحدد السوق الذي يعاني من النقص والعمل على سد هذا النقص إن أمكن، كذلك يمكن أن تحافظ المؤسسات على وجودها في السوق من خلال أنظمة الإنتاج الحديثة التي تمكنها من تلبية مطالب السوق المتغيرة والسيطرة عليها بشكل مستمر³.

4- الإبداع والتطوير:

تعد تكنولوجيا المعلومات من أهم الوسائل التي تساعد على الإبداع والتميز وتحقيق السبق على المنافسين في قطاع الأعمال، وذلك من خلال التميز باستخدام أساليب إدارية وتكنولوجيا حديثة سواء في إعادة تدريب العاملين وتحفيزهم، أو إعادة هندسة العمليات، أو التوسيع في التجارة الإلكترونية، أو التحول من الصفات التقليدية إلى الأنظمة الأوتوماتيكية الحديثة، أو توفير بنية تحتية للاتصالات، أو توفير قواعد بيانات شاملة وحديثة⁴.

¹- أبو شيخة نادر أحمد، "إدارة الموارد البشرية"، الاردن، دار الصفاء للطباعة والنشر و التوزيع، 2005، ص 374.

² - Mc Donald, S scott and Timothy. W Koch: " Management of banking", Thomson south western, 6th edition, 2006.

³- شافير سكوت و ميريديث جاك، "إدارة العمليات (منهج عملية الأعمال بصفحات الانتشار)"، ترجمة سرور على سرور و عبد الرحمان محمد يحيى، دار المريخ للنشر، الرياض، 2005، ص 88.

⁴- راتشمان دافيد و آخرون، "الإدارة المعاصرة"، ترجمة رفاعي احمد رفاعي و عبد المتعال محمد سيد، الرياض، دار المريخ للنشر، 2001، ص 115.

5- كفاءة العمليات:

تؤدي كفاءة العمليات إلى أحداث تحسينات جوهرية في عمليات المؤسسة وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية مستعينة في ذلك بتكنولوجيا المعلومات الحديثة وترتكز تكنولوجيا المعلومات على فلسفة التوجه إلى تسويق أكثر فاعلية حيث يمكن عرض السلع والخدمات على المستوى العالمي وعلى مدار اليوم، مما يوجد أسواقاً جديدة للمستهلك ويخفف نفقات بناء الأسواق ومصاريف الترويج، وكذلك التواصل مع المؤسسات الأخرى والزبائن أينما وجدوا¹.

الفرع الثاني: الاستراتيجيات التنافسية في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

أضاف استخدام تكنولوجيا المعلومات استراتيجيتين جديدتين حيث حققت المنظمات من خلالهما مزايا تنافسية هما استراتيجية الصلة واستراتيجية القيادة المعلوماتية، هذا بالإضافة إلى الاستراتيجيات التقليدية المتمثلة في قيادة التكاليف التمييز والتركيز. وفيما يلي سيتم استعراض هذه الاستراتيجيات:²

1- استراتيجية قيادة التكلفة :

تحقق هذه الاستراتيجية مزايا تنافسية من خلال الرقابة الصارمة على التكاليف وهو ما يجعل المنظمة تحقق أرباح أكبر من منافسيها، لذا فإن المعلومات الكاملة عن التكاليف تسمح للمنظمة بالرقابة الأفضل على هذه التكاليف وتعطي المنظمة ميزة تنافسية لا تتوافر لغيرها من المنافسين الذين لا تتاح لهم مثل هذه المعلومات عن التكاليف. كما أن المنظمة تستخدم معلوماتها الداخلية من أجل تخفيض تكاليفها من خلال كفاءة عمليات الإنتاج والتوزيع.

2- استراتيجية التمييز :

تهدف المنظمات إلى تمييز المنتجات التي تقدمها عن منتجات المنافسين، وهذا التمييز يحتاج إلى معلومات دقيقة عن السوق متضمنة معلومات تفصيلية عن منتجات المنافسين احتياجات المستهلكين والمتغيرات البيئية المختلفة سواء كانت اقتصادية، اجتماعية، سياسية أو تكنولوجية، ومما لا شك فيه أنه لا يمكن توفير مثل هذه المعلومات في الوقت المناسب وبالذقة المطلوبة بدون استخدام تكنولوجيا المعلومات.

3- استراتيجية التركيز :

تحقق المنظمة الميزة التنافسية في ظل هذه الاستراتيجية عن طريق التركيز على قطاع سوقي معين، وبالتالي تحتاج المنظمات إلى معلومات عن طبيعة الأسواق المتاحة وخصائص المنافسين بها حيث يتم توفير وتحليل هذه المعلومات باستخدام التكنولوجيا المعلومات.

¹ - يحيى عدنان و آخرون، "تكنولوجيا المعلومات"، فلسطين، الطبعة الاولى، 2006، ص6.

² -Porter Me : "Competitive strategy technique for analyzing industries and competitors", new york, free press, 1996, P61.

4- استراتيجية الصلة (الارتباط):

تحصل المنظمة على ميزة التنافسية من خلال بناء علاقة قوية ومتميزة مع العملاء، الموردین والمنافسين وهذا يتطلب معلومات على رغبات المستهلكين، الترتيبات الخاصة بالموردين وعلاقات المحتملة مع المنافسين. وفي هذا الصدد تساهم تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير في دراسة وتحليل هذه المعلومات بما يخدم أهداف المنظمة.

5- استراتيجية قيادة المعلومات:

تتم زيادة قيمة المنتجات من سلع وخدمات من خلال توفير المعلومات والمعرفة الخاصة بها، فعلى سبيل المثال تقوم بعض المنظمات بتقديم بعض التقارير المختصرة للعملاء تتضمن المعلومات عن المنتج وعن السوق. وتتعامل بعض المنظمات مع موقعها على شبكة الإنترنت على أنه جزء هام من استثماراتها، وتقوم بتزويد هذا الموقع بمعلومات جاهزة يمكن تحميلها بواسطة المستهلك بإضافة إلى معلومات عن السلع والخدمات التي تقدمها.

الفرع الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال و القوى التنافسية

يظهر دور تكنولوجيا المعلومات في دعم الميزة التنافسية من خلال تأثيرها على القوى التنافسية، وهذا ما يوضحه الجدول أدناه:

جدول رقم (1) دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مواجهة القوى التنافسية

القوى التنافسية	استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لمواجهة هذه القوى
القوى التفاوضية للموردين	- اختيار أفضل الموردين. - تهديد الموردين بالتكامل الراسي الخلفي.
القوى التفاوضية للمشتريين	- الاختيار السليم للمشتريين. - التميز و الاختلاف.
خطر المنافسين الجدد	- وضع قيود على دخول المنافسين الجدد. - تمييز المنتج. - الوصول إلى قنوات التوزيع.
التنافس بين المؤسسات القائمة	- التكلفة / الفعالية. - الوصول للسوق. - تقديم خدمات متميزة.
خطر المنتجات البديلة	- استخدام تكنولوجيا المعلومات في تقليص زمن تطوير المنتجات. - الجديدة لإحلالها محل المنتجات الحالية .

المصدر: عبدالله فرغلي علي موسى، مرجع سابق، ص 39-40.

يشير الجدول أعلاه إلى كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات في تغيير توازن القوى لصالح المنظمة، حيث يمكنها أن تمثل قيودا لدخول المنافسين الجدد إلى السوق من خلال اقتصاديات الحجم، زيادة تكلفة التحويل من صناعة لأخرى وتمييز المنتجات، وقيود الوصول إلى الأسواق الرئيسية أو قنوات التوزيع. كما توفر تكنولوجيا المعلومات شبكات اتصالات فورية ومباشرة مما يسهل عملية التواصل مع الأطراف الخارجية.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

سنحاول من خلال هذا المبحث، التطرق الى بعض الدراسات في الموضوع، وكذا محاولة ابراز أهم أوجه التشابه و الاختلاف بين هذه الدراسات و الدراسة الحالية.

المطلب الأول: الدراسات المحلية

سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم الدراسات المحلية المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال:

1-دراسة بلقيوم صباح بعنوان "أثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية"، أطروحة دكتوراه، 2013:

حيث تهدف هذه الدراسة الى ابراز أهم الأدوار الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال لتحقيق الميزة التنافسية و التطوير التنظيمي و تحقيق الجودة الشاملة، حيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي و دراسة تقييمية لواقع تأثير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على التسيير الاستراتيجي لمؤسسة اتصالات الجزائر، فقد توصلت هذه الدراسة الى: من أجل الاستفادة أكثر من تطبيقات تكنولوجيا نظم المعلومات و الاتصال فإن الضرورة تقتضي إعادة النظر في التطبيقات الحالية لهذه النظم و تبين استراتيجية واضحة في إعداد و بناء و تطبيق مثل هذه النظم.

2- دراسة معطي سيد أحمد، بعنوان "واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للمعلومات و الاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة تلمسان، 2012:

هدفت هذه الدراسة الى معرفة مكانة البنوك الجزائرية في استعمال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال أمام البنوك العالمية من خلال دراسة العوامل التي تمكن البنوك الجزائرية و التي تستطيع أن تكون لها كدفعة مقابل المتغيرات السريعة التي تشهدها البنوك إضافة إلى منافسة البنوك الأجنبية . حيث عولجت هذه الدراسة بالاستعانة بتحليل استمارة عن طريق البرنامج التطبيقي ، SPSS Version17، الباحث أشار إلى توزيع استمارة الاستبيان على وكالات البنوك الجزائرية و فروعها بولاية السعيدة و عددها سبعة .حيث توصل الباحث إلى أن تكنولوجيا المعلومات و الاتصال الجديدة في القطاع البنكي تقدم دعما حقيقيا في تحسين نوعية الخدمات المعروضة من طرف البنك إضافة إلى الامتيازات الأخرى المحققة على غرار التنافسية و الربحية إلا أن البنوك الجزائرية و رغم الجهود المبذولة في هذا المجال لازالت تعاني من التأخر.

3- دراسة الشايب محمد، بعنوان "أثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية"، رسالة ماجستير، جامعة سطيف، 2007:

حيث تهدف هذه الدراسة على الاعتماد على تقنيات و تكنولوجيا المعلومات و الاتصال الحديثة الى جانب التركيز على استغلال أنظمة الدفع الآلية الحديثة و قد توصلت هذه الدراسة الى أن المعلوماتية حسنت من إنتاجية مصالح البنك بتخفيضها الكبير في الوقت الضائع و زيادتها لعدد العمليات المنجزة في اليوم و تكنولوجيا أنظمة الدفع الآلية حققت للبنك الأمان و السرعة في التنفيذ وفقا للمعايير الدولية المعمول بها إضافة الى نجاعة المعلومات و سهولة الحصول على المعطيات بشأن أي عملية بنكية .

المطلب الثاني: الدراسات العربية و الأجنبية

سنحاول في هذا المطلب التطرق إلى بعض الدراسات العربية و الأجنبية التي تناولت الموضوع:

1- دراسة أنعام باقية و نادية العريضي بعنوان "التقنيات المؤتمتة الحديثة المستخدمة في تطوير الخدمات المصرفية و أثرها على المتعاملين مع المصارف"، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، مجلد 28، عدد 2، 2005:

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح واقع تكنولوجيا المعلومات المتطورة المستخدمة في المؤسسات المصرفية العاملة في الأردن (وطنية أو أجنبية) و معرفة مدى تأثير التكنولوجيا على المصارف من حيث رفع جودة أدائها و استقطاب متعاملين جدد إليها، فضلاً عن توضيح مدى تفاعل المتعاملين مع الخدمات المصرفية المؤتمتة المتاحة، و قد تم إعداد استبانة خصيصاً لهذا الموضوع و أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ايجابية قوية بين نظم المعلومات المالية و المصرفية الحديثة المعتمدة في المصارف و بين المستوى العام للخدمات المصرفية المقدمة ، مما أدى إلى رفع مستوى الرضا عند المتعاملين عن أداء المصارف و جذب متعاملين جدد.

2- دراسة رسلي قدور و ياسين سعد بعنوان "نموذج مقترح لدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات على الاستخدام الأمثل للموارد في المنشأة، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، مجلد 6، عدد 1، 2006:

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم نموذج مقترح لدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات على الاستخدام الأمثل للموارد في المنشأة الصناعية و كيفية تفعيل هذا التأثير بما يحقق الاستخدام الأمثل للموارد من خلال معرفة طبيعة المنشأة و علاقة ذلك بما تحصل عليه من عائد. كما تحاول الدراسة تحليل بعض النماذج المعروفة التي تحاول تقويم تكنولوجيا المعلومات في المنشأة الاقتصادية الحديثة و بصورة خاصة دورها في تحقيق الميزة التنافسية الاستراتيجية للمنشأة، و قد تم

استخدام استبانة تم توزيعها على جميع أفراد العينة و توصلت الدراسة إلى أن ما يحصل عليه المنتج من خفض في التكلفة التسويقية نتيجة لتغير تكنولوجيا المعلومات يتناسب طردياً مع مرونة الطلب بشرط ثبات مرونة العرض وقد أوصت الدراسة بضرورة تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات من خلال جعل سوق تكنولوجيا المعلومات سوقاً تنافسياً " أقل تكلفة " و أن يتم اختيار أدوات و نظم تكنولوجيا المعلومات بما يتناسب و طبيعة و أهداف المنشأة.

3-دراسة ايميل عقيل يوثيل و عبد الستار العلي، بعنوان " نموذج تقييم أنظمة المعلومات الاستراتيجية كأداة تنافسية في المصارف" مجلة الادارة العامة، مجموعة 19، مجلد38، عدد2، 1998:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مستوى استخدام أنظمة المعلومات كأداة تنافسية في أحد المصارف الأردنية بجوانبه المتعددة، وكذلك الكشف عن أنظمة وتقنية المعلومات المستخدمة في هذا لمصرف، إضافة إلى قياس مدى إدراك عملاء المصرف لأنظمة المعلومات وتأثيرها عليهم وعلى تعاملهم مع المصرف .و توصلت الدراسة إلى أن أنظمة المعلومات تلعب دوراً استراتيجياً بسبب التطور التكنولوجي المتسارع الذي تستند إليه المنافسة في القطاع المصرفي، وتوصي الدراسة بالاستمرار في تعزيز الشبكة الموحدة و أجهزة الصرف الآلي، لما لها من دور هام في رفع درجة ولاء العملاء و بالتالي رفع قدرة المصرف التنافسية ، كما توصي بالعمل على إدخال أنظمة متطورة مثل البنك الناطق و الصرافة بالهاتف و أنظمة التحويل الالكتروني للأموال، وذلك لتقديم خدمات مميزة للعملاء، و استخدام أنظمة المعلومات للإدارة العليا مثل أنظمة دعم القرار.

4- دراسة زهير الصباغ بعنوان "تأثير تكنولوجيا المعلومات على تحقيق الميزة التنافسية في القطاع البنكي في الاردن"، مجلة البصائر، مجلد7، عدد1، 2003:

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من الأسئلة منها: هل تؤثر تكنولوجيا المعلومات على تحقيق الميزة التنافسية في القطاع المصرفي في الأردن؟ وإلى أي مدى كان القطاع المصرفي في الأردن ناجحاً في استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الميزة التنافسية؟ وماهي تكنولوجيا المعلومات التي يستخدمها القطاع المصرفي الأردني؟. وقد جرى تطبيق المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة و لقد أثبتت النتائج أن القطاع المصرفي في الأردن قطاع مطور ويقدم العديد من الخدمات و السلع التي تقدمها البنوك الغربية ، إلا أن هناك فجوات سالبة بين توقعات الزبائن و الخدمة المدركة فعلياً ، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن بعد تكنولوجيا المعلومات كان له أكبر تأثير على تحقيق الميزة التنافسية ، ثم بعد جودة الخدمة، فالبعد المالي على التوالي.

5- Daniels caroline " information technology : the management challenge ", 1996:

تركز هذه الدراسة على ضرورة فهم تكنولوجيا المعلومات كأمر حيوي لكل مدير باعتبار أن تكنولوجيا المعلومات أصبحت جزءاً من وظيفته الأساسية، و قد تناولت الدراسة الاتجاهات الحديثة و الهامة في إدارة الأعمال في عصر تكنولوجيا المعلومات، و أكدت الدراسة أن إنتاجية أي تكنولوجيا تتوقف على التوقعات المنتظرة منها و كل هذا يتوقف على إمكانيات المؤسسة و التكنولوجيا المستخدمة، و قد أوصت الدراسة بضرورة تكامل المعلومات مع المؤسسة، و لا يجب أن يكون الهدف من استخدام التكنولوجيا هو الميكنة و إنما أن يتم اعادة تصميم العمل بما يتناسب مع التكنولوجيا الجديدة و قد أوصت "Daniels" مدراء المؤسسات المهتمين بتحقيق الميزة التنافسية بإعادة هيكلة المؤسسة بما يتناسب مع تكنولوجيا الحديثة.

6- Neal Pollock " Knowledge Management and information Technology, know-IT Encyclopedia,2002:

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم أداء إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات التي تستخدمها المنظمات العامة و الخاصة ، كما و تهدف إلى تقييم كلاً من الأداء الكلي لإدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات و خرجات الاستثمار الفردي في المنظمة، من أجل تحقيق نجاح ملحوظ و لتحسين أداء العمل و مخرجاته، و قد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لأغراض البحث العلمي و قد أظهرت الدراسة أن أداء إدارة تكنولوجيا المعلومات في المنظمات قيد الدراسة لايزال في بداياته وان معظم جهودها في تحقيق أهدافها لا تزال في مستوى مؤسسة صغيرة الحجم، و لذلك فقد أوصت الدراسة على ضرورة تدريب المستخدمين النهائيين لنظم تكنولوجيا المعلومات، و تشجيعهم على بناء مقاييس جديدة تحدد مدى جودة و دعم استراتيجية تكنولوجيا المعلومات لاحتياجات العمل الداخلي.

المطلب الثالث : أوجه التشابه و أوجه الاختلاف

سنحاول في هذا المطلب تسليط الضوء على أهم أوجه الشبه و الاختلاف بين الدراسة الحالية و الدراسات السابقة التي تطرقنا إليها:

1- أوجه التشابه :

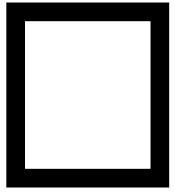
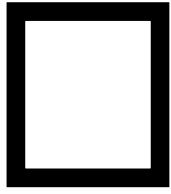
- تشابهت هذه الدراسة و الدراسات السابقة في المنهج المستخدم في الدراسة ألا وهو المنهج الوصفي التحليلي، كما تشابهت كذلك في طريقة جمع البيانات و ذلك بتصميم استبيان، كما تشابهت في مكان الدراسة وهو البنوك.
- تقوم هذه الدراسة على العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و تحقيق الميزة التنافسية في البنوك وقد انسجم ذلك مع أغلب الدراسات، كما اتفقت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة على مدى أهمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصال وتطبيقها و اعتبارها قوة فاعلة و مؤثرة في تحقيق الميزة التنافسية .

2- أوجه الاختلاف :

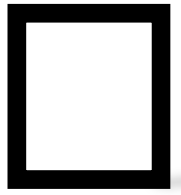
- بعد عرض و تحليل الدراسات السابقة نجد أنها اختلفت فيما بينها نتيجة لاختلاف الأزمنة، كما اختلفت كذلك من حيث العينة التي أجريت عليها الدراسة الميدانية، ومن حيث النتائج المتوصل إليها من مختلف الدراسات، كما اختلفت كذلك في إشكالية الدراسة .
- العديد من الدراسات السابقة هدفت الى التعريف بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال وواقعها ومتطلبات تطبيقها والاعتماد على هذه التقنيات الحديثة التي تحسن من أداء البنوك، بينما هدفت هذه الدراسة الى التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق تقدم تنافسي في البنوك العاملة في ولاية غرداية من خلال ابتكارها لمنتجات جديدة وتخفيض التكاليف و دخول أسواق و بالتالي زيادة الأرباح.

خلاصة الفصل

تعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال من أهم الطرق التي تتعامل معها البنوك من أجل تحسين أدائها، لذلك يجب عليها معرفة كيفية استخدام هذه التكنولوجيا على نحو يدعم ويساهم في بناء ميزة تنافسية من خلال إدخالها في مختلف عمليات البنوك ووظائفها بشكل يسمح لها بالتميز على المنافسين سواء من حيث المنتجات التي تقدمها، كفاءة مواردها البشرية أو من خلال عملية الاتصال بها. وتعمل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ومختلف الطرق الأخرى جنباً إلى جنب لتحقيق الميزة التنافسية، حيث يساهم كل منها في تخفيض التكاليف، تحسين الجودة وزيادة الإنتاجية. ولعل من أهم الأسباب التي تؤدي إلى تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال داخل البنوك هو إدراكها لأهمية هذه التكنولوجيا لأن هذا سيكون له أثر إيجابي في تدعيم تنافسيتها من خلال إيجاد أساليب جديدة لتأدية نشاطاتها وتطوير منتجاتها الحالية.



الفصل الثاني



الدراسة المبرانية

تمهيد:

بعد التعرف على الجانب النظري من هذه الدراسة من مفاهيم لكل من تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، والميزة التنافسية، وأهم الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع، يلي في هذا الفصل الجانب التطبيقي من الدراسة، التي تهدف إلى بيان أثر تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على مجالات الميزة التنافسية على عينة من وكالات بنوك ولاية غرداية (البنك الجزائري الخارجي، البنك الوطني الجزائري، القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، سوسييتي جينيرال، بنك الخليج العربي).

و هذا الفصل مقسم إلى :

المبحث الأول :منهجية الدراسة الميدانية ؛

المبحث الثاني : تحليل ومناقشة النتائج

المبحث الأول: منهجية الدراسة الميدانية

سنقوم من خلال هذا المبحث بعرض الجانب المنهجي الذي سنتبعه للقيام بالدراسة الميدانية، بغرض التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تعزيز القدرة التنافسية حيث سنتطرق لكيفية تصميم الدراسة، مجتمع و عينة الدراسة و نوع الأداة التي استخدمت لجمع البيانات.

المطلب الأول : طريقة و تصميم الدراسة

1- مجتمع و عينة الدراسة :

تم تطبيق الدراسة على البنوك التالية : وكالة بنك الجزائر الخارجي غرداية BEA ، وكالة البنك الوطني الجزائري غرداية BNA ، وكالة القرض الشعبي الجزائري غرداية CPA ، وكالة بنك التنمية المحلية غرداية BDL، بنك سوسبيتي جينيرال غرداية SG ، بنك الخليج العربي غرداية AGB.

تم إختيار عينة من موظفي البنوك المذكورة سابقا و المتمثلة في إطارات البنوك، حيث تم توزيع (40) استبيان على افراد الدراسة واسترجاع (38) وبعد التدقيق في الاستبيانات المسترجعة تبين لنا ان (4) استبانات غير صالحة للتحليل الاحصائي ومنه يكون عدد الإستبيانات الصالحة (34) استبيان تم اعتمادها للتحليل الاحصائي.

2- أسلوب جمع البيانات الأولية :

قمنا في هذه الدراسة باستخدام طريقة الاستقصاء من خلال الاستبيان في جمع البيانات الأولية وقد تم تصميم الاستبيان و تقسيمه إلى قسمين:

القسم الأول: يحتوي على البيانات الخاصة بالإطارات من حيث (الجنس، السن، المؤهل العلمي، التخصص، الوظيفة)، و كذا يحتوي على البيانات الخاصة بالبنك من حيث (نوع البنك، تصنيف البنك، القنوات البنكية المعتمدة للبنك، أدوات الدفع الإلكتروني المستخدمة).

القسم الثاني: يحتوي على المتغير المستقل و المتمثل في تشخيص المستوى التكنولوجي المستخدم في البنك، و الذي يتكون من خمسة عبارات.

وكذا على المتغير التابع و المتمثل في مجالات الميزة التنافسية و هي على التوالي:

- المتغير الأول: جودة المنتجات يتكون من أربعة عبارات.
- المتغير الثاني: الأداء المالي يتكون من أربعة عبارات.
- المتغير الثالث: السيطرة على الأسواق يتكون من أربعة عبارات.
- المتغير الرابع: الإبداع و التطوير يتكون من أربعة عبارات.
- المتغير الخامس: كفاءة العمليات يتكون من ثلاثة عبارات.

وكذلك تم استخدام مقياس ليكرت ذو خمس درجات لتقييم إجابات إطارات البنوك، بحيث تم إعطاء رقم لكل درجة من المقياس من أجل تسهيل عملية معالجتها كالآتي:

- موافق بشدة: (5)
- موافق: (4)
- محايد: (3)
- غير موافق: (2)
- غير موافق بشدة: (1)

3- أساليب تحليل البيانات:

تم الإستعانة ببرنامج SPSS 2.0 في عملية التفرغ و التحليل الإحصائي للبيانات و إختبار فرضيات الدراسة حيث إشتملت على الأساليب الإحصائية التالية :

- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) ، و الجذر التربيعي له من أجل إختبار ثبات أداة الدراسة.
- التكرارات و النسب المئوية من أجل عرض خصائص العينة و معرفة مدى موافقة أفرادها على عبارات الإستبيان
- المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لمعرفة اتجاهات إجابات أفراد العينة.
- معامل الارتباط بيرسون لمعرفة العلاقة بين المتغيرات.

4- إختبار ثبات و صدق الدراسة:

أ- معامل ألفا كرونباخ :

سيتم التأكد من مدى ثبات و صدق أداة الدراسة (الاستبيان) و الذي يعني استقرار هذه الأداة و عدم تناقضها مع نفسها أي قدرتها الحصول على نفس النتائج في حالة ما إذا أعيد توزيعها على نفس العينة و في نفس الظروف.

و قد تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) بالاستعانة ببرنامج SPSS 2.0 لقياس الثبات و في الجدول التالي ما تم الحصول عليه من نتائج.

الجدول رقم (2) يوضح نتائج ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة

الرقم	المتغير	عدد العبارات	ألفا كرونباخ
	مجموع عبارات الإستبيان	24	0.913

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل " ألفا كرونباخ " الكلي أكبر من (0,6) ، و منه فأداة القياس تتمتع بالثبات فيما يخص عينة الدراسة، و نسبة يمكن قبولها لأغراض التحليل، إذ تجاوزت الحد الأدنى المعتمد في مثل هذه الدراسات، مما يعني إمكانية الاعتماد على الاستبيان في قياس المتغيرات المدروسة نظرا لقدرته على إعطاء نتائج متوافقة.

ب-الصدق الذاتي :

للتأكد من الصدق الذاتي للاستبيان تم حساب الجذر التربيعي لمعامل ألفا كرونباخ(معامل الثبات) حيث قدر هذا المعامل ب 0.913، ويكون جذره التربيعي هو 0.955 وهو مرتفع جدا وهذا يدل على أنه يتمتع بقدر من الصدق ويمكن الوثوق بنتائجه.

ج- صدق المحكمين:

قمنا بعرض الإستبيان على مجموعة من المحكمين تألفت من (3) أساتذة متخصصين من أعضاء الهيئة

التدريسية في كلية العلوم التجارية و الإقتصادية و علوم التسيير ،وقد استجينا لآراء المحكمين وقمنا بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية.

المطلب الثاني: عرض خصائص عينة الدراسة

القسم الأول: بيانات خاصة بالإطارات و البنك

أولاً: توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجدول رقم (3) يوضح التوزيع النسبي لأفراد الدراسة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
% 82	28	ذكر
% 18	6	أنثى
% 100	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

ومنه توضح نتائج الجدول أعلاه في الشكل التالي:

الشكل رقم (2) يوضح تركيبة عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

نلاحظ من الجدول اعلاه ان عدد الذكور بلغ (28)، أي ما يعادل نسبته (82 %) اعلى بذلك من نسبة الاناث التي بلغ عددهن (6) بنسبة (18 %) من مجموع افراد العينة للإطارات، وعليه فان نسبة الذكور الإطارات الاغلب في البنك من عدد الاناث لما يتميز به الذكور عن الإناث من خبرات أكبر و استقرار أكثر و حرية في التنقل تمكنهم من أداء وظائفهم بشكل أفضل.

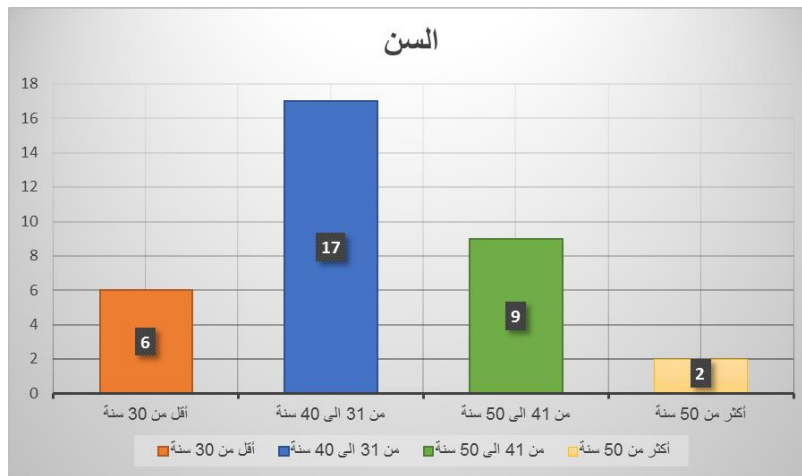
ثانيا: توزيع عينة الدراسة حسب العمر

الجدول رقم (4) يوضح التوزيع النسبي لفئة العمر

العمر	التكرار	النسبة
أقل من 30 سنة	6	17.6 %
31-40 سنة	17	50 %
41-50 سنة	9	26.5 %
أكثر من 50 سنة	2	5.9 %
المجموع	34	100 %

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

الشكل رقم (3) يوضح تركيبة عينة الدراسة حسب العمر



المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان الفئة العمرية للإطارات (من 31-40 سنة) قد حصلت على المرتبة الاولى بتكرار (17) و بنسبة (50 %)، في حين حصلت الفئة العمرية (من 41-50 سنة) على المرتبة الثانية بتكرار (9) ونسبة بلغت (26.5 %)، ثم حصلت الفئة العمرية (أقل من 30 سنة) على المرتبة الثالثة بتكرار (6) ونسبة بلغت (17.6 %) .

ثم للفئة (اكثر من 50 سنة) حصلت المرتبة الاخيرة بتكرار (2) نسبة (5.9%)ومنه يميل المتوسط العمري للفئة (من 31 الى 40سنة)، وذلك يعني اهتمام البنك بفئة الشباب.

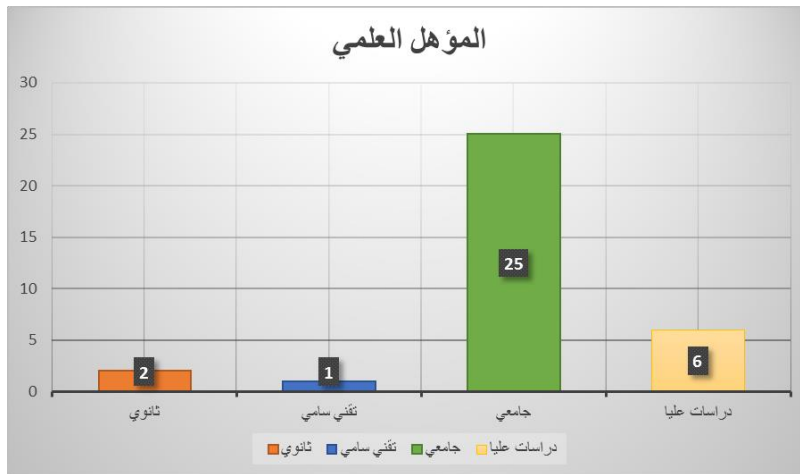
ثالثا: توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

الجدول رقم (5) يوضح التوزيع النسبي للمؤهل العلمي

النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
% 5.9	2	ثانوي
% 2.9	1	تقني سامي
% 73.6	25	جامعي
% 17.6	6	دراسات عليا
% 100	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

الشكل رقم (4) يوضح تركيبة عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي



المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

نلاحظ من الجدول أعلاه ان اغلبية العينة في الدراسة المعمولة هم من مستوى حاملي الشهادات الجامعية حيث بلغ عددهم (25) فردا بنسبة (73.6%)، ثم بعدها دراسات عليا بتكرار(6) و بنسبة (17.6%)، ثم مستوى ثانوي بتكرار(2) و بنسبة (5.9%) ، و في الأخير تقني سامي بتكرار(1) وبنسبة (2.9%) و قد يشير ذلك إلى توفر كوادر متعلمة و على درجة عالية من العلم في المجال المصرفي.

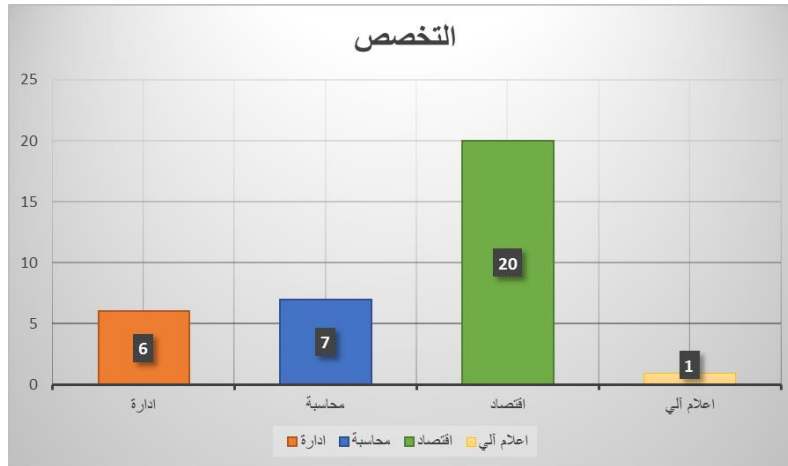
رابعا: توزيع عينة الدراسة حسب التخصص

الجدول رقم (6) يوضح التوزيع النسبي للتخصص

النسبة	التكرار	التخصص
% 17.6	6	إدارة
% 20.6	7	محاسبة
% 58.8	20	إقتصاد
% 2.9	1	إعلام آلي
% 100	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

الشكل رقم (5) يوضح تركيبة عينة الدراسة حسب التخصص



المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

نلاحظ من الجدول أعلاه فيما يتعلق بالتخصص أن أغلبية إطارات البنوك هم من تخصص الإقتصاد بتكرار (20) و بنسبة(58.8%) ، ثم يليه تخصص محاسبة و إدارة بتكرار (7) و (6)، و بنسبة(20.6%) و (17.6%) على التوالي، و في الأخير تخصص اعلام آلي بتكرار (1) و بنسبة (2.9%)، و منه نستنتج أن البنك يولي إهتمام كبير لتخصص الإقتصاد نظرا لطبيعة عمل البنوك .

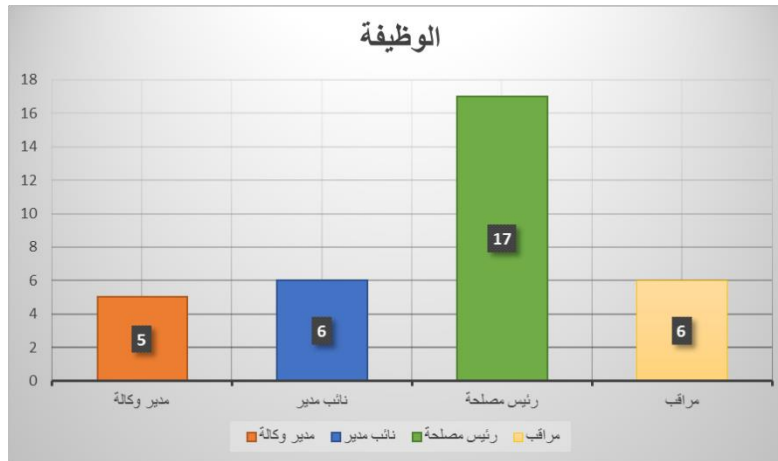
خامسا: توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة

الجدول رقم (7) يوضح التوزيع النسبي للوظيفة

النسبة	التكرار	الوظيفة
% 14.8	5	مدير وكالة
% 17.6	6	نائب مدير
% 50	17	رئيس مصلحة
% 17.6	6	مراقب
% 100	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

الشكل رقم (6) يوضح تركيبة عينة الدراسة حسب الوظيفة



المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه فيما يتعلق بالموقع الوظيفي ان اغلبية افراد العينة هم من فئة رؤساء المصالح الذي بلغ عدد تكرارها (17) وبنسبة (50 %)، وبعدها نائب مدير و مراقب حيث بلغ عدد التكرار (6) وبنسبة(17.6%)، ثم مدير وكالة بتكرار(5) و بنسبة (14.8%).

سادسا: توزيع عينة الدراسة حسب نوع البنك

الجدول رقم (8) يوضح التوزيع النسبي لنوع البنك

النسبة	التكرار	نوع البنك
% 100	34	تجاري
-	-	إسلامي
-	-	متخصص
% 100	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

نلاحظ من الجدول أعلاه أن ما نسبته (100%) من عينة الدراسة بنوك تجارية و هذا يدل على أن معظم البنوك العاملة بغرداية بنوك تجارية .

سابعا: توزيع عينة الدراسة حسب تصنيف البنك

الجدول رقم (9) يوضح التوزيع النسبي لتصنيف البنك

النسبة	التكرار	تصنيف البنك
% 79.4	27	وطني
% 11.8	4	عربي
% 8.8	3	أجنبي
% 100	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

نلاحظ من الجدول أعلاه ما نسبته (79.4%) من عينة الدراسة بنوك وطنية، ونسبة (20.6%) بنوك غير وطنية، تنقسم ما بين (11.8%) بنك عربي و (8.8%) بنك أجنبي ، ونلاحظ من النسب السابقة دخول البنوك الغير وطنية لولاية غرداية و تهيئة الفرصة للبنوك المحلية

ثامنا: توزيع عينة الدراسة حسب القنوات البنكية المعتمدة للبنك

1- الصيرفة عبر الهاتف الثابت :

الجدول رقم (10) يوضح التوزيع النسبي للصيرفة عبر الهاتف الثابت

النسبة	التكرار	الصيرفة عبر الهاتف الثابت
55.9%	19	نعم
44.1%	15	لا
100%	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

نلاحظ من الجدول أعلاه أن ليس كل عينة الدراسة يستخدمون الصيرفة عبر الهاتف الثابت، بحيث نلاحظ نسبة اللذين أجابوا بنعم بلغت (55.9%) ، بينما اللذين أجابوا ب لا بلغت (44.1%)، و هذه النسبة تعود لبعض البنوك الوطنية التي لا تستخدم هذه القناة.

2- الصيرفة عبر الهاتف النقال :

الجدول رقم (11) يوضح التوزيع النسبي للصيرفة عبر الهاتف النقال

النسبة	التكرار	الصيرفة عبر الهاتف النقال
55.9%	19	نعم
44.1%	15	لا
100%	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

نستخلص من الجدول فيما يتعلق بإستعمال الصيرفة عبر الهاتف النقال أن ما نسبة (55.9%) تستعمل هذه القناة بينما النسبة الباقية لا تستخدمها، فهي تستخدمها البنوك الغير وطنية و بدرجة أقل بنك التنمية المحلية BDL، وبنك الجزائر الخارجي BEA.

3- الصراف الآلي :

الجدول رقم (12) يوضح التوزيع النسبي للصيرفة عبر الصراف الآلي

النسبة	التكرار	الصراف الآلي
% 100	34	نعم
-	-	لا
% 100	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

من الجدول يتضح لنا أن جميع البنوك تستخدم هذه القناة الشائعة في مجال الصيرفة بحيث كل البنوك توفر هذه الخدمة.

4- الصيرفة عبر الإنترنت :

الجدول رقم (13) يوضح التوزيع النسبي للصيرفة عبر الإنترنت

النسبة	التكرار	الصيرفة عبر الإنترنت
%100	34	نعم
-	-	لا
% 100	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

يتضح من الجدول أن كل عينة الدراسة تستخدم الصيرفة عبر الإنترنت بنسبة(100%) نظرا لتطور هذه القناة، و سهولة إستخدامها من طرف العملاء.

5- الصيرفة عبر البريد و الفاكس:

الجدول رقم (14) يوضح التوزيع النسبي للصيرفة عبر البريد و الفاكس

النسبة	التكرار	الصيرفة عبر البريد و الفاكس
20.6%	7	نعم
79.4%	27	لا
100 %	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه بأن نسبة (20.6 %) من العينة، يعتمدون على الصيرفة عبر القنوات التقليدية (البريد و لفاكس)، بينما نسبة (79.4 %) من العينة، لا يعتمدون على الصيرفة عبر القنوات التقليدية.

ومن خلال الجداول السابقة الخاصة بالقنوات البنكية المعتمدة للبنك نرى أن كل عينة الدراسة تستخدم الصراف الآلي و الإنترنت بنسب عالية جدا قدرت ب(100%) في حين يليهما الصيرفة عبر الهاتف الثابت ، و الهاتف النقال بنسبة (55.9%) في حين جاءت القنوات التقليدية (البريد و الفاكس) في المرتبة الأخيرة بنسبة(20.6%)، بحيث تعتبر البنوك الغير وطنية أكثر من يستعمل هذه القنوات مقارنة بالبنوك المحلية، فهي لديها أنظمة تكنولوجية حديثة و متطورة و تولي إهتمام كبير لوسائل التكنولوجيا و الإتصال، مقارنة بالبنوك الجزائرية التي تعتبر متأخرة تكنولوجيا نوعا ما.

تاسعا: توزيع عينة الدراسة حسب أدوات الدفع الإلكتروني المستخدمة

1- البطاقات البنكية:

الجدول رقم (15) يوضح التوزيع النسبي للبطاقات البنكية

النسبة	التكرار	البطاقات البنكية
100%	34	نعم

-	-	لا
% 100	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

من خلال الجدول أعلاه نرى أن كل أفراد عينة الدراسة تستخدم البطاقات البنكية بنسبة (100%)، نظرا لشبوع استخدام هذه الأداة عن طريق العملاء و البنوك.

2- الموقع الإلكتروني:

الجدول رقم (16) يوضح التوزيع النسبي للموقع الإلكتروني

النسبة	التكرار	الموقع الإلكتروني
%58.8	20	نعم
%41.2	14	لا
% 100	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

يتضح لنا من خلال الجدول أن ما نسبته (58.8%) من عينة الدراسة تستخدم الموقع الإلكتروني، فيما لا تستخدمها نسبة (41.2%) من عينة الدراسة.

3- تطبيقات الهواتف المحمولة:

الجدول رقم (17) يوضح التوزيع النسبي لتطبيقات الهواتف المحمولة

النسبة	التكرار	تطبيقات الهواتف المحمولة
%41.2	14	نعم
%58.8	20	لا
% 100	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

نرى من الجدول أعلاه أن ما نسبته (41.2%) من عينة الدراسة تستخدم هذه الأداة الحديثة، فيما لا تستخدمها باقي عينة الدراسة نظرا لغياب بعض أدوات الدفع الإلكتروني الحديثة عن البنوك الوطنية.

4- الشيكات الإلكترونية:

الجدول رقم (18) يوضح التوزيع النسبي للشيكات الإلكترونية

النسبة	التكرار	الشيكات الإلكترونية
20.6%	7	نعم
79.4%	27	لا
100%	34	المجموع

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي SPSS 2.0

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة (20.6%) فقط من تستخدم الشيكات الإلكترونية، بينما لا تستخدمها نسبة (79.4%) من عينة الدراسة، فقد إقتصرت هذه الأداة على البنوك الغير وطنية.

من خلال الجداول السابقة الخاصة بأدوات الدفع الإلكتروني المستخدمة في البنوك، نرى أن هناك استخدام واسع و شامل للبطاقات البنكية في جميع البنوك بنسبة (100%) ، فيما تستخدم عينة الدراسة أداة الموقع الإلكتروني بنسبة (58.8%) و هي نسبة قابلة للزيادة، في حال تم تفعيلها في بعض البنوك الوطنية، في حين يبقي هناك إقبال محتشم من طرف البنوك الوطنية على بعض أدوات الدفع الإلكترونية الحديثة، كتطبيقات الهواتف المحمولة و الشيكات الإلكترونية بنسبة (41.2%) و(20.6%) على التوالي لكل منهما، فهي تستخدم في البنوك العربية و الأجنبية نظرا لتطور نظامها التكنولوجي و البنكي، أما فيما يخص البنوك الوطنية يوجد بنك التنمية المحلية و بنك الجزائر الخارجي من يطبق مثل هاته الأدوات الإلكترونية الحديثة، تدريجيا و ليس كليا مقارنة بالبنوك الوطنية.

المبحث الثاني: تحليل و مناقشة النتائج

سنقوم من خلال هذا المبحث بتحليل نتائج الدراسة الميدانية حيث سيحتوي على عرض خصائص العينة المدروسة، وكذا على عرض نتائج الدراسة، كما سيشتمل هذا المبحث على اختبار الفرضيات وبالتالي التعرف على تأثير تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على تنافسية البنوك.

المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة

تم وضع قياس ليكرت الخماسي المكون من الدرجات التالية (موافق بشدة ، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) وعليه يبين الجدول التالي درجات الموافقة بحيث :

يتم فيها حساب طول الفئة = عدد المسافات / عدد الخيارات = $5/4 = 0,8$.

الجدول رقم (19) يوضح الموافقة لمقياس ليكرت الخماسي

المقياس الخماسي	الوزن	درجة الموافقة المعتمدة
موافق بشدة	4.2 إلى 5	عالي
موافق	3.4 إلى 4.19	جيد
محايد	2.6 إلى 3.39	متوسط
غير موافق	1.8 إلى 2.59	ضعيف
غير موافق بشدة	1 إلى 1.79	ضعيف جدا

المصدر: من إعداد الطلبة

لاختبار مدى موافقة الإطارات في البنوك محل الدراسة على محاور الاستبيان، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات عينة الدراسة على عبارته كل على حدا حسب مقياس ليكرت الخماسي المعتمد ، كما تم استخراج المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و هذا ما توضحه الجداول التالية:

1- تشخيص المستوى التكنولوجي المستخدم في البنك :

يوضح الجدول رقم (20) و الجدول رقم (21) اتجاهات أفراد العينة الإحصائية المدروسة فيما يخص تشخيص المستوى التكنولوجي المستخدم في البنك.

الجدول رقم (20) يوضح مدى موافقة أفراد العينة على عبارات المستوى التكنولوجي

غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		العبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
-	-	%5.9	2	%17.6	5	%64.7	22	%14.7	5	العاملون في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال هم من أصحاب الاختصاص
-	-	%17.6	6	%11.8	4	%50	17	%20.6	7	تستخدم البنوك أجهزة و برمجيات حاسوبية متطورة
-	-	%17.6	6	%2.9	1	%52.9	18	%26.5	9	تتوفر شبكات اتصال حديثة و فعالة لخدمة النظام داخل البنك
%2.9	1	%20.6	7	%2.9	1	%61.8	21	%11.8	4	يتم تدريب العاملين بالبنك على استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستحدثة و التعامل معها
%2.9	1	%8.8	3	%8.8	3	%64.7	22	%14.7	5	يعمل البنك على تحديث و تطوير الأجهزة و البرمجيات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال باستمرار

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ أن غالبية افراد العينة يجمعون على أن العاملون في مجال تكنولوجيا المعلومات و الإتصال من إختصاصهم، و يتم تدريبهم عليها، وتستخدم البنوك أجهزة و شبكات اتصال حديثة و متطورة، و يعمل البنك على تحديثها وتطويرها باستمرار، هناك نسبة كبيرة من الموافقة على العبارات.

الجدول رقم (21) يوضح اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات المستوى التكنولوجي

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الإتجاه
01	العاملون في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال هم من أصحاب الاختصاص	3.88	0.729	موافق
02	تستخدم البنوك أجهزة و برمجيات حاسوبية متطورة	3.74	0.994	موافق
03	تتوفر شبكات اتصال حديثة و فعالة لخدمة النظام داخل البنك	3.88	1.008	موافق
04	يتم تدريب العاملين بالبنك على استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستحدثة و التعامل معها	3.59	1.048	موافق
05	يعمل البنك على تحديث و تطوير الأجهزة و البرمجيات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال باستمرار	3.79	0.914	موافق
	متوسط عبارات المستوى التكنولوجي	3.77	0.83	موافق

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من الجدول رقم (21) يتضح لنا أن هناك درجة موافقة جيدة فيما يخص عبارات تشخيص المستوى التكنولوجي المستخدم في البنوك، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (3.77) من بين خمسة نقاط ، و من خلال الانحرافات المعيارية نلاحظ بأن الإجابة على العبارة رقم(04) أكثر تجانسا مقارنة بباقي الإجابات الأخرى حيث بلغ إنحرافها المعياري (1.048).

2- استخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تحقيق الميزة التنافسية:
أ) عبارات جودة المنتجات:

يوضح الجدول رقم (22) و الجدول رقم (23) اتجاهات أفراد العينة الإحصائية المدروسة فيما يخص عبارات جودة المنتجات.

الجدول رقم (22) يوضح مدى موافقة أفراد العينة على عبارات جودة المنتجات

غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		العبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%5.9	2	%5.9	2	%2.9	1	%52.9	18	%32.4	11	تساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في البنوك على تحسين جودة الخدمات بما يتوافق مع رغبات المستهلكين
-	-	%8.8	3	-	-	%70.6	24	%20.6	7	تساهم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في مواجهة التغيرات المحتملة في نوعية الخدمات المقدمة و أداء الآلات المستخدمة
-	-	%11.8	4	%5.9	2	%52.9	18	%29.4	10	تتيح تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة سهولة الوصول للمستهلكين ومن ثم سرعة الاستجابة لرغباتهم و توقعاتهم
-	-	%23.5	8	%11.8	4	%50	17	%14.7	5	يستخدم العملاء الوسائل الإلكترونية التي يوفرها البنك بشكل دائم و غالب

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من خلال الجدول رقم (22) نلاحظ أن غالبية افراد العينة يجمعون على أن تكنولوجيا المعلومات و الإتصال تساهم في تحسين جودة الخدمات ونوعيتها، و سهولة الوصول للمستهلكين، و معرفة رغباتهم ، وبنسبة (23.5%) لم يوافقوا على عبارة استخدام العملاء الوسائل الإلكترونية بشكل دائم ، فيما وافق عليها (65%) من أفراد عينة الدراسة.

الجدول رقم (23) يوضح اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات جودة المنتجات

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الإتجاه
01	تساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في البنوك على تحسين جودة الخدمات بما يتوافق مع رغبات المستهلكين	4	1.073	موافق
02	تساهم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في مواجهة التغيرات المحتملة في نوعية الخدمات المقدمة و أداء الآلات المستخدمة	4.03	0.758	موافق
03	تتيح تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة سهولة الوصول للمستهلكين ومن ثم سرعة الاستجابة لرغباتهم و توقعاتهم	4	0.921	موافق
04	يستخدم العملاء الوسائل الالكترونية التي يوفرها البنك بشكل دائم و غالب	3.57	1.021	موافق
	متوسط عبارات جودة المنتجات	4	0.94	موافق

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من الجدول رقم (23) يتضح لنا أن هناك درجة موافقة جيدة فيما يخص عبارات جودة المنتجات، حيث بلغ المتوسط العام للعبارات 4 من خمسة نقاط ، ومن الإنحرافات المعيارية نلاحظ أن العبارة رقم (01) بلغ إنحرافها المعياري (1.073) ، فهي تعتبر أكثر تجانسا مقارنة بباقي العبارات الأخرى.

(ب) عبارات الأداء المالي:

يوضح الجدول رقم (24) و الجدول رقم (25) اتجاهات أفراد العينة الإحصائية المدروسة فيما يخص عبارات الأداء المالي.

الجدول رقم (27) يوضح مدى موافقة أفراد العينة على عبارات الأداء المالي

غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		العبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
2.9%	1	11.8%	4	11.8%	4	55.9%	19	17.6%	6	تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال على خفض تكاليف المنتجات والخدمات والعمليات.
2.9%	1	2.9%	1	2.9%	1	61.8%	21	29.4%	10	تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال على زيادة إيرادات البنك
-	-	-	-	14.7%	5	61.8%	21	23.5%	8	استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يؤدي إلى تحسين خدمة العملاء المالية وشفافية الخدمة ورقابتها
-	-	2.9%	1	11.8%	4	64.7%	22	20.6%	7	تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال على خلق واكتشاف خدمات جديدة تحافظ على سيولة البنك

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من خلال الجدول رقم (24) نلاحظ أن غالبية افراد العينة موافقون على أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساعد على خفض تكاليف العمليات، وخلق خدمات جديدة تحسن خدمة العملاء المالية و تحافظ على سيولة البنك، حيث بلغت نسبة عبارة تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال على زيادة إيرادات البنك (90%).

الجدول رقم (25) يوضح اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات الأداء المالي

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الإتجاه
01	تعمل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على خفض تكاليف المنتجات و الخدمات و العمليات.	3.75	0.994	موافق
02	تساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على زيادة إيرادات البنك	4.13	0.844	موافق
03	استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يؤدي إلى تحسين خدمة العملاء المالية و شفافية الخدمة و رقابتها	4.09	0.621	موافق
04	تساعد تكنولوجيا المعلومات الاتصال على خلق و اكتشاف خدمات جديدة تحافظ على سيولة البنك	4.03	0.674	موافق
	متوسط عبارات الأداء المالي	4	0.78	موافق

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من الجدول رقم (25) يتضح لنا أن هناك درجة موافقة جيدة فيما يخص عبارات الأداء المالي، حيث بلغ متوسطها الحسابي العام (3.75) من بين خمسة نقاط ، ومن خلال الإنحرافات المعيارية نلاحظ أن العبارة رقم (01) بلغ إنحرافها المعياري (0.994) ، فهي تعتبر أكثر تجانسا مقارنة بباقي العبارات الأخرى.

ج) عبارات السيطرة على الأسواق:

يوضح الجدول رقم (26) و الجدول رقم (27) اتجاهات أفراد العينة الإحصائية المدروسة فيما يخص عبارات السيطرة على الأسواق.

الجدول رقم (26) يوضح مدى موافقة أفراد العينة على عبارات السيطرة على الاسواق

غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		العبارة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
-	-	%2.9	1	%11.8	4	%52.9	18	%32.4	11	تساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في البنك في رفع كفاءة توزيع المنتجات و خدمات البيع و ما بعد البيع
%2.9	1	%2.9	1	%2.9	1	%67.6	23	%23.5	8	تساهم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في زيادة الحصة السوقية للبنك
%2.9	1	%8.8	3	%14.7	5	%55.9	19	%17.6	6	التنوع في استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال داخل البنك زاد من أحكام السيطرة على السوق المحلي
-	-	%8.8	3	%8.8	3	%55.9	19	%26.5	9	يعزز وجود تكنولوجيا المعلومات و الاتصال من قدرة البنك على الترويج لمنتجاته و خدماته في الأسواق

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من خلال الجدول رقم (26) نلاحظ أن غالبية افراد العينة موافقون على أن وجود تكنولوجيا المعلومات و الإتصال يعزز من قدرة البنك على التوزيع و الترويج ،و السيطرة على السوق المحلي،حيث وافق ما نسبته (90%) من أفراد عينة الدراسة على عبارة تساهم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في زيادة الحصة السوقية للبنك.

الجدول رقم (27) يوضح اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات السيطرة على الأسواق

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الإتجاه
01	تساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في البنك في رفع كفاءة توزيع المنتجات و خدمات البيع .و ما بعد البيع	4.15	0.744	موافق
02	تساهم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في زيادة الحصة السوقية للبنك	4.17	0.814	موافق
03	التنوع في استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال داخل البنك زاد من أحكام السيطرة على السوق المحلي	3.78	0.955	موافق
04	يعزز وجود تكنولوجيا المعلومات و الاتصال من قدرة البنك على الترويج لمنتجاته و خدماته في الأسواق	4	0.890	موافق
	متوسط عبارات السيطرة على الأسواق	4.03	0.85	موافق

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من الجدول رقم (27) يتضح لنا أن هناك درجة موافقة جيدة فيما يخص عبارات السيطرة على الأسواق، حيث بلغ متوسطها الحسابي العام (3.78) من بين خمسة نقاط ، ومن خلال الإنحرافات المعيارية نلاحظ أن العبرة رقم (03) بلغ إنحرافها المعياري (0.955) ، فهي تعتبر أكثر تجانسا مقارنة بباقي العبارات الأخرى.

(د) عبارات الإبداع و التطوير:

يوضح الجدول رقم (28) و الجدول رقم (29) اتجاهات أفراد العينة الإحصائية المدروسة فيما يخص عبارات الإبداع و التطوير.

الجدول رقم (28) يوضح مدى موافقة أفراد العينة على عبارات الإبداع و التطوير

غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		العبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%2.9	1	%5.9	2	%17.6	6	%52.9	20	%14.7	5	يساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدم في البنك على تأمين فرص . الإبداع و المبادرة
-	-	-	-	%11.8	4	%58.8	20	%29.4	10	يعمل نظام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدم في البنك على سرعة تطوير و تنويع المنتجات و الخدمات .
-	-	-	-	%5.9	2	%61.8	21	%32.4	11	تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة تسهل من عمليات البحث و التطوير في البنوك
-	-	%2.9	1	%8.8	3	%67.6	23	%20.6	7	تعتبر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال عاملا مساعدا و فعالا في ابتكار حلول في كثير من المشاكل .المالية في البنوك

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من خلال الجدول رقم (28) نلاحظ أن غالبية افراد العينة موافقون على أن تكنولوجيا المعلومات و الإتصال تساعد على تأمين فرص الإبداع، و سرعة تطوير الخدمات، و عامل فعال في إبتكار حلول للمشاكل، و كذا تسهل من عمليات البحث و التطوير في البنوك حيث بلغت نسبة الموافقة عليها(90%).

الجدول رقم (29) يوضح اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات الإبداع و التطوير

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الإتجاه
01	يساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدم في البنك على . تأمين فرص الإبداع و المبادرة	3.76	0.994	موافق
02	يعمل نظام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدم في البنك على سرعة تطوير و تنويع المنتجات و . الخدمات	4.18	0.844	موافق
03	تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة تسهل من عمليات البحث و التطوير في البنوك	4.26	0.621	موافق بشدة
04	تعتبر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال عاملا مساعدا و فعالا في ابتكار حلول في كثير من المشاكل المالية .في البنوك	4.06	0.674	موافق
	متوسط عبارات الإبداع و التطوير	4.06	0.78	موافق

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من الجدول رقم (29) يتضح لنا أن هناك درجة موافقة جيدة فيما يخص عبارات الإبداع و التطوير ، بإستثناء العبرة رقم (03) التي تعتبر درجة موافقة بشدة عالية حيث بلغ متوسطها الحسابي (4.26) من بين خمسة نقاط ، ومن خلال الإنحرافات المعيارية نلاحظ أن العبرة رقم (01) بلغ إنحرافها المعياري (0.994) ، فهي تعتبر أكثر تجانسا مقارنة بباقي العبارات الأخرى.

هـ) عبارات كفاءة العمليات:

يوضح الجدول رقم (30) و الجدول رقم (31) اتجاهات أفراد العينة الإحصائية المدروسة فيما يخص عبارات كفاءة العمليات.

الجدول رقم (30) يوضح مدى موافقة أفراد العينة على عبارات كفاءة العمليات

غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		العبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
2.9%	1	-	-	11.8%	4	58.8%	20	26.5%	9	الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في زيادة التنسيق بين العمليات و الوحدات المختلفة و تكاملها داخل لبنك
-	-	2.9%	1	8.8%	3	52.9%	18	35.3%	12	تعمل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في البنوك على زيادة كفاءة العمليات و مساندة عملية الابتكار
-	-	-	-	8.8%	3	55.9%	19	35.3%	12	تمتاز تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة بالقدرة على انجاز العمليات المصرفية و توفير المعلومات المختلفة للبنك و العملاء.

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من خلال الجدول رقم (30) نلاحظ أن غالبية افراد العينة موافقون على أن تكنولوجيا المعلومات و الإتصال تساعد على التنسيق بين الأقسام و على زيادة كفاءة العمليات و توفير المعلومات للبنك حيث بلغت نسبة الموافقة (90%) من أفراد عينة الدراسة.

الجدول رقم (31) يوضح اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات كفاءة العمليات

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الإتجاه
01	الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في زيادة التنسيق بين العمليات و الوحدات المختلفة و تكاملها داخل لبنك	4.06	0.814	موافق
02	تعمل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في البنوك على زيادة كفاءة العمليات و مساندة عملية الابتكار.	4.21	0.725	موافق بشدة
03	تمتاز تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة بالقدرة على انجاز العمليات المصرفية و توفير المعلومات المختلفة للبنك و العملاء.	4.26	0.618	موافق بشدة
متوسط عبارات كفاءة العمليات		4.18	0.71	موافق

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من الجدول رقم (31) يتضح لنا أن هناك درجة موافقة كبيرة فيما يخص عبارات الإبداع و التطوير ، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام الخاص بكفاءة العمليات (4.18) من بين خمسة نقاط ، ومن خلال الإنحرافات المعيارية نلاحظ أن العبارة رقم (01) بلغ إنحرافها المعياري (0.814) ، فهي تعتبر أكثر تجانسا مقارنة بباقي العبارات الأخرى.

المطلب الثاني: إختبار و مناقشة فرضيات الدراسة

أولاً: إختبار الفرضيات

نقوم باختبار الفرضيات بين كل من المتغير المستقل المنكون من المستوى التكنولوجي المستخدم في البنك و المتغير التابع المتمثل في مجالات الميزة التنافسية.

وعليه نستعرض اهم النتائج في الجداول التالية:

الجدول رقم (32) يوضح نتائج تحليل معامل الارتباط بين المستوى التكنولوجي/ جودة المنتجات

Sig	R	المحور
0.000	0.71	جودة المنتجات
		المستوى التكنولوجي

المصدر : من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من خلال الجدول رقم (32) نستنتج ما يلي:

الفرضية الأولى:

الفرضية H_0 : لا يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق جودة المنتجات

الفرضية H_1 : يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق جودة المنتجات

لدينا من خلال جدول الارتباط ان معامل بيرسون يساوي (0.71) وهذا يدل على قوة الإرتباط بين

المتغيرين، و لدينا مستوى المعنوية $Sig = 0.000$ حيث أن Sig أقل من 0.05.

أي أنه هناك علاقة طردية بين المحورين عند مستوى معنوية تساوي 0.05 و منه نرفض

الفرضية H_0 ونقبل الفرضية H_1 التي تقول انه يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية

عن طريق جودة المنتجات.

الجدول رقم (33) يوضح نتائج تحليل معامل الارتباط بين المستوى التكنولوجي/ الأداء المالي

المحور	R	Sig
الأداء المالي	0.50	0.002
المستوى التكنولوجي		

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من خلال الجدول رقم (33) نستنتج ما يلي:

الفرضية الثانية:

الفرضية H_0 : لا يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق الأداء المالي

الفرضية H_1 : يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق الأداء المالي

لدينا من خلال جدول الارتباط ان معامل بيرسون يساوي (0.50) أي ان هناك علاقة متوسطة الإرتباط ، و لدينا مستوى المعنوية $Sig = 0.002$ حيث أن Sig أقل من 0.05 .

أي أنه هناك علاقة طردية بين المحورين عند مستوى معنوية تساوي 0.05 و منه نرفض الفرضية H_0 ونقبل الفرضية H_1 التي تقول انه يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق الأداء المالي.

الجدول رقم (34) يوضح نتائج تحليل معامل الارتباط بين المستوى التكنولوجي/ السيطرة على الاسواق

المحور	R	Sig
السيطرة على الأسواق	0.33	0.050
المستوى التكنولوجي		

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من خلال الجدول رقم (34) نستنتج ما يلي:

الفرضية الثالثة:

الفرضية H_0 : لا يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق السيطرة على الأسواق

الفرضية H_1 : يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق السيطرة على الأسواق

لدينا من خلال جدول الارتباط ان معامل بيرسون يساوي (0.33) وهي علاقة ضعيفة نوعا ما، و لدينا مستوى المعنوية $Sig=0.055$ حيث أن Sig تساوي 0.05

أي أنه هناك علاقة طردية بين المحورين عند مستوى معنوية تساوي 0.05 و منه نرفض الفرضية H_0 ونقبل الفرضية H_1 التي تقول انه يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق السيطرة على الأسواق.

الجدول رقم (35) يوضح نتائج تحليل معامل الارتباط بين المستوى التكنولوجي/ الإبداع و التطوير

Sig	R	المحور
0.026	0.29	الإبداع و التطوير
		المستوى التكنولوجي

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من خلال الجدول رقم (35) نستنتج ما يلي:

الفرضية الرابعة:

الفرضية H_0 : لا يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق الإبداع و التطوير

الفرضية H_1 : يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق الإبداع و التطوير

لدينا من خلال جدول الارتباط ان معامل بيرسون يساوي (0.29) و هي علاقة ضعيفة نوعا ما، و لدينا مستوى المعنوية $Sig=0.026$ حيث أن Sig أقل من 0.05 .

أي أنه هناك علاقة طردية بين المحورين عند مستوى معنوية تساوي 0.05 و منه نرفض الفرضية H_0 ونقبل الفرضية H_1 التي تقول انه يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق الإبداع و التطوير.

الجدول رقم (36) يوضح نتائج تحليل معامل الارتباط بين المستوى التكنولوجي/ كفاءة العمليات

Sig	R	المحور
0.006	0.46	كفاءة العمليات
		المستوى التكنولوجي

المصدر: من إعداد الطلبة على ضوء مخرجات SPSS 2.0

من خلال الجدول رقم (36) نستنتج ما يلي:

الفرضية الخامسة:

الفرضية H_0 : لا يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق كفاءة العمليات

الفرضية H_1 : يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق كفاءة العمليات

لدينا من خلال جدول الارتباط ان معامل بيرسون يساوي (0.46) و هي علاقة متوسطة نوعا ما،

و لدينا مستوى المعنوية $Sig=0.006$ حيث أن Sig أقل من 0.05

أي أنه هناك علاقة طردية بين المحورين عند مستوى معنوية تساوي 0.05 و منه نرفض الفرضية H_0 ونقبل الفرضية H_1 التي تقول انه يوجد تأثير للمستوى التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق كفاءة العمليات.

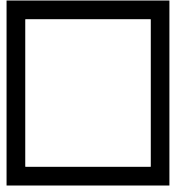
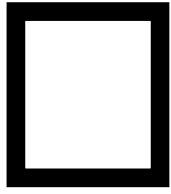
ثانيا :مناقشة النتائج

من خلال اختبار الفرضيات توصلنا للنتائج التالية:

- 1- اظهر اختبار الفرضية الاولى بوجود علاقة بين المستوى التكنولوجي للبنك و جودة المنتجات، اي ان تكنولوجيا المعلومات و الإتصال تساهم في تعزيز الميزة التنافسية للبنك، من خلال تحسين جودة الخدمات، و مواجهة التغيرات المحتملة في نوعية الخدمات المقدمة، و سرعة الإستجابة لرغبات المستهلكين.
- 2- اظهرت الفرضية الثانية بوجود علاقة بين المستوى التكنولوجي للبنك والأداء المالي، و عليه تكنولوجيا المعلومات و الإتصال تعزز المنافسة المصرفية للبنوك ، بحيث تعمل على تخفيض تكاليف الخدمات و العمليات، و تساعد على زيادة إيرادات البنك و تحافظ على سيولته.
- 3- اظهرت الفرضية الثانية بوجود علاقة بين المستوى التكنولوجي للبنك و السيطرة على الأسواق، و عليه تكنولوجيا المعلومات و الإتصال تدعم المنافسة المصرفية للبنوك، من خلال الترويج لمنتجاتها في الأسواق، و زيادة حصتها السوقية ، و السيطرة على السوق المحلي.
- 4- اظهرت الفرضية الرابعة بوجود علاقة بين المستوى التكنولوجي للبنك و الإبداع و التطوير، و عليه تكنولوجيا المعلومات و الإتصال تعزز الميزة التنافسية للبنك، من خلال عمليات الإبتكار و تأمين فرص الإبداع و المبادرة.
- 5- اظهرت الفرضية الخامسة بوجود علاقة بين المستوى التكنولوجي للبنك و كفاءة العمليات، ومنه نستنتج أن تكنولوجيا المعلومات و الإتصال تعزز الميزة التنافسية للبنك، من خلال زيادة كفاءة عمليات البنك و توفير المعلومات المختلفة له.

خلاصة الفصل

من خلال دراستنا التطبيقية في هذا الفصل، يمكن القول أن لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال تأثيرا متزايدا على تنافسية البنوك ، لذا لابد على البنك من معرفة الكيفية المثلى لتطبيق الفن التكنولوجي على النشاط البنكي، نظرا لكون أن جزءا من الحافز على إستخدام التكنولوجيا قد لا يكون الرغبة في إرضاء إحتياجات العملاء بقدر ما هو تخوف البنك من قيام بنك آخر منافس باستغلال الفرصة وتحقيق ميزة تنافسية، لذلك من الأهمية يجب أن تعالج التطورات التكنولوجية في البنوك التي من شأنها أن تعزز الميزة التنافسية للبنك و زيادة أرباحه السنوية ، والتوسع في استخدام تكنولوجيا الصناعة المصرفية، والوصول إلى تقديم خدمات عالية الجودة وإشباع رغبات العملاء للمحافظة على الحصة السوقية، وتدعيم القدرات التنافسية لمواجهة الضغوط التنافسية من البنوك الأخرى.



المخاطبة

من خلال هذه الدراسة يتضح أن تكنولوجيا المعلومات و الإتصال تكتسي أهمية بالغة في البنوك التي تسعى إلى البقاء والاستمرار في ظل بيئة تنافسية تتسم بانفتاح الأسواق العالمية وتحرير التجارة الدولية، ومنه يجب على البنوك تبني سياسة تسمح لها بخلق ميزة تنافسية حقيقية تمكنها من مواجهة إشكالية البقاء في هذه البيئة. وتعد تكنولوجيا المعلومات و الإتصال من أهم المقومات الأساسية لتحقيق الميزة التنافسية للبنك، حيث تمنحها التميز والانفراد عن المنافسين وبالتالي ضمان قدرة تنافسية عالية.

تسعى الجزائر إلى تجسيد هذه السياسة في مجال تحديث النظام البنكي، إلا أنها تعاني من البطء الشديد رغم ما تحققه هذه التكنولوجيا من مزايا حسنة للزبائن، المكاسب و المداخل المتأتية منها لصالح البنوك بالإضافة إلى توسيع مجال نشاط البنوك الجزائرية و اكسابها مزايا تنافسية في ظل اقتصاد السوق لذلك أصبح من الضروري على البنوك الجزائرية أن تستفيد من التجارب الرائدة في مجال العمل البنكي و من خدمات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال الحديثة.

1- النتائج المتوصل إليها:

اعتمادًا على الإطار النظري للدراسة و مناقشة و تحليل البيانات و متغيرات الدراسة يمكن استخلاص النتائج الآتية :

- ✓ تعد المعلومات قوة مؤثرة و فاعلة تتحكم في مختلف نواحي الحياة بما في ذلك المؤسسات المالية حيث تتغلغل المعلومات في جميع عمليات و نشاطات المصرف و تعتبر تكنولوجيا المعلومات و الإتصال الشريان الذي يغذي جميع أجزاء المصرف بهذه المعلومات و بالتالي تمكين المسؤولين و العاملين من اتخاذ القرارات الفعالة.
- ✓ أن البنوك الجزائرية تتبنى تكنولوجيا المعلومات و الإتصال بشكل ضيق خاصة تلك المرتبطة بالقنوات التقليدية بعكس البنوك الدولية التي تتبنى تكنولوجيا بشكل واسع خاصة تلك التي ترتبط بالقنوات البنكية للإتصال عن بعد و أدوات الدفع الإلكترونية.
- ✓ نقص عدد الموظفين المتخصصين في مجال تكنولوجيا المعلومات داخل البنوك حيث تعتمد المصارف في عملها بشكل كبير على التكنولوجيا الحديثة و على النظام الآلي.

- ✓ لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال دور كبير و فعال في تحقيق تقدم تنافسي بين البنوك، حيث توفر للمديرين معرفة قيمة و متميزة فيما يتعلق بالمنافسين، و الزبائن، و فعالية و كفاءة العمليات، و ثقافة البنك، و بالبيئة التي تعمل في ظلها البنوك.
 - ✓ أظهرت نتائج الدراسة عن عدم وجود قسم خاص لتكنولوجيا المعلومات داخل أي بنك، إلا أنه يتم تطبيق نظم تكنولوجيا المعلومات داخل البنك.
 - ✓ تلعب تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنوك، دوراً أساسياً في تحسين جودة الخدمات القائمة و استحداث خدمات جديدة تحقق لها الأسبقية على المنافسين.
 - ✓ توصلت الدراسة إلى أن تكنولوجيا المعلومات و الإتصال التي تستخدمها البنوك لها دور فعال في تحسين مستوى الأداء المالي لها و زيادة ربحيتها و تقليل تكاليفها إضافة إلى خلق و اكتشاف خدمات جديدة تزيد من سيولتها و عوائدها.
 - ✓ تكنولوجيا المعلومات و الإتصال المطبقة في البنوك، توفر للمدراء معلومات هامة عن حجم السوق، قوة المنافسين، متوسط دخول الأفراد، الخصائص الثقافية للمجتمع، والوسائل التكنولوجية المستخدمة.
 - ✓ تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال تساعد البنوك على تقديم منتجات جديدة و خدمات متنوعة بأسلوب جيد مختلف عن المنافسين.
 - ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات ومجالات الميزة التنافسية (جودة المنتجات ، الأداء المالي، السيطرة على الأسواق، الإبداع و التطوير، كفاءة العمليات) عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$ ، وقد توافقت هذه الدراسة مع كل من الدراسات التالية:
- 1- (إيميل عقيل يوثيل و عبد الستار العلي) خلصت هذه الدراسة إلى أن أنظمة المعلومات تلعب دوراً استراتيجياً بسبب التطور التكنولوجي الذي تستند إليه المنافسة في القطاع المصرفي وأوصت الدراسة بالاستمرار في تعزيز الأنظمة التكنولوجية لما لها من دور هام في رفع ولاء العملاء و رفع قدرة البنك على المنافسة.
- 2- (رسلي قدور و ياسين سعد) خلصت هذه الدراسة إلى أن التغيير في تكنولوجيا المعلومات له أثر كبير في تخفيض التكاليف التسويقية و تحقيق الميزة التنافسية

3- (أنعام باقية و نادية العريضي) خلصت هذه الدراسة إلى وجود علاقة ايجابية قوية بين تكنولوجيا المعلومات الحديثة و بين المستوى العام للخدمات المصرفية المقدمة و التي تساهم في رفع مستوى الرضا لدى العاملين عن أداء البنوك و جذب متعاملين جدد.

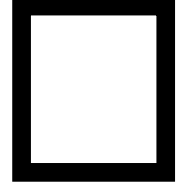
2-الحلول المقترحة :

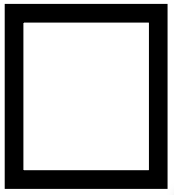
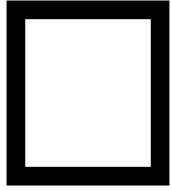
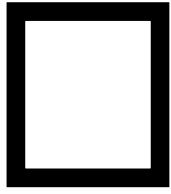
في ضوء النتائج السابقة التي توصلنا إليها، يمكن تقديم التوصيات التالية:

- توجيه نظر المسؤولين في البنوك إلى أهمية تكنولوجيا المعلومات و الإتصال للقطاع المصرفي و دورهما في تحقيق الميزة التنافسية.
- تعميق وعي و إدراك المسؤولين في البنوك للتحديات الكبيرة و المعوقات المستمرة و المنافسة الشديدة التي يواجهها القطاع المصرفي حاضرا و مستقبلا.
- ضرورة أن يولي المسؤولين و المدراء في القطاع المصرفي الجزائري اهتماما زائدا بالتكنولوجيا و العمل على إنشاء إدارة متخصصة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال.
- الاستمرار في دعم و تعزيز الشبكة الموحدة و أجهزة الصرف الآلي لما لها من دور هام في رفع ولاء العملاء و بالتالي رفع قدرة المصرف التنافسية.
- التأكيد على أن العنصر الحاسم والأكثر حيوية في نجاح تكنولوجيا المعلومات هو الموارد البشرية العاملة في البنك الأمر الذي يتطلب جل اهتمام تطويرها و تنميتها و توفير البنية التحتية و البيئة التنظيمية التي تحفز و تساند الإبداع و الابتكار و بالتالي تحقيق ميزة تنافسية.
- تعزيز الاهتمام بدراسة أوضاع المنافسة لتحسين مستوى الخدمة المقدمة و دراسة و تحليل الحصة السوقية ، و إيجاد نظام إداري يهتم بدراسة السوق و التغيرات الاقتصادية ، وإيجاد آلية لمتابعة التغيرات في حاجات و رغبات الزبائن، و تعديل الأهداف الإستراتيجية وفقاً لحاجات و رغبات العملاء، و الاهتمام بتحديث التكنولوجيا بشكل مستمر .
- عمل البنوك المستمر على مراقبة جودة الخدمة البنكية، و التعرف على درجة مطابقتها للجودة المتوقعة والمدركة من طرف العملاء.

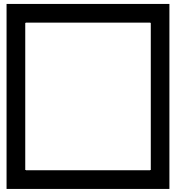
4- آفاق الدراسة:

- ❖ معوقات تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و سبل تفعيلها في البنوك الجزائرية.
- ❖ أثر استخدام البطاقات الالكترونية المصرفية الحديثة لتحقيق الميزة التنافسية.
- ❖ أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على التسويق البنكي





المصادر والمراجع



قائمة المصادر و المراجع

❖ باللغة العربية

أولاً. الكتب:

- 1- أبو شيخة نادر أحمد، "إدارة الموارد البشرية"، دارالصفاء للطباعة والنشر و التوزيع،الأردن،2005.
- 2- أحمد سيد مصطفى، "التنافسية في القرن الحادي والعشرون"، دار الكتب، القاهرة ، 2013.
- 3- عامر قنديلجي ، ابراهيم السامرائي، " تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها"، مؤسسة الوراق، عمان الأردن، 2002 ، ص 190-192.
- 4- عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، " نظم المعلومات الإدارية : الأسس و المبادئ"، المكتبة العصرية، المنصورة ، مصر، 2002 ، ص 158-159.
- 5- عبدالله فرغلي موسى ، " تكنولوجيا المعلومات و دورها في التسويق التقليدي و الالكتروني"، ايتراك للطباعة والنشر، القاهرة،2007.
- 6- علاء عبد الرزاق السالمي، "تكنولوجيا المعلومات"، الطبعة الثانية، دار المناهج، عمان الأردن، 2000 ، ص437.
- 7- شافير سكوت و ميريديث جاك، "إدارة العمليات(منهج عملية الأعمال بصفحات الانتشار)"،ترجمة سرور على سرور و عبد الرحمان محمد يحيى، دار المريخ للنشر، الرياض،2005.
- 8- راتشمان دافيد و آخرون، "الإدارة المعاصرة"،ترجمة رفاعي احمد رفاعي و عبد المتعال محمد سيد، الرياض، دار المريخ للنشر،2001
- 9- نبيل مرسي خليل ، " الميزة التنافسية في مجال الأعمال"، مركز الإسكندرية للكتاب،2004.
- 10- محمد الصيرفي ، "إدارة تكنولوجيا المعلومات IT " ، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2011 ، ص 6.
- 11- محمد الفاتح حمدي و آخرون ، " تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة الاستخدام والتأثير"، كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، الجزائر،2009 ، ص1، بتصرف.

12- يحيى عدنان و آخرون، "تكنولوجيا المعلومات"، فلسطين، الطبعة الاولى، 2006.

ثانيا: البحوث العلمية:

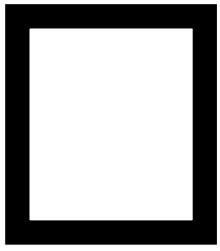
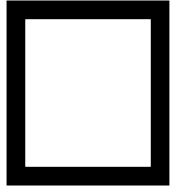
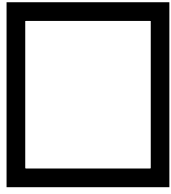
- 1- الشايب محمد، "أثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية"، رسالة ماجستير، جامعة سطيف، 2007 .
- 2- بلقيوم صباح، "أثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية"، أطروحة دكتوراه، 2013.
- 3- زيدان محمد، "دور التسويق في القطاع المصرفي"، دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة الجزائر، 2004 .
- 4- معطي سيد أحمد، "واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للمعلومات و الاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة تلمسان، 2012.

ثالثا: المقالات و المنشورات:

- 1- دراسة أنعام باقية و نادية العريضي، "التقنيات المؤتمتة الحديثة المستخدمة في تطوير الخدمات المصرفية و أثرها على المتعاملين مع المصارف"، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، مجلد 28، عدد 2، 2005.
- 2- دراسة رسلي قدور و ياسين سعد، "نموذج مقترح لدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات على الإستخدام الأمثل للموارد في المنشأة"، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، مجلد 6، عدد 1، 2006.
- 3- دراسة إميل عقيل يوثيل و عبد الستار العلي " نموذج تقييم أنظمة المعلومات الاستراتيجية كأداة تنافسية في المصارف" مجلة الادارة العامة، مجموعة 19، مجلد 38، عدد 2، 1998.
- 4- دراسة زهير الصباغ ، "تأثير تكنولوجيا المعلومات على تحقيق الميزة التنافسية في القطاع البنكي في الاردن"، مجلة البصائر، مجلد 7، عدد 1، 2003.

❖ المصادر باللغة الأجنبية:

- 1- alter, **Information system : The foundation of E- Business** of Opc.cit.
- 2- Curtin ,Dennis and Foley ,Kim and Morin ,Cathleen, **Information Technology _The Breaking wave 3rd Ed**, Mc Graw -HILL, 2001.
- 3- Daniels caroline " **information technology : the management challenge** ", 1996.
- 4- Mc Donalds scott and Timothy. W Koch:" **Management of banking**", Thomson south western, 6th edition,2006 .
- 5- Neal Pollock " **Knowledge Management and information Technology, know-IT Encyclopedia,2002.**
- 6- Porter Me: "**Competitive strategy technique for analyzing industries and competitors**",new york, free press,1996.
- 7- Turban, Mclean, Wetherbe , "**Information Technology**",2nd edition, John Wiley & Sons, Inc. 1999, P 13-14.



العلاقه

الملحق رقم (1)

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية و التسيير و التجارة

قسم علوم اقتصادية

استبيان

السادة : اطارات البنك

السلام عليكم و رحمة الله و بركاته.

يقوم الباحث بدراسة حول "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على تنافسية البنوك"، و ذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر تخصص اقتصاد نقدي و بنكي يرجى قراءة فقرات الاستبيان المرفقة و اختيار الإجابة التي تعكس الواقع الفعلي. علمًا أن المعلومات التي ستعبأ من قبلكم تعامل بسرية تامة، و لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

و تقبلوا منا فائق الاحترام و التقدير،،،

الملاحق

القسم الأول : بيانات خاصة بالإطارات و البنك

أولا : البيانات الشخصية

يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

	ذكر	الجنس
	أنثى	
	أقل من 30 سنة	السن
	من 31 الى 40 سنة	
	من 41 الى 50 سنة	
	أكثر من 50 سنة	
	ثانوي	المؤهل العلمي
	تقني سامي	
	جامعي	
	دراسات عليا	
	ادارة	التخصص
	محاسبة	
	اقتصاد	
	إعلام آلي	
	مدير وكالة	الوظيفة
	نائب مدير	
	رئيس مصلحة	
	مراقب	

الملاحق

ثانيا : بيانات متعلقة بالبنك

يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

نوع البنك :

تجاري متخصص إسلامي

تصنيف البنك:

وطني عربي أجنبي

القنوات البنكية المعتمدة للبنك :

لا	نعم	القناة البنكية
		الصيرفة عبر الهاتف الثابت
		الصيرفة عبر النقال
		الصيرفة عبر الصراف الآلي
		الصيرفة عبر الإنترنت
		الصيرفة عبر البريد و الفاكس

أدوات الدفع الإلكتروني المستخدمة :

لا	نعم	أداة الدفع الإلكتروني
		بطاقات الدفع الإلكتروني
		الموقع الإلكتروني
		تطبيقات الهواتف المحمولة غير المحمولة
		الشيكات الإلكترونية

1- تشخيص المستوى التكنولوجي المستخدم :

يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	العاملون في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال هم من اصحاب الاختصاص					
2	تستخدم البنوك أجهزة و برمجيات حاسوبية متطورة					
3	تتوفر شبكات اتصال حديثة و فعالة لخدمة النظام داخل البنك					
4	يتم تدريب العاملين بالبنك على استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستحدثة و التعامل معها					
5	يعمل البنك على تحديث و تطوير الاجهزة و البرمجيات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال باستمرار					

2- استخدام تكنولوجيا المعلومات الاتصال في تحقيق الميزة التنافسية:

أ- جودة المنتجات :

يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

الملاحق

رقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في البنوك على تحسين جودة الخدمات بما يتوافق مع رغبات المستهلكين					
2	تساهم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في مواجهة التغيرات المحتملة في نوعية الخدمات المقدمة و أداء الآلات المستخدمة					
3	تتيح تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة سهولة الوصول للمستهلكين ومن ثم سرعة الاستجابة لرغباتهم و توقعاتهم .					
4	يستخدم العملاء الوسائل الالكترونية التي يوفرها البنك بشكل دائم و غالب					

ب- الأداء المالي :

يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تعمل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على خفض تكاليف المنتجات و الخدمات و العمليات.					
2	تساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على زيادة إيرادات البنك					
3	استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يؤدي الى تحسين خدمة العملاء المالية و شفافية الخدمة و رقابتها					
4	تساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على خلق و اكتشاف خدمات جديدة تحافظ على سيولة البنك.					

ج- السيطرة على الأسواق :

يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في البنك في رفع كفاءة توزيع المنتجات و خدمات البيع و ما بعد البيع.					
2	تساهم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في زيادة الحصة السوقية للبنك					
3	التنوع في استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال داخل البنك زاد من احكام السيطرة على السوق المحلي.					
4	يعزز وجود تكنولوجيا المعلومات و الاتصال من قدرة البنك على الترويج لمنتجاته و خدماته في الأسواق .					

د- الإبداع و التطوير :

يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	يساعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدم في البنك على تأمين فرص الابداع و المبادرة.					
2	يعمل نظام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدم في البنك على سرعة تطوير و تنويع المنتجات و الخدمات.					

الملاحق

					تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة تسهل من عمليات البحث و التطوير في البنوك.	3
					تعتبر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال عاملا مساعدا و فعالا في ابتكار حلول في كثير من المشاكل المالية في البنوك.	4

هـ - كفاءة العمليات :

يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة	الرقم
					الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال يساهم في زيادة التنسيق بين العمليات و الوحدات المختلفة و تكاملها داخل لبنك.	1
					تعمل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في البنوك على زيادة كفاءة العمليات و مساندة عملية الابتكار.	2
					تمتاز تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة بالقدرة على انجاز العمليات المصرفية و توفير المعلومات المختلفة للبنك و العملاء.	3

الملحق رقم (2)

جدول يبين ثبات الدراسة لنتائج الاستبيان

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,913	24

الملحق رقم (3)

نتائج التكرارات و النسب المئوية لمتغيرات الدراسة

تشخيص 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق	2	5,9	5,9	5,9
محايد	5	14,7	14,7	20,6
Valid موافق	22	64,7	64,7	85,3
موافق بشدة	5	14,7	14,7	100,0
Total	34	100,0	100,0	

تشخيص 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق	6	17,6	17,6	17,6
محايد	4	11,8	11,8	29,4
Valid موافق	17	50,0	50,0	79,4
موافق بشدة	7	20,6	20,6	100,0
Total	34	100,0	100,0	

تشخيص 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق	6	17,6	17,6	17,6
محايد	1	2,9	2,9	20,6
Valid موافق	18	52,9	52,9	73,5
موافق بشدة	9	26,5	26,5	100,0
Total	34	100,0	100,0	

تشخيص 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق بشدة	1	2,9	2,9	2,9
Valid غير موافق	7	20,6	20,6	23,5
محايد	1	2,9	2,9	26,5
موافق	21	61,8	61,8	88,2

موافق بشدة	4	11,8	11,8	100,0
Total	34	100,0	100,0	

تشخيص 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق بشدة	1	2,9	2,9	2,9
غير موافق	3	8,8	8,8	11,8
محايد	3	8,8	8,8	20,6
موافق	22	64,7	64,7	85,3
موافق بشدة	5	14,7	14,7	100,0
Total	34	100,0	100,0	

جودة المنتجات 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق بشدة	2	5,9	5,9	5,9
غير موافق	2	5,9	5,9	11,8
محايد	1	2,9	2,9	14,7
موافق	18	52,9	52,9	67,6
موافق بشدة	11	32,4	32,4	100,0
Total	34	100,0	100,0	

جودة المنتجات 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق	3	8,8	8,8	8,8
موافق	24	70,6	70,6	79,4
موافق بشدة	7	20,6	20,6	100,0
Total	34	100,0	100,0	

جودة المنتجات 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق	4	11,8	11,8	11,8
محايد	2	5,9	5,9	17,6
موافق	18	52,9	52,9	70,6
موافق بشدة	10	29,4	29,4	100,0
Total	34	100,0	100,0	

جودة المنتجات 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق	8	23,5	23,5	23,5
محايد	4	11,8	11,8	35,3
Valid موافق	17	50,0	50,0	85,3
موافق بشدة	5	14,7	14,7	100,0
Total	34	100,0	100,0	

الأداء المالي 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق بشدة	1	2,9	2,9	2,9
غير موافق	4	11,8	11,8	14,7
Valid محايد	4	11,8	11,8	26,5
موافق	19	55,9	55,9	82,4
موافق بشدة	6	17,6	17,6	100,0
Total	34	100,0	100,0	

الأداء المالي 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق بشدة	1	2,9	2,9	2,9
غير موافق	1	2,9	2,9	5,9
Valid محايد	1	2,9	2,9	8,8
موافق	21	61,8	61,8	70,6
موافق بشدة	10	29,4	29,4	100,0
Total	34	100,0	100,0	

الأداء المالي 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
محايد	5	14,7	14,7	14,7
Valid موافق	21	61,8	61,8	76,5
موافق بشدة	8	23,5	23,5	100,0
Total	34	100,0	100,0	

الأداء 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق	1	2,9	2,9	2,9
Valid محايد	4	11,8	11,8	14,7
موافق	22	64,7	64,7	79,4

موافق بشدة	7	20,6	20,6	100,0
Total	34	100,0	100,0	

السيطرة 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق	1	2,9	2,9	2,9
محايد	4	11,8	11,8	14,7
Valid موافق	18	52,9	52,9	67,6
موافق بشدة	11	32,4	32,4	100,0
Total	34	100,0	100,0	

السيطرة 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق بشدة	1	2,9	2,9	2,9
غير موافق	1	2,9	2,9	5,9
Valid محايد	1	2,9	2,9	8,8
موافق	23	67,6	67,6	76,5
موافق بشدة	8	23,5	23,5	100,0
Total	34	100,0	100,0	

السيطرة 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق بشدة	1	2,9	2,9	2,9
غير موافق	3	8,8	8,8	11,8
Valid محايد	5	14,7	14,7	26,5
موافق	19	55,9	55,9	82,4
موافق بشدة	6	17,6	17,6	100,0
Total	34	100,0	100,0	

السيطرة 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق	3	8,8	8,8	8,8
محايد	3	8,8	8,8	17,6
Valid موافق	19	55,9	55,9	73,5
موافق بشدة	9	26,5	26,5	100,0
Total	34	100,0	100,0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق بشدة	1	2,9	2,9	2,9
غير موافق	2	5,9	5,9	8,8
Valid محايد	6	17,6	17,6	26,5
موافق	20	58,8	58,8	85,3
موافق بشدة	5	14,7	14,7	100,0
Total	34	100,0	100,0	

الإيداع 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	4	11,8	11,8	11,8
موافق	20	58,8	58,8	70,6
موافق بشدة	10	29,4	29,4	100,0
Total	34	100,0	100,0	

الإيداع 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	2	5,9	5,9	5,9
موافق	21	61,8	61,8	67,6
موافق بشدة	11	32,4	32,4	100,0
Total	34	100,0	100,0	

الإيداع 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق	1	2,9	2,9	2,9
Valid محايد	3	8,8	8,8	11,8
موافق	23	67,6	67,6	79,4
موافق بشدة	7	20,6	20,6	100,0
Total	34	100,0	100,0	

الكفاءة 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق بشدة	1	2,9	2,9	2,9
Valid محايد	4	11,8	11,8	14,7
موافق	20	58,8	58,8	73,5
موافق بشدة	9	26,5	26,5	100,0
Total	34	100,0	100,0	

الكفاءة 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
غير موافق	1	2,9	2,9	2,9
محايد	3	8,8	8,8	11,8
Valid موافق	18	52,9	52,9	64,7
موافق بشدة	12	35,3	35,3	100,0
Total	34	100,0	100,0	

الكفاءة 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
محايد	3	8,8	8,8	8,8
Valid موافق	19	55,9	55,9	64,7
موافق بشدة	12	35,3	35,3	100,0
Total	34	100,0	100,0	

الملحق رقم (4)

نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغيرات الدراسة

Statistics

		تشخيص 1	تشخيص 2	تشخيص 3	تشخيص 4	تشخيص 5	جودة المنتجات 1	جودة المنتجات 2
N	Valid	34	34	34	34	34	34	34
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	3,88	3,74	3,88	3,59	3,79	4,00	4,03
	Std. Deviation	0,729	,994	1,008	1,048	,914	1,073	,758

Statistics

		جودة المنتجات 3	جودة المنتجات 4	الأداء 1	الأداء 2	الأداء 3	الأداء 4	السيطرة 1
N	Valid	34	34	34	34	34	34	34
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	4,00	3,57	3,75	4,13	4,09	4,03	4,15
	Std. Deviation	,921	1,021	,994	,844	,621	,674	,744

Statistics

		السيطرة 2	السيطرة 3	السيطرة 4	الإبداع 1	الإبداع 2	الإبداع 3	الإبداع 4
N	Valid	34	34	34	34	34	34	34
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	4,17	3,78	4,00	3,76	4,18	4,26	4,06
	Std. Deviation	,814	,955	,853	,890	,626	,567	,649

Statistics

		الكفاءة 1	الكفاءة 2	الكفاءة 3
N	Valid	34	34	34
	Missing	0	0	0
	Mean	4,06	4,21	4,26
	Std. Deviation	,814	,729	,618

الملحق رقم (5)

نتائج مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة

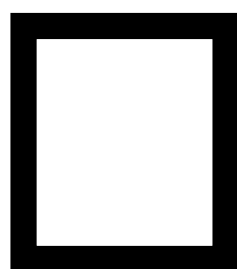
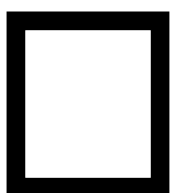
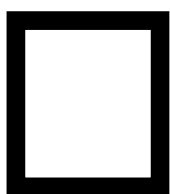
Correlations

	تشخيص المستوى التكنولوجي المستخدم	استخدام تكنولوجيا "جودة المنتجات"	استخدام تكنولوجيا "الأداء المالي"
	Pearson Correlation	1	,716**
تشخيص المستوى التكنولوجي المستخدم	Sig. (2-tailed)	,000	,002
	N	34	34
	Pearson Correlation	,716**	1
استخدام تكنولوجيا "جودة المنتجات"	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	34	34
	Pearson Correlation	,503**	,787**
استخدام تكنولوجيا "الأداء المالي"	Sig. (2-tailed)	,002	,000
	N	34	34
	Pearson Correlation	,332	,372*
استخدام تكنولوجيا "السيطرة على الأسواق"	Sig. (2-tailed)	,050	,030
	N	34	34
	Pearson Correlation	,290	,256
استخدام تكنولوجيا "الإبداع والتطوير"	Sig. (2-tailed)	,026	,144
	N	34	34
	Pearson Correlation	,465**	,293
استخدام تكنولوجيا "الكفاءة العمليات"	Sig. (2-tailed)	,006	,093
	N	34	34

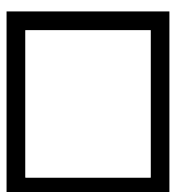
Correlations

	استخدام تكنولوجيا "السيطرة على الأسواق"	استخدام تكنولوجيا "الإبداع والتطوير"	استخدام تكنولوجيا "الكفاءة العمليات"
	Pearson Correlation	,332	,290**
تشخيص المستوى التكنولوجي المستخدم	Sig. (2-tailed)	,055	,096
	N	34	34
	Pearson Correlation	,372**	,256
استخدام تكنولوجيا "جودة المنتجات"	Sig. (2-tailed)	,030	,144
	N	34	34
	Pearson Correlation	,584**	,451**
استخدام تكنولوجيا "الأداء المالي"	Sig. (2-tailed)	,000	,007
	N	34	34
استخدام تكنولوجيا "السيطرة على"	Pearson Correlation	1	,661*
	Sig. (2-tailed)		,523**

"الأسواق"	Sig. (2-tailed)		,000	,001
	N	34	34	34
	Pearson Correlation	,661	1	,679**
"استخدام تكنولوجيا"الإيداع والتطوير"	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	34	34	34
	Pearson Correlation	,523**	,679	1
"استخدام تكنولوجيا"الكفاءة العمليات"	Sig. (2-tailed)	,001	,000	
	N	34	34	34



الفہرست



الصفحة	الفهرس
I	الإهداء
II	الشكر.....
III	الملخص
V	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
X	قائمة الأشكال
XI	قائمة الملاحق
أ	المقدمة
01	الفصل الأول : الأدبيات النظرية
02	تمهيد
03	المبحث الأول : الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال و الميزة التنافسية
03	المطلب الأول : تكنولوجيا المعلومات و الإتصال
03	الفرع الأول : مفهومها
04	الفرع الثاني : مكوناتها
05	الفرع الثالث : مراحل دمجها في المصارف
07	الفرع الرابع : الدوافع من وراء إستخدامها في المصارف
08	المطلب الثاني : الميزة التنافسية للبنوك
08	الفرع الأول : مفهوم و أهمية الميزة التنافسية
08	الفرع الثاني : أنواع الميزة التنافسية في البنوك
09	الفرع الثالث : محددات الميزة التنافسية
10	المطلب الثالث : دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية.
10	الفرع الأول : تكنولوجيا المعلومات والاتصال و أبعاد الميزة التنافسية.....
12	الفرع الثاني : الاستراتيجيات التنافسية في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال
13	الفرع الثالث : تكنولوجيا المعلومات والاتصال و القوى التنافسية
15	المبحث الثاني : الدراسات السابقة

15	المطلب الأول : الدراسات المحلية
16	المطلب الثاني : الدراسات العربية و الأجنبية
19	المطلب الثالث : أوجه التشابه و الإختلاف
20	خلاصة الفصل
21	الفصل الثاني : الدراسة الميدانية
22	تمهيد
23	المبحث الأول : منهجية الدراسة الميدانية
23	المطلب الأول : طريقة و تصميم الدراسة
26	المطلب الثاني : عرض خصائص عينة الدراسة
37	المبحث الثاني : تحليل و مناقشة النتائج
37	المطلب الأول : عرض نتائج الدراسة
50	المطلب الثاني : إختبار و مناقشة فرضيات الدراسة
55	خلاصة الفصل
56	الخاتمة
61	قائمة المصادر و المراجع
65	الملاحق
82	الفهرس